

ASOCIACIONES CIVILES, EMPRESAS Y ESTADO EN LOS ORÍGENES DEL TURISMO ARGENTINO

Elisa M. Pastoriza y Melina Piglia¹

Resumen:

El presente trabajo apunta a contribuir desde la perspectiva de la historia social, al conocimiento de la emergencia del turismo nacional en el cruce entre tres dimensiones: la incipiente política estatal turística, las intervenciones de las entidades civiles y el mundo de los negocios y el consumo en torno del turismo. Nos proponemos trazar una síntesis de las principales líneas que caracterizaron al turismo en la Argentina durante la primera mitad del siglo XX atendiendo a las transformaciones en los elencos sociales de turistas, sus prácticas y consumos, como también a los cambios en los medios de transporte y las formas de viajar y al surgimiento de los distintos destinos que compusieron finalmente el mapa turístico argentino.

Palabras claves:

Turismo, historia, turismo social, políticas públicas, prácticas sociales.

Abstract:

Civil associations, businesses and state in the origins of Argentine tourism

This paper aims to contribute to this field in formation from the perspective of social history, from an overall view of the emergence of domestic tourism at the intersection of three dimensions: the emerging tourism state policy interventions of the entities civilians and the world of business and consumption around tourism. We intend to draw a summary of the main lines that marked tourism in Argentina during the first half of the twentieth century in response to changes in the social casts of tourists, their practices and consumption, as well as changes in transportation and forms of travel and the emergence, over the period, the various destinations that made ultimately the tourist map of Argentina.

Keywords:

Tourism, history, social tourism, public policies, social practices

Recibido: 28-06-2012

Aprobado: 25-10-2012

¹ Elisa Pastoriza (Universidad Nacional de Mar del Plata, E-mail: elisapastoriza@gmail.com); Melina Piglia (Universidad Nacional de Mar del Plata, CONICET, E-mail: pigliamelina@gmail.com)

Introducción

Durante el transcurso del el siglo XX, el modelo de ocio aristocrático cede paso al de masas, en un proceso de democratización social que implicó, a la par de una igualación, una mayor diferenciación de la sociedad en el acceso y consumo de estos bienes y beneficios. Nuevos temas son abordados: la obtención de las conquistas sociales, la disminución horas laborables semanales y las vacaciones pagas junto a la invención de nuevas prácticas y accesos al tiempo libre –en el que jugarán un importante papel los modernos medios de transporte- que tendieron a una homogeneización social. En dicho proceso fueron desempeñando un creciente rol las clases medias.

En la Argentina el turismo se está constituyendo en campo de indagación para la historia solo recientemente. Una de las líneas abordadas ha sido, en el cruce con la historia urbana y la historia cultural y social, el estudio de localidades turísticas. Las transformaciones materiales, la sociabilidad, las prácticas del ocio, las representaciones e imágenes que construyeron la “mirada turística”, los mercados de tierra y de trabajo, las interacciones entre turistas y residentes, han sido objeto de atención por parte de distintos autores. En esta dirección se ha analizado con mayor profundidad el caso de Mar del Plata y en menor grado otros lugares turísticos como Bariloche o las sierras cordobesas.² Otra línea de investigación recientemente explorada ha sido la de las políticas públicas en relación con el turismo. Aquí el turismo social peronista ha capturado la mayor parte del interés, aunque otros trabajos han avanzado sobre los años veinte y treinta, atendiendo en particular a la política vial y a la participación del Estado en la producción de atractivos turísticos, mediante la obra pública de la Dirección de Parques Nacionales, la construcción de hoteles estatales y la restauración de monumentos históricos.³ El presente trabajo apunta a contribuir a este campo en

² Véanse: Bertonecello, Rodolfo, "Configuración socio-espacial de los balnearios del Partido de la Costa (Provincia de Buenos Aires)", En **Territorio**, N°5, Instituto de Geografía, FFyL, UBA, 1993; Bruno, Perla, "La humanización del paisaje", en Bruno, Perla y Mazza, Carlos, **Construcción de paisajes. Transformaciones territoriales y planificación en la región marplatense. 1930-1965**, UNMDP- FAUD, Mar del Plata, 2002; Pastoriza, Elisa y Torre, Juan Carlos, "Mar del Plata, un sueño de los argentinos", en Devoto, F. y Madero, M. (dirs.), **Historia de la vida privada en la Argentina**, Taurus, Buenos Aires, 1999; Pastoriza, Elisa (Dir.). **Un mar de memoria**. Edhasa, Buenos Aires, tomo 32009; **La conquista de las vacaciones. Breve historia del turismo en la Argentina**, Edhasa, Buenos Aires, 2011; Piglia, Melina, "En torno a los Parques Nacionales: primeras experiencias de una política turística nacional centralizada en la Argentina (1934-1950)", **PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio**, Universidad de la Laguna (España), vol. 10, N° 1, enero de 2012, pp. 61-73; Scarzanella, Eugenia, "El ocio peronista: vacaciones y "turismo popular" en Argentina (1943-1955), en **Entrepassados**, N° 14, comienzos de 1998; Zuppa, Graciela (Ed.), **Prácticas de sociabilidad en un escenario Argentino**, Mar del Plata, UNMDP, 2004.

³ Véase por ejemplo Ballent, Anahí, "Kilómetro Cero: la construcción del universo simbólico del camino en la Argentina de los años treinta", **Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana "Dr. Emilio Ravignani"**, Tercera serie, N° 27, Buenos Aires, 1er semestre 2005; y "Monumentos, turismo e historia: imágenes del noroeste en la arquitectura promovida por el estado, 1935-1945", en **Jornadas Perspectivas históricas sobre el estado argentino**; Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, 2003; Pastoriza, **La conquista de las vacaciones**, op.cit y Turismo social y acceso al ocio: el arribo a la ciudad balnearia durante las décadas peronistas", en Pastoriza (ed.), **Las puertas al mar**, Biblos, Buenos Aires, 2003; "[El turismo social en la Argentina durante el primer peronismo. Mar del Plata, la conquista de las vacaciones y los nuevos rituales obreros, 1943-1955](http://nuevomundo.revues.org/index36592.html)", **Nuevo Mundo Mundos Nuevos**, 2008 <http://nuevomundo.revues.org/index36592.html>; "Estado, gremios y hoteles. Mar del Plata y el

formación desde la perspectiva de la historia social, a partir de una mirada de conjunto de la emergencia del turismo nacional en el cruce entre tres dimensiones: la incipiente política estatal turística, las intervenciones de las entidades civiles y el mundo de los negocios y el consumo en torno del turismo. Nos proponemos trazar una síntesis de las principales líneas que caracterizaron al turismo en la Argentina durante la primera mitad del siglo XX atendiendo a las transformaciones en los elencos sociales de turistas, sus prácticas y consumos, como también a los cambios en los medios de transporte y las formas de viajar y a la emergencia, a lo largo del período, de los distintos destinos que compusieron finalmente el mapa turístico argentino.

1- La conformación del turismo en la Argentina: el proceso de democratización social y el caso de Mar del Plata

Diversos escenarios y paisajes –playas, sierras, lagos y montañas- formaron parte del surgimiento del turismo en la Argentina y la emergencia de una nueva cultura del ocio y el tiempo libre, de intensa significación social.

Dos coordenadas acompañaron este nuevo recorrido: las razones de carácter terapéutico y la tendencia hacia un ocio placentero. En épocas en que la creciente población urbana estaba amenazada periódicamente por enfermedades epidémicas, las familias pudientes procuraron el traslado de sus lugares de residencia y el alejamiento estacional hacia las quintas aledañas y las estancias. Gradualmente, también las zonas termales, las serranías de Córdoba y de los sistemas de Ventania y Tandilia o los balnearios atlánticos, fueron vistos como espacios propicios para la cura o la profilaxis.⁴

En forma paralela, también crecía la tendencia que buscaba el placer y el ocio: los paseos en los bosques de Palermo o en El Tigre en las aguas del Paraná, que fue rápidamente engalanado con grandes palacetes y lujosas casas quintas, y que, para 1890, contaba con el Tigre Hotel.

Para la misma época la playa y el mar irrumpieron como espacios curativos, de recreo y descanso. La playa, en un sentido amplio, se incorporó a la cultura de toda la nación y el turismo pasó, paulatinamente, a formar parte del proyecto modernizador. Dicho proceso comenzó en los primeros pueblos balnearios del sudeste de la provincia bonaerense (Mar del Plata, Miramar y Necochea). La instalación de Mar del Plata en la escena social, entró rápidamente en contraste con la tranquilidad y la soledad de las estancias, el descanso saludable serrano y cordillerano y paulatinamente esa sociabilidad agitada se tornó en objeto deseable. El estudio de su itinerario permite visualizar en forma concentrada el proceso de conquista del ocio en la Argentina,

Peronismo”, en **Estudios Sociales**, N°34, 2008;; Piglia, Melina, “The Awakening of Tourism: The Origins of Tourism Policy in Argentina, 1930-1943”, **Journal of Tourism History**, vol. 3, N° 1, enero-abril 2011, pp. 57-74 y **Automóviles, Turismo y carreteras como problemas públicos: los clubes de automovilistas y la configuración de las políticas turísticas y viales en la Argentina (1918-1943)**, Tesis doctoral en Historia, UBA, Buenos Aires, 2009; Scarzanella, Eugenia, “Las bellezas naturales y la nación: los parques nacionales en la Argentina en la primera mitad del siglo XX”, en **Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe**, N° 73, Ámsterdam, 2002.

⁴ En las sierras cordobesas, el clima creaba el ambiente óptimo, para las terapias de las enfermedades respiratorias. Véase. Armus, Diego, **La ciudad impura**, Buenos Aires, Edhasa, 2006.

haciendo foco en el pasaje del veraneo aristocrático al de masas, a lo largo de la primera mitad del siglo XX y que procuraremos sintetizar en las páginas siguientes.⁵

Nacida como un lugar de producción agropecuaria, en los años ochenta del siglo XIX, una multiplicidad de factores e iniciativas transformaron el pequeño poblado en una 'estación de mar'. La llegada del Ferrocarril del Sud en 1886, la edificación de hoteles, ramblas, paseos, bulevares, tornaron aquel centro rural en el espacio propicio para el despliegue de estilos de vida crecientemente urbanos⁶. El temprano ejercicio de clubes y entidades de fomento permitieron dotar a la *villa balnearia* de una serie de obras, iniciativas de los "veraneantes ilustres", proyectadas y financiadas por inversiones privadas y que contaron con asistencia del Estado: las ramblas de madera, la Estación Nueva del Ferrocarril Sur -lograda para que las familias porteñas arribaran a un punto más cercano de sus residencias- las Iglesias San Pedro y Stella Maris, el Asilo Unzué y el Hospital Mar del Plata. Entre los más activos veraneantes, promotores del progreso del balneario sobresalen Emilio Mitre, Carlos Pellegrini, José y Pedro O. Luro y Ernesto Tornquist.⁷

Sin lugar a dudas, la culminación más representativa del proyecto de la élite para Mar del Plata se produjo en 1913, con la edificación de la afrancesada Rambla Bristol que, con sus 400 metros paralelos al mar, se sumó al corazón de la vida veraniega⁸. Para ello se formó la *Comisión Rambla*, dependiente del Club Mar del Plata y presidida por Ezequiel Paz, Director de *La Prensa*, e integrada por personalidades del mundo de la política y de la alta sociedad porteña. El Presidente del Club, el Senador Adolfo Dávila, presentó un proyecto de ley a Legislatura Provincial en 1909, por el que se aprobó un empréstito externo cercano a 14 millones de pesos moneda nacional, amortizado con los fondos recaudados por los alquileres de locales y derechos de concesión.⁹ Con el ascenso del radicalismo, el dominio de estas entidades fue cercenado y la Administración de la

⁵ Para el concepto de *democratización social* véase Torre, Juan Carlos y Pastoriza, Elisa, "La democratización del bienestar", en Torre, Juan Carlos (Director), **Los años peronistas**. Colección Nueva Historia Argentina, Buenos Aires, Sudamericana, 2002.

⁶ En 1888 fue inaugurado el Bristol Hotel, a cargo de una Sociedad Anónima integrada por José Luro, Delfín Gallo, José D. Gibson, Julio Lacroze, Jacinto Peralta Ramos y Simón G. Sansinena. Se sumaron luego E. Tornquist y Miles A. Pisman. Pastoriza, Elisa, "La presentación de la *Villa balnearia*: la inauguración del Bristol Hotel. Mar del Plata en el fin de siglo", **AUDHE. III Jornadas de Historia Económica**. Montevideo, 2003.

⁷ Tornquist participó en la sociedad del Bristol Hotel, construyó el edificio del Torreón del Monje y presidió la comisión que contrató el proyecto de reformas presentado por Carlos Thays para realizar el Paseo General Paz y la Plaza Colón. Véase Groussac, Paul, **Los que pasaban**. Buenos Aires, Taurus, 2001, pp. 283-284; Fernando M. Moreno "Ernesto Torquist", en G. Ferrari y E. Gallo (comp.), **La Argentina del ochenta al Centenario**, Buenos Aires, Sudamericana, 1980, pp. 627-635.

⁸ En la playa Bristol en casi 70 años continuados hubieron tres ramblas de madera y dos de mampostería. La primera, la *Primitiva*, fue arrasada por una sudestada en 1890. Rápidamente, el Presidente Carlos Pellegrini la reemplazó por una nueva (*Rambla Pellegrini*), destruida por un voraz incendio en 1905; entonces el principal empresario del juego, José Lassalle, financió la reconstrucción de la última rambla de madera, mucho más lujosa y nutrida de negocios y restaurantes. Véanse entre otros: AA.VV., **Las Viejas Ramblas**, Buenos Aires, Fundación Boston, 1990.

⁹ Ley 3229 (4/4/1910) y Ley del 13 de marzo de 1913. Véase fotografías de la construcción en **Álbum Rambla Bristol**, Archivo-Museo Histórico MGP.

Rambla y el usufructo de la renta del casino y de los locales y playas, pasó a nuevas manos.¹⁰

Los veraneantes crecieron en gran número y construyeron elegantes mansiones, generando un dinámico negocio inmobiliario. Las terapias corporales fueron velozmente eclipsadas por la moda, el *glamour* y la figuración, mostrando un mundo ni puramente público ni enteramente privado. Se paseaba, se bajaba a la playa, las personas se exhibían y bailaban en las fiestas y reuniones de los hoteles y los clubes, donde también se jugaba a la ruleta. El propósito era encontrarse con amigos, parientes o conocidos del mismo grupo selecto en el que se sentían resguardados, protegidos y unidos en sus aspiraciones, gustos estéticos y sensaciones.¹¹

Esta seguridad fue fugaz y pronto el reducto selecto comenzó a abrirse a nuevos grupos sociales que modificaron las viejas rutinas y hábitos. Para sorpresa y alarma de los veraneantes, en 1920 los socialistas accedieron a la conducción del municipio y cuestionaron el carácter exclusivo del balneario.¹² Este planteo sintonizaba con una tendencia social que comenzó a insinuarse y que instalaba el juego entre la igualación y la distinción, en el que los recién llegados portaban una tendencia igualitaria mientras los que ya estaban trazaban nuevas barreras.¹³

En los treinta la confluencia de las iniciativas de las gestiones conservadoras y de los sectores privados locales –liderados por una entidad vecinal, la *Asociación de Propaganda y Fomento de Mar del Plata* (en adelante APYF) –, pusieron en marcha el diseño de una ciudad balnearia en la que nuevos sujetos sociales pudieran acceder al goce del tiempo libre.¹⁴ Esta particular coincidencia entre asociaciones civiles y gobierno detrás de la consigna de "Democratizar el balneario, no estuvo exenta de tensiones y conflictos."¹⁵

¹⁰ Como respuesta se formó en 1919 la *Comisión Pro-Mar del Plata*, presidida por Tomás Sojo, integrada por ex-gobernadores bonaerenses, diputados y senadores nacionales, directores de los diarios nacionales, propietarios rurales, constructores, comerciantes y locatarios de la Rambla Bristol. Rápidamente el Congreso Nacional –a propuesta del Senador Vicente Gallo– sancionó subsidios, lo mismo que el de la legislatura provincial, que se sumaron a los aportes de los clubes Mar del Plata y Pueyrredón y de los empresarios y particulares, en especial los del juego. Se implementó entonces, un ambicioso programa de obras. Véase **Intervención Nacional de la Provincia de Bs.As. Informe de José Luis Cantilo**, La Plata, Impr. Of., 1918, art.14, pp. 354-358; Comisión Pro Mar del Plata, **Memorias; La Prensa**, 26-27/2/1919.

¹¹ Véase entre otros: "Vida social en el balneario", **Album Argentino**, Buenos Aires, 1910.

¹² Véase "Programa del Centro Socialista de Mar del Plata para las elecciones municipales de 1918", **La Capital**, 9/11/1918.

¹³ Cfr.: Bourdieu, Pierre, **La distinción. Criterios y bases sociales del gusto**, Taurus, Madrid, 1988; Elias, Norbert, **El proceso de civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas**, FCE, México, 1993

¹⁴ La gestiones adversas a las Intendencias socialistas de los veinte de la Comisión Pro-Mar del Plata, las malas temporadas provocadas por las prohibiciones del juego desde 1927 y la necesidad de estimular el comercio, estimularon el florecimiento de asociaciones locales destinadas a promocionar el balneario. La más destacada, la *APYF*.

¹⁵ Uno de los principales temas de conflicto fue la cuestión del juego. El decreto del gobierno de Fresco de 1936 prohibiendo el juego de los casinos y modificando el aporte a la municipalidad, generó una extensa controversia. Véase Carta de Asociaciones locales contra el Decreto firmada por Cámara Industrial y Comercial, Sociedad Rural, Rotary Club, Sociedades de Socorros Mutuos, Sociedad de Hoteleros, Sociedad de Beneficencia de MDP, Sociedad de Panaderos. Cfr. APYF. **Memoria/Balance**, 9º Ejercicio, 1936/37.

El paisaje urbano fue el primero en registrar estos cambios. El proyecto público para Mar del Plata estuvo enmarcado en un plan provincial basado esencialmente tres aspectos: caminos, urbanización de ciudades y urbanización de playas y costas. Uno de los resultados más visibles fueron las construcciones de los complejos turísticos de Playa Bristol (Casino-Hotel Provincial) y Playa Grande, las dos urbanizaciones costeras argentinas más importantes de la primera mitad de siglo XX.¹⁶ Asimismo se emprendieron el Paseo Costanero del Sud (que la unía con la ciudad balnearia de Miramar), la pavimentación de la ruta nacional Número Dos (1938) y la creación del Balneario Popular; fueron también promulgados decretos municipales conformando instituciones pro-turismo y se regularon los precios del transporte y el hospedaje. Este singular experimento social constituyó la representación simbólica de los nuevos tiempos políticos y sociales que se manifestaban en la Argentina, en los que la restricción política y el reformismo social no marcharon por vías contrapuestas.¹⁷

Estas transformaciones generaron tensiones entre las viejas élites y las nuevas, al incorporar diferentes usos sociales y abrir oportunidades a las dirigencias locales para el gerenciamiento del turismo en Mar del Plata. La APYF no solamente exhibió un amplio espectro de la élite local (grandes y medianos comerciantes, hoteleros, concesionarios de playas, hacendados, propietarios de las prósperas empresas constructoras), sino que también incluyó en sus comisiones directivas a políticos profesionales de diferentes inclinaciones -conservadores, socialistas y radicales.¹⁸ Sus objetivos apuntaban explícitamente a abrir el balneario a nuevos contingentes. Una de sus iniciativas más exitosas fue la venta de *boletos combinados*: quien los compraba accedía a una tarifa más conveniente de ferrocarril junto a una estadía en hoteles modestos, multiplicados en esos años. Asimismo, se implementaron por primera vez los viajes en ómnibus¹⁹ y los planes de turismo a crédito para los maestros de escuela y docentes dependientes del Consejo Nacional de Educación y las colonias vacacionales recibieron estímulos para su apertura y funcionamiento. Por añadidura, anualmente se desarrollaba un amplio Plan de fiestas públicas y Deportivas, cuyo objetivo era organizar el ocio del público fuera del horario de concurrencia a las playas y ampliar el radio del balneario hasta las sierras, con carreras automovilísticas, de motocicletas y certámenes de pesca, tenis y natación, bailes y

¹⁶ Fresco, Manuel. **Cuatro años de Gobierno 1936-1940**, La Plata, 1940, 7 volúmenes. Un análisis comparativo: Cacopardo, F., Pastoriza Elisa y Sáez, Javier, "Artefactos y prácticas junto al mar. Mar del Plata: el camino de apropiación del sur, 1880-1940", en Gilmar Arruda, David Velazquez Torres y Graciela Zuppa (Orgs.) **Naturaleza na América Latina. apropriações e representações**. Ed. UEL, Londrina. 2001/2004.

¹⁷ Para las intendencias conservadoras y la gobernación de Manuel Fresco: AA.VV., **Mar del Plata una historia urbana**, Buenos Aires, Fundación Boston, 1990, cap. IV; Pastoriza, Elisa, "Restricción política y reforma social en la Provincia de Buenos Aires: la gobernación bonaerense de Manuel Fresco (1936-1940)". Buenos Aires, en **Academia Nacional de la Historia**, 1999. Béjar, María Dolores, **El régimen fraudulento. La política en la provincia de Buenos Aires. 1930-1943**, Siglo XXI, Buenos Aires, 2005 (en especial Introducción y cap.VI).

¹⁸ A pesar del pluralismo político, la entidad fue identificada como filo-socialista; el protagonismo del Diputado Nacional Rufino Inda como Secretario permanente y sus proyectos parecían confirmar dicho sesgo. Cfr.: **APYF. Memoria/Balance**. 9º Ejercicio, período 1938-39, pp. 33-37.

¹⁹ La primera empresa, "El Cóndor", fundada por Carlos P. Cavallini, en 1933, unía MDP con Buenos. Para 1944 extiende el servicio a Miramar, contando con un capital de 56 unidades. Suárez Menendez, Santos, **Historia de Mar del Plata**. Buenos Aires, Porter Hnos., 1944, pp. 116/121.

espectáculos teatrales.²⁰ Estas actividades pueden ser consideradas como ensayos del turismo social puesto en práctica una decena de años después.

El conjunto de estos planes canalizaron la presencia de nuevos grupos veraneantes de menores recursos. En la temporada 1940-41, se registraron 351.807 turistas, cuando diez años antes habían sido 60.000.²¹ Todavía restaba la llegada del peronismo, cuando el balneario adquirió definitivamente su perfil de masas.

1.1 Córdoba y los primeros ensayos del ocio sindical

La provincia de Córdoba constituyó el otro espacio representativo del proceso democratizador. A unos 900 kilómetros de Buenos Aires, el cálido paisaje mediterráneo recorrido por sierras y por cristalinos arroyos y ríos, ofrecía un variado número de lugares para vacacionar. La Falda, Los Cocos, Cosquín, Alta Gracia, Villa Carlos Paz, Huerta Grande, Capilla del Monte, Yacanto, Ascochinga, Río Ceballos, Unquillo, Mina Clavero, Achiras y el valle de Calamuchita completaban las posibilidades recreativas de los argentinos.

Durante los años treinta, Córdoba fue también un interesante escenario de políticas oficiales y civiles tendientes a propiciar el turismo de nuevos sectores sociales. Colaboró para eso su clima benigno, que la había erigido como un espacio curativo, en especial para la tuberculosis y las enfermedades respiratorias. Así, las sierras cordobesas constituyeron el primer ámbito donde comenzaron a radicarse las primeras colonias de vacaciones, complejos recreacionales y hoteles sindicales en la Argentina. En los años treinta, en especial durante la administración de Amadeo Sabattini, desde el Estado Provincial y Nacional, las empresas ferroviarias, asociaciones del automóvil, asociaciones católicas y algunos gremios se alentaron dichos experimentos vacacionales.

Existían al respecto antecedentes nada despreciables. En 1918, la *Asociación Cristiana de Jóvenes*, la institución laica británica pionera en la organización de deportes y campamentos juveniles instaló su primer complejo recreacional en la Argentina en la localidad de Los Cocos, mientras la *Federación de Asociaciones Católicas de Empleadas (FACE)*, fundada en 1923 por Monseñor Miguel De Andrea, radicaba sus primeras colonias vacacionales en Cosquín (1927) y Capilla del Monte (1936), a la que concurrían anualmente unas cuatrocientas mujeres.²²

La *Unión Ferroviaria* liderada por José Domenech –a su vez Secretario General de la CGT–, adquirió en 1939 cien hectáreas en Alta Gracia para edificar una colonia que permitía hospedar unos 450 afiliados. En 1941 fueron imitados por *La Fraternidad*, el gremio de los conductores de las locomotoras, con la instalación de un complejo en las inmediaciones del Lago San Roque. Por su lado los *Empleados del Ferrocarril Buenos*

²⁰ APYF. **Memorias-Balance**. Ejercicios 1930/1943. Mar del Plata, Talleres De Falco.

²¹ Elaboración propia en base a estadísticas municipales y nacionales.

²² Véase **Tiempo Libre y Colonias de Vacaciones**, Ministerio de Trabajo y Previsión, 1956, Cap. III. La FACE también organizaba paseos en los bonaerenses Tigre, San Fernando, Quilmes y Punta Lara. En 1941 se coloca la piedra fundamental de la Casa de Descanso de la Empleada en Punta Mogotes en Mar del Plata, con la presencia del Obispo, Manuel Fresco y autoridades municipales. *La Capital*, 11/3/1941.

Aires al Pacífico disfrutaban del propio en Piedra Pintada, muy cerca de Villa Dolores.²³ Estas iniciativas seguían una tradición de las empresas ferroviarias que, tempranamente, habían estimulado la radicación de colonias de vacaciones: tanto *Ferrocarriles Argentinos* (1912), como *Ferrocarril Central* (1921) y *Ferrocarril Oeste* (1928) donaron terrenos en diversas localidades cordobesas para la instalación de colonias para sus empleados. Otros gremios siguieron el ejemplo: los obreros municipales de la ciudad de Buenos Aires abrieron un hogar-granja en Salsipuedes (1935), la *Federación de Agentes de Viaje* adquirió 139 hectáreas en San Antonio (1936), los actores y gente del teatro construyeron una Casa de Descanso cercana a Huerta Grande, mientras que los periodistas hicieron lo propio con el Hogar del Periodista, en Valle Hermoso en 1940.²⁴ Sin lugar a dudas, el emprendimiento más destacado fue la Colonia de vacaciones en Embalse de Río III, inaugurada en 1937 para los empleados estatales nacionales a partir de la construcción del dique del Río III. El complejo, ampliado a partir de 1944, formaría parte, junto a Chapadmalal, de los modernos emplazamientos vacacionales emblemas del peronismo.

En paralelo, también se registraron avances en el plano institucional. En 1937 el PEN creó la Comisión Nacional de Colonias de Vacaciones para Empleados Nacionales (Decreto 119.739), a los efectos de facilitar el descanso de los trabajadores, propender al otorgamiento de vacaciones y posibilitar la concesión de créditos y subvenciones.²⁵ Se procuró también, organizar el fomento del turismo, incluido el turismo popular, a través de la creación de una fugaz Dirección Nacional de Turismo (1938), reiterada con algo más de éxito en 1941, mientras prosperaron intentos similares en varias provincias. Por otro lado, desde 1940, el gobierno nacional encaró la construcción de hoteles en el interior.²⁶

Como se ha mostrado, este complejo proceso democratizador no estuvo exento de tensiones y conflictos. Por un lado, si bien se emprendieron acciones orientadas a ampliar el espectro social del consumo recreativo, no se olvidó a la vez estimular el turismo de elite. Esto puede verse en forma concentrada en Mar del Plata con los proyectos simultáneos del complejo Bristol-Casino (popular) y Playa Grande (exclusivo), como también en la invención de espacios alternativos a la popularización de Mar del Plata.

La construcción de Bariloche y el Nahuel Huapi como centros jerarquizados, por parte de la Dirección de Parques Nacionales, mientras Córdoba y Mar del Plata se abrían a las clases medias, es uno de los ejemplos más representativos. Exequiel Bustillo y su equipo pensaron en un turismo calificado para estas regiones, con el entorno del

²³ Véase Desmarás, Carlos R., **Tiempo Libre de los Trabajadores. Vacaciones y Centros de Descanso**. Buenos Aires, Ed. Jurídica Argentina, 1942. Cap. VI, pp. 191-278.

²⁴ Véase **Tiempo Libre y Colonias de Vacaciones...**, Op. Cit.. Varios de estos emprendimientos fueron financiados por el gobierno cordobés y el nacional.

²⁵ Véase Pastoriza, Elisa, **La conquista de las vacaciones...** Op. Cit. Conclusiones.

²⁶ Durante la presidencia de Castillo se construyó el hotel de turismo de Catamarca, y se proyectaron otros en Ancasti, Aldagalá, Chilecito, San Luis y La Rioja. Retomados los proyectos por el gobierno peronista, las obras se terminaron entre 1947 y 1948 junto a la construcción de otros hoteles estatales fuera del plan original.

lago embellecido por elegantes residencias estivales.²⁷ La obra pública encarada en el sur, transformó el retrato de la ciudad de Bariloche, procurando acercarla a los estilos asociados internacionalmente al turismo de montaña, con la radicación de casas alpinas y una variedad de edificios públicos diseñados por los arquitectos Alejandro Bustillo y Ernesto Estrada, un estilo extendido a las nuevas “villas” fundadas por la Dirección de Parques en Llao Llao, Angostura y Traful. Se dotó a la ciudad de una avenida costanera, jerarquizando los ejes circulatorios que conectaban el Ferrocarril, la ruta a Buenos Aires y el lujoso Hotel Llao-Llao, diseñado, al igual que el Provincial de Mar del Plata, por Alejandro Bustillo y una de las primeras obras impulsadas por su hermano Exequiel para garantizar el estímulo al turismo de élite.²⁸

Este cuadro constituyó el telón de fondo en las vísperas de un nuevo giro en la historia del ocio en la Argentina, de la mano del primer peronismo.

1.2 El Peronismo: el turismo social en la agenda pública

El programa de ocio y vacaciones realizado durante los años peronistas otorgó centralidad al rol y al significado de los entretenimientos populares en la democracia. El proceso de democratización del ocio había adquirido impulso en el mundo a partir de los años treinta, y aún más después de la Segunda Guerra. Su generalización implicó tres actores sociales: los empleadores y sus organizaciones, los sindicatos y los poderes públicos²⁹. En ese contexto internacional y en un escenario local de movilidad social, tuvo lugar la obtención de la conquista de las vacaciones pagas en nuestro país.

El *turismo obrero o social* peronista formó parte de un cuadro más amplio que hemos denominado “democratización del bienestar” cuando, entre otros cambios, se abrieron canales que permitieron el consumo de las clases populares de una pluralidad de prácticas recreacionales, entre ellas, los espectáculos deportivos, artísticos, el cine y el turismo.³⁰ Los planes vacacionales y excursiones populares que constituyeron el turismo social, abarcaron dos espacios bien delineados: las áreas más conocidas, Mar del Plata y Córdoba, y las periféricas, en general bajo la órbita de Parques Nacionales. Las primeras, patrimonio de las elites y las clases medias, ocuparon el centro de la agenda pública. Junto a la promoción de las vacaciones, se difundieron el turismo

²⁷ Respecto a la problemática más general, véase el interesante artículo de Roy Hora y Leandro Losada “Clases altas y medias en la Argentina, 1880-1930. Notas para una agenda de investigación”, *Desarrollo Económico* N° 200, v.50, enero-marzo 2011, pp. 611-630.

²⁸ Véase por ejemplo *Crónica histórica del lago Nahuel Huapi*. Bs.As., Emecé, 1990; Bustillo, Exequiel. **El despertar de Bariloche**, Bs.As., Goncourt, 1968; Pastoriza, Elisa, **La conquista de las vacaciones...**, *Op. Cit.* Parte III; Piglia, Melina, “En torno a los Parques Nacionales...”, *op.cit.* En 1936 solo 2300 turistas visitaron el parque; en 1942 eran más de 12.000 y cerca de 26.000 en 1947. Un crecimiento relativo impresionante, aunque un volumen de pasajeros muy escaso, comparándolo con Córdoba o Mar del Plata. Durante el período, el turismo invernal en Nahuel Huapi, osciló entre 1000 y 2000 viajeros anuales.

²⁹ El estudio de las vacaciones populares tiene su propio peso y no debe ser considerado como una mera reinterpretación de las costumbres de las elites Véase por ejemplo Walton, John (1983); Funnell, Charles E (1983); Walton, J. y Walvin, J. (Eds.), **Leisure In Britain 1780-1939**, Manchester University Press, Oxford Road, Manchester, 1983; Funnell, C. **By The Beautiful Sea. The Rise And High Times Of That Great American Resort, Atlantic City**, Rutgers University Press, New Brunswick (New Jersey), 1986. ; Corbin, Alain ((1995); Ory, Pascal (1994); Cunha, Nelly (2010); Pastoriza E.(2003, 2011).

³⁰ Torre y Pastoriza, “La democratización del bienestar”, *op.cit.*

relámpago, las colonias de vacaciones y los campamentos colectivos. Las excursiones y viajes cortos, que promocionaban estadías breves de fin de semana y feriados, con ofertas para visitar la Basílica de Luján, navegar por el Tigre o conocer los ‘monumentos’ realizados por la revolución justicialista (Ciudad de los Niños, Ezeiza, Ciudad estudiantil, Ciudad Evita). La retórica justicialista era rotunda en un punto: el objetivo era brindar a los trabajadores la oportunidad de practicar actividades y conocer lugares que remitían a *prestigio social* o, como resaltaba la propaganda, *hasta ahora* reservados a los privilegiados: el viaje en ómnibus, los paseos en barco, la caza, el cine, el conocimiento de los balnearios y emplazamientos serranos, etc. En esta línea, la conquista de Mar del Plata para los trabajadores, constituyó un aspecto central en la retórica: la ciudad turística, era presentada como un teatro y punto de unión de todos los argentinos, con sus playas, hoteles, espectáculos y donde

“*nuestra nacionalidad adquiere una cohesión que no siempre puede lograrse*”.³¹

Una serie de cambios legales en el verano de 1945 configuraron el primer escenario donde se desenvolvería la política turística por lo menos hasta 1950: el decreto 1740, que generalizaba las vacaciones remuneradas; la creación del aguinaldo y el decreto sobre salario básico, mínimo y vital; el establecimiento por primera vez de un fondo específicamente destinado al fomento del turismo social, sobre la base de un descuento del 5% del aguinaldo; el decreto de Personería Gremial, que permitió a los sindicatos fundar instituciones de previsión y asistencia social; y, por supuesto, el decreto que ponía la política turística y la administración de los parques en manos de la nueva Administración General de Parques Nacionales y Turismo (AGPT). Sobre esta base, y acompañado por un discurso oficial que transformaba al disfrute del tiempo libre y, en particular a las vacaciones, en un derecho, comenzó a tomar forma la política peronista en materia de turismo.

Tres líneas principales articulaban esta política: el turismo sindical, los planes provinciales de turismo social, y los planes nacionales, coordinados al principio por la AGPT y luego por la Fundación Eva Perón (FEP).

El fenómeno del *veraneo sindical*, mediante la creación de la hotelería sindical, era incipiente en los años que nos ocupan: puesto en marcha por el gobierno peronista, adquiriría impulso con la ley de Asociaciones Profesionales (1958), alcanzando su apogeo en los años sesenta y setenta³². Durante el peronismo, el epicentro fueron las sierras cordobesas: los empleados de correos, los obreros de la industria de la carne, del tabaco, del vidrio, los metalúrgicos, entre otros, instalaron sus complejos vacacionales durante esos años; para 1956, sumaban unos 25³³. Mar del Plata tuvo un desarrollo más lento del turismo sindical: a partir de 1948, la Federación de Empleados de Comercio compró dos antiguos hoteles (el *Hurlingham* y el *Riviera*) y en 1955, los trabajadores del petróleo inauguraron un edificio propio, mientras los trabajadores de la industria del papel y el cartón adquirieron y acondicionaron otro. El despegue de la hotelería sindical

³¹ “El Turismo social”, Revista **Continente**, N° 23, 1949, p. 18.

³² Véase Pastoriza, Estado, gremios y hoteles. Mar del Plata y el peronismo”. **Estudios Sociales**. Revista Universidad Nacional del Litoral, N°34, 2008.

³³ Véase Pastoriza, **La conquista de las vacaciones**...., op. cit., parte III.

en el balneario llegaría, sin embargo, en las décadas siguientes con las concesiones a los sindicatos por el gobierno de Onganía y en paralelo con el boom de los departamentos de veraneo para los sectores medios³⁴.

Hasta 1950 el turismo de los trabajadores se canalizó en buena medida a través de la colaboración de la CGT con planes provinciales de promoción del turismo social, como los que la provincia de Buenos Aires emprendió a partir de 1948. La provincia funcionó como un laboratorio del turismo social y mucho de lo ensayado allí fue luego apropiado por el gobierno nacional, que, en general de la mano de la FEP, lo transformó en una estrategia más amplia, de gran impacto político. Así sucedería con algunas de las propuestas ensayadas por Mercante durante su gobernación, como el plan “Usted se paga el viaje, la provincia el hospedaje” o los paquetes de viajes baratos con boletos con descuento.³⁵ Entre 1948 y 1955 unas 220.000 personas viajaron durante diez días con los planes de *Turismo provincial de verano* para Mar del Plata, Necochea, Sierra de la Ventana, Carhué y Tandil y de *Turismo interprovincial de invierno*, dirigido a las provincias de Mendoza, Catamarca, San Luis, Santiago del Estero y Córdoba.³⁶ Para Mar del Plata, en los cincuenta, comenzaron además a correr los servicios de trenes rápidos y se lanzó la tarifa ferroviaria *Turista*, con un precio promocional y la inclusión de beneficios para los consumidores (rebajas en los precios en los restaurantes, balnearios y lugares de esparcimientos).

Junto al turismo sindical y a los planes provinciales, se desplegó la política nacional de turismo social, que entre 1947 y 1950 estuvo a cargo de la AGPT. Desde 1947 se construyeron hoteles estatales en Cuyo, la Mesopotamia y la Patagonia y se adquirieron otros, para destinarlos a un turismo más económico, una política que se reforzó con la ley de crédito hotelero que permitió el surgimiento de hoteles más modestos³⁷. Se organizaron excursiones colectivas económicas a los parques Nahuel Huapi e Iguazú y luego a otros destinos como Córdoba, Mendoza y San Juan y Tucumán, Salta y Jujuy.³⁸ Pese a que se insistía en lo módico de las tarifas, estos viajes tenían un costo similar a los ofrecidos por el circuito comercial, lo cual mantuvo relativamente bajo el número de obreros que participaban de ellos: en 1948, solo 1020 asistieron a los viajes colectivos³⁹. La envergadura concreta del turismo social de la AGPT también resulta muy limitada si la comparamos con los ya mencionados programas bonaerenses.

En una segunda etapa, desde 1951, la dirección de la política nacional de turismo social pasó a la FEP, aunque las organizaciones sindicales mantuvieron las facilidades para la adquisición, alquiler y uso del hospedaje. La FEP controlaba la Colonia de Río III,

³⁴ Véase Pastoriza, Estado, gremios y hoteles...”, op.cit.

³⁵ Véase *Ibidem.*; Pastoriza, **La conquista de las vacaciones**..., op. cit., parte III..

³⁶ Véase **Tiempo Libre y Colonias de Vacaciones (1956)**. Ministerio de Trabajo y Previsión, Bs. As.

³⁷ Siguiendo la misma política ensayada con el Hotel Llao Llao y el hotel de Catamarca, los hoteles se otorgaron en concesión a empresarios privados para su explotación, aunque por supuesto el Estado se reservó la prioridad del uso y la capacidad de controlar las tarifas. También en la provincia bonaerense rigió una ley hotelera.

³⁸ Véase **Memoria AGPT de 1947**, 1948, p.22; *Ibidem* de 1948, 1949, p.12; *Ibidem* de 1949, 1950, p.11; Véase “Reseña de la labor ministerial 1-4-1949 al 31-3-1950, Ministerio de Obras Públicas de la Nación”, AGN, **Fondo de asuntos técnicos**, expediente 664.

³⁹ Véase Scarzanella, “El ocio peronista...”, op. cit, p.74.

el nuevo complejo de Chapadmalal y otras colonias en Necochea, Mendoza y Córdoba⁴⁰. Miles de turistas las visitaron mediante una variedad de planes, el más extendido de los cuales era el de catorce días a un precio muy barato que incluía el pasaje de ida y vuelta en primera clase, estadía, excursiones, comidas y servicio médico.

Con el II Plan Quinquenal, el turismo social quedó definitivamente normalizado. El Estado fijaba su interés en que la población conociera y se apropiara (se “*sientan dueños*”) de la República mediante el acceso a las regiones turísticas. Se apostaba al turismo social y escolar, por un lado, y al internacional por el otro, facilitando la construcción de hoteles, hosterías y colonias, efectuando y alentando inversiones en lugares turísticos, realizando convenios internacionales y fomentando los deportes. En este sentido, las aspiraciones para el quinquenio 1953-57 concebían una consolidada organización nacional turística con la creación de una escuela de capacitación hotelera y turística, una nueva clasificación y sistema tarifario hotelero, la elaboración de una ley nacional de turismo y un sistema de inversiones e incentivos destinados a la industria privada.⁴¹

Espacios simbólicos

Los años del peronismo fueron tiempos de invención de ámbitos de perdurable significación simbólica. Las colonias de vacaciones, constituyen una de las expresiones más representativas: Chapadmalal fue uno de los emblemas –junto a la República de los Niños, Ciudad Evita o la máquina de coser– que integraron la mitología del primer peronismo. Una considerable red de propaganda promocionaba estas obras de gobierno, por ejemplo, a través de atractivas imágenes fílmicas. Así, en ocasión del II Plan Quinquenal, la Subsecretaría de Informaciones financió seis documentales para la divulgación del turismo; en ese marco Enrique Cahen Salaberry compuso el cortometraje *Turismo Social*, que promocionaba los lugares vacacionales administrados por el Estado. En el film se proyectaba una glamorosa pareja de recién casados, interpretados por el flamante matrimonio de los populares actores Juan Carlos Thorry y Analía Gadé, asesorados por un empleado (Ángel Magaña) en las oficinas de *Turismo Social* sobre las bellezas de Chapadmalal y Córdoba (Río III), para su viaje de bodas. Playas, montañas, hermosas jóvenes enfundadas con modernos trajes de baño en dos piezas corriendo entre las olas o en livianos shorts paseando por los impresionantes salones de los hoteles, eran exhibidos. Imágenes y prácticas bastante alejadas las tradiciones de la *cultura obrera*: el peronismo apostaba a alentar certezas para los trabajadores del logro al acceso y apropiación de consumos hasta entonces, patrimonio

⁴⁰ La colonia *Chapadmalal*, a 30 km de Mar del Plata, en un hermoso paisaje en cuyas riberas se combinan grandes acantilados, amplias playas con médanos y forestación. En 1944 el Ministerio de Obras Públicas edificó los tres primeros hoteles para empleados estatales, luego durante la presidencia de Perón se expropiaron 650 hectáreas de la estancia *Santa Isabel* a Eduardo Martínez de Hoz (Decreto (N° 34.950/47) con el propósito de constituir una “ciudad-balnearia” para los trabajadores. En 1950, el complejo estaba conformado por 9 hoteles y 19 bungalows, no muy diferente al cordobés.

⁴¹ **El turismo en el II Plan Quinquenal**. Presidencia de la Nación, Subsecretaría de Informaciones. Buenos Aires, 1953.

de las clases medias, a quienes también convocaba a hacer uso de las conquistas nacionales en materia turística.⁴²

Otros de los ámbitos de fuerte carga simbólica fueron los *Clubes de Turismo Social*, una suerte de unidades básicas recreativas diseminadas en diversos centros turísticos bonaerenses. Se apuntaba a fomentar el turismo regional para los obreros, empleados, maestros y estudiantes y atender la protección de los derechos del turista como consumidor, aspirando también a convertirlos en centros de formación de la cultura nacional y popular. El *Boletín de Turismo Social*, la publicación oficial bonaerense, informaba su localización de acuerdo a los valores patrimoniales y culturales. Mar del Plata (ciudad turística), San Antonio de Areco (pueblo tradicional), Tandil (por su historia), Luján (por su valor religioso) y la República de los Niños en La Plata (por su valor arquitectónico). El primero fue inaugurado en 1949 en Playa Grande, en el Restaurante *Normandie*. El gobierno y las direcciones sindicales se esforzaron en facilitar la sociabilidad, esparcimiento y el encuentro entre los recientes y tímidos turistas. Festividades artísticas, presentaciones de conjuntos nativos, proyecciones de películas, documentales, dibujos animados; por las noches había bailes en los que confraternizaban trabajadores procedentes de distintos lugares del país. De esta forma, Playa Grande, la más exclusiva de la Argentina se tornó en la sede de los turistas obreros. Y devino en un inesperado símbolo de la pregonada conciliación de clases, lo que cosechó animosas adhesiones y rotundos repudios.

El Casino fue otra de las “tomas” peronistas. En 1950 el carnet exclusivo y personal, exigido a las personas para entrar a su edificio, es reemplazado por el sistema de *entradas*. También las antiguas fichas de hueso y las de nácar, usadas desde principios del siglo, son suplantadas por las de plástico. Y, como forma de incentivar una mayor asistencia de jugadores, se prohibieron las apuestas directas con dinero intentando que el público desparramara sus fichas sobre las mesas, sin dimensionar tanto su valor.⁴³ El peronismo ensanchó la apertura de sus puertas y las noches de enero y febrero, las salas de juego lucían colmadas.

La conquista de Mar del Plata

El conjunto de estas transformaciones impactaron de manera relevante en la principal ciudad turística. Los 380.000 visitantes de la temporada de 1940, eran ya un millón en 1950 y 1.400.000 en 1955.

Nadie mejor que el propio Perón para explicar el sentido que su gobierno deseaba imprimir a la ciudad veraniega de la Nueva Argentina. En el multitudinario acto de lanzamiento la campaña electoral, en ocasión del Primer *Festival Internacional de Cine* en Mar del Plata, brillantemente inaugurado en marzo de 1954, sostuvo:

⁴² Véase Torre, Juan Carlos, “La ciudad y los obreros”, en Romero José Luis y Romero, Luis Alberto (dirs.), **Buenos Aires. Historia de cuatro siglos**, Editorial Altamira, Buenos Aires, 2000, Tomo II.

⁴³ Pedetta, Marcelo, “Los Casinos en la Costa Atlántica entre la Nación y la provincia. Disputas por el botín, 1944 - 1950”, en Panella, Claudio (dir.), **El Gobierno de Domingo A. Mercante en Buenos Aires (1946 - 1952). Un caso de peronismo provincial**, Archivo Histórico de la Provincia de Buenos Aires, La Plata, 2007, Tomo III.

*Hace diez años visité Mar del Plata y en ese entonces era un lugar de privilegio, donde los pudientes del país venían a descansar los ocios de toda la vida y de todo el año. Han pasado diez años. Durante ellos esta maravillosa síntesis de toda nuestra patria, aglutina en sus maravillosas playas y lugares de descanso al pueblo argentino y, en especial, a sus hombres de trabajo que necesitan descansar de sus sacrificios. Nuestro lema fue cumplir también acá. Nosotros no quisimos una Argentina disfrutada por un grupo de privilegiados, sino una Argentina para el pueblo argentino [...] En cuanto a la situación social bastaría decir que aquí el noventa por ciento de los que veranean en esta ciudad de maravilla son obreros y empleados de toda la patria.*⁴⁴

Respondieron al anuncio de la conquista (¡por fin!) de los obreros y empleados de la ciudad turística donde “*la riqueza fluye por doquier*”. En una atmósfera festiva, ediciones especiales de la prensa elogiaron al Presidente y los pescadores, acompañados por sus familias, concentraron sus barcas con carteles y pancartas para saludarlo, opacando las voces opositoras del sindicato que los congregaba liderado por activistas de larga tradición anarquista.⁴⁵

A pesar de estas palabras, todavía faltaban muchos años para que los trabajadores pudieran arribar en forma masiva a las playas. Recién en los setenta se plasmaría esa aspiración, con la ampliación del turismo sindical. Los años del peronismo posibilitaron sobre todo el avance final de las clases medias sobre Mar del Plata, con el impacto de políticas como la sanción de la Ley de Propiedad Horizontal y el congelamiento de alquileres y los créditos subsidiados del Banco Hipotecario. Por medio de ellas, nuevos contingentes de pequeños y medianos comerciantes e industriales, profesionales y altos empleados pudieron volverse propietarios de un departamento de veraneo. Tendencia consolidada en los años sesenta con el llamado *boom* de la construcción, con la demolición del radio céntrico de la ciudad y el emplazamiento de los edificios de altura, con miles de departamentos para el turismo. Culminaba así, bajo el peronismo, la secuencia iniciada con los conservadores: el desplazamiento de la elite social de sus dominios originales, ahora refugiadas en el Barrio Los Troncos, en torno a Playa Grande. La hotelería tradicional, que debió compartir su espacio con los departamentos, el hospedaje estatal y el gremial, entró en un período de decadencia: a fines de los años cincuenta disminuyó la construcción de hoteles nuevos, un alto porcentaje fue demolido y otro reconvertido en propiedad horizontal.⁴⁶

El “hormiguero” humano de la Bristol de los años sesenta, resultado final de este proceso de ampliación social, era un espacio denso en personas pero también en significaciones, integraba gentes de todas las provincias y de los orígenes sociales más diversos. La conquista de Mar del Plata se transformó en un símbolo del ascenso social y las clases medias y trabajadoras no se limitaron a imitar los gustos y prácticas de las élites, sino que crearon diferentes modalidades de ocio. Todo lo moderno se experimentaba en el balneario: vestimentas, juegos, consumos, objetos, gustos,

⁴⁴ **La Mañana**, 10/3/1954.

⁴⁵ Véase fotografía de pescadores en la Playa Bristol. Pastoriza Elisa (Dir.), **Un mar de memoria...**; Op. Cit., p. 142.

⁴⁶ Véase Pastoriza Elisa, “Estado, gremios y hoteles, op.cit.

deportes. La playa, teatro diurno privilegiado, reflejó claramente los cambios del público y la nueva sociabilidad y consumo. Paulatinamente el bronceado se fue instalando como símbolo de prestigio, a la vez que modas menos estrictas en vestimentas y usos del cuerpo invadían las playas: aunque todavía en 1940 estaba prohibido circular por la rambla en malla, para los años cincuenta las jóvenes adoptaban rápidamente las mallas de dos piezas y algunas se animaban con la bikini. Sucesivas imágenes fotográficas y del humor gráfico publicado en las revistas y periódicos, como las famosas ilustraciones de Guillermo Divito en la Revista *Rico Tipo* dan cuenta del fenómeno.

2. Las transformaciones materiales del viaje

El proceso de democratización del turismo hasta ahora esbozado, estuvo en directa relación con otro de los hilos de la historia del turismo argentino en la primera mitad del siglo XX: el de transformación en la infraestructura, en los medios de transporte y en las prácticas del viajar.

2.1. El tren

En sus orígenes, el turismo nacional estuvo intrínsecamente ligado al tren. Las empresas de ferrocarril, en su mayoría en manos británicas, percibieron pronto las posibilidades de explotación turística de los ferrocarriles en la Argentina.

La vinculación Gran Hotel de turismo-ferrocarril como eje del turismo de elite, era ya moneda corriente en Europa. En la Argentina, desde finales del siglo XIX las empresas británicas, acompañando el desplazamiento estival de las elites, habilitaron estaciones, extendieron las vías férreas y construyeron ramales nuevos hacia los centros de veraneo, así sucedería, por ejemplo, con el Tren de las Sierras, en Córdoba.

Estas inversiones de las compañías se explican tanto por la percepción de un negocio potencial, familiar gracias a la experiencia europea, como por la capacidad de presión del estado provincial, los prominentes veraneantes y los empresarios hoteleros: muchos de ellos pertenecían a las altas esferas del gobierno, a los directorios argentinos de las empresas ferroviarias (por ejemplo el entonces Director del FCS, Guillermo Moores) o estaban vinculados con ellos por lazos de familia o amistad. Así, Pedro O. Luro, legislador de la provincia de Buenos Aires por el Partido Autonomista Nacional, con fuertes intereses económicos en la incipiente Mar del Plata, gestionó la visita en 1883 del gobernador de la provincia, Dardo Rocha, que se alojó en su casa, y que resultó una pieza clave en la obtención del ramal ferroviario al balneario en ciernes⁴⁷. Estas ramificaciones fueron tanto resultado de las fuertes presiones del estado provincial como de la competencia con el Ferrocarril Oeste (el otro ferrocarril de la región) y sucedieron en un contexto de expansión de los ferrocarriles en general y del Ferrocarril del Sud, en particular, cuyo tendido se cuadruplicó.⁴⁸

⁴⁷ Véase Alió, Enrique, **Historia completa de esta hermosa ciudad veraniega**, Mar del Plata, s/ed, 1920, p.120.

⁴⁸ Véase Rogind, William, **Historia del gran Ferrocarril del Sud**, Establecimiento Gráfico Argentino, Buenos Aires, 1937.

La concreción de la conexión ferroviaria fue clave para el éxito de Mar del Plata y de su gran hotel, el Bristol. No obtener los beneficios que aportaba el ferrocarril condenó en cambio a otros emprendimientos balnearios y hoteleros al fracaso: así, el monumental Gran Hotel Boulevard Atlantic, en Mar del Sur (1890) y que aspiraba a convertirse en un sofisticado centro de atracción para la élite, languideció mientras esperaba en vano la llegada del tren. Algo semejante le sucedió a la ciudad de Miramar: fueron muchos los años que pasaron para el arribo -recién en 1911- del ferrocarril a aquel balneario pampeano.⁴⁹

En segundo lugar, las empresas ferroviarias británicas buscaron participar de manera más directa en el negocio turístico, a través de la construcción de hoteles en ciertos puntos de los trayectos de sus líneas, con lo que esperaban, además, aumentar el caudal de pasajeros. La inversión de los ferrocarriles en la construcción de grandes hoteles (y por ende en la producción de lugares turísticos) era ya frecuente en Europa y Norteamérica especialmente desde el último cuarto del siglo XIX⁵⁰. En Latinoamérica, el caso argentino está entre los más precoces con la financiación en la construcción de lujosos hoteles desde la primera década del siglo XX, enclavados en alejados paisajes, escenario del descanso y de una exclusiva sociabilidad, a los que solo se accedía por ferrocarril.⁵¹ Nos interesa destacar dos casos de emprendimientos hoteleros a los que se llegaba solamente en ferrocarril: en primer lugar, el Club Hotel inaugurado en 1911 por el Ferrocarril Sud en las proximidades de la Sierra de la Ventana, un magnífico edificio estilo Tudor enclavado en un amplísimo parque, con 181 habitaciones, que los exclusivos establecimientos de turismo termal que el Ferrocarril Buenos Aires al Pacífico inauguró en Mendoza en los años veinte y treinta: Puente del Inca (1903), Uspallata (1936) y El Sosneado (1938)⁵². contaba con casino, cine, piscina y canchas de tenis, de golf y fútbol⁵³. Los ferrocarriles tuvieron también exitosos hoteles en Córdoba, como el Sierras Hotel, inaugurado en Alta Gracia en 1908 y adquirido en 1911 por el Ferrocarril Central Argentino inicialmente para sus ejecutivos, que se

⁴⁹ Véase Pastoriza, Elisa, **La conquista de las vacaciones...**, op.cit, pp. 75-77.

⁵⁰ Véase por ejemplo Pope, Rex, "Railway companies and resort hotels between the wars", **Journal of Transport History**, vol. 22, N°1, 2001.

<http://www.manchesteruniversitypress.co.uk/uploads/docs/220062.pdf> (consultado 12-1-2012).

⁵¹ En Chile, en cambio, recién en los años veinte la empresa de los Ferrocarriles del Estado se volcó a la promoción del turismo, construyendo grandes hoteles vinculados a ramales del ferrocarril en zonas remotas como el Lago Villarrica. En Brasil o en Uruguay los grandes hoteles no fueron construidos por los ferrocarriles. Véase Booth, Rodrigo, "Turismo y representación del paisaje. La invención del sur de Chile en la mirada de la *Guía del Veraneante* (1932-1962)", Revista electrónica **Nuevo Mundo Mundos Nuevos**, 2008. <http://nuevomundo.revues.org/index25052.html> (consultado 20-05-2008).

⁵² También existía un Gran Hotel Termal en otro de los ramales del ferrocarril Trasandino, en Cacheuta. Había sido construido en etapas, con capitales privados y estatales. Vease Lacoste, Pablo, "El Ferrocarril Trasandino y la invención de la montaña como espacio social", **Entrepasados**, N° 24-25, Buenos Aires, 2004.

⁵³ Construido con la misma lógica que sustentaba otros grandes hoteles, el edificio contaba con usina, granja y huerta propias y buena parte de los que se consumía se elaboraba en sus dependencias. Desde 1914 el hotel tuvo incluso su propio tren: el FCS construyó un ferrocarril de trocha angosta vinculándolo con la estación más cercana. El hotel tuvo una vida breve, cerrando sus puertas en 1920. Véase Rodríguez, Stella y Rodríguez, Sergio, **Club Hotel de la Ventana. La historia de un gigante**, Municipalidad de Tornquist, 2001.

convertiría en un elegante hotel para la elite⁵⁴. Muchos de estos proyectos fueron en un comienzo motorizados por empresarios locales con otros intereses en la zona y se llevaron adelante a través de sociedades subsidiarias de los ferrocarriles que integraban a esos otros socios privados: es el caso de la participación del grupo empresario dirigido por Ernesto Tornquist en la construcción del hotel de Sierra de la Ventana o del comerciante Guillermo Franchini en el de Alta Gracia⁵⁵.

Finalmente, el ferrocarril también puso en juego estrategias promocionales que apuntaban a fomentar el turismo y a aumentar el caudal de pasajeros, como los “*boletos combinados*” a Mar del Plata o las tarifas para viajes de fin de semana. En realidad los Ferrocarriles del Estado habían sido pioneros en este tipo de políticas, implementadas sobre todo al Norte del país. En 1922 la empresa estatal ensayó la venta de “*boletos kilométricos*” para los viajes al Norte, más económicos, y en el invierno de 1923 organizó una excursión colectiva a Tucumán y Salta⁵⁶. Los ensayos se repitieron en la década siguiente: en 1934, por ejemplo, se pusieron en venta boletos de turismo a precios reducidos y boletos especiales para docentes y estudiantes para los ferrocarriles Central Norte Argentino y del Este⁵⁷. Esta política de la empresa estatal buscaba, por supuesto, aumentar el número de pasajeros y los beneficios para la compañía; pero respondía, sobre todo, a un imaginario en gestación en los años veinte, que veía en el turismo la clave para el despegue de áreas atrasadas y pobres.

A finales de los años treinta el ferrocarril se enfrentó por primera vez, claramente, a la competencia del automóvil. El gobierno de Agustín P. Justo emprendió de manera decidida la construcción de un sistema de caminos nacionales que siguió, en general, la traza de la red ferroviaria: con nuevos recursos y una gestión centralizada los caminos transitables todo el año pasaron de 2000 km en 1932 a cerca de 30.000 en algo más de diez años⁵⁸. Los ferrocarriles procuraron ganarle la pulseada al automóvil con un sinfín de estrategias comerciales, usando una profusa folletería y propaganda en torno a las ventajas del viaje en tren⁵⁹. En el mediano plazo, los ferrocarriles fueron desplazados por los automotores, aunque durante la mayor parte de las décadas del treinta y el cuarenta el tren continuó siendo el medio más rápido, seguro y confortable de traslado y conservaría por muchos años más un papel muy importante⁶⁰. Esto era particularmente

⁵⁴ Unos años más tarde, en 1922, el Ferrocarril Trasandino inauguró el Hotel Yacanto, sobre el ramal a Villa Dolores, también inicialmente destinado a los directivos de la empresa.

⁵⁵ En el proyecto de la Sociedad del Club Hotel de Sierra de la Ventana participó además del FCS, el propietario de las tierras, Manuel Lafnez.

⁵⁶ Véase “Turismo Argentino”, en **Revista del Touring Club Argentino** (en adelante *TCA*), julio de 1923, pp. 5218-5220. La excursión costaba \$600, lo que equivalía, por esos años a casi el triple de los ingresos mensuales de un empleado raso del municipio porteño.

⁵⁷ Véase “Zona de turismo invernal en Catamarca y La Rioja”, en *TCA*, octubre de 1931, pp. 295-296; “Boletos de turismo por los Ferrocarriles del Estado”, en *TCA*, agosto de 1934, p. 234

⁵⁸ Ballent, Anahí y Gorelik, Adrián, “País urbano o país rural: la modernización territorial y su crisis”, en Cataruzza, Alejandro (dir.). **Nueva Historia Argentina, tomo VII, Los años treinta**, Sudamericana, Buenos Aires, 2002 p. 159.

⁵⁹ Véase Pastoriza, **La conquista de las vacaciones...**, op.cit, pp. 119-120.

⁶⁰ El viaje en tren a Bariloche, por ejemplo, demoraba en 1938, gracias los nuevos coches diesel, unas 30 horas, mientras el viaje en automóvil llevaba entre dos y tres días; los caminos fuera de la provincia de Buenos Aires no estaban pavimentados y era muy difícil reabastecerse de combustible o repuestos. Aún así resultaba mucho más costoso el viaje en ferrocarril que en automóvil. Véase **Memoria de la Dirección de**

cierto sobre todo en destinos más alejados de la ciudad de Buenos Aires como Mendoza, los lagos del Sur o incluso las sierras de Córdoba. Quienes podían afrontar el gasto, preferían en muchos casos enviar sus vehículos por ferrocarril, y utilizarlos solamente para pasear por los pintorescos caminos turísticos provinciales.

El descenso de las tarifas ferroviarias tras la estatización de los ferrocarriles durante el peronismo, modificó el perfil de sus usuarios y le garantizó un estable segundo puesto como medio de transporte durante algunas décadas más. También implicó la adquisición de los hoteles de las compañías ferroviarias, que se destinaron al turismo social; algunos de los hoteles, como Puente del Inca, pasaron a ser administrados por la FEP; otros, como el de Uspallata, fueron traspasados o vendidos a los sindicatos.

2.2. El auto

La difusión del automovilismo en la Argentina fue un proceso casi simultáneo con el acceso de los sectores medios a las vacaciones. Frente al veraneo de las élites, el turismo de los sectores medios se caracterizaba por sus restricciones en el tiempo y en los recursos que podían invertirse en ellas y dio lugar a prácticas recreativas novedosas, en las que el automóvil jugó un rol importante.

La Argentina tenía hasta mediados de los años treinta una situación paradójica: desde los años veinte era el país de Latinoamérica con más automóviles, tanto en términos absolutos como en relación con su población; sin embargo, como vimos, la cantidad de caminos transitables todo el año era muy escasa y su mantenimiento muy deficiente⁶¹. La mayor parte de los caminos eran de tierra y pocos de ellos contaban con obras básicas, como el abovedado o las alcantarillas, lo que los hacía impracticables cuando llovía. También carecían de señales, por lo que resultaba fácil extraviarse. Con la excepción de algunos aventureros la mayoría de los propietarios de automóviles se limitaban a circular en las ciudades y sus alrededores.

Estas deficiencias fueron percibidas como un problema cada vez más acuciante por la opinión pública, al calor de la rápida multiplicación del parque automotor, los cambios técnicos de los autos y su consagración como medio de transporte. Dos asociaciones civiles, que tuvieron gran crecimiento durante la entreguerra, el Automóvil Club Argentino (ACA) y el Touring Club Argentino (TCA), canalizaron estas demandas y buscaron movilizar a la opinión pública y presionar al Estado para que

Parques Nacionales de 1938, 1939, p. 88. En la temporada 1937-8 llegaron alrededor de 550 turistas en automóvil, mientras 1600 lo hicieron en ferrocarril; la temporada siguiente las cifras fueron de 3.200 y 2900 respectivamente. Véase *Ibíd.*, p. 90.

⁶¹ A mediados de los años veinte, la proporción entre habitantes y vehículos en la Argentina era similar a la imperante en Francia y Alemania. El desarrollo vial era, sin embargo, muy pobre, aún comparado con otros países latinoamericanos. Así, por ejemplo, en 1926 Argentina contaba con 1200 km de camino "posible", unos 0,008 kilómetros por cada vehículo a motor que circulaba en el país; Chile en cambio, que tenía menos del 8% del volumen de automotores de la Argentina, contaba con más del doble de la extensión de caminos en buen estado, lo que daba una proporción de 0,35 kilómetros de camino por vehículo. Véase "Estadística Mundial de Automóviles", en revista **Caminos y turismo**, 46, Santiago de Chile, marzo de 1927, p. 864.

diera solución a la cuestión vial⁶². El gobierno de Alvear se preocupó por el asunto y comenzó a invertir en la mejora de algunas rutas. También las provincias procuraron construir o mejorar sus caminos internos: Córdoba, por ejemplo, contaba para finales de la década del veinte con numerosos circuitos para paseos en automóvil en muy buen estado.

Los clubes de automovilistas colaboraron de manera crucial en la mejora de los caminos. El relevamiento de los caminos, la información sobre su estado de transitabilidad y la instalación de señales camineras quedó en manos del ACA y el TCA. La cooperación práctica de los clubes funcionó, en algunos casos, incluso como un reemplazo de la acción estatal: desde 1926 el ACA, con el aporte económico de los importadores de automóviles y neumáticos, se encargó del mantenimiento permanente de algunos caminos. Esta labor de los clubes desempeñó un papel fundamental en volver realmente practicable el temprano turismo en automóvil en la Argentina. Tomemos por ejemplo el caso del camino directo de Buenos Aires a Mar del Plata (la futura Ruta Nacional Dos); construido a partir de una serie de caminos y huellas locales, siguiendo el recorrido del ferrocarril y atravesando estancias, el camino a Mar del Plata adquirió su entidad como tal en buena parte a través de las acciones del ACA. En 1922 dirigentes del club lo recorrieron en automóvil, en un “raid” en el que simultáneamente se instalaron algunas precarias señales y se recogieron los datos para levantar el primer plano del camino, consagrando así su existencia como ruta. Para fines de la década del veinte, el club tenía montada toda una infraestructura para el viaje en automóvil al balneario: casillas camineras que proveían de combustible, repuestos y refugio los viajeros, una estación de descanso en la localidad de Maipú, una pasarela para el cruce del río Samborombón y el servicio de un coche “piloto” que salía y regresaba todas las semanas durante la temporada estival guiando a caravanas de veraneantes. La existencia de casillas camineras era un elemento particularmente sensible, ya que los automóviles tenían todavía una autonomía muy limitada y era frecuente (sobre todo en caminos de tierra) que requirieran reparaciones menores o cambios de neumáticos a lo largo de la travesía.

Como vimos, los años treinta inauguraron una etapa de desarrollo de una política vial mucho más decidida y sistemática⁶³. Si bien la malla de los caminos nacionales reproducía, con sus insuficiencias, el trazado de las vías férreas, la construcción simultánea de las provinciales financiados con ayuda federal, densificó la trama vial. Para finales de la década el automóvil se había convertido en una alternativa al ferrocarril para el viaje a destinos turísticos tradicionales y también había permitido el

⁶² En 1931 uno de cada 7 automovilistas eran socios de alguno de los dos clubes. Véase Piglia, Melina, “Asociaciones civiles y Estado en los años veinte: las intervenciones públicas del Automóvil Club Argentino y del Touring Club Argentino en materia de vialidad y turismo.”, **Revista de Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe**, Universidad de Tel Aviv, Israel, volumen 19, N° 2, diciembre de 2008.

⁶³ La cuestión caminera fue un tema central en la agenda de los gobiernos surgidos tras el golpe de 1930. La decisión de emprender una activa política caminera se enmarcaba en las dificultades de la economía agroexportadora y en su respuesta, la ampliación de la intervención del Estado en la economía y la sociedad. Véase García Heras, Raúl, **Automotores norteamericanos, caminos y modernización urbana en la Argentina, 1918-1939**, Libros de Hispanoamérica, Buenos Aires, 1985.

desarrollo de nuevos centros y circuitos y de una hotelería más modesta asociada a ellos.

Las estaciones de servicio eran el complemento necesario de esta red vial. El ACA firmó a mediados de 1936 un provechoso convenio de exclusividad para la venta de los productos de YPF; a cambio YPF le proveía de un crédito en productos, gracias al cual pudo construir casi 80 estaciones de servicio en todo el país entre 1937 y 1943, llegando a 96 en 1951. Esta primera red nacional de estaciones de servicio fue clave en la puesta en uso de muchas de las nuevas vías como la ya mencionada ruta pavimentada a Mar del Plata, la que atravesaba la región de Cuyo y llegaba hasta Mendoza en la frontera con Chile, la ruta del Noroeste (Tucumán, Salta, Jujuy), la ruta a Bariloche o los caminos internos del Parque Nacional Nahuel Huapi⁶⁴.

“El domingo ha dejado de ser el día del Señor para mudarse en el del automóvil”

Sostenía la revista *El Hogar* en 1933, reflejando el fenómeno cada vez más extendido del excursionismo⁶⁵. Mientras un creciente -pero todavía reducido- número de turistas se aventuraba, a fines de los años veinte o principios de los treinta, a realizar trayectos largos en automóvil, la mayoría, alentada por las mejoras de los caminos y los cambios técnicos en los autos, que se hicieron más confiables y confortables, se aficionaba a los paseos por los alrededores de la ciudad, visitando localidades cercanas, estancias o balnearios o practicando el camping y el pic-nic. El ACA alentaba particularmente estas prácticas, organizando excursiones y adquiriendo, forestando y equipando algunos predios para el recreo⁶⁶. El excursionismo en automóvil se volvió también, a fines de los años treinta y a principios de los años cuarenta, patrimonio de las capas más altas de los sectores populares: el mismo automotor que se utilizaba para trabajar durante la semana (el taxi, el pequeño camión de reparto, fuera o no propiedad del usuario), podía servir para llevar familia y amigos de paseo fuera de la ciudad; en ocasiones especiales, además, podía alquilarse un coche para pasear.

El turismo de media y larga distancia en automóvil, en cambio, adquirió una escala más considerable recién a fines de la década del treinta, con los avances en la construcción de la red nacional de caminos. Implicó una nueva modalidad del viaje, en la que el recorrido, pensado en sí mismo como paseo, era igual o más importante que la llegada al destino final. El viaje al Norte del país o a Cuyo, por ejemplo, definido por cada familia sobre la base de una guía caminera, permitía ir enlazando puntos panorámicos y diversos atractivos naturales, culturales o históricos, con breves estadías en los sitios de interés⁶⁷. El viaje en auto permitía, además, acceder a lugares a los que

⁶⁴ Las estaciones dentro del parque se construyeron entre 1940 y 1943. Las del camino Bahía Blanca-Bariloche, recién a finales de los años cuarenta y principios de los cincuenta.

⁶⁵ Véase Cancela, Arturo, “Definición del turismo y del turista”, *El Hogar*, 30 noviembre de 1933, p.13

⁶⁶ Véase Piglia, Melina, “Ciudades de lona: el ACA y la construcción de los campings como lugares turísticos en la entreguerra (1926-1940)”, en Lois, Carla y Zusman, Perla (coord.), **Viajes y geografías. Turismo, migraciones y exploraciones en la construcción de lugares**, Ed. Prometeo, Buenos Aires, 2008.

⁶⁷ Véase Ballent, Anahí, “Monumentos, turismo e historia: imágenes del noroeste en la arquitectura promovida por el estado, 1935-1945”, en **Jornadas Perspectivas históricas sobre el estado argentino**; Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, 2003.

el ferrocarril no llegaba, como los balnearios al norte o al sur de Mar del Plata, en los que florecieron campamentos y pequeños hoteles y hosterías. Finalmente, el acceso en automóvil a los destinos turísticos ya consagrados, impactó en las propias prácticas recreativas en ellos, alentando las excursiones por los alrededores como un elemento importante de los hábitos de los turistas. En el caso de Mar del Plata, por ejemplo, la motorización de una buena parte de los turistas que llegaban cada temporada al balneario (52% en la temporada 1940-41) y que realizaban excursiones a los barrancos al sur del faro, impulsó la construcción por parte del gobierno provincial del camino a Miramar, concebido como un “*park-way*”, con espacios para pic-nic, confiterías y pesca deportiva, que se inauguró en 1940⁶⁸. Motivó también a las asociaciones de fomento de Mar del Plata y de localidades turísticas (o que aspiraban a serlo) a procurar convertir al gran balneario en un nudo dinamizador de un circuito turístico más amplio, “*Mar y Sierras*” y a pensar estrategias conjuntas para publicitarlo⁶⁹. El proyecto se apoyaba a su vez en las posibilidades abiertas por la extensa obra pública del gobernador Fresco (, con las nuevas rutas provinciales que unían los balnearios de Mar del Plata, Miramar y Necochea y las localidades serranas de Azul, Tandil y Balcarce, y las obras de mejora y embellecimiento emprendidas en todas esas ciudades.

Si bien las elites, más cosmopolitas, estaban familiarizadas con el turismo en automóvil y otras formas modernas de recreación, la difusión de esta práctica entre los nuevos automovilistas implicó una labor pedagógica. Era necesario, en primer lugar, convencer a los potenciales turistas de que el viaje por placer en automóvil era posible y, sobre todo, deseable. El automóvil, se insistía, permitía el viaje “*libre*”, individual o familiar; participaba, en ese sentido, del ideal de domesticidad de los sectores medios, marcado por el énfasis en la privacidad y la centralidad de la familia⁷⁰. Los planos, mapas y guías editados por los clubes de automovilistas, los relatos de viajes, los artículos informativos en revistas y periódicos, pero también las carreras en carreteras, organizadas por el ACA y otros clubes y que se volvieron muy populares en los años treinta y cuarenta, fueron elementos centrales en la construcción de las nuevas representaciones sobre el viaje en automóvil. A la vez, estos dispositivos, contribuyeron decisivamente a canonizar a una serie de destinos como paisajes nacionales, a integrar desde el punto de vista simbólico al territorio nacional y a construir y fijar los modos de ver y de gozar de los atractivos turísticos y de enlazarlos para montar recorridos patrióticos⁷¹.

⁶⁸ Véase Pastoriza, **La conquista de las vacaciones...**, op.cit, pp 117-118.

⁶⁹ Las acciones emprendidas por la “Asociación Mar y Sierras” no parecen haber tenido gran impacto más allá de la organización, desde 1942, de una popular carrera a lo largo del circuito.

⁷⁰ Véase Giucci, Guillermo, **La vida cultural del automóvil. Rutas de la modernidad cinética**, Universidad nacional de Quilmes Editorial y Prometeo 3010, Bernal, 2007; Liernur, J. Francisco, “Casas y Jardines. La construcción del dispositivo doméstico argentino, 1870-1930”, en: Devoto, F. y Madero, M., **Historia de la vida privada en Argentina**, tomo 2, Buenos Aires, Taurus, 1999

⁷¹ Sobre las postales y la circulación de imágenes “sublimes” de la patria, véase Silvestri, Graciela, “Postales argentinas”, en Altamirano, Carlos (ed.), **La Argentina en el siglo XX**, Ariel-UNQui, Buenos Aires, 1999.

3. A modo de cierre.

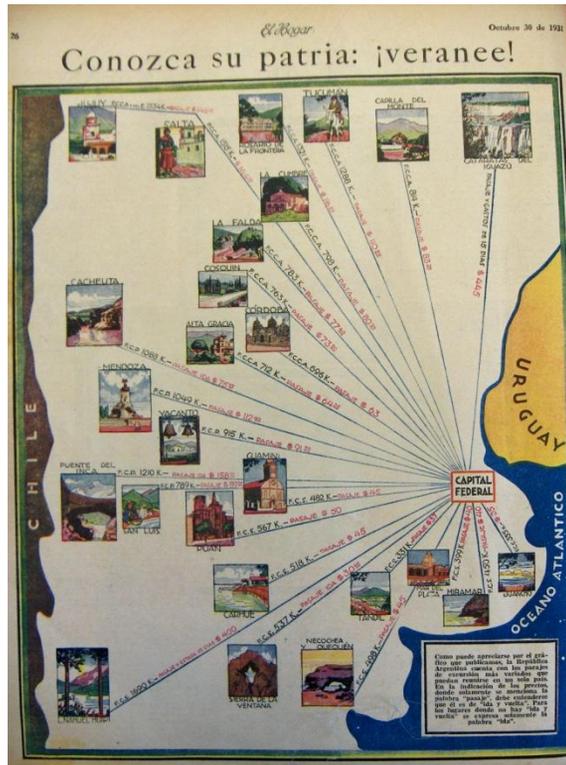
La perspectiva escogida nos ha permitido recorrer, sucintamente, los orígenes del turismo nacional, siguiendo los procesos de democratización del turismo, de transformación de la infraestructura y los medios de transporte, como también el surgimiento de nuevos lugares turísticos y novedosas prácticas. Del veraneo de la elite al turismo de los sectores medios y los comienzos del turismo social, de los viajes en tren al turismo en automóvil, de la temporada en Mar del Plata y Córdoba, al desarrollo de nuevos destinos como los lagos del Sur, el noroeste o las Cataratas del Iguazú. A lo largo de la primera mitad del siglo XX la Argentina se transformó en un país de turismo y, cada vez más, en un país de turistas. El turismo nacional se afirmó como una práctica masiva y estandarizada, un consumo disponible para un número creciente de actores sociales, y Estado, empresas y asociaciones civiles vieron en él una industria, una opción de desarrollo para las regiones “atrasadas” y una práctica cuya difusión prometía estimular el patriotismo, la integración nacional, la concordia social y la salud pública.

En este marco su desarrollo fue así el resultado de múltiples transformaciones sociales, económicas, tecnológicas y culturales, en la Argentina y en el mundo: la movilidad social ascendente y las lógicas de la emulación social, el gusto por el aire libre y las preocupaciones por las enfermedades asociadas a la vida urbana, las transformaciones de los medios de transporte o los conflictos mundiales que alejaron a las elites locales del viaje a Europa, también constituyeron factores importantes. A la vez el turismo interno, fue moldeado –como se ha mostrado– por políticas públicas, directas o indirectamente dirigidas a fomentarlo, y por las acciones de empresarios privados y asociaciones, que contribuyeron a construir los lugares turísticos como tales y a darle forma a las nuevas prácticas recreativas.

Esta construcción no fue solo material; en los años que van de 1920 a 1950, paisajes, balnearios, ciudades, sitios históricos se fueron construyendo como lugares turísticos y como parte del inventario de las riquezas argentinas también en un sentido simbólico. La propaganda turística, las postales, las películas, las radioconferencias, las exposiciones, las imágenes en diarios y revistas, construyeron nuevas imágenes del territorio nacional y de sus potencialidades económicas. Esta construcción cristalizó en torno a dos dispositivos de representación, el mapa y el calendario turístico, que se articularon entre sí en función de las estaciones, los climas y su posible efecto en el confort y la salud de los turistas: así la propaganda turística planteaba un menú de turismo estival, con sus opciones de mar, sierra o montaña y otro de turismo de invierno, con sus recorridos histórico-culturales por el Norte o Cuyo, los paisajes sublimes de las Cataratas del Iguazú o la exclusiva –y todavía poco frecuentada– práctica de los deportes de nieve en el parque Nahuel Huapi⁷². El imperativo de conocer

⁷² Inventariar y establecer estos mapas y calendarios, fue uno de los objetivos principales de todos los organismos públicos creados entre 1938 y 1946 para ocuparse de la organización y promoción del turismo. Un buen ejemplo al respecto es la obra de propaganda **Visión de la Argentina** (1950), publicada por la AGPT. Véase Lois, Carla y Troncoso, Claudia, “Políticas turísticas y peronismo. Los atractivos turísticos promocionados en Visión de la Argentina (1950)”, **Revista PASOS**, vol. 2, Nº 2, 2004. Véase también Silvestri, Graciela, **El lugar común: Una historia de las figuras del paisaje en el Río de la Plata**. Buenos Aires, EDHASA, 2011.

la Patria profunda, otrora patrimonio de aventureros de la elite, comenzó a dirigirse a los sectores medios y se amalgamó con el proceso de mercantilización de los lugares turísticos, contribuyendo a la vez a la integración simbólica del territorio y al refuerzo de la identidad nacional.



“Conozca su patria: ¡veranee!”. Revista El Hogar, 30-10-1931.

