



LOS *ALL INCLUSIVE* DEL TURISMO SOCIAL

LA CONSTRUCCIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO A TRAVÉS DE LA UNIDAD TURÍSTICA DE CHAPADMALAL

TESIS DE GRADO - LICENCIATURA EN TURISMO

ELIÁN SOUTULLO

TESISTA

LEGAJO 85237/6

eliansoutul@gmail.com

MARÍA EMILIA SANDRÍN
DIRECTOR

MAYO 2018

Agradecimientos...

A mi familia, por su apoyo incondicional

A mi directora, Emilia, por su paciencia y predisposición

A mis amigos, por los buenos momentos de diversión y distracción

A todos los que de alguna u otra forma me acompañaron en este viaje

Resumen

La consolidación del turismo como una práctica social universalizada dio lugar a la proliferación de diversos espacios con lógicas distintas. Entre ellos, los enclaves turísticos constituyen una de las espacialidades más repetidas y estudiadas en la historia del turismo. Estos enclaves son espacios cerrados y artificiales, producidos bajo una lógica de dominación, donde se intenta mantener al turista dentro de unos límites establecidos, brindándole todos servicios que requiere y satisfaciendo todos sus deseos. Las grandes cadenas hoteleras y los cruceros son claros ejemplos de estos espacios, aunque el análisis puede escapar a otras iniciativas, sean de carácter privado o público.

En Argentina, el gobierno peronista impulsó a mediados del siglo XX el Turismo Social, como una política que apuntaba a la democratización de la actividad turística, permitiéndole a muchas personas viajar y realizar actividades recreacionales en algún destino del país. Esta política se materializaba con la implementación de planes sociales que, entre otras posibilidades, ofrecían una estadía en las Unidades Turísticas construidas por el gobierno. El caso de la colonia de vacaciones de Chapadmalal fue uno de los más icónicos, en tanto se constituía como un complejo hotelero de una dimensión inédita y con excesivas comodidades, para un público que no estaba acostumbrado a ese lujo. Las características del complejo y los elementos simbólicos en torno a su construcción por parte del gobierno lo tornan asimilable con el modelo de enclave turístico.

Palabras claves: espacio - enclave turístico - peronismo - turismo social

Índice

| | |
|--|----|
| Introducción | 5 |
| Fundamentación | 6 |
| Objetivos..... | 6 |
| Metodología | 6 |
| Capítulo I: Marco Teórico | 8 |
| El espacio social | 8 |
| Espacio, territorio y turismo..... | 11 |
| Enclave turístico, ¿una forma de dominación del espacio? | 14 |
| Conclusiones del capítulo | 17 |
| Capítulo II: El turismo social del peronismo | 18 |
| La aparición del turismo social en el mundo | 18 |
| Acerca del peronismo | 19 |
| El mapa turístico del peronismo | 22 |
| Turismo social y propaganda | 24 |
| Conclusiones del capítulo | 31 |
| Capítulo III: El all inclusive de Chapadmalal | 33 |
| La colonia de vacaciones..... | 33 |
| El enclave turístico de Chapadmalal | 35 |
| El lujo popular, retórica espacial | 39 |
| La colonia y los procesos de construcción espacial | 42 |
| Conclusiones | 45 |
| Bibliografía | 47 |
| Fuentes de información | 52 |

Introducción

Espacio y turismo, turismo y espacio. Quizás sean estos dos conceptos demasiado complejos como para poder establecer una relación única e incuestionable. Y es que los estudios en turismo han variado en su entendimiento sobre el espacio, visto tradicionalmente como un mero escenario donde los procesos sociales (inclúyase al turismo dentro de este rótulo) suceden, o incluso, como un producto de consumo en sí mismo, y llegando a ser convertido en una suerte de entidad, capaz de tomar partida en cualquier discusión que se quiera entablar alrededor de este (Almirón, 2004). La razón de esa diversidad de enfoques es atribuible al carácter transversal del turismo con otras disciplinas científicas, lo cual sujeta su entendimiento a los avances particulares de aquellos estudios que abordan la dimensión espacial del turismo.

Mientras que desde el punto de vista de los estudios sobre el espacio, provenientes de las ciencias sociales, el turismo no ha sido considerado como una variable de estudio con demasiada relevancia en los procesos de construcción espacial. Al menos frente a otros procesos o prácticas, ya sean de carácter político, cultural, social o económico, parece haber quedado relegado.

Sin embargo, la realidad muestra que el turismo ha estado presente a lo largo de la historia, adquiriendo diversas formas, en discursos y planes políticos, decisiones económicas y todo tipo de relaciones sociales que se establecen entre individuos y comunidades en torno al desplazamiento turístico. Se puede mencionar, a modo de ejemplo, la inclusión del derecho a unas vacaciones pagas dentro de la Declaración Universal de los Derechos Humanos en 1948 (Pastoriza, 2011). Claro que esto no se trató de un hito aislado, sino que fue el fruto de un largo proceso político llevado adelante de manera fraccionada alrededor del globo.

A partir de ese evento, el turismo fue ganando lugar en las agendas de los países, como una herramienta de democratización, que permitía extender el derecho al ocio y el disfrute a toda la población. Esto dio lugar a una transformación de los espacios, en tanto se cedía lugar a las lógicas del turismo introducidas por los distintos actores que tenían algún tipo de interés en desarrollarlo.

Está claro que en estas luchas por la apropiación de espacios, el capitalismo logró absorber las cualidades del turismo como actividad económica generadora de riqueza, pero se entiende que se trascendió esa visión, y muchos gobiernos supieron ver el potencial del mismo más allá del beneficio económico, promoviéndolo como un medio para el desarrollo humano.

El resultado de todo esto fue nada más ni nada menos que un crecimiento exponencial en la aparición de los que pueden denominarse espacios turísticos, construidos cada uno de acuerdo a las peculiaridades del lugar y la época, y moldeados por aquellos que detentaban el poder en ese momento histórico. Esta premisa supone que existe un sinnúmero de espacios en permanente construcción, por lo que sería imposible estudiarlos todos para llegar a algún tipo de proposición con carácter universal sobre la dinámica entre turismo y espacio. Pero no impide que se pueda avanzar en la realización de estudios particulares que contemplen la complejidad del tema, así como tampoco impide indagar en la construcción de categorías teóricas.

Esta tesis supone un esfuerzo en este sentido. Lejos de querer ser exhaustivo, el trabajo indagará en la caracterización de un proceso de construcción del espacio turístico que tuvo lugar en Argentina, en torno a la consolidación del Turismo Social como política pública durante el primer gobierno del peronismo. Si se logra lo cometido, al finalizar el trabajo probablemente se tendrán más preguntas que respuestas, las cuales permitirán avanzar en el análisis crítico del turismo y la generación de nuevos conocimientos.

Fundamentación

Siguiendo con lo mencionado, esta tesis se fundamenta en una aportación teórico-práctica que permitirá comprender y reflexionar en torno a los procesos que se dan por la intervención de las lógicas del turismo en la construcción del espacio y el territorio. Dado que no existen demasiadas investigaciones con un abordaje que considere la complejidad del tema, resulta pertinente realizar un estudio desde una perspectiva crítica.

En relación a la teoría, se espera profundizar en el entendimiento del espacio turístico, a través de las aportaciones de diversas disciplinas que han estudiado al espacio y su construcción social, como la geografía, la sociología y la antropología, y la contribución de conceptos propios de la literatura científica del turismo.

Por su parte, la historia del turismo en Argentina deja algunos procesos interesantes para su estudio, tal es el caso de la implementación del Turismo Social como política pública durante el primer período de gobierno peronista. Muchos de los estudios realizados sobre el tema presentan un enfoque similar, donde se celebra y enaltece esta política social, pero no se da tanto lugar al abordaje de las repercusiones políticas y sociales que conllevaba. Siendo que se trató de un proceso político importante, donde la dimensión espacial jugó un rol preponderante, se buscará presentar un estudio de caso que permita ampliar la mirada. Entiéndase que no se persigue desacreditar la política de Turismo Social llevada adelante por el peronismo, ni mucho menos todo lo estudiado sobre la misma, sino que por el contrario, se intenta brindar un panorama más completo, formulando preguntas que quizás no se han tenido tan en cuenta hasta el momento y cuestionándose, particularmente, un modelo de turismo que lleva a la fragmentación espacial y la división social.

Objetivos

Objetivo general:

- Reflexionar en base a la construcción espacial del Turismo Social en Argentina durante el primer gobierno peronista, tomando a la Unidad Turística de Chapadmalal como caso de estudio.

Objetivos específicos:

- Releva distintas teorías referidas a la construcción social del espacio y el territorio.
- Describir la relación entre turismo, espacio y territorio, enfocándose en el concepto de enclave turístico.
- Caracterizar el origen del Turismo Social en Argentina como una política pública impulsada por el peronismo.
- Analizar las implicancias territoriales que tuvo la construcción del espacio turístico en la Unidad Turística de Chapadmalal durante el período 1946-1955.

Metodología

Para dar respuesta a los objetivos planteados, se utilizó un enfoque cualitativo basado en una estrategia de triangulación, esto es, una combinación de técnicas de documentación, observación y conversación (Valles, 1999).

En primera instancia, se hizo una revisión bibliográfica de los principales conceptos trabajados con el fin de construir un marco teórico que considere las aportaciones de diferentes disciplinas.

Luego, a través de un estudio historiográfico se reflexionó en base a la construcción del espacio turístico durante el peronismo, en particular sobre el Turismo Social. En este sentido, se aplicó una investigación documental (Valles, 1999), valiéndose de diversos trabajos de investigación que hacen alusión al Turismo Social y documentos de la época, como planes de gobierno, artículos de revistas, videos e imágenes que formaban parte de la propaganda institucional, entre otros.

Con el fin de profundizar en la investigación, se propone tomar como caso de estudio a la Unidad Turística de Chapadmalal. Para esto, se analizaron documentos referidos a la historia de este establecimiento y se coordinó una visita al sitio, que permitió recorrer y conocer las instalaciones en profundidad, registrando la misma a través de notas de campo y fotografías. Además se realizaron entrevistas a personas que cumplen funciones administrativas en el sitio, donde además se ubica el Museo Eva Perón, para conocer más sobre su historia y su funcionamiento. Las entrevistas fueron semiestructuradas, en tanto existían algunas preguntas preestablecidas pero se les dio un margen a los entrevistados para expresarse libremente sobre los temas de interés para el investigador (Ander-Egg, 1993). De esta manera, se cumple con la estrategia de triangulación, brindando un abordaje más integral de la problemática.

Capítulo I: Marco Teórico

A continuación se expondrán los principales conceptos que aborda la tesis, partiendo de la discusión académica en torno al espacio y sus formas de interpretación. Para esto, se remarca la importancia de enriquecer al estudio con aportaciones de diversos autores que han tratado el tema, abriendo la posibilidad de reflexionar y repensar, a medida que avance el trabajo, en torno a algunas categorías teóricas y líneas de análisis.

Luego, se indagará en el concepto de territorio y su relación con el espacio, introduciendo al turismo como una práctica social capaz de interactuar con la dinámica existente entre ambos aspectos. Hacia el final del capítulo, se presentará la noción de enclave turístico, la cual permitirá territorializar la problemática de estudio.

El espacio social

Ante todo, hay que subrayar que el concepto de espacio aquí tratado proviene del campo de estudio de las ciencias sociales, sitio en el que supera la mera referencia a lo físico. Esto quiere decir que no se trata de un espacio ajeno a lo social, es decir, al accionar de la sociedad con todos sus mecanismos de vinculación y significación. En una contundente premisa, Lefebvre (1974) afirma que "el espacio (social) es un producto (social)". Y sobre este postulado se sostiene el trabajo. Sin embargo, el cómo se produce (o construye) ese espacio es otro tema, y precisa profundizar en algunos aspectos teóricos que se desarrollarán a continuación.

El uso del vocablo "producción", denota claramente la alusión al capitalismo como sistema político-económico dominante del mundo social. Sin embargo se hará referencia al mismo con una mirada que excede ese marco, entendiendo que no todo proceso social se da bajo una lógica de producto-consumo, y que por lo tanto el espacio no puede ser tomado como un simple bien que brinda utilidad a quienes hacen uso de él. En este sentido, producir se asimila a construir.

Como señala Lefebvre (1974), "los hombres, en tanto que seres sociales, producen su vida, su historia, su conciencia, su mundo. Nada hay en la historia y en la sociedad que no sea adquirido y producido" (p. 125). La lógica de toda producción consiste en disponer una serie de actos sucesivos teniendo un cierto objetivo (el objeto a producir), pero esto no implica que el espacio sea un mero resultado de un proceso y adquiera un carácter pasivo en esa producción. Por el contrario, el espacio puede considerarse un producto que se consume, pero que no es como los demás dado que él mismo interviene en su producción. Organiza los flujos de la sociedad que lo configuran, y que a su vez quedan determinados por él.

Como propone Milton Santos, el espacio es una instancia social que participa en su propia producción, conteniendo a las otras instancias de la totalidad social y siendo, a su vez, contenido por éstas. Se encuentra formado tanto por los resultados materiales de las actividades humanas a través del tiempo como por las acciones actuales que le otorgan un nuevo sentido y valor (Santos, 1996).

Siguiendo esta línea, Harvey (en Delgado, 2001) afirma que la producción social del espacio es un escenario de lucha política y confrontación social donde se hacen presentes las diferencias de clase, de género, culturales, religiosas y políticas. Así, el espacio adquiere una relevancia para el estudio de los procesos sociales. Los espacios simbólicos y la semiótica de los órdenes espaciales, producen relatos que pueden ser leídos en términos sociales, en tanto le brindan a la sociedad la posibilidad de llevar adelante distintas actividades, como la producción, la residencia, el ejercicio de la política, el esparcimiento, entre otras (Santos, 2009).

Ahora bien, la idea de una construcción social del espacio no significa que este sea subjetivo y arbitrario. Todas las personas están sometidas a una estructura objetiva del espacio y tiempo, en tanto la sociedad funciona y condice, a través de estos, las relaciones entre individuos y grupos. La determinación de ese espacio-tiempo está muy arraigada a los sistemas de poder y las relaciones sociales que se dan en una sociedad, y que por tanto, no son políticamente neutrales (Harvey, 1994). En este sentido, Massey (1992) afirma que si la organización espacial es un eje del funcionamiento de la sociedad y su evolución, lejos de ser estático, el espacio está implicado en la producción de la historia, y por consiguiente, en la política.

Bourdieu (1985) destaca que se puede representar el mundo social bajo la forma de un espacio, construido bajo la base de principios de diferenciación, que llevan a definir a los agentes (sociales) con diferentes grados de poder por sus posiciones relativas en ese espacio. Para este autor, las estructuras espaciales estructuran no sólo la representación del mundo del grupo sino el grupo como tal, que se ordena a sí mismo a partir de esta representación (Bourdieu, 1977).

Por lo mencionado, el espacio puede ser visto como un campo de batalla donde las clases interactúan mediante el ejercicio de la fuerza simbólica, buscando apropiarse de determinadas prácticas o bienes que les permitan distinguirse en el mundo social. El espacio está, por su naturaleza, cargado de poder y simbolismos que lo transforman en una compleja red de relaciones que se mueven alrededor de la dominación-subordinación y la solidaridad-cooperación (Massey, 1992). Desde esta postura, no se trata sólo de un medio eficaz para el uso del poder, sino que es la propia condición de su ejercicio, permitiéndole al hombre ordenar su vida social y política (Velázquez, 2013).

La lucha simbólica conlleva la aparición de categorías basadas en estructuras objetivas que moldean el accionar de los agentes ubicados en una determinada posición, demarcando lo que está permitido y lo que no para sus miembros (Bourdieu, 1985). Los agentes se convierten en productores y reproductores de esas estructuras significantes, a las que Bourdieu denomina *habitus*, sin que esto implique una sumisión plena por parte de un grupo, sino más bien una construcción (no necesariamente consciente) colectiva.

A su vez, esta objetividad no implica que se trate de una estructura fija y permanente. Ya se mencionó que pueden atribuirse nuevos significados a un viejo esquema, y es por esto que se trata de un proceso de creación constante. Sucede que, como expresa Harvey (1990): "los ordenamientos simbólicos del espacio y el tiempo conforman un marco para la experiencia por el cual aprendemos quiénes y qué somos en la sociedad" (p. 239). Así, nuestras acciones y pensamientos moldean los espacios que nos rodean, mientras que los espacios y lugares producidos socialmente en los cuales vivimos, moldean nuestras acciones y pensamientos (Soja, 2008).

Retomando la visión de Lefebvre y profundizando en el análisis del espacio como producto social, el autor elabora una tríada conceptual, distinguiendo: la práctica espacial (lo percibido), que incluye la producción y reproducción del objeto; la representación de ese espacio (lo concebido), vinculado a las relaciones de producción y a los signos y códigos que surgen en ésta; y el espacio de representación (lo vivido), que contiene a los anteriores y está cargado de simbolismos complejos que operan en la vida social.

En sintonía con esto, Harvey (1990) introduce cuatro dimensiones de la práctica espacial que pueden vincularse con esa tríada conceptual, brindando un marco que sirve como entrada al estudio del espacio y su naturaleza cambiante. Argumenta que no existe un lenguaje universal para decodificar las prácticas espaciales de una sociedad (capitalista), pero que situándose en el contexto de las relaciones sociales sí

se puede disminuir la complejidad del tema y comprender las transformaciones espaciales.

Estas dimensiones aluden a:

- La capacidad de acceso y la distancia, en tanto constituyen obstáculos para la interacción humana y suponen costos de transacción,
- La apropiación del espacio, mediante la ubicación de diversos objetos (edificios, calles, etc.) y la realización de actividades (productivas, de recreación, etc.) por individuos o grupos sociales. Esta apropiación, si se logra institucionalizar, puede generar formas territoriales de solidaridad social.
- La dominación del espacio, entendido este como un campo de lucha donde los poderosos dominan la organización y producción del espacio, por diversos medios (legales o no), controlando y condicionando la vida de los demás.
- La producción del espacio, sinónimo de la aparición de nuevos sistemas capitalistas de organización territorial, comunicación, explotación de la tierra, etc.

Vale la pena detenerse sobre algunos de estos aspectos.

El mundo de los signos no es para nada ajeno al espacio. En esta concepción del espacio el lenguaje adquiere una gran relevancia, dado que la construcción de significados y símbolos no puede darse fuera de este. Al nombrar de cierta forma al espacio y sus elementos, se le atribuyen sentidos específicos (Aguilar, Hiernaux & Lindón, 2006). "Los símbolos en cuanto que instrumentos de conocimiento y de comunicación, hacen posible el consenso sobre el sentido del mundo social, que contribuye fundamentalmente a la reproducción del orden social" (Bourdieu, 2000).

El espacio se encuentra entonces, marcado materialmente (mediante procedimientos visuales y auditivos), dando lugar a una apropiación del mismo. Pero también es producido de manera abstracta (a través de discursos y signos), adquiriendo así un valor simbólico (Lefebvre, 1974). A través de estas marcas es posible intervenir en el proceso de construcción del espacio, y a su vez, es posible dominarlo.

Siguiendo a Losada (2001), si se analiza su dimensión simbólica, un espacio puede ser: protector o amenazante, según una persona lo identifique o le resulte extraño; guía de las percepciones de un sujeto, de acuerdo a la cultura del grupo social al que pertenecen; expresivo de diversas manifestaciones de cambios sociales; cognoscitivo, al transmitir conocimiento a quienes lo habitan; comunicacional, al regular la comunicación intragrupal e intergrupala; e ideológico, al tiempo que se presenta de una forma determinada y ese mismo componente ideológico refuerza la forma que luego circula como mensaje, generando efectos simbólicos en diversos niveles de la sociedad.

El espacio dominante, señala Harvey (1977), es el resultado de los proyectos de un amo, que utiliza la forma espacial para producir significados que se reproduzcan por sí solos. Los diseños edilicios tienen una gran influencia sobre el orden social y sobre todo lo que sucede dentro de estos, adquiriendo así el arte y la arquitectura una especial relevancia como medios para la dominación. Estos procesos de dominación, suelen generar espacios fragmentados, homogéneos, jerarquizados y cerrados, donde la multiplicidad de escenarios posibles se encuentra sesgada. La carga de significados específicos que se produce sobre un espacio, diagramados por un "alguien dominador", priva a las personas de la libre interpretación, de la apropiación particular y de la espontaneidad (Valera 1999).

Ahora bien, ¿quién ejerce o puede ejercer esta dominación sobre el espacio? Aquél que detente el poder. La figura del Estado aparece como un agente que posee las aptitudes para impulsar un proceso de este tipo. Como recalca Bourdieu (1994), el Estado tiene la capacidad de regular el funcionamiento de los distintos campos, en tanto posee los recursos materiales y simbólicos para hacerlo, por ejemplo, a través de normativas y leyes. El reconocimiento de esto por parte de los diversos grupos sociales es lo que permite la concentración del poder simbólico en sus manos. Esto que Bourdieu denomina monopolio estatal de la violencia simbólica, sólo se logra por la existencia de una sumisión a lo establecido universalmente y de un reconocimiento de esa dominación, presentada como legítima.

Debe hacerse una salvedad en todo esto. Al hablar de sumisión no se quiere decir que exista una cierta pasividad, esto es, que un grupo reciba determinados estímulos sin poder oponerse o participar del proceso. Sino que se hace referencia a la aceptación, más o menos generalizada, de un determinado estatus, de la pertenencia a determinada categoría en el campo social, de la identificación de un grupo con un proyecto político en particular. Esto es lo que brinda legitimidad al Estado y da lugar a la imposición y el desarrollo de procesos de construcción espacial y de esquemas que no son tan resistidos, a excepción de que exista un grupo con una oposición muy fuerte. Cada agente detenta un poder proporcionado a su capital simbólico, es decir, al reconocimiento que recibe de un grupo (Bourdieu, 1985).

Esta noción del capital, permite tomar distancia de las teorías materialistas y su connotación capitalista del espacio, para trazar un campo de análisis que destaque la existencia de fuerzas políticas y sociales capaces de apropiarse o dominar el espacio, respondiendo a lógicas distintas del enriquecimiento monetario y más asociadas al mundo simbólico y las relaciones de poder.

Los discursos políticos cobran relevancia en este sentido, en tanto buscan imponer un tipo de relación con el mundo, a través de su aparente universalidad, promoviendo una censura a la expresión de los intereses de los dominados (Bourdieu, 1979). Un análisis del lenguaje utilizado en el marco de un proyecto político puede servir para conocer más sobre los procesos y las formas de dominación en torno a la construcción de un espacio.

El poder simbólico, que detenta un agente como el Estado, permite conservar o imponer nuevos principios de separación o unión en la población, así como de clasificación de acuerdo a distintos rasgos, esto mediante el uso de un vocabulario seleccionado (Bourdieu, 1989). En definitiva, permite crear grupos sociales legitimados por los mismos miembros.

Por esto, los hombres de Estado, aquellos que pueden administrar y organizar un espacio, obedeciendo a una representación (del país) que tienen en su cabeza, establecen un orden territorial: el suyo (Lefebvre, 1978).

Espacio, territorio y turismo

Llegado a este punto, se vuelve necesario introducir otro concepto, generalmente emparentado con el espacio, que permita avanzar en la construcción de un marco de análisis para la problemática de estudio y su vinculación con el turismo. Se trata del territorio.

Pese a la cercanía conceptual existente entre espacio y territorio, que puede llevar a confundirlos como sinónimos en algún ámbito, el primero tiene una relación de anterioridad respecto del segundo en tanto puede definirse al territorio como "el resultado de la apropiación y valorización del espacio mediante la representación y el trabajo, una producción a partir del espacio inscrita en el campo del poder por las relaciones que pone en juego" (Gimenez, 1999, p. 27). Tomadoni (2007) destaca el

carácter de constructo social del territorio, definiéndolo como un lugar preciso, delimitado y con características específicas, de acuerdo a los diversos agentes sociales y los intereses que entran en conflicto en su construcción.

En este sentido, y al igual que se mencionó en el apartado anterior con el espacio, el Estado cumple un rol fundamental en la construcción y organización del territorio, siendo uno de sus principales objetivos abogar por su integridad. Por su posición tiene la autoridad para imponer límites geográficos y fomentar formas de producción y consumo mediante instrumentos legales que terminen por ordenar el territorio y las prácticas sociales que en éste se desarrollen.

De esta manera, el territorio constituye una puerta de entrada para el estudio de los procesos sociales de construcción espacial que se llevan adelante en un tiempo concreto. Es en él donde se establecen las prácticas cotidianas, las relaciones socioeconómicas y las manifestaciones culturales, convirtiéndose en un espacio donde una sociedad encuentra su sistema de referencias (Carvalho & Guzmán, 2011). Por esto, el territorio presenta una función identitaria, ligando a un grupo humano con un pasado, presente o futuro común. Giménez (1999) reconoce esta misma función del territorio, al expresar que no sólo posee una dimensión instrumental (que responde a las necesidades de la sociedad), sino que también es objeto de operaciones simbólicas que le conceden diversas formas. Por ejemplo, puede ser considerado como zona de refugio, área geopolíticamente estratégica, paisaje, tierra natal, lugar de inscripción de un pasado histórico y de una memoria colectiva, etc.

Entendiendo entonces que el territorio es un resultado, fruto o producto de la dinámica socio-espacial, en él mismo se materializan las relaciones de dominación y subordinación, así como cualquier otro tipo de proceso de apropiación. Esto da lugar a infinidad de escenarios, de forma similar a lo sucedido con el espacio y su multiplicidad. Se forman territorios heterogéneos y superpuestos, se cristalizan territorialidades e intereses de algún carácter (económico, político, cultural, ambiental, etc.) que dan significados pluridimensionales a los territorios (Saquet, 2015) pero que, a su vez, permiten focalizar el análisis bajo unas coordenadas determinadas e identificar elementos primordiales de los procesos sociales que les dieron origen.

El turismo sin lugar a dudas entra en esta dinámica, en tanto se constituye como una práctica social universalizada, que posee una faceta fuertemente económica por su capacidad de generar flujos monetarios, y precisa por sus características de un territorio donde materializarse. Hiernaux (1989) recalca que la actividad turística es un elemento estructurador importante de la producción del espacio, debido a su carácter segregativo y a la necesidad de desarrollarse en localizaciones preferenciales.

La dialéctica que se inicia en la producción del espacio turístico, esto es, el espacio donde el turismo puede concretarse, del cual se apropia material y simbólicamente, se proyecta en un territorio a partir de las relaciones de poder que entran en juego sobre el mismo, es decir, a partir de una intencionalidad (Bertoncello, 2002).

En este ámbito se concreta el territorio del turismo, el cual se construye y adorna de acuerdo a las necesidades del mercado potencial, surgiendo así un sinfín de modalidades de turismo: rural, ecológico, religioso, cultural, social, etc. Se diseñan proyectos o productos capaces de generar flujos (de personas y dinero), se localiza un conjunto de objetos técnicos y se implementan normas para definir las orientaciones de las acciones humanas (Cammarata 2006).

Alessandri (1999) señala que los espacios producidos por la industria del turismo tienden a reforzar la jerarquía social, al ser usualmente cerrados, exclusivos, homogéneos y carentes de identidad. Ahora bien, no debe entenderse que la "industria del turismo" hace referencia solamente a las grandes empresas turísticas y su poder para influir en la producción del espacio turístico. Como se mencionó en el apartado anterior, el Estado tiene un rol fundamental en la dialéctica espacial.

Las políticas (públicas) turísticas son una fuente de creación de territorios turísticos, en la medida que el Estado posee todo el instrumental necesario para la promoción y el fortalecimiento de un lugar como destino turístico, a través del desarrollo de rutas terrestres y aéreas que aumenten la conectividad entre lugares, el diseño de planes de marketing, la construcción de infraestructura turística en torno a un atractivo, entre otras herramientas. Sin embargo, buena parte de la determinación de la oferta de servicios que satisface las necesidades de los turistas quedará en manos del capital privado. Es así que ambos agentes entran en la lógica socio-espacial, teniendo la capacidad de utilizar el espacio de acuerdo a sus intereses, a la vez que se definen a ellos mismos y a los demás. Sea porque poseen el capital económico o el capital simbólico para hacerlo (Oehmichen, 2010).

Ahora bien, el turismo se enmarca dentro de una sociedad donde el acceso al consumo constituye un valor en sí mismo, sirviendo como medida de clasificación y pertenencia a determinados grupos sociales (Bertoncello, 2002). Los territorios son valorados por el turismo de acuerdo a las características de los mismos y las posibilidades que brindan para realizar actividades recreativas, atrayendo a turistas con diferentes motivaciones. Se generan así imaginarios colectivos, entendidos estos como el conjunto de creencias, imágenes (reales o poéticas) y valoraciones creados en base a una actividad, espacio, período de tiempo o grupo social para un momento dado (Cordero, Duynen & Hiernaux, 2002).

La comunicación, proceso social presente en casi toda práctica humana, incentiva o restringe el apego de los turistas al lugar (Castrogiovanni, 2007). Como señala Cammarata (2006), las prácticas turísticas plantean un conjunto de preconceptos, representaciones, símbolos y valores de significado cultural, que se construyen en el lugar de origen. Estos imaginarios creados en torno a los territorios turísticos van más allá de la visión mercantilista, y abren el juego al análisis de la práctica turística como una forma de distinción social.

Veblen (en Roman 2006) sostiene que el ocio posee un matiz simbólico, en tanto lo que se busca a través de las actividades de esparcimiento es el reconocimiento social más que el placer. Es así que en una sociedad de consumo el turismo adquiere una faceta generadora de status: no es lo mismo vacacionar en un hotel 5 estrellas ubicado en una playa paradisíaca del Mar Caribe, rodeado de palmeras y peces de colores, que pasar unas semanas en un hospedaje de inferior categoría frente al frío Mar Atlántico. Y es el status de turista o trabajador el que determina el grado de pertenencia a un espacio dado (Korstanje, 2006).

Así, los territorios construidos por y para el turismo responderán a ciertas necesidades de la sociedad, posibilitando la fijación de proyectos propios de determinados movimientos sociales que ven en el binomio ocio-espacio una forma de consolidar su posición social. Por supuesto, el Estado no queda exento de esto. Su legitimación le permite actuar de manera deliberada y moldear a su parecer los territorios que luego serán "rellenados" con turistas ansiosos de disfrutarlos y reproducir las lógicas espaciales que allí se reflejen.

Estas lógicas responden en dos direcciones, independientes entre sí: una de apropiación utilitaria, que califica a los bienes materiales e inmateriales como una mercancía, y otra de apropiación simbólico-cultural, referida a la inscripción histórica de una tradición, al repertorio de geo-símbolos o a un bien ambiental, es decir, asociada a todos aquellos elementos que dan identidad a un territorio (Riquelme, 2014). Son los actores sociales los que moldearán los territorios de acuerdo a sus intereses y, en este sentido, se abre el paraguas para el análisis de una infinidad de territorios y sus peculiaridades. Entre ellos, se pueden analizar las territorialidades generadas por el modelo de turismo que más se ha explotado: el turismo de sol y playa.

Enclave turístico, ¿una forma de dominación del espacio?

Entre las formas territoriales generadas por el turismo, se hace mención al enclave turístico, entendido como el fruto de una dinámica espacial asociada al modelo *all inclusive* que tiene lugar en destinos con playas lo suficientemente "bellas" para atraer turistas e inversiones. A partir de la caracterización de este modelo, se busca llegar a una re-conceptualización del enclave turístico, que permita replantearse los efectos sociales y territoriales provocados por el accionar de determinados actores que encuentran en el turismo un marco de maniobra y dominación sobre el espacio.

Judd (2003) realiza un repaso histórico de la construcción del enclave turístico, analizando las formas de representación de los espacios urbanos que fueron surgiendo a medida que el turismo se consolidaba como una práctica social masificada y rastreando algunas de las características que hoy hacen al concepto. Desde la aparición de los viajes realizados en el marco del *Grand Tour* a partir del siglo XV hasta los viajes del turista moderno, pareciera haber existido una tendencia hacia la fragmentación y la exclusividad del espacio para el aprovechamiento turístico; en parte gracias a la proliferación del capitalismo y su fórmula de distinción social: consumo igual a pertenencia (status). Sin embargo, el concepto de enclave ha adquirido mayor relevancia en las últimas décadas, con el boom del turismo de sol y playa y la consecuente aparición de territorialidades acordes a su lógica.

Moscoso (2012) ofrece una definición de enclave turístico, entendiéndolo como un "espacio artificial urbanizado y cerrado, que tiene la característica de ser al mismo tiempo inclusionista y exclusionista" (p.14). Inclusionista debido a que se intentan satisfacer todas las necesidades de los turistas hacia el interior de un mismo sitio, y exclusionista por estar localizados, generalmente, al margen de otras urbanizaciones y de la cultura local. Aledo (en Núñez, 2017) sintetiza esta definición, al considerar el enclave como una unidad de ocio privatizada.

Por su parte, Judd (2003) destaca el carácter jerárquico, simbólico y programado de los espacios turísticos, y argumenta que en los enclaves turísticos se intenta lograr un régimen no democrático, directivo y autoritario. Para el autor, sirven como filtros de las sensaciones y experiencias de los turistas, induciéndolos a actuar de una forma preestablecida, como si fueran "obreros de una factoría sujetos a un horario". Esta idea es ratificada por Cortés (2014), al expresar que los enclaves son sitios que favorecen la dominación del espacio, moldeando las prácticas de consumo y suplantando la cultura local con un "ambiente Disney".

De esta manera, el espacio turístico encuentra en el modelo de enclave un diseño acorde para el desarrollo de un proceso de dominación. Judd (2003) señala que estos espacios permiten regular a sus ocupantes mediante el control de cuatro aspectos: el deseo, el consumo, el movimiento y el tiempo. Los dos primeros son controlados por el marketing, mientras que los últimos pueden ser normalizados a través de las formas edilicias, la colocación de objetos en determinados lugares, la vigilancia con cámaras de seguridad, entre otras. A su vez, el tiempo es organizado con el ofrecimiento de actividades recreativas programadas.

En relación al deseo y los imaginarios que se generan en torno al turismo, Núñez (2017) manifiesta que en los enclaves se busca cumplir con dos fantasías coloniales: la del encuentro con la naturaleza prístina y la del desenfreno. La primera se refiere al típico paisaje virgen, salvaje, sin intervención del hombre. Un paisaje a ser descubierto. Está claro que hoy en día querer encontrar lugares de ese tipo sería muy complicado, más aún si se toma en cuenta que el turismo requiere de infraestructura para poder desarrollarse masivamente. Pero lo que se busca destacar es el acercamiento a la naturaleza, fundamentalmente a la playa, y su ubicación. Los enclaves suelen localizarse en entornos naturales alejados de los centros poblacionales, y cuánto más "exóticos" sean, mejor. En cuanto a la segunda fantasía,

los enclaves se presentan como sitios donde el libertinaje, la lujuria y el descontrol están al alcance de la mano. Los turistas pueden llegar a comportarse de formas que no acostumbran, seducidos por construcciones lujosas y el acceso a bienes y servicios que despiertan todo tipo de placeres sensoriales, además de tener muchas veces un carácter ostentoso. El autor termina subrayando que en ninguna de las dos fantasías se visibiliza a la población local como un alguien que interactúa con el turista, más allá del contacto con los empleados que prestan el servicio.

Existe otro término utilizado por algunos autores para destacar la exclusión social que se produce en torno a los espacios enclávicos: burbuja turística. Bosley & Brothers (2008) repasan algunas definiciones de distintos autores y resaltan un elemento en común, el de la familiaridad. Para los autores, la burbuja turística consta de un área geográfica concentrada con instalaciones para el turista, que se encuentra separada del ambiente que la rodea por barreras espaciales o psicológicas. A través de esto, el turista se encuentra protegido de las experiencias desagradables del afuera y puede disfrutar de una atmósfera confortable y placentera. Algunos ejemplos de espacios de este tipo que pueden encontrarse en el turismo son los cruceros, los resorts y los parques temáticos.

Desde la perspectiva del turista, la experiencia vivida por éste puede explicarse como si se estuviera psicológicamente dentro de una cultura extranjera, a la vez que se está socialmente fuera de esa cultura (Smith en Bosley & Brothers, 2008). Zinganel (2008) afirma que las burbujas turísticas filtran las percepciones y las relaciones sociales de los turistas, resguardándolos no sólo del "peligro", sino también de las oportunidades para el intercambio cultural con la comunidad local.

Los hoteles *all inclusive* (todo incluido) o *resorts* constituyen, quizás, el ejemplo más paradigmático de este tipo de espacios, cumpliendo con las dos características mencionadas de los enclaves turísticos: ofrecer todos los servicios necesarios para satisfacer las demandas de sus ocupantes en un mismo sitio y encontrarse separados del resto de la urbanización, delimitando una suerte de barrera cultural que los aleja de la comunidad donde se establecen. Generalmente se trata de construcciones llevadas adelante con capitales extranjeros de grandes cadenas hoteleras, que poseen "sucursales" en destinos paradisíacos a lo largo de todo el globo.

Los servicios que se ofrecen al interior incluyen el alojamiento, la restauración, el entretenimiento mediante espectáculos y actividades recreativas, la práctica de deportes, discotecas, entre otros. De esta manera, los turistas no precisan traspasar los límites del lugar en busca de placer y aventura, salvo alguna excursión en particular. Esto imposibilita el contacto con la comunidad local y puede llegar a generar una sensación de encarcelamiento en los turistas (Agüera, López-Guzmán & Cuadra, 2016; Oehmichen, 2010; Tavares & Kozak, 2015).

La recreación, señala Barbosa (2012), merece una especial atención debido a que es una práctica impregnada de valores culturales, con un significado más allá de la mera diversión, adquiriendo una faceta educativa muy importante. Así entendida, la recreación se constituye como un instrumento pedagógico útil para el control y la disciplina del tiempo y el espacio en los resorts.

Está claro que los turistas son libres de hacer lo que quieran en estos lugares, nada les impide salir del complejo y conocer más sobre lo que sucede alrededor pero, ¿para qué hacerlo? Teniendo todo lo necesario para vivir una verdadera experiencia turística a disposición, es mejor relajarse y disfrutar en un ambiente seguro y controlado. Es así que desde la óptica de la producción del espacio, se observan en estos sitios procesos de apropiación por parte de los grupos sociales que allí asisten, a la vez que se hacen visibles rasgos de dominación que inducen comportamientos y prácticas de consumo en sus ocupantes.

Por otra parte, los *all inclusive* constituyen una forma de urbanización generalmente alejada de la ciudad y ubicada en la naturaleza, la cual termina por convertirse en un objeto de consumo, a modo de signo estético de la mercancía urbanística (Canovas, 2009). La fantasía del encuentro con la naturaleza pasa a ser parte de la experiencia turística, siendo la playa una localización predilecta. Es así que la mayoría de estos hoteles pueden encontrarse en lugares con playas paradisíacas, como sucede en buena parte del Mar Caribe y el Mediterráneo. Los resorts de playa suelen ocupar grandes lotes de tierra próximos al mar y las unidades habitacionales se orientan de acuerdo a las mejores vistas. En ellos se enfatiza el lujo, siendo generalmente espaciosos y con interiores esplendorosos, además que se dedica un porcentaje importante del espacio a las ventas en comercios (Leão, 1995).

Como se mencionó anteriormente, los procesos de dominación del espacio tienden a generar espacios cerrados y homogéneos, como es el caso de estos complejos hoteleros. La arquitectura constituye una herramienta muy útil en este sentido, ya que a través de ésta se organiza la vida social y se moldean las prácticas de consumo, privando al espacio de la multiplicidad de usos e interpretaciones. Puede verse cómo los turistas son llevados a ocupar determinados salones de uso común, asistir a espectáculos programados, consumir alimentos y bebidas en cualquier momento y, por supuesto, no salir de los límites del hotel.

A su vez, el marketing que gira en torno a los *all inclusive* contribuye con estos procesos, mediante la creación de imaginarios que pre condicionan las percepciones y expectativas de los turistas, que irán en busca del placer y la belleza prometidos en los folletos y páginas webs. Según Vega (2013) el imaginario turístico de un lugar se configura a través de la comunicación por dos tipos de medios: los intencionados, como son las guías turísticas, la publicidad de agencias y la promoción turística estatal, y los no intencionados, como el cine, la literatura y el internet. A través de los medios intencionados es posible cargar un mensaje que llegará a los usuarios de manera clara. Utilizando vocabulario e imágenes alusivas a las fantasías que en un hotel todo incluido pueden cumplirse, se programa la experiencia turística y se fomenta la apropiación del espacio por parte de los turistas. En ellos se percibirá una imagen inducida, originada en los gestores turísticos ya sean organizaciones públicas o privadas (Vega, 2011).

En relación a las homogeneización de estos espacios, se acostumbra seguir una lógica temática o de desterritorialización a través de la construcción de simulacros, presentándose como espacios Disney, irreales, destinados al consumismo (Blázquez, 2011). Esto no quiere decir que no constituyan un territorio, sino que se engendra una territorialidad distinta, donde prevalece la identidad del turista por sobre la del local. A su vez, se contribuye a la exclusividad social de estos lugares para un determinado estilo de vida distintivo, en tanto sus huéspedes comparten un mismo nivel sociocultural y económico (Moscoso, 2012; Canovas, 2009).

Estos rasgos de segregación y exclusividad que se manifiestan en los resorts los vuelven asimilables a otra forma territorial: la del gueto. Valdés (1999) define al gueto como una forma de apropiación, voluntaria o no, de lugares de residencia por parte de grupos sociales que se ubican en opuestos de la pirámide social y que conforman áreas aisladas. Las villas de emergencia y los *countries* son ejemplos de estos espacios, ya que se caracterizan porque sus miembros demuestran un fuerte arraigo identitario con el lugar y un confinamiento espacial. Desde la óptica de un agente dominador, el gueto es un instrumento socio-organizacional que emplea el espacio con dos fines: maximizar las ganancias materiales extraídas de un grupo considerado mancillado y minimizar el contacto íntimo con sus miembros para alejar la amenaza del contagio simbólico que llevan consigo (Wacquant, 2004). Sin dudas, puede trazarse un paralelismo con los enclaves turísticos y ver que cumplen con muchos de esos aspectos, pero adaptados a una realidad turística.

Por todo esto, puede vislumbrarse que los procesos de dominación se hacen presentes en la producción de espacios turísticos con rasgos enclávicos, independientemente del origen del poder. Es decir, que tanto el capital económico como el capital simbólico abren caminos para la dominación del espacio mediante la edificación de burbujas diseñadas para la exaltación del ocio y el placer. Las grandes cadenas hoteleras son las principales creadoras de estos enclaves, pero también el Estado puede ser su impulsor, ya sea actuando como cómplice de las empresas o generando sus propios espacios mediante el ejercicio de las funciones que le corresponden.

Conclusiones del capítulo

Se resumen a continuación las principales ideas del capítulo, sobre las que se volverá a medida que se avance con la investigación:

- El espacio es ante todo social y, por tanto, invita a pensar en las condiciones en las que los procesos sociales se llevan a cabo. Se lo entiende como un producto social fruto de la intervención de diversos actores que no sólo lo producen materialmente sino también mediante discursos y signos.
- El espacio se muestra políticamente instrumental en la medida que puede comprenderse como un campo de lucha donde están en juego el control y la posición social. En este sentido el Estado posee todas las herramientas necesarias para accionar procesos de dominación espacial legitimados socialmente (capital simbólico), que respondan a los intereses de quién detente el poder en un momento dado.
- El territorio por su parte, es el resultado de la dinámica espacial y se define como un lugar preciso donde las prácticas sociales se materializan, entre ellas el turismo. Por esto, constituye una interesante puerta de entrada al estudio del turismo y sus lógicas de intervención en la producción del espacio.
- Entre las territorialidades generadas por el turismo se resalta al enclave turístico como un espacio urbanizado, artificial, autoritario y cerrado, separado del resto de la población, que induce determinadas prácticas de consumo en sus ocupantes a la vez que limita el contacto con la cultura local. En este sentido, la construcción de sitios enclaves obedece, principalmente, a una lógica de dominación espacial.
- La exclusividad es un rasgo relevante de estos sitios, en tanto los turistas que los visitan encuentran una forma de distinguirse socialmente. Los hoteles *all inclusive* son un claro ejemplo del turismo de enclave, siendo que en ellos los turistas pueden consumir todos los bienes y servicios necesarios para vivir una verdadera experiencia, sin necesidad de salir del lugar.

Capítulo II: El turismo social del peronismo

Así como se afirmó que el espacio (social) es un producto (social), se podría proclamar también que el turismo (social) es un producto (social) del peronismo. El gobierno peronista es sin dudas uno de los más emblemáticos de la historia política argentina debido a la movilización social e ideológica que originó. Gracias a este, el turismo pasó a ocupar un lugar relevante dentro de la agenda pública, sirviendo junto a otras políticas sectoriales como un instrumento más de propagación y consolidación del régimen político.

En este capítulo se analiza el impulso que tuvo el turismo social con la llegada del peronismo al poder presidencial en 1946, y su continuidad hasta 1955, poniendo énfasis en las características del movimiento político y sus manifestaciones socio-espaciales. Primero se comienza con una breve caracterización del turismo social y sus orígenes, para luego pasar a un estudio historiográfico sobre la política turística peronista.

La aparición del turismo social en el mundo

Que las personas viajan desde tiempos inmemorables no es ninguna novedad, sin embargo no todas han tenido la suerte de salir de sus hogares y conocer otras culturas. Viajar implica tener los medios necesarios, o el acceso a los mismos, para hacerlo. Ya los viajes del Grand Tour eran sumamente exclusivos, en tanto estaban reservados para los jóvenes de las familias europeas más pudientes. Recién en el siglo XX, con la aprobación del Convenio sobre las vacaciones pagas por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en 1936, y su posterior inclusión como derecho en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, el turismo fue ganando terreno, hasta consolidarse como una práctica asociada al descanso y la recreación de índole masiva. Ahora bien, no todos podían permitirse gastar en viajes cuando tenían otras necesidades más importantes.

Bajo este panorama, empezaron a surgir iniciativas y políticas que abogaban por la inclusión de los que menos recursos tenían en el mercado turístico, bajo la denominación de turismo social. De acuerdo a Oliveira (2008), la práctica del turismo social apareció en Europa entre los años 1920 y 1940, cuando algunos sindicatos y organizaciones no gubernamentales y países produjeron las condiciones para que los trabajadores con bajos ingresos hicieran un turismo de forma colectiva. Pero no sería hasta 1937 que apareció el concepto, con la creación de una institución administrada por trabajadores franceses: *Vacances Pour Tous*. Esto se comenzó a replicar en distintos países, muchos de ellos con un régimen socialista o socializante, como el Reino Unido, Bélgica, Austria y Suiza (Lanquar, 1984), aunque también se vieron proyectos de Estados que tenían mandatos dictatoriales, con intenciones no tan benévolas.

Con respecto a esto último, Muñiz Aguilar (1999) destaca que entre las primeras acciones del Estado en materia de turismo social existía una naturaleza fascista. Y cita algunos ejemplos, como el proyecto llevado adelante por Mussolini en 1919, quién ofrecía a los trabajadores italianos la posibilidad de unas vacaciones, que resultaban ser en realidad estancias en centros de instrucción ideológicos. Un modelo que luego fue replicado por Hitler, en 1933, bajo el nombre de "fuerza a través de la alegría". Stalin, por su parte, adoptó una organización basada en colonias de vacaciones que eran reservadas para los trabajadores y miembros del partido más destacados en sus respectivas labores.

Claro que estas iniciativas estaban lejos de los principios éticos sobre los que se sustentan las propuestas de turismo social actuales. Si bien no hay un consenso

mundial de lo que se entiende por turismo social, o cómo debería diseñarse una política de ese tipo, existen algunas ideas más o menos generalizadas sobre lo que implica su desarrollo. En principio, señala Ortuño (en Lanquar 1984), se lo llamaba social porque era un turismo de obreros, en el que se buscaba una finalidad de convivencia y de mutualidad en la alegría y el descanso. Por lo que no se buscaba que sea un turismo de clase, sino de la mayoría. Pese a esto, no se puede pensar que el turismo social es practicado por personas con un nivel socioeconómico medio-alto. El mismo está reservado para aquellos que tienen dificultades para acceder al mercado turístico común (o ¿"no social"?), y es por esto que se caracteriza por contar con precios relativamente bajos y ser consumido de manera colectiva.

Sin embargo, tampoco es sinónimo de turismo barato. La práctica del turismo social conlleva una serie de beneficios, tanto para la población que accede a la misma como para la sociedad en general, que lo llevan a convertirse en un medio para el desarrollo humano:

- Refuerza la democracia de un país y el sentido de justicia, en tanto es "una consecuencia lógica del progreso social para todos los ciudadanos y en particular los menos favorecidos en el ejercicio de su derecho al descanso" (Lanquar, 1984, p. 24).
- Aumenta el nivel de vida de las clases más humildes y disminuye los prejuicios, a la vez que promueve la salud física y mental mediante actividades de ocio y animación (Muñiz Aguilar, 1999; Oliveira, 2008).
- Contribuye a aumentar la cohesión social, al favorecer el encuentro entre distintos públicos o grupos sociales. Por lo que no se trata de crear guetos (Oliveira, 2008; Falcão, Santos & Silva, 2006).
- Fomenta el respeto por la región turística, generando efectos positivos en las comunidades locales (Falcão, Santos & Silva, 2006).
- Incrementa el capital familiar y social en términos de normas, valores y comportamientos, acercándolos a los de la sociedad en general (Minnaert, Maitland & Miller, 2009).

Por todo lo mencionado, para analizar una iniciativa de turismo social es necesario contextualizarla, conocer quién la lleva adelante, en qué momento y con qué propósito, dado que se trata de algo más que un mero producto turístico o una modalidad de turismo en la que se busca generar beneficios económicos.

En Argentina pueden rastrearse los primeros intentos de impulsar el turismo social a iniciativas privadas, con el apoyo del Estado, durante la década de 1930. Estas iniciativas, llevadas adelante por empresas ferroviarias y asociaciones del automóvil, sindicales y cristianas, consistían en la construcción de colonias vacacionales y centros recreacionales, que se destinaban a sus afiliados y empleados (Schenkel, 2014). Pero no sería hasta la llegada del peronismo al poder, que el turismo social tomaría mayor relevancia, convirtiéndose en una política con peso dentro de un proyecto gubernamental más grande.

Acerca del peronismo

El período denominado primer gobierno peronista duró casi una década, iniciando en 1946 con la llegada de Juan Domingo Perón a su primera presidencia y finalizando en 1955 con el golpe de Estado que interrumpió su segundo mandato. Aunque, la gestación del peronismo comienza con la denominada "Revolución del 43", en la que el poder fue tomado por un gobierno militar. Perón formó parte del golpe impulsando en primer lugar la creación de una Secretaría de Trabajo y llegando a alcanzar la vicepresidencia y el cargo de Ministro de Guerras en 1944.

Desde que comenzó a actuar en la política, Perón demostró una preocupación por las leyes laborales y los derechos de los trabajadores, lo que le permitió contar con el apoyo de distintos líderes sindicales y de la clase trabajadora en general, y así escalar hasta la presidencia. Su mandato se caracterizó por promover políticas con un claro perfil social, potenciando las inversiones en cuestiones de salud, educación, vivienda y ocio, y fortaleciendo el sector sindical, mientras que en lo económico fomentó una distribución más equitativa de los beneficios y buscó garantizar el pleno empleo (Romero, 2004).

La base ideológica del peronismo se encontraba en la noción de justicia social. En su *Doctrina Peronista* (1947), que agrupaba todos los principios del movimiento con el fin de propagar esos ideales y evitar interpretaciones erróneas, Perón formulaba que la justicia social debía ir detrás de las satisfacciones indispensables de la vida del pueblo. Y continuaba: "no queremos que nadie viva con lujo, pero tampoco queremos ni admitiremos que haya hombres que no puedan comer, vestir y vivir dignamente" (p. 40). Esta justicia social, comenta Romero (2004), se basaba en una idea de equidad que prioriza la intervención del Estado como agente solucionador de las problemáticas de una sociedad capitalista. Es posible encontrar el término "tercera posición" en referencia al justicialismo, dado que el gobierno se buscó diferenciar de los dos regímenes clásicos: el capitalista y el comunista.

Pero para alcanzar este ideal de sociedad se necesitaba contar con un campo de acción muy grande, y es así que en la vida del movimiento peronista existió otra figura importante que se encargaría de fortalecer la acción política y social: la de Evita. Ella misma expresó, en *La razón de mi vida* (1952), que las responsabilidades y tareas a cargo de Perón: "eran casi incompatibles con su deseo de mantener estrecho contacto con el pueblo. Ese contacto, que era y sigue siendo absolutamente necesario, debe ser realizado en forma permanente" (p. 60).

María Eva Duarte de Perón, popularmente conocida como Evita, fue una actriz de películas y obras teatrales, que tras casarse con Perón se convirtió en una primera dama comprometida con el mandato de su marido y, en especial, con la defensa del pueblo y sus derechos. Evita se consolidó como una figura política muy importante dentro del peronismo en tanto impulsó la ley del sufragio femenino, fundó el Partido Peronista Femenino, fue la representante de los intereses de sindicatos y trabajadores frente al gobierno, y viceversa, y presidió la Fundación de ayuda social Eva Perón (en adelante FEP). Esta última, se encargó de llegar a los más necesitados, asistiéndolos mediante la construcción y administración de diversos hogares de niños, asilos, escuelas, colonias de vacaciones, hospitales y campos deportivos, que les garantizaban una vida digna.

Navarro (1999) señala que más allá de una visión altruista, el origen de la Fundación y las actividades sociales llevadas adelante por Evita pueden deberse al rechazo que sufrió por parte de la oligarquía argentina. Esta le impidió presidir la Sociedad de Beneficencia de la Capital (SBC), lo cual la habría llevado a fundar su propia organización con el fin de generarle envidia a sus "competidoras". La propaganda peronista acompañó esta teoría, en tanto en ella se presentaba a la SBC como una institución oligarca que daba sus limosnas humillantes, sin ningún sentido de la justicia social (Plotkin, 1993). Pero más allá de esto, lo que no está en discusión es el rol que tuvo la FEP para la generación del imaginario político peronista, siendo el nexo principal entre los más necesitados y el gobierno.

Es así que se constituyó una dupla política con ideales de un país más igualitario, donde las clases trabajadoras viesan mejorar su situación y el poder escapase a las manos oligarcas. Como resalta Altamirano (2004), se había ingresado en la era de las masas, algo que Perón comprendía bien y supo poner a su favor. Durante el primer gobierno peronista, se proporcionaron cambios significativos en el nivel de vida de los

que más lo necesitaban, a través de diversas políticas económicas y sociales, que incluían la fijación de salarios mínimos, el congelamiento de los alquileres, los créditos y los planes de vivienda, las mejoras en la oferta de salud pública, la organización del sistema de seguridad social y los programas de turismo social, entre otras (Oso, 2010).

El turismo entonces pasó a formar parte de la agenda pública y, por supuesto, no quedó exento de los matices políticos del peronismo. Fue así que, acompañando una tendencia a nivel mundial, el peronismo impulsó una legislación que decretaba la obligatoriedad de las vacaciones pagas, abriendo la práctica del mismo a un sector más amplio de la población. En este escenario de democratización del bienestar, como lo denomina Pastoriza (2008a), donde "se conjugaron tendencias que conformaron un país mayormente estructurado con una sociedad móvil e igualitaria, son abiertos los canales que permiten la inclinación del consumo de las clases medias y trabajadoras hacia una pluralidad de prácticas recreacionales" (p. 3).

Sin dudas, el gobierno peronista constituyó un punto de inflexión en la historia política argentina. Aunque existe una dicotomía muy fuerte en las interpretaciones que hacen los académicos sobre el período, y que responde, ni más ni menos, a cuestiones ideológicas. Así, pueden encontrarse escritos peronistas, que ponen foco en las conquistas sociales que se lograron gracias a la preocupación del gobierno por las clases trabajadoras y todos los aspectos favorables de su gestión, y otros antiperonistas, que cuestionan las formas en que se implementaron las políticas debido al manifiesto adoctrinamiento de las clases que conllevaban.

Si bien ambas líneas interpretativas parecen opuestas, no deben tomarse así. Ninguna de las dos puede ser leída como la verdad absoluta ya que se estaría formando un panorama acotado de los cambios sociales que se dieron en el período. Puede afirmarse, por ejemplo, que la FEP sirvió como un dispositivo que extendía y reforzaba la adhesión de los trabajadores a Perón, y al mismo tiempo, consolidaba la identidad de Evita con las masas, aumentando su influencia y fortaleciendo su posición dentro del gobierno (Navarro, 1999). Pero esto no le quita validez a toda la acción social llevada adelante por la misma, ni mucho menos las posibilidades de gozar una vida más plena que le brindó a las personas que fueron asistidas por la Fundación y, que de otra manera, no habrían visto mejorar su situación.

Queda entonces abierto el camino para hacerse cuestionamientos y preguntas sobre las transformaciones políticas y la influencia del gobierno peronista en la vida social de los ciudadanos, sin que esto implique pararse en una vereda en particular. Es por eso que este trabajo centra su análisis en la cuestión del espacio, el cual se cree brinda elementos con un carácter objetivo para el estudio de los procesos sociales, como se mencionó en el marco teórico. La retórica peronista del justicialismo y su oposición a la visión oligarca, se manifestó de formas controvertidas en la dimensión espacial.

El análisis de la política turística de la época tampoco escapa a estas interpretaciones sobre el peronismo. Es así que Schenkel (2012) reconoce la existencia de autores que subrayan el aumento en el acceso al turismo que se dio a partir de 1946, consecuencia de un Estado presente y preocupado por el ocio de los trabajadores, mientras que otros se cuestionan el carácter simbólico y la retórica presente en la inclusión de las clases trabajadoras a la práctica turística.

Por ejemplo, Pastoriza (2008a) resalta las oportunidades que otorgaban los planes de turismo social para el descubrimiento del territorio argentino a todos los habitantes, enriqueciendo su nivel cultural y fomentando la unión entre trabajadores. En tanto Capanegra (2006) y Scarzanella (1998) alertan sobre el rol que jugó el turismo para la creación y el fortalecimiento de un vínculo entre el gobierno peronista y todos sus

seguidores, permitiéndole difundir su mensaje ideológico, controlar a las masas y ampliar el consenso.

Como Osow (2010) resume, el turismo significó tanto "una política social que democratizó las vacaciones otorgando plena ciudadanía a los trabajadores y desposeídos como, un dispositivo de poder, de socialización y sociabilidad eficaz al consenso político, al orden social y a la generación de una identidad social" (p. 35). Se trata en definitiva de juntar ambas miradas bajo una misma lupa, "apartidaria" y con una perspectiva crítica.

Un análisis socio-espacial de la cuestión servirá para comprender hasta qué punto ambos motivos coexistieron dejando sus marcas en lo que constituye un hito dentro de la historia del turismo argentino y, por sobretodo, permitirá profundizar en el entendimiento de las relaciones entre turismo y espacio.

El mapa turístico del peronismo

El peronismo fue el primer gobierno en esquematizar y sistematizar un plan de acción política a nivel nacional, e incluir al turismo como un eje importante dentro del mismo. La política de turismo era ambiciosa, señala Capanegra (2006), dado que buscaba ofrecer paquetes a precios controlados, como alternativas a los circuitos comerciales, y al mismo tiempo establecía una gran inversión en el desarrollo de infraestructura y aumento de la hotelería.

En su primer plan de gobierno, el peronismo proyectaba la construcción de diez grandes hoteles y seis colonias vacacionales para el fomento del turismo nacional, con una capacidad para albergar 17.000 personas en total. Estos se asentarían en parques nacionales y en algunos lugares elegidos históricamente por la oligarquía y las clases medias, como Mar del Plata y Córdoba (Scarzanella, 1998). Todo con el fin de "facilitar a toda la población el conocimiento de los lugares más hermosos" (Presidencia de la Nación, 1946). Mientras que en el plano internacional la inversión se destinaba a la publicidad, la información y la protección del turista.

El fomento del turismo social fue, sin dudas, el principal proyecto dentro del plan para el turismo. Perón expresaba que no debía ser "un privilegio de los pudientes oxigenar o yodificar su cuerpo después de cada año de trabajo. El mar y la montaña deben ser accesibles a todos los hombres, ricos o pobres, porque la salud no reconoce distintos grados de necesidad" (Perón, 9 de abril de 1945). Y prometía llevar a un millón de trabajadores con sus familias de vacaciones, entendiendo que el turismo social no era sinónimo de mero descanso, sino que también constituía una cuestión de salud y de fortalecimiento del capital familiar y social.

Para cumplir con esto, se conjugaron tres modalidades de alojamiento para la clase obrera: las colonias de vacaciones administradas por la FEP y destinadas a obreros y grupos escolares, los convenios con gobiernos provinciales y el sector privado para albergar a contingentes de forma gratuita y, por último, la hotelería a cargo de los sindicatos mediante la compra o el alquiler de edificios de alojamiento (Pastoriza, 2008b). Entre las colonias, se destacaron las unidades turísticas de Puente del Inca (Mendoza), Embalse Río III (Córdoba) y Chapadmalal (Buenos Aires), que cumplían con el deseo de Perón de acercar la diversidad de paisajes a la población. Las unidades de Embalse y Chapadmalal fueron las más trascendentales, alcanzando una magnitud inédita de beneficiarios (Schenkel, 2014).

Si bien las tres formas permitían cumplir con el fin propuesto, los convenios con el sector privado no fueron tan exitosos (o al menos poco se ha escrito sobre sus alcances) y la hotelería gremial fue potenciándose y adquiriendo importancia con el pasar de los años, lo cual torna a las unidades turísticas como las más relevantes en materia de turismo social, por su carácter "estatal". Como Pastoriza (2008b) sugiere, la

envergadura de estas no se asocia solamente a la cantidad de turistas que albergaron, sino también a su significado simbólico: al constituirse como representaciones icónicas del turismo social en Argentina y de la obra social de la Fundación Eva Perón.

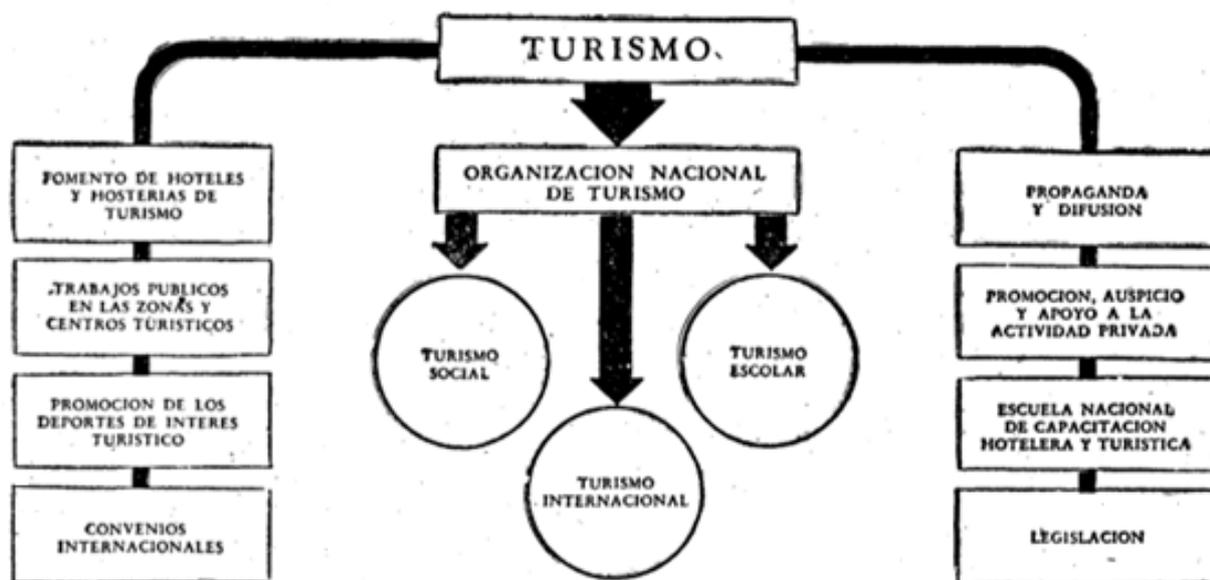
El gobierno peronista creó un Fondo de Turismo Social para financiar los planes y la construcción de las colonias, el cual se constituía con el pago obligatorio de un 5% del aguinaldo o sueldo anual complementario (Bassan, 2014). Con la sanción de la ley 13.992 estos fondos pasaron a ser administrados en 1950 por la FEP, quién luego se haría cargo de gestionar las colonias de vacaciones (Khatchikian & Murray, 1999).

Así, se iba configurando el mapa turístico del peronismo. Los mares, las sierras y las montañas, sitios antes reservados para las clases altas, eran ahora accesibles para los trabajadores gracias a las ventajas que otorgaba el gobierno. Mar del Plata fue uno de los destinos predilectos para el desarrollo del turismo social, debido a la gran carga simbólica del lugar. Se ofreció entretenimiento y vacaciones a precios reducidos, imitando aquello que hasta ese momento era un destino reservado para la burguesía (Pastoriza, 2008a).

Para su segundo mandato, el plan de gobierno se reforzó y amplió el alcance de la política turística. Los objetivos fundamentales eran:

- A. Posibilitar el acceso del pueblo al conocimiento de las bellezas naturales del país y las creaciones del esfuerzo argentino aprovechando, al mismo tiempo, los beneficios del descanso físico y espiritual del turismo;
- B. Facilitar el acceso del mayor número posible de extranjeros al conocimiento integral del país mediante la organización adecuada del turismo hacia los centros de mayor belleza y atracción.

La finalidad del primer plan se mantuvo y, como puede verse en el siguiente esquema, el turismo se organizó bajo tres "modalidades":



Fuente: Presidencia de la Nación, Segundo Plan Quinquenal (1952)

El turismo social continuó con su lógica de acercar las bellezas naturales del territorio y las creaciones del pueblo a la mayor cantidad de trabajadores, y se sumó al turismo escolar con esa misma intención, pero apuntando a un público más joven. En su entendimiento del turismo social, el peronismo le asignaba al mismo una faceta "productiva": permitía reponer las energías gastadas en el trabajo, para volver recargado a producir más. Pero los escolares constituían un grupo que aún no

producía y en su mayoría no había viajado, sus padres eran parte de las clases trabajadoras y no tenían incorporadas las vacaciones a su vida, ni tampoco poseían los recursos para llevarlos a conocer el país. El peronismo vio en ellos un segmento que podía adquirir y fortalecer su sentido de ciudadanía desde temprano, por lo que buscó garantizar el ejercicio de su derecho al turismo, a la vez que generaba vínculos afectivos con estos futuros trabajadores y votantes.

Se organizaron así viajes a cargo de la FEP a las unidades turísticas construidas y otros campamentos de vacaciones en diversos puntos del país, donde los niños, al cuidado de un personal especializado, podían disfrutar de un tiempo de ocio bueno para su salud y que despertaría en ellos "nuevas inquietudes, acercando el interés y el amor por las cosas de su tierra" (Presidencia de la Nación, 1953).

El proceso de inclusión de los trabajadores al turismo fue largo e incluyó, como se mencionó, una serie de iniciativas articuladas con distintos actores a lo ancho del territorio argentino. Sin embargo, en sus inicios, la propuesta de turismo social requirió de una fuerte publicidad a causa de que los trabajadores no estaban acostumbrados a viajar. Se trataba de una práctica lejana, extraña, propia de una clase adinerada a la que ellos no pertenecían (Khatchikian & Murray, 1999). Esto hizo que surgieran consignas del tipo "Usted se paga el pasaje, y el gobierno el hospedaje", para alentar a las clases trabajadoras a gozar de los planes de turismo social.

Con el tiempo, los planes de turismo social fueron afianzándose y el gobierno peronista logró su cometido. Miles de personas realizaron viajes a los centros turísticos más importantes de la Argentina y pudieron disfrutar de los beneficios de la práctica turística. Perón expresaba en sus últimos años de mandato: "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, 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 Osow, 2010).

En definitiva, la política turística en su dimensión social, fue efectiva y estuvo alineada con los ideales del justicialismo que promulgaba el gobierno. El discurso clasista se encontró detrás de toda acción social en el campo de turismo y se aspiró a construir espacios donde germinara la cultura obrera y popular (Pastoriza, 2008a). El mapa turístico del peronismo no era ni más ni menos que el mapa turístico de la burguesía. Sólo que en lugar de los turistas pudientes, fueron apareciendo turistas nuevos, curiosos y extraños a esos paisajes, gracias al empujón que venía desde los canales oficiales.

Turismo social y propaganda

El proyecto del peronismo constituyó una serie de políticas que apuntaban al mejoramiento de la calidad de vida de las clases más necesitadas, las cuales fueron acompañadas de un soporte comunicacional que visibilizó sus alcances. En este sentido, la propaganda actuó en dos dimensiones: la difusión, buscando propagar la doctrina peronista y neutralizar a la oposición, y la pedagogía, instruyendo a los trabajadores en la tecnología y educándolos para que entendieran que el Estado tenía un proyecto industrial y social inclusivo con el que el obrero podía identificarse (Morales, 2017; Soria, 2009). Revistas, panfletos, comunicados radiales, vídeos institucionales, cualquier medio fue útil para propagar el mensaje del justicialismo y "acercar las bellezas de la patria al pueblo".

La Subsecretaría de Información, Prensa y Propaganda del Estado fue uno de los principales organismos a cargo de la elaboración de mensajes y el control propagandístico. La misma se ocupó de integrar el discurso peronista en distintos medios, dado que entre sus funciones se incluían la producción de afiches y folletos, la supervisión de los programas y publicidades radiales, así como de noticieros, películas y documentales, la asignación del papel prensa a medios gráficos, la redacción de boletines informativos oficiales y reportes de las principales agencias nacionales, entre otras (Rosa, 2009). Es así que pueden encontrarse noticieros cinematográficos dedicados a mostrar periódicamente los logros del peronismo y reforzar los principios del justicialismo, como es el caso del Noticiero Panamericano o de Sucesos Argentinos.

Pero la ambición de Perón por propagar su pensamiento fue más allá y en 1950 creó la Escuela Superior Peronista, una institución que buscaba desarrollar la doctrina, instruyendo a mandatarios y difundiéndola al pueblo, y que además contaba con su propia editorial. Bajo la denominación Mundo Peronista se comenzó a publicar en 1951 una revista de periodicidad quincenal con distintas secciones, artículos y notas que exaltaban las figuras de Perón y Eva, defendían las obras y acciones del gobierno y criticaban fuertemente a la oposición, todo con un lenguaje simple y directo acompañado con abundantes fotografías e ilustraciones (Panella, 2010).

En los mensajes de la propaganda peronista se hizo una referencia constante al trabajador y su familia, y al aumento de su bienestar bajo la tutela de un Estado omnipresente. La simpleza de las ideas a comunicar, señala Rosa (2009), sirvió como mecanismo de dominación del sentido, cercando las posibilidades de interpretación. Esta simpleza no sólo se podía ver en los textos, sino también en las ilustraciones, las cuales utilizaban un estilo infantil y escolar para involucrar a una audiencia popular (Soria, 2009). La propaganda turística se vio cargada de estas directrices, en especial teniendo en cuenta que una buena parte del público al que beneficiaba la política turística peronista eran escolares.

Un ejemplo de afiche que se podía vislumbrar en la época es el siguiente:



Fuente: Archivo General de la Nación (en adelante AGN), AGN.DAI /FNRP.CNI.af

El mismo promociona una de las colonias vacacionales, ubicada en Embalse, Córdoba. El colorido de la imagen, junto con los dibujos y textos del afiche, incitan al turista a ir en busca del aire puro de las sierras cordobesas y gozar de un buen clima, lo cual está asociado a la salud y el descanso. Un lugar ideal para recargar las energías que se deberán gastar a la vuelta del viaje. Rosa (2011), hace un análisis más profundo y crítico de este afiche:

En el caso de esta imagen, la caricatura de una figura humana estira su brazo hasta casi tocar el sol, mientras que sonríe de una forma jocosa y guiña un ojo en señal de complicidad. Lo interesante es que en vez de convocar la mirada del espectador, mirando hacia los ojos de éste, el personaje entorna la cabeza hacia abajo y hacia atrás ¿Burlándose de las reglas y códigos impuestos por las elites que quedaron en el pasado? Mientras tanto en un plano lejano se puede ver la representación de un edificio, ya no caricaturizado, con el estilo arquitectónico clásico utilizado por el peronismo para construir centros educativos, de salud y vacacionales. Dándole solidez y materialidad a la idea del peronismo y del mensaje. (p.14)

La revista Mundo Peronista brinda otros ejemplos de la difusión que tuvo el turismo social en los medios oficiales, y del rol que jugó el mismo en la construcción del imaginario peronista. Según Morales (2017), esta revista es tomada por algunos análisis como uno de los casos más significativos de adoctrinamiento mediante el uso de la propaganda. Los artículos dedicados al turismo social no son pocos, y estos ponen de manifiesto la retórica justicialista detrás de esta política, alimentando la percepción de un retroceso por parte de la oligarquía en la lucha por la conquista de los espacios. Se encuentran así notas que mezclan discursos de Perón con extractos

de los planes quinquenales, fotografías de los beneficiarios y alabanzas hacia las políticas del gobierno por parte del redactor.



Fuente: *Mundo Peronista*. Nº81, pág. 36, 15 de Febrero de 1955.

Este titular de una de las publicaciones muestra el empeño del gobierno por destacar a los niños como uno de los principales destinatarios de las políticas sociales; niños que eran pobres y pasaron a ser "los privilegiados". El epígrafe de la fotografía procura inducirle una sensación positiva al lector, e incluso a los protagonistas de la imagen: "Días de vacaciones, cuyo dulce recuerdo perdurará siempre en el alma de estas criaturas". A su vez, se retoma la idea de acercar el extenso territorio argentino, con todas sus bellezas (playas, campos y sierras), a quiénes antes no podían recorrerlo.

Una revisión de las ediciones de esta revista permite vislumbrar el discurso anti oligarquía del peronismo a través de frases como las siguientes:

"Somos felices hoy, sí, y podemos darnos el 'lujo' que antes nos estaba vedado de un veraneo por las playas o por las sierras, gracias a que PERÓN CUMPLE" (Mundo Peronista Nº36, pp. 4).

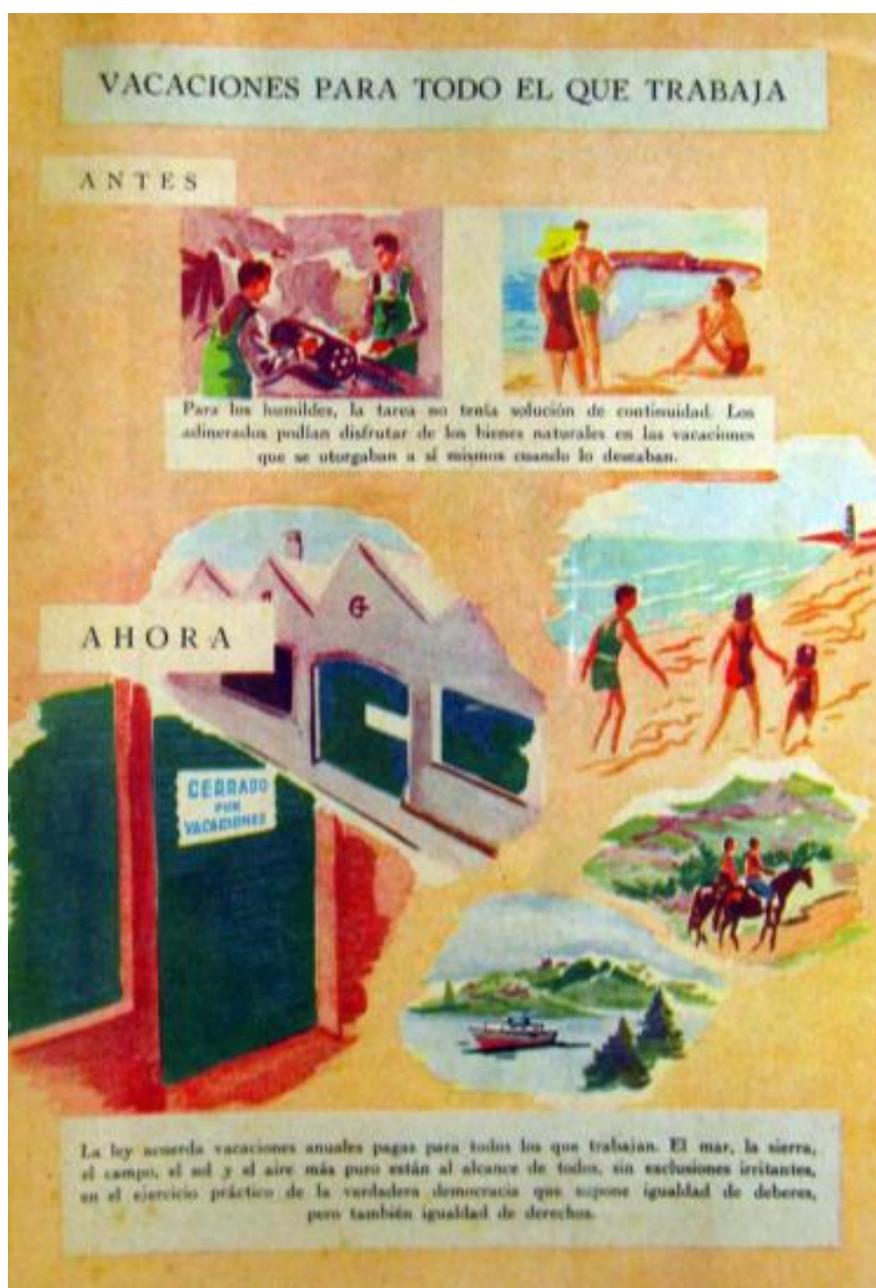
"Tan popular se ha hecho el turismo, que no pocos de los 'viejos turistas' ya no van a veranear porque, dicen, en todas partes hay 'mucho gente' y... ellos abominan de las mezcolanzas" (Mundo Peronista Nº36, pp. 47).

"¡Pueblo y panoramas! ¡Hermoso cuadro realizado con pinceladas de revolución!... Tan revolucionario, que los antiguos privilegiados no dudaron en proclamar que el turismo había bajado de categoría... Nosotros diremos que no es el turismo quien ha bajado, sino el Pueblo quien ha subido" (Mundo Peronista Nº51, pp. 45).

"-¿'Ellos' van a Mar del Plata? -exclaman escandalizados los que se sienten hundirse bajo sus pies el privilegio que les permitía gozar a solas de la sonrisa cristalina del gran balneario [...] Mar del Plata se ha venido abajo...; por eso, ahora, puede ir 'cualquiera' -comentario amargado del viejo y dorado veraneante, o de la señora o del 'niño' o de la 'niña', que no logran poner de acuerdo el paisaje de la fabulosa ciudad, de ancha cinta de arena, con el 'prodigio' de un Pueblo desplazándose dentro de ella" (Mundo Peronista Nº59, pp. 26).

El lenguaje, como se ve, pretendía ser desafiante con la oligarquía, a la vez que despertaba el espíritu de alegría y el sentido de pertenencia a un colectivo en las clases trabajadoras. Y es que la revista estaba dirigida a dirigentes, militantes y cualquier tipo de persona simpatizante con el gobierno, de manera que a través de esta se reafirmara el "peronismo de los peronistas" y los lectores tuvieran argumentos para contrarrestar las críticas de los opositores (Panella, 2010).

De esta forma, puede entreverse que la apropiación de los espacios turísticos, antes reservados a unos pocos, fue uno de los mensajes centrales dentro de la propaganda peronista. Otro ejemplo de esto es la publicación "La Nación Argentina Libre y Soberana", un libro de 800 páginas, confeccionado por Control de Estado de la Presidencia de la Nación en 1950. En el mismo se hace un recorrido por las principales obras de Perón comparando la situación antes de su llegada al gobierno con el después, de manera de mostrar la evolución del país. Continuando con el carácter popular y el lenguaje directo en los mensajes, el libro se caracteriza por contar con poco texto y muchas ilustraciones.



Fuente: Perón, J. D. (1950). La Nación Argentina Justa Libre Soberana. Buenos Aires, pág. 171

En cuanto a las obras dedicadas al turismo, el libro pone especial foco en los hoteles que constituyeron la forma de materialización más clara de la política de turismo social, además de que fueron edificaciones de una monumentalidad inédita. Por lo que la inversión en estos establecimientos no quedó afuera de la auto glorificación:



Fuente: Perón, J. D. (1950). *La Nación Argentina Justa Libre Soberana*. Buenos Aires, pág. 457

La proyección de la cantidad de hoteles que existirían al finalizar el plan, si bien lejos estuvo de llegar a cumplirse, es una muestra de la configuración del mapa turístico peronista y de la importancia que tenía la hotelería estatal en el plan de gobierno, en tanto le permitía a los viajeros "alojarse con la comodidad que merece todo ser humano". La propaganda, en este sentido, cumplió con sus dos funciones pedagógica y difusora, siendo que los sujetos beneficiarios de los hoteles eran nuevos en el mundo del turismo y podían desconocer tanto la existencia de estos, como su derecho a ocuparlos.

Por último, el aparato propagandístico no solo llegó a los peronistas consolidados y a los ciudadanos indecisos, sino también a aquellos que recién estaban aprendiendo sobre el funcionamiento de la sociedad: los escolares. Para esto fue necesario

introducir el mensaje justicialista dentro de la enseñanza en las escuelas, como se ve en el siguiente diálogo del libro de lectura "Alegría", para primer grado superior (Torre, 2002):

"¡Cuánta gente en la playa! Parecen hormiguitas. Eladio pregunta:

-Papá, ¿cómo puede venir tanta gente? ¿Nadie trabaja?

El padre le contesta:

-Sí, todos trabajamos. Pero ahora, desde que gobierna el general Perón, todos los obreros y empleados tienen derecho a sus vacaciones. Estos hoteles que ves son para que el obrero gaste menos. Aquí descansa. Luego volverá a su trabajo para producir más.

-¿Y quién atiende estos hoteles, papá?

-La Fundación Eva Perón".

En relación a esto, Puigróss & Pinkasz (1997) señalan que "al asociar al Estado con el Partido Justicialista y a la educación pública con el adoctrinamiento partidario, el peronismo reformuló el discurso pedagógico mediante la incorporación de un componente político y una finalidad expresa de constitución de los sujetos políticos" (p. 138). Otros textos escolares utilizados en la época muestran indicios de lo mismo y vislumbran la utilización de las mismas palabras y/o frases en referencia al discurso oficial del turismo peronista:



Fuente: Alitas nuevas, libro de lectura para primer grado superior, 1955. Recuperado de: <http://verdadesperonistas2010.blogspot.com.ar/2011/01/vacaciones-peronistas.html>

El verano

—El verano es lindo para ir a las playas o a orillas de los ríos. Es un placer zambullirse en el agua.

—En la Nueva Argentina todos los niños pueden veranear. Unos van a las playas, otros a las sierras.



Fuente: Alelí, cuaderno de ejercicios del método de lectura. Recuperado de: <http://verdadesperonistas2010.blogspot.com.ar/2011/01/vacaciones-peronistas.html>

Una revisión crítica de la propaganda turística, permite comprender mejor cuánto de interés por difundir las posibilidades de acceder al turismo, y cuánto de adoctrinamiento, había detrás de la comunicación oficial. Se puede entrever en los ejemplos que, la propaganda estuvo más bien apuntada a la lucha simbólica con la oligarquía y a despertar un sentido de pertenencia y de ciudadanía (por su derecho al ocio) en los trabajadores. Por otro lado, sí se resaltaron los beneficios para la salud, como un componente relevante del turismo social.

Conclusiones del capítulo

Se presentan a continuación las principales reflexiones del capítulo:

- Los orígenes del turismo social están directamente relacionados con la aparición de los derechos laborales y la lucha de los trabajadores por distintas conquistas sociales. Muchos Estados han acompañado esa tendencia impulsando el turismo social como una política que garantiza el derecho a unas vacaciones, además de generar muchos otros beneficios para la sociedad (mejoramiento de la salud, fortalecimiento del capital familiar y social, entre otros).

- En Argentina, el peronismo fue el encargado de poner al turismo social en la agenda pública garantizando, durante su primer período de mandato, el acceso al turismo a miles de personas. Esto debido a que el turismo social se alineaba con los principios desarrollados en su doctrina política, basada en la justicia social, esto es, en la igualdad de derechos, la inclusión social y el mejoramiento del nivel de vida de las clases más desfavorecidas.
- El rol que jugó Evita en el gobierno fue sumamente relevante, en tanto se convirtió en el nexo entre Perón y los más necesitados. A través de su Fundación, ayudó chicos y ancianos que se encontraban en situaciones de vulnerabilidad a disfrutar una vida más digna. Entre sus obras de ayuda social se encargó de administrar las colonias de vacaciones, utilizadas por trabajadores y escolares, a las cuales les impregnó su estilo.
- A pesar de logros alcanzados durante el primer peronismo, muchos académicos han criticado al gobierno por el empeño que tuvo en propagar su ideología y adoctrinar a la población, dando lugar a líneas interpretativas críticas sobre el mismo. Así, el apoyo al desarrollo del turismo social puede ser leído como una conquista social de la cual el gobierno fue responsable, favoreciendo a miles de trabajadores; o como un mero dispositivo para fortalecer la cohesión social y reproducir los ideales justicialistas.
- La política turística llevada adelante se enfocó en masificar los viajes turísticos y acercar los principales paisajes argentinos a los trabajadores y sus familias, esto a través de una amplia oferta hotelera que combinaba establecimientos de gestión estatal, sindical y privada. Entre ellos se destacaron las unidades turísticas de Embalse Río Tercero y Chapadmalal, por su alcance y monumentalidad. Esta política estuvo atravesada por un discurso fuertemente clasista, dado que se incentivaba el turismo en lugares históricamente ocupados por la oligarquía.
- Para que la propuesta diera resultado hizo falta un soporte propagandístico, que sirviera para la difusión de las oportunidades que se estaban brindando, pero también como medio de adoctrinamiento. La propaganda turística tenía entonces una función informativa, pero más aún política.

Capítulo III: El *all inclusive* de Chapadmalal

En este capítulo se profundizará en los aspectos conceptuales del espacio turístico, llevando lo analizado hasta el momento a un caso de estudio significativo. A través de la comparación de la Unidad Turística de Chapadmalal con los complejos *all inclusive* se reflexionará en torno a la construcción del espacio y los elementos simbólicos que impregnó un movimiento político como lo fue el peronismo.

En primer lugar, se introduce el caso de estudio con una descripción de su historia y su funcionamiento durante los años de gobierno peronista. Luego se avanzará en su lectura a través de la teoría sobre el enclave turístico y otros aspectos conceptuales del espacio social.

La colonia de vacaciones

La construcción de las Unidades Turísticas de Chapadmalal y Embalse tuvo sus inicios en los años previos a la presidencia de Perón, aunque fue con la llegada del mismo al poder que se realizó la mayor cantidad de avances edilicios y tomó la forma de una verdadera "ciudad balnearia". Para el caso de Chapadmalal, la construcción comenzó con los primeros tres hoteles en 1944, bajo la presidencia de Edelmiro Farrell y la vicepresidencia de Perón, en tanto que Juan Pistarini acompañó la obra como Ministro de Obras Públicas durante toda su ejecución, y también como vicepresidente en el poco tiempo que ocupó ese cargo. Los tres formaron parte de la denominada Revolución del 43 y compartieron la visión de impulsar las colonias de vacaciones, sin embargo en un principio el complejo se destinó sólo a obreros y empleados públicos. Fue durante la presidencia de Perón que se abrieron más plazas y se dio a lugar a los trabajadores en general y sus familias.

En 1947, mediante el decreto N°34.950/47, el Poder Ejecutivo Nacional expropió 650 hectáreas a Eduardo Martínez de Hoz, propietario de la Estancia Santa Isabel, con el fin de construir más hoteles y espacios de recreación para trabajadores y niños de todo el país. La inauguración oficial de los nueve hoteles y los 19 *bungalows* que conforman aún hoy en día el complejo se dio en 1950, ya bajo la administración de la Fundación Eva Perón. Pastoriza (2013) resalta el rol que jugó Pistarini como uno de los principales impulsores de las colonias, a través de las cuales se buscaban organizar las 24 horas del día a los turistas, facilitando excursiones, comida sana, baños de mar, deportes, cine, salas de lectura y entretenimiento.

Una revisión de las investigaciones hechas sobre el complejo (Ballare, Borthiry & Gorza, 2000; Bruno, 2015; López, 2010; Martínez, 2010; Osow, 2010; Pastoriza, 2008b; Pastoriza, 2013; Torres Cano, 2008), junto con la visita al Museo ubicado en lugar y el relevamiento de la información, permite conocer más sobre su construcción y puesta en funcionamiento:

La tipología edilicia utilizada fue la denominada "pabellonaria", utilizada generalmente en establecimientos públicos como hospitales y escuelas, que buscaba ganar en altura, liberando espacios en el exterior para la recreación, y privilegiaba la iluminación y ventilación hacia el interior. A través de los materiales, muchos de ellos importados de Europa, se le impregnó un estilo californiano a los edificios: madera para los acabados del interior, piedra y ladrillo para revestimientos, parquet canadiense, tejas rojas; todo en un entorno paisajístico privilegiado. Este estilo arquitectónico era el utilizado en los chalets de las clases altas como símbolo de status, por lo que se buscó una variante populista que despertará un sentimiento colectivo.

La colonia fue pensada como una ciudad auto-suficiente. Por esto, ofrecía los servicios de correo y telefonía, un centro de asistencia médica con farmacia, cine-

teatro, galerías comerciales, confiterías bailables, centros recreacionales con juegos infantiles, una capilla, una ermita y la administración. Comprendía 9 hoteles, 19 bungalows o casas de hospedaje, destinados originalmente a personal jerárquico de la administración pública y funcionarios de gobierno. Contaba con una ubicación privilegiada, sobre la ruta Provincial N°11 (entre Mar del Plata y Miramar), que le brindaba una rápida conexión con otros puntos turísticos y de esparcimiento, además de un fácil acceso a la playa. La FEP decidió instalar asimismo, un matadero, una panadería y una repostería que abastecieran a toda la colonia y le permitirían generar ingresos destinados a su mantenimiento. A su vez contaba con una red de servicios de avanzada para la época: calefacción, sistema de cloacas, red eléctrica subterránea, regado por aspersión y aguas corrientes. La calefacción funcionaba a leña, la cual era traída desde el norte del país por tren y luego trasladada en camiones hasta el establecimiento.

Los hoteles variaban en el número de habitaciones, y los baños de los mismos podían ser privados o compartidos. Los hoteles 1 y 2 eran de categoría A (el resto eran de categoría B), es decir que contaban con mayores comodidades y se reservaban a turistas predilectos. Estos hoteles ocupaban una superficie de 4765m² y 5080m² respectivamente. Ambos ofrecían servicio de cocheras y destinaban una parte del espacio para fomentar el bienestar social (con terrazas, salas de estar, bar, etc.). Además en estos hoteles funcionaba el comedor para los turistas. Las habitaciones eran para grupos pequeños (no más de 4 personas) y poseían baño privado.

El hotel 3, llamado "Los Teritos", estaba destinado únicamente a un público infantil y se organizaba en pabellones, habitaciones de guardia y salas de vestuario y duchas, con una capacidad total de 800 personas. En el primer piso, se encontraba una sala de teatro, que les permitía a los niños disfrutar de títeres, payasos y obras en general.

Los hoteles 4 y 5 eran los de mayor superficie de todo el complejo, con una extensión de 9670 m² cada uno. De manera similar al resto, poseían un pasillo con habitaciones a ambos lados, con baños compartidos. Completaban el edificio los servicios comunes como los son una sala de proyecciones y espectáculos, cancha de bowling, bodegas, comercios y una terraza. El hotel 6 tenía una superficie menor al 4 y 5, mientras que el hotel 7 sumaba un total de 236 habitaciones (el mayor número del complejo) de las cuales un 20 por ciento eran en suite. Los hoteles 8 y 9 eran los segundos en superficie del complejo, con un total de 9200m². Completaba la superficie de alojamiento una hostería de reducida capacidad ubicada a la vera del arroyo, que no tenía asignado ocupantes definidos. El sector de *bungalows* cubría un área de 32400m², compuesta por 19 viviendas, la mayoría de una planta.

Por último, completaban los edificios centrales un pabellón de administración, ubicado junto al de enfermería, y de dimensiones similares, donde se intentaba ordenar la documentación de los contingentes, y una capilla de reducida dimensiones con una llamativa aguja.

Existía también una infraestructura de apoyo para quienes contaban con vehículo propio, la cual consistía en un área de lavado con doble elevador hidráulico y doble fosa para engrase, una estación de servicio de tres surtidores para carga de combustible, depósito, sala de máquinas, además de cuatro grandes cobertizos para realizar aquellas tareas que requerían de un mayor espacio de uso.

El complejo tenía capacidad para albergar cerca de 5000 veraneantes. A su vez, trabajaban alrededor de 650 personas, entre administrativos, obreros de maestranza, técnicos y especialistas en los diversos servicios, calderistas, choferes, plomeros, albañiles cocineros, mozos, mucamas/os, niñeras, enfermeras/os, maestras, profesores en educación física, etc.

En cuanto a los planes que se ofrecían, el más popular fue el de 14 días con pensión completa, aunque también había estadías de 21 y 28 días. Si bien el

transporte corría por cuenta de los turistas, la FEP conseguía descuentos en los pasajes y ponía a disposición colectivos para trasladar a los turistas desde Mar del Plata al complejo, como así también para realizar excursiones.

Para el caso de los contingentes infantiles, estos requerían de una especial atención. La FEP se encargaba de organizar toda la estadía de los niños, brindándoles actividades recreativas bajo el cuidado de personal especializado. Se realizaban juegos, coros, espectáculos teatrales, paseos al aire libre, clases de ejercicios físicos y hasta de geografía e historia. También se les entregaban remeras, mallas, gorras, zapatillas, medias y demás indumentaria para que estuvieran cómodos durante su permanencia en el complejo. En su ingreso, todos los niños pasaban por una revisión médica para saber su estado de salud y poder atenderlos adecuadamente. El servicio médico era de primer nivel, no sólo por contar con profesionales sino también por la tecnología.

La ropa de cama era confeccionada por la propia Fundación con el uso de máquinas de coser, mientras que la vajilla empleada en los comedores exhibía el sello de la organización o del Ministerio de Obras Públicas. En su mayoría, los elementos estaban elaborados con alpaca (metal blanco), entre ellos: cubiertos, jarras, copas de helado, queseras, fruteras, aceiteras, ralladores, azucareras, etc.

Esta descripción de las colonias sirve como punto de partida para su comparación con el modelo *all inclusive*, dónde la comodidad, el lujo y la organización del tiempo y del espacio están más que presentes.

El enclave turístico de Chapadmalal

Retomando la caracterización espacial de los hoteles todo incluido realizada en el marco teórico, pueden vislumbrarse fundamentos en la construcción de las colonias vacacionales que las asemejan a los mismos.

En primer lugar, se definió a los *all inclusive* como espacios enclávicos, en tanto son inclusionistas y exclusionistas al mismo tiempo. El proyecto del peronismo de convertir al complejo en una ciudad balnearia justifica lo primero. Dentro del predio se ofrecían todos los servicios necesarios para que sus ocupantes no tuvieran que salir del mismo. En un doble sentido, se puede hablar del carácter inclusivo de la política de turismo social, dado que estas colonias buscaban incluir a la práctica turística un sector de la población que hasta el momento no se podía dar ese privilegio. El segundo punto hace referencia a la edificación del complejo lejos del resto de la urbanización, excluido. La obra se realizó a unos 30km de Mar del Plata, ciudad balnearia por excelencia para la época. En su momento Chapadmalal era un territorio rural, aún más de lo que es hoy en día, por lo que se logró distanciar del principal centro de atracción y formar una suerte de aislamiento turístico.

A su vez, se puede agregar otro rasgo relevante de las colonias: la exclusividad. Vacacionar en Chapadmalal era un privilegio de los menos privilegiados. Para poder acceder al programa de turismo social, existían ciertos requisitos que los turistas debían cumplir. En un principio, se hizo mención a que las colonias estaban destinadas a trabajadores estatales, jubilados o empleados de algún ente adherido a la CGT, hasta que se decidió brindarles la oportunidades a los no estatales y sus familias. Los interesados tenían que presentar una solicitud, a modo de declaración jurada, en la División de Turismo y Vacaciones de la FEP con una anticipación de al menos 30 días. En la misma se consignaban todos los datos personales del trabajador, así como de sus acompañantes (familia), especificando la fecha de viaje y el hotel.

La presentación de la solicitud no aseguraba la obtención de las plazas ni tampoco la fecha de viaje. Los trabajadores que recibían vía carta la confirmación, debían

realizar el pago dentro de un plazo determinado y presentar su documento de identidad junto con otros que demuestren el parentesco con sus acompañantes, además de certificados de buena salud. Se les daba prioridad en las comodidades a los matrimonios y padres solos con mayor cantidad de hijos y menores ingresos (en el formulario entregado se aclaraba el sueldo del solicitante), seguidos de trabajadores con sus padres y hermanos, matrimonios, viajes de luna de miel y, por último, adultos solos. Así se configuraba una suerte de modelo *all excluded* (todos excluidos).

Continuando con el juego de palabras, la colonia de Chapadmalal conformaba un espacio excluyente. Su reservación para el turismo social impedía que se pudiera hacer otro uso. La colonia fue planificada para ser un balneario popular y representar un símbolo de la conquista (social) de las vacaciones, algo que hasta el día de hoy continúa siendo dado que aún se la destina al turismo social. Esta incompatibilidad de usos del espacio, servía para alimentar las barreras simbólicas que se iban generando en torno a su construcción.

De esta forma, se consolidaba una suerte de burbuja turística que mantenía a los turistas dentro de un ambiente artificial, limitando el contacto de estos con otros grupos sociales. La amplia oferta de recreación era un gran estimulante para este aislamiento, a la vez que reforzaba los lazos hacia el interior y acentuaba el sentimiento colectivo de pertenencia. Esto se podía ver especialmente en los niños, cuya vida social estaba sujeta al cuidado de sus tutores y a las actividades grupales que ellos planificaban. Algunas imágenes de la época retratan de forma más clara lo mencionado:



Fuente: Archivo de la provincia. La Fundación Eva Perón. Imágenes de su historia, pág. 150.



Fuente: Instituto Nacional de Investigaciones Históricas Eva Perón. *Tourism for the people*. Ministerio de Asuntos Exteriores y Culto.

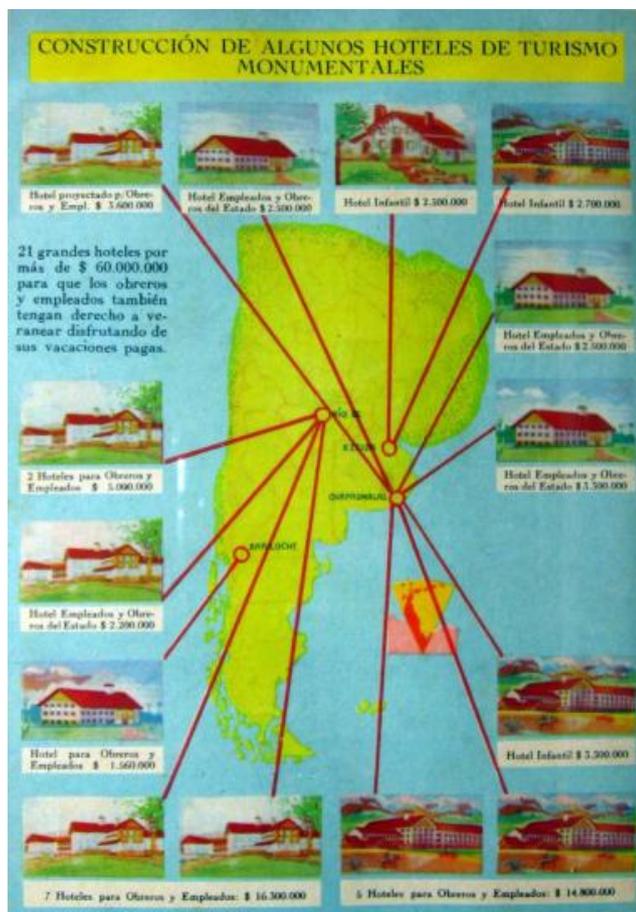
En segundo lugar, la localización es un aspecto sumamente relevante en la comparación propuesta. Los *all inclusive* privilegian ubicaciones exóticas, donde la naturaleza sea el escenario principal en la experiencia de los turistas. En particular la playa ha sido el lugar más elegido para explotar el modelo todo incluido, promoviendo el imaginario del sol, la arena blanca y el agua cristalina como fuentes de relajación y disfrute. Si bien la Argentina no posee playas paradisíacas, en los años previos al peronismo la costa era un destino aprovechado por las clases altas y estaba asociado al encuentro con la naturaleza y el descanso. Hay que destacar que en ese entonces no existían grandes urbanizaciones que contaminaran el entorno, todo se mantenía en un estado más puro.

Chapadmalal, en ese entonces no era reconocido como un destino en sí mismo, aunque su cercanía y similitud con Mar del Plata lo volvían atractivos para el desarrollo del turismo. Más aún si era un lugar que no estaba explotado, la fantasía de la naturaleza prístina podía concretarse. En este sentido, la localización del complejo

responde a la misma lógica de los *resorts*, adaptado a la geografía argentina. La ubicación dentro del predio junto con las dimensiones de los hoteles, brindaban vistas con cierta espectacularidad para sus ocupantes. Completaban esta preferencia por los entornos naturales la ubicación de las otras colonias vacacionales en las sierras cordobesas y en la cordillera, con el fin de acercar las bellezas de la patria a todos los habitantes.

En tercer lugar, los territorios frutos de una dinámica espacial enclávica tienden a exaltar la identidad del turista por sobre la de la comunidad local. Se trata de construir espacios artificiales, bajo una lógica temática y esencialmente consumista. La colonia de Chapadmalal constituía un lugar de exclusividad que contribuía a fortalecer el capital social de los trabajadores y enaltecer la cultura popular, paradójicamente, bajo un decorado propio de la oligarquía. En definitiva, toda la política de turismo social giraba en torno a sus beneficiarios, eran estos los verdaderos protagonistas de la conquista de las vacaciones y por tanto su identidad colectiva era un componente importante dentro de cada discurso o acción política. El por qué se le dio esa pincelada elitista tiene más que ver con la retórica peronista, asunto que se examinará en el siguiente apartado.

Por otro lado, la producción de espacios enclávicos privilegia la homogeneización arquitectónica. Es así que los distintos hoteles que conforman el complejo poseen características similares en cuanto a la estética, el tamaño, los materiales y los espacios internos. Además, de manera similar a lo que sucede con las grandes cadenas hoteleras hoy en día, las demás colonias que se crearon y proyectaron en distintas partes del país respetaban el mismo estilo y tipología edilicia (véase en la imagen). El peronismo constituía así un estilo arquitectónico característico, que permitía identificar sus obras de las demás.



Fuente: Perón, J. D. (1950). *La Nación Argentina Justa Libre Soberana*, Buenos Aires, pág. 458

Por último, para que los trabajadores se apropiaran de Chapadmalal como un espacio turístico hacía falta un empujón propagandístico que diera a conocer la obra del gobierno y despertara el deseo en los turistas por conocer la belleza del mar. Se analizó ya el papel que jugaba la propaganda dentro de la política turística peronista, pero sin puntualizar en la colonias. Los medios utilizados eran los mismos que se mencionaron, privilegiando aquellos que permitían mostrar la monumentalidad del complejo y el encanto de la playa mediante imágenes. Aunque es el lenguaje utilizado, el que mejor gráfica las intenciones.

El cine y la televisión brindaban la posibilidad de transmitir con mucho detalle la experiencia y alegría que vivían los turistas que se hospedaban en Chapadmalal. Con el Segundo Plan Quinquenal, la Secretaría de Prensa y Difusiones lanzó un cortometraje dirigido por Enrique Cahen Salaberry buscando dar a conocer las obras de las colonias. En el mismo puede verse a una pareja próxima a casarse siendo asesorada por un informante de turismo sobre los mejores destinos para su luna de miel. El informante hace hincapié en la colonias de Chapadmalal y Embalse, describiéndolas como sitios excepcionales, de gran belleza y comodidad. Algunas frases de su relato, acompañado de imágenes sobre el lugar, indican eso:

"Una playa inmensa, dorada, sobre la que el mar llega y se leja como invitando a seguirlo".

"Chapadmalal es una pequeña y sonriente ciudad con sus calles interiores, sus tiendas, sus confiterías y... con su propia oficina de correo habilitada especialmente".

A su vez, se rescata el discurso peronista: "Chapadmalal era un páramo de médanos, hoy gracias a la obra del gobierno es un conjunto monumental de hoteles al servicio de todas las clases trabajadoras para su descanso y recuperación". Por último, la caracterización finaliza con una contundente frase: "Chapadmalal significa un nuevo concepto sobre turismo social".

Otro soporte audiovisual lo conformaban los noticieros cinematográficos. Algunos de ellos se dedicaban fundamentalmente a elogiar las acciones del gobierno, como era el caso de Noticiero Panamericano y Sucesos Argentinos. Es posible encontrar segmentos de estos noticieros con referencias a la colonia de Chapadmalal, destacando tanto la naturaleza, la belleza y amplitud de la playa y el mar como motivo principal de atracción; como también el buen gusto, las comodidades del complejo y, para el caso de las colonias infantiles, la vigilancia y el cuidado por parte de personal experto, dedicado a "formar niños felices".

Por el lado de las publicaciones gráficas, la Revista Mundo Peronista, cuyo lenguaje se vio era más provocativo, dedicaba algunos versos y diálogos inventados a las colonias:

"-¿Y cómo puede organizarse esto con tanta precisión? ¿Cómo hay sitio para tantos niños?"

-Porque hay un orden perfecto que todo lo resuelve de acuerdo con la previsión de un gobierno también perfecto. Los contingentes de niños se renuevan constantemente y los hoteles confortables que la Fundación posee en Embalse y en Chapadmalal se ven colmados durante el verano". (Mundo Peronista N°81, pp. 36).

"O a orillas del mar, donde antes era de exclusivo privilegio de los poderosos, en Mar del Plata, en Chapadmalal, ahí también funcionan sus colonias de la Fundación, en condiciones sumamente económicas y dotadas de las mayores comodidades". (Mundo Peronista, N°36, pp. 5).

Finalmente, un afiche de la época (1954) perteneciente a la FEP exhibe cómo se publicitaban la colonia, con la particularidad de que denominaba al turismo como

económico. Hacía foco además en el carácter todo incluido del servicio, la cercanía a Mar del Plata y la presencia de medios de transporte confortables.

FUNDACION EVA PERON

**TURISMO ECONOMICO
A CHAPADMALAL**
(ENTRE MAR DEL PLATA y MIRAMAR)

8 AMPLIOS Y COMODOS HOTELES A ORILLAS DEL MAR SOBRE LAS HERMOSAS PLAYAS DE CHAPADMALAL, A UN PASO DE MAR DEL PLATA, DESDE DONDE SERA TRANSPORTADO EN RAPIDOS Y CONFORTABLES OMNIBUS

14 DIAS TODO INCLUIDO
EN TRENES ULTRAMODERNOS

| | |
|------------------------------------|------------------|
| MAYORES (DESDE 8 AÑOS) | \$ 415.-- |
| MENORES (DE 3 A 7 AÑOS) | \$ 290.-- |
| MENORES (DE 1 1/2 A 4 AÑOS) | \$ 190.-- |

ESTOS PRECIOS REGIRAN:
DURANTE LOS MESES DE NOVIEMBRE - DICIEMBRE
Y ABRIL.

ESTADAS DE 14, 21 y 28 DIAS
Informes: **TURISMO Y VACACIONES**
PASEO COLON 560

Fuente: Archivo de la provincia. La Fundación Eva Perón. Imágenes de su historia, pág. 148.

La comparación con los todo incluido no termina ahí, otros aspectos de las colonias las vuelven asimilables a los mismos. Aspectos que están muy relacionados con el manejo de las colonias por parte de la FEP, el discurso peronista y la lucha simbólica con la oligarquía.

El lujo popular, retórica espacial

Evita pronunciaba en *La razón de mi vida* (1952): "Por eso mis 'hogares' son generosamente ricos... más aún, quiero excederme en esto. Quiero que sean lujosos. Precisamente porque un siglo de asilos miserables no se puede borrar sino con otro siglo de hogares excesivamente lujosos" (p. 155). Y continuaba, en referencia a sus seguidores: "yo deseo que se acostumbren a vivir como ricos... que se sientan dignos

de vivir en la mayor riqueza... al fin de cuentas todos tienen derecho a ser ricos en esta tierra argentina" (p. 156). Al mismo tiempo, Perón expresaba en su doctrina que no quería que nadie viviese con lujo, sólo dignamente. Esta visión del mundo social llevó a que las colonias de vacaciones terminaran por tener un tinte burgués, particularmente con la transferencia de su administración a la FEP, como señalan distintos autores (Cabrera, 2003; Osow, 2010; Scarzanella, 1998; Schenkel, 2014).

La conformación de espacios lujosos, como uno de los elementos simbólicos de la lucha con las clases altas, encuentra su primera expresión en la arquitectura del complejo. Ballent (1997) realiza un interesante análisis sobre cómo la política peronista se manifestó a través de las edificaciones que construía, llegando a constituir una suerte de estilo arquitectónico peronista. La autora afirma que los edificios tenían funciones que iban más allá de su disposición física, comprendiendo asuntos simbólicos que actuaban en el plano de los significados políticos (especialmente en lo estético y lingüístico). Existía una programación arquitectónica, ideada por técnicos de la Fundación, que proyectaba la subjetividad para que pudiera visibilizarse.

El rústico-californiano, fue el lenguaje que unificaba las obras de la FEP y el Ministerio de Obras Públicas. Estilo inspirado en el Chalet Californiano, utilizado en primera instancia por la elite para sus casas veraniegas, estaba asociado con la naturaleza y la ruralidad (Chiarello, 2015). Tenía sentido que este fuera el eje de las construcciones turísticas, siguiendo una imitación del estilo burgués, pero adaptado a un público masivo, y privilegiando la ubicación en un entorno natural como el mar.

En relación a su acción social, la arquitectura de la FEP se caracterizaba por tres cuestiones: la domesticidad, la convencionalidad y el lujo (Ballent, 1997). Respecto al primer punto, se buscaba inducir una sensación de familiaridad a través de formas que apelaban al mundo doméstico o al hogar, algo para lo que el estilo rústico era adecuado. Esta domesticidad respondía a mantener una coherencia con el imaginario del peronismo y su vínculo tan cercano con el pueblo a través de la ayuda social, además de que se trataba de espacios desconocidos por los trabajadores hasta el momento y había que facilitar su aclimatación.

La convencionalidad se veía en el californiano, que ofrecía un conjunto de formas ya instaurado en la arquitectura argentina. La colonia no constituía en definitiva algo innovador, más bien se orientaba a la reapropiación y resignificación de lo existente para los intereses políticos del peronismo. Incluso, el concepto de colonias de vacaciones ya se venía implementando en Argentina décadas atrás. Lo novedoso fue el uso y la construcción de un sentido alrededor del complejo hotelero, acorde a los objetivos políticos del momento.

El tercer ítem, quizás el más controversial y cargado de significado, tiene que ver con el lujo. Sin dudas era el sello característico de la FEP para diferenciar sus obras de las anteriores y servía como una operación política de compensación y redistribución (de acuerdo a la lógica justicialista), buscando introducir a las clases más humildes en un entorno extraño para ellos. Como se comentó al inicio de este apartado, Evita quería que se acostumbraran a vivir como ricos, pero sin que llegaran a sentirse oligarcas, dado que eso era lo peor que le podía suceder a un peronista (Perón Eva, 1952). Y es ahí donde la convencionalidad y domesticidad funcionaban como mecanismos que traían a colación la realidad social de los turistas, quienes podían sumergirse en un ambiente nuevo, lujoso, artificial y artificiado, jugando a ser ricos por un tiempo.

En este punto se puede hablar de la creación de un verdadero ambiente Disney. Se les brindaba la posibilidad de experimentar al menos unas semanas de comodidad, descanso y diversión en un destino exclusivo y exótico (de acuerdo a lo que acostumbraban), para luego volver a su sencilla vida de trabajadores y escolares. La colonia así vista, materializaba y estructuraba una "disneyficación" de la lucha clasista

y la retórica justicialista, donde el lujo y el mundo oligarca eran la temática. El turismo constituía entonces un pequeño escape, en la dimensión del ocio, a la desigualdad social que se acarrea desde siempre. Y esto, a su vez, conformaba una gran victoria para la consolidación del régimen peronista. Quizás el máximo ejemplo de una obra artificiosa por el peronismo, con una retórica espacial propia del mismo, pueda verse en la creación de la República de los Niños. Un sitio que funcionaba a modo de parque temático, llegándose a creer incluso que Disney se inspiró en este para su construcción, donde los niños podían aprender sobre el sistema democrático y la ciudadanía.

Si bien la noción de lujo que promovía la FEP estaba distante de aquel que exhibía la burguesía, los servicios y comodidades que se ofrecían en la colonia resultaban extravagantes para los turistas, llegando incluso a denotar cierto carácter ostentoso. No era común ver a los trabajadores y sus familias jugando al *bowling*, paseando por un lago arriba de un bote o sentándose a comer en una mesa con toda la vajilla necesaria bajo una elegante araña y, sin tener que moverse, recibir la comida recién preparada (véase la fotografía del comedor lleno de familias).



Fuente: AGN, Dpto. Doc. Fotográficos, Inv. 197290

En este sentido, no se escatimó en ofrecer espacios y actividades para la recreación de los turistas. Y es que las colonias suponían una interesante propuesta para el fortalecimiento del sentimiento colectivo y la pertenencia a un "algo" mayor. Las necesidades básicas estaban por demás cubiertas, y se ponía disposición una amplio abanico de posibilidades para la satisfacción de necesidades secundarias y la exploración del placer y el descanso.

El cine, el teatro y el baile fueron de las actividades preferidas para el divertimento de los turistas, siempre y cuando no se estuviera en la playa. La presencia de una oficina de correo propia y la disposición de un moderno transporte para traer y llevar a los turistas, de manera similar al servicio de transfer desde y hasta el aeropuerto que ofrecen muchos hoteles hoy en día, eran parte de la excentricidad que se podía vivir durante la estadía.

La playa era sin dudas el principal atractivo y lujo de la colonia, por el simple hecho de que muchos de los turistas que vacacionaban en Chapadmalal nunca antes habían conocido el mar, era un paisaje que sólo las clases altas se habían dado el gusto de

disfrutar. En base al mar y la playa se estructuraba la vida dentro del complejo, y se consolidaba el imaginario peronista sobre las vacaciones populares.

Por otra parte, el servicio médico era de primera. El complejo contaba con un policlínico, con salas para adultos separadas por sexo, y salas para niños. A estos últimos se les entregaban juguetes para hacer su estadía un poco más placentera. El cuidado y la atención que se le prestaba a la salud de los turistas, especialmente a la de los niños, era algo poco habitual en su vida normal.

La presencia de personal especializado no sólo se restringía al campo de la salud, sino también al resto de los elementos que conformaban la experiencia turística. El personal que trabajaba en el complejo estaba a entera disposición del turista, desde el momento que arribaban se lo recibía y orientaba para que tuvieran una cómoda estadía. Para la colonia infantil había coordinadores a cargo de los grupos, que velaban por la seguridad de los niños y funcionaban a su vez a modo de animadores. El mar obligaba a contar con bañeros preparados para cualquier eventualidad. Nada quedaba librado al azar, el turista podía dedicarse a disfrutar de sus vacaciones en un entorno seguro y atractivo.

Se conformaba así el lujo popular. Aquel que se caracterizaba por su monumentalidad y extravagancia, llegando por momentos a ser vistoso, para un público que no estaba acostumbrado a gozar de tantas comodidades. Dentro de la política peronista, el ocio constituyó una herramienta más que interesante para atacar el orgullo oligarca; a través de la conquista de espacios turísticos tradicionalmente ocupados por las clases altas se enviaba un claro mensaje de arrebatamiento y provocación. No obstante, estos espacios respondían ahora a la lógica de un proyecto político o movimiento social como el del peronismo. La conformación del enclave turístico era fruto de la dinámica socio espacial que se iniciaba en el poder político y se replicaba a lo largo de un colectivo que veía el camino abierto para su ascenso y reconocimiento social.

La colonia y los procesos de construcción espacial

La producción (o construcción) de espacios turísticos conlleva un largo proceso de significación, en el que los distintos participantes interactúan y pugnan por sus intereses. Así, el proceso de conformación de la colonia de Chapadmalal como un destino para el turismo social se caracterizó por presentar un carácter multidimensional. Primero, estaba el pueblo. El beneficiario directo de la política de turismo, que lograba apropiarse de espacios para el ocio que antes le resultaban extraños. Segundo, la oligarquía: ese enemigo invisible al cual se intentaba desprestigiar y del cual se imitaba el estilo, quizás a modo provocativo, para la realización de obras de ayuda social. Tercero, el peronismo, representado por Perón, Evita y, en menor medida, Pistarini. El gobierno era el árbitro y principal responsable de todos los logros. Esta triada se reflejó en la composición espacial, a través del espacio percibido (la práctica espacial), el concebido (la representación del espacio) y el vivido (el espacio de representación), que se conjugaban y manifestaban en distintas medidas, pero siguiendo una lógica enclávica.

Se caracterizó ya a los enclaves turísticos como espacios producidos, fundamentalmente, bajo una forma de dominación. Muchos rasgos de esto son visibles en el caso de la Unidad Turística de Chapadmalal, como se puede deducir del análisis hecho hasta el momento.

Si bien la construcción comenzó a cargo del Ministerio de Obras Públicas, fue la FEP la encargada de gestionar y embellecer la colonia a su gusto. Dentro de sus funciones, debía regular la actividad que se daba al interior del complejo. Para lo cual se mencionó que existían cuatro aspectos a controlar (Judd, 2003): el deseo y el

consumo, los cuales se estimulaban mediante la propaganda y la puesta a disposición de comercios dentro de los límites del predio; y el movimiento y el tiempo, regulados mediante el uso y ordenamiento de los espacios internos y externos, las formas edilicias, la cercanía a la playa y la programación de actividades recreativas.

La administración de las colonias por parte de la FEP, más allá de que formaba parte de su misión social, tenía sentido si se entiende que Evita poseía un gran capital simbólico. Quizás más que Perón, frente a los ojos de los niños y turistas que iban a vacacionar al complejo. Incluso, Evita visitó el hotel infantil, demostrando tener un contacto más cercano con el pueblo.

Además, los procesos de dominación espacial son un excelente instrumento para la construcción de significados y su reproducción en el tiempo. La supervivencia de las unidades turísticas y su uso para el turismo social, sugiere una continuidad del proyecto heredado del peronismo a los tiempos actuales. El alcance y la monumentalidad del complejo fueron parte de la estrategia estructuradora del peronismo, a través de la cual podían organizar la representación del mundo social y del grupo social (las clases humildes) al que defendían, dejando un legado en la esfera del ocio.

La dinámica espacial dio como fruto un territorio con una identidad fuertemente marcada. Los turistas formaron parte del proceso de construcción, en tanto se apropiaron del espacio reafirmando la obra del peronismo y fortaleciendo su posición social. Se creó una especie de burbuja turística peronista, que perduraría en el tiempo y en la memoria de los argentinos.

El gobierno utilizó todos los medios que tenía a su alcance para generar esta territorialidad. Entre ellos, la promulgación de leyes y decretos a favor de sus intenciones. Ejemplos de esto lo constituyen la expropiación del terreno para la construcción de la colonia mediante el decreto N° 34.950/47, y la ley 13.992, la cual disponía que cuando la FEP lo considerara, podía tomar a su cargo la administración de cualquier establecimiento construido y/o habilitado por el Estado, como sucedió con la colonia de Chapadmalal.

Sin embargo, la justificación de las colonias no se apoyó simplemente en el fortalecimiento del capital simbólico del peronismo. La complejidad espacial permite distinguir otros fundamentos detrás de la política turística y la construcción de las colonias.

Respondiendo a una visión más mercantilista, se hacía presente una lógica de producción espacial, justificada en torno al descanso. En el discurso peronista pueden encontrarse menciones a la necesidad de los trabajadores de "reponer sus energías gastadas por el trabajo para regresar con nuevos bríos a la labor diaria" (Discurso de Perón en el Congreso de la Confederación General de Empleados de Comercio en 1947, Fuente: Mundo Peronista N°44). Más allá de que el descanso debía ser un derecho de los trabajadores, la retórica peronista se encargó de atribuirle un tinte capitalista al turismo social. El mismo permitía contar con trabajadores más felices y enérgicos, que podían producir más. La Doctrina Peronista (1947) ofrece un claro ejemplo de esto, al comparar al trabajador con una máquina: "tendemos a una organización completa del descanso, que abarque todos los aspectos incluso el cuidado de la salud del obrero, de la misma forma que el capitalista cuida, de sus máquinas, destinándoles algunos cuidados a su limpieza, conservación y arreglo" (pág. 233).

Por último, la burbuja se cerraba con un discurso un tanto más autoritario. Tanto en la Doctrina, como en el Manual del Segundo Plan Quinquenal, se manifestaba el deseo de Perón por vigilar los espacios de descanso de los trabajadores. Sin dudas, el modelo de enclave turístico era el adecuado para la organización y el control de los turistas, en tanto estos permanecían en un mismo sitio y obedecían al orden interno

establecido. Se les entregaba además un reglamento del turista, con las normas que debían cumplirse para una buena convivencia.

Todos los elementos mencionados formaban parte de una misma propuesta. Desde la conquista del derecho a vacacionar, hasta el uso del turismo como un medio para el adoctrinamiento de una clase, se manifestaba una lucha simbólica a través de la construcción de una espacialidad como la colonia de Chapadmalal. Conocer la o las verdaderas intenciones detrás de esta política quizás sea difícil, y más aún, irrelevante. De hecho el modelo *all inclusive* no estaba tan desarrollado (o estudiado) en la época que el peronismo creó las unidades turísticas. Sin embargo, esto no quita que se hayan revelado procesos de construcción espacial de similares características, con sus consecuencias socio-políticas.

La colonia de Chapadmalal era el molde perfecto para la materialización del discurso peronista. Y no se justificaba sólo en torno al ocio, sino también a la vida social y la visión del mundo que pregonaba la retórica justicialista para la Argentina. El gobierno tuvo un rol sumamente activo en la configuración del mapa turístico, determinando la forma de hacer turismo de una gran mayoría y viendo en él un campo para reforzar su capital simbólico. La política peronista le dio al turismo un papel central en la organización del país y la vida de sus habitantes, bajo una consigna multilateral: el turismo como derecho conquistado (por los trabajadores); la playa como espacio apropiado (a la oligarquía); la colonia como una obra monumental, única y lujosa (propia del peronismo).

Conclusiones

El espacio adquiere significados y los reproduce en función de la utilidad que le dé la sociedad. El turismo tiene la capacidad de transmitir e impregnar de sentido, en tanto práctica social y espacial. Es así que a lo largo del tiempo, la práctica turística se ha encargado de reproducir los conflictos y luchas que se originan en distintas esferas del mundo social, generando espacios fragmentados, exclusivos y excluyentes.

El turismo social, abogando por la inclusión de aquellos que menos posibilidades tienen para viajar, no ha escapado a esa manifestación. La separación entre ricos y pobres, el discurso clasista, se materializan en los territorios aprovechados para el turismo por sus, aparentes, bellas cualidades. No son sólo las grandes cadenas multinacionales las que se dedican a promover la creación de enclaves turísticos, sino que también las políticas públicas lo hacen. Estos espacios son producidos bajo lógicas de dominación, que pueden responder a regímenes autoritarios y ordenar la vida social de sus ocupantes. Lo que está en juego no es más ni menos que la posición social, el poder político y el capital simbólico de quiénes están detrás de la producción espacial.

El caso estudiado del peronismo en Argentina, particularmente, en torno a la construcción de la colonia de vacaciones de Chapadmalal durante el primer gobierno, intenta ser un ejemplo de la complejidad que supone la conciliación entre la práctica turística, el espacio social y la política. Un análisis de este tipo de procesos, requiere una especial atención al carácter multidimensional del espacio, distinguiendo aquellos acontecimientos que transcurren en el campo de lo simbólico, más allá de lo meramente material, afectando a la estructuración de una sociedad.

El peronismo es uno de los gobiernos más recordados de la historia argentina, ya sea para bien o para mal, debido a que otorgó numerosos beneficios sociales a un grupo que venía siendo excluido de una vida digna pero bajo un criticado clima de adoctrinamiento. Entre ellos, el turismo social fue una de las banderas que enaltecía el discurso peronista, fortaleciendo el capital simbólico de sus principales exponentes. Esta política encontró su mejor expresión en Chapadmalal, donde se conformó un verdadero enclave turístico, siguiendo una retórica particularmente peronista.

La comparación de la colonia con los hoteles *all inclusive* se soporta en la necesidad de contar con una teoría sobre el espacio turístico que contemple las múltiples relaciones que se dan en la dinámica socio-espacial. El turismo es una fuente inalcanzable de espacios diversos, pero su estudio pareciera no estar tan avanzado. La investigación llevada adelante supone un aporte en el camino de la discusión del tema, buscando conducir a nuevas preguntas y reflexiones.

Queda por cuestionarse, entre otras cosas, sobre la existencia de otras espacialidades/territorialidades propias del turismo, lo suficientemente reconocibles como para poder hablar de un modelo con sustento teórico, tal es el caso de los enclaves. Incluso para el caso presentado, podría extenderse el estudio a los otros dos ejes de la política de turismo social del peronismo en torno al alojamiento: los hoteles gremiales y la hotelería privada, contemplando el proceso de construcción del espacio en ambos casos con el fin de formar un panorama más completo.

El carácter multicultural del turismo y sus "beneficios" socio-culturales quizás se encuentren en la multiplicidad de usos del espacio. En contrapartida a los efectos generados por los enclaves, como la separación territorial (y social) y el encierro. Cuanto mayor enclávico es un espacio, mayor es la exclusión social, y menores son las posibilidades de pensar un turismo más democrático e inclusivo, que sirva como medio para el desarrollo humano. Más aún, si se trata del turismo social, diseñar espacios cerrados para su realización puede resultar contraproducente. Los espacios turísticos diseñados o proyectados por un alguien dominador privan a los turistas de la

libre interpretación, no porque estos sean simples agentes pasivos, sino porque todo está programado para estructurar la conducta de sus ocupantes. Y, salirse del orden establecido... no siempre es tarea fácil.

Bibliografía

- Agüera, F. O., López-Guzmán, T. & Cuadra, S. M. (2016). Análisis de la relación entre la valoración de un destino "todo incluido" y la satisfacción del turista. *Turismo: Estudios & Prácticas (RTEP/UERN)*, V(1), 88-112.
- Aguilar, D. M. (1999). *La política de turismo social en España*. (Tesis de Doctorado). Universidad de Málaga.
- Aguilar, M. A., Hiernaux, D. N. & Lindón, A. (2006). *Lugares e imaginarios en la metrópolis*. Barcelona: Anthropos.
- Alessandri, A. F. (1999). O turismo e a produção do não lugar. *Turismo: Espaço, Paisagem e Cultura*, pp. 25-39. Ed. Hucitec.
- Almirón, A. V. (2004). Turismo y espacio. Aportes para otra geografía del turismo. *Espacio y Tiempo*(16), 166-180.
- Altamirano, C. (2002). Ideologías políticas y debate cívico. En: Torre, J. C. *Nueva Historia Argentina. Los años peronistas (1943-1955)*. Tomo 8. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Ander-Egg, E. (1993). *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires: Magisterio del Río de La Plata.
- Ballare M. P., Borthiry, N. & Gorza, L. (2000). Evolución funcional de la Unidad Turística de Chapadmalal. Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Ballent, A. (1997). *Las huellas de la política. Arquitectura, vivienda y ciudad en las propuestas del Peronismo. Buenos Aires, 1945-1955*. (Tesis de Doctorado). Universidad de Buenos Aires.
- Barbosa, M. A. (2012). Resort, ocio y organización. *Estudios y perspectivas*, 21, 745-762.
- Bassan, C. E. (2014). Gestos precursores de la planificación turística estatal durante el primer peronismo (1943-1955). VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística. Neuquén.
- Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. *Aportes y Transferencias*, 6(2), 29-50.
- Blázquez, M. C. (2011). Bunker playa-sol. Conflictos derivados de la construcción de enclaves de capital transnacional turístico español en el Caribe y Centroamérica. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, XV(368).
- Bourdieu, P. (1985). El espacio social y la génesis de las "clases". *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, III (7), 27-55.
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a theory of practice*. Cambridge studies in social anthropology. Translated of *Esquisse d'une theorie de la pratique* by Richard Nice.
- Bourdieu, P. (1979). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. (M. del C. Ruiz de Elvira). Madrid: Santillana.
- Bourdieu, P. (1989). Social Space and Symbolic Power. *Sociological Theory*, VII (1), pp. 14-25.
- Bourdieu, P. (1994). Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción. (T. Kauf). Barcelona.
- Bourdieu, P. (2000). Sobre el poder simbólico. Intelectuales, política y poder. (A. Gutiérrez). Buenos Aires: UBA/ Eudeba, pp. 65-73.

- Bosley, H. E. & Brothers, G. L. (2008). Bridging an interdisciplinary gap: a case for uniting tourism and urban planning for a consistent understanding of the "urban tourist bubble". *Proceedings of the 2008 Northeastern Recreation Research Symposium*.
- Bruno, P. (2015). Del turismo escolar y sanitario infantil al turismo social: colonias de vacaciones en la Provincia de Buenos Aires, Argentina. *História, Ciências, Saúde*. 24(4), pp.1467-1490. Rio de Janeiro.
- Cabrera, M. C. (2003) *Turismo social como derecho. El acceso a Mar del Plata, territorio de distinción*. (Tesis de Maestría). Universidad de Buenos Aires.
- Cammarata, E. B. (2006). El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio. *América Latina: cidade, campo e turismo*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, San Pablo.
- Canovas, A. P. (2009). Turistas y migrantes en el planeta resort: la movilidad espacial de la población como un capital desigualmente distribuido. *AREAS. Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 28, pp. 9-18.
- Capanegra, C. (2006). La política turística en la Argentina en el siglo XX. *Aportes y Transferencias*, 10(1), pp. 43-61.
- Carvalho, K. D. & Guzmán, S. J. (2011). El turismo en la dinámica territorial. ¿Lógica global, desarrollo local? *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20, pp. 441-461.
- Castrogiovanni, A. C. (2007). Lugar, no-lugar y entre-lugar. Los ángulos del espacio turístico. *Estudios y perspectivas en turismo*, 16, pp. 5-25.
- Chiarello, A. (2015). El tipo Chalet Californiano en la arquitectura doméstica del noroeste argentino: Tucumán y Salta, 1930-1950. *Revista de historia americana y argentina*, 50(2), pp. 185-214.
- Cordero, A., Duynen, M. L. & Hiernaux, D. N. (2002). Imaginarios sociales y turismo sostenible. *Cuaderno de ciencias sociales*, 123. FLACSO.
- Cortés, M. M. (2014). Un enclave turístico y el costo social de su proceso de expansión territorial. *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, 5 (2), pp. 95-110.
- Delgado, O. (2001). Geografía, espacio y teoría social. En *Espacio y territorios. Razón, pasión e imaginarios*. Universidad Nacional de Colombia
- De Miguel, A. (1997). La nueva configuración del campo profesional, las transformaciones en el sujeto pedagógico y el retorno de la didáctica, en la historia del discurso pedagógico de Entre Ríos. (1930-1966). En: Puigróss, A. Historia de la educación en la Argentina. La educación en las provincias.
- Doctrina Peronista, Filosófica Política Social (1947). Buenos Aires. Disponible en <http://www.labaldrich.com.ar/wp-content/uploads/2015/10/Doctrina%20Peronista%20-%201947.pdf>
- Falcão, C. H. P., Santos, P. C. & Silva, L. A. G. (2006). Turismo Social - Em busca de maior inclusão da sociedade. En: Carvalho, Caio Luiz de; Barbosa, Luiz Gustavo Medeiros. (Org.). *Discussões e propostas para o turismo no Brasil: Observatório de Inovação do Turismo*. 1ed.Rio de Janeiro: Senac Nacional, 1, pp. 127-145.
- Giménez, G. (2000). Territorio, cultura e identidades. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 5(9), 25-5.
- Harvey, D. (1977). *Urbanismo y desigualdad social*. (M. González Arenas). Madrid: Siglo XXI.

- Harvey, D. (1990). *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. (M. Eguía). Buenos Aires: Amorrortu.
- Harvey, D. (1994). The Social Construction of Space and Time: A Relational Theory. *Geographical Review of Japan*, 67 (2), pp.126-135.
- Hiernaux, D. N. (1989). La dimensión territorial de las actividades turísticas. En *Teoría y praxis del espacio turístico*. Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco.
- Judd, D. R. (2003). El turismo urbano y la geografía de la ciudad. *EURE*, XXIX (87), pp. 51-62. Santiago de Chile.
- Khatchikian, M. & Murray, M. C. (1999). Turismo social: el paraíso perdido. *Nexos*, 11, pp. 12-17.
- Korstanje, Maxi. (2006). El viaje: un crítica al concepto de “no lugares”. *Athenea Digital*, 10, pp. 211-238.
- Lanquar, R. (1984). El turismo social y su lógica como servicio de interés público. *Estudios Turísticos*, 81, pp. 21-28.
- Leão, S. L. (1995). *Hotel: origens e formas atuais*. Programa de Pesquisa e Pós-Graduado em Arquitetura. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Lefebvre, H. (1974). *La producción del espacio*. (E. M. Gutiérrez). Madrid: Capitán Swing.
- Lefebvre, H. (1978). *State, Space, World*. (G. Moore, N. Brenner and S. Elden). University of Minnesota.
- López, C. (2010). *Síntesis histórica del proyecto de turismo social de 1943-1955 y diagnóstico de las características de los complejos hoteleros de Chapadmalal y Embalse, creados en el marco de ese proyecto*. (Tesis de grado). Universidad Abierta Interamericana.
- Losada, F. (2001). El espacio vivido. Una aproximación semiótica. *Cuadernos, FHYCS-UNJu*.
- Martinez, R. (2010). *Turismo Social*. Valores y fortalecimiento del Estado. Fundación y partido: memoria recobrada. Instituto Nacional de Investigaciones Históricas Eva Perón.
- Massey, D. (1992). Politics and Space/Time. *New Left Review*, I, pp. 65-84.
- Minnaert, L., Maitland, R. & Miller, G. (2009). Social tourism and its ethical foundations. *Tourism, Culture & Communication*, 7, pp. 7-17.
- Morales, V. (2017). Mundo Peronista. Una mirada “desde abajo” a la constitución de la identidad peronista durante el primer peronismo (1945-1955). *Question*, 1(53), pp. 72-88.
- Moscoso, F. (2012). *El Lugar dentro de la concepción de Destino Turístico*. (Tesis de grado). Universidad Nacional de La Plata.
- Mundo Peronista* (s. f.). Volumen de Revista N°36. Disponible en: <http://www.ruinasdigitales.com/mundo-peronista/>
- Mundo Peronista* (1953). Volumen de Revista N°51. Disponible en: <http://www.ruinasdigitales.com/mundo-peronista/>
- Mundo Peronista* (1954). Volumen de Revista N°59. Disponible en: <http://www.ruinasdigitales.com/mundo-peronista/>
- Mundo Peronista* (1955). Volumen de Revista N°81. Disponible en: <http://www.ruinasdigitales.com/mundo-peronista/>

- Navarro, M. (1999). *Evita*. Buenos Aires: Planeta Espejo de la Argentina.
- Núñez, E. B. (2017). El enclave turístico y la imagen del "buen salvaje" americano. Un abordaje iconográfico. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26, pp. 760–780.
- Oehmichen, C. (2010). Cancún: la polarización social como paradigma en un México Resort. *Alteridades*, 20 (40), pp. 23-34.
- Oliveira, H. V. (2008). A prática do turismo como fator de inclusão social. *Revista de Ciências Gerencias*, 12(6), pp. 91-103.
- Oso, S. M. (2010). El desarrollo turístico en la Argentina durante el S.XX : La política turística peronista (1946-1955). (Tesis de Grado). Universidad Nacional de La Plata.
- Panella, C. (2010). Mundo Peronista (1951-1955): Una tribuna de doctrina. En: Panella, C.; Korn, G. (Comp.) Ideas y debates para la nueva argentina. Revistas culturales y políticas del peronismo (1946-1955). La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Pastoriza, E. (2008a). 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. *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*.
- Pastoriza, E. (2008b). Estado, gremios y hoteles. Mar del Plata y el peronismo. *Estudios Sociales*, (34). Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Pastoriza, E. (2011). *La conquista de las vacaciones. Breve historia del turismo en la Argentina*. Buenos Aires: Edhasa.
- Pastoriza, E. (2013). Memoria obrera y turismo. Las vacaciones populares durante el Primer peronismo. *XIV Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia*. Departamento de Historia de la Facultad de Filosofía y Letras. Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza.
- Perón, Eva. (1952): *La razón de mi vida*. Buenos Aires: Ediciones Peuser.
- Perón, J. D. (1950). *La Nación Argentina Libre y Soberana*. Control de Estado de la Presidencia de la Nación. Buenos Aires. Disponible en: <http://www.ruinasdigitales.com/revistas/PatriaJustaSoberana.pdf>
- Plotkin, M. B. (1993). *Mañana es San Perón*. Ed: Eduntref.
- Presidencia de la Nación, Secretaría Técnica (1946). *Plan de Gobierno 1947-1951*. Tomo II. Buenos Aires.
- Presidencia de la Nación, Subsecretaría de Informaciones (1952). *Segundo Plan Quinquenal*. Buenos Aires. Disponible en: <http://cdi.mecon.gov.ar/greenstone/collect/planesde/index/assoc/HASHf8f1.dir/doc.pdf>
- Presidencia de la Nación, Subsecretaría de Informaciones (1953). *Manual Práctico del Segundo Plan Quinquenal*. Disponible en: <http://www.labaldrich.com.ar/wp-content/uploads/2016/08/Segundo-Plan-Quinquenal-Manual-practico.pdf>
- Riquelme, P. M. (2014). *La construcción social de los territorios turísticos. De las lógicas de desposesión a las estrategias de cooperación territorial*. VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística. Neuquén.
- Roman, G. M. (2006). El tiempo libre y ocio reivindicado por los trabajadores. *PASOS, revista de Turismo y patrimonio cultural*, 4 (3), pp. 301-326.
- Romero, L. A. (2004). *Sociedad democrática y política democrática en la argentina del siglo XX*. Vol. 9 de Cuadernos universitarios. Universidad Nacional de Quilmes.

- Rosa, G. H. (2009). ¿Desplazamientos de sentido e incoherencias? Una aproximación al "modelo de propaganda peronista". V Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Universidad de Buenos Aires.
- Santos, M. (1996). *A Natureza do Espaço. Técnica e Tempo. Razão e Emoção*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- Santos, M. (2009). Espacio y método. Algunas reflexiones sobre el concepto de espacio. *Gestión y ambiente*, 12 (1).
- Saquet, M. A. (2015). Por una geografía de las territorialidades y las temporalidades: una concepción multidimensional orientada a la cooperación y el desarrollo territorial. La Plata : Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. (Biblioteca Humanidades ; 36). En Memoria Académica. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.268/pm.268.pdf>
- Scarzanella, E. (1998). El ocio peronista: vacaciones y "turismo popular" (1943-1955). *Entrepasados*, 14. Universidad de Bologna.
- Schenkel, E. (2012). Mito e Realidade: O Turismo Social como Primeira Política Peronista na Argentina. *Revista Rosa dos Ventos*, 4(4), pp. 536-543.
- Schenkel, E. (2014). La inserción del turismo social a la agenda pública en Argentina. *Papers de turisme*, (56), pp. 1-19.
- Soja, E. W. (2008). *Postmetrópolis Estudios críticos sobre las ciudades y las regiones*. (V. Hendel y M. Cifuentes). Madrid: Traficantes de Sueños.
- Soria, C. (2009). La propaganda peronista: hacia una renovación estética del Estado nacional. En Soria, C.; Rocca, P.; Dieleke, E. (Eds.) Políticas del sentimiento. El peronismo y la construcción de la Argentina moderna. Buenos Aires: Prometeo.
- Tavares, J. M. & Kozak M. (2015). Tourists' preferences for the all-inclusive system and its impacts on the local economy. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 6 (2), pp. 7-23.
- Tomadoni, C. (2007). A propósito de las nociones de espacio y territorio. *Gestión y Ambiente*, 10(1), 53-65.
- Torre, J. C. (2002). *Nueva Historia Argentina. Los años peronistas (1943-1955)*. Tomo 8. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Torres, M. C. & Mastrogiacomo, V. E., (2008). Imaginarios Sociales y Arquitectura de la Educación Popular y del Turismo social en Mar del Plata (1946 – 1955). En Primer Congreso de Estudios sobre el Peronismo: La Primera Década. Red de Estudios sobre el Peronismo. Mar del Plata. Recuperado de: <http://redesperonismo.org/archivos/CD1/SC/torrescano.pdf>
- Valdés, E. (1999). La ciudad dual y los nuevos fragmentos urbanos: los guetos de la riqueza. *Administración Pública y Sociedad*, pp. 1-16.
- Valera, S. (1999). Espacio privado, espacio público: dialécticas urbanas y construcción de significados. *Tres al Cuarto*, 6, pp.22-34
- Valles, M. S. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.
- Vega, L. S. (2011). Los imaginarios en la percepción de los lugares turísticos. *Imagonautas*, 2 (1), pp. 114-137.
- Vega, L. S. (2013). Arquitectura y turismo, La arquitectura como reclamo turístico. *Urbano*, 16 (28), pp. 58-67.

- Velázquez, A. (2013). La producción política del espacio: el problema de la praxis. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 18 (63), pp. 63-74.
- Wacquant, L. (2004). Las dos caras de un gueto La construcción de un concepto sociológico. *Renglones*, 56. Tlaquepaque, Jalisco: ITESO.
- Zinganel, M. (2008). Tourist Bubble Everywhere. Tourism, difference and the touristification of the everyday. En Jolanta Bielanska et al (Ed.): Urban Potentials.

Fuentes de información

- _Alelí. Cuaderno de ejercicios del método de lectura, s. f. Recueprado de: <https://www.flickr.com/photos/83535812@N03/>
- _Alitas Nuevas. Libro de lectura para primer grado superior, 1955. Recuperado de: <http://verdadesperonistas2010.blogspot.com.ar/2011/01/vacaciones-peronistas.html>
- _Archivo General de la Nación, Departamento de Documentos Fotográficos. Archivos consultados: fotografías de la construcción del complejo de Chapadmalal.
- _Archivo General de la Nación, Departamento de Documentos de Cine, Audio y Video. Archivos consultados: Sucesos Argentinos, Noticiario Panamericano y cortometraje sobre Turismo Social.
- _Archivo Histórico de la Provincia de Buenos Aires “Dr. Ricardo Levene”. Archivos consultados: La Fundación Eva Perón. Imágenes de su historia.
- _Decreto N°34950/47.
- _Instituto Nacional de Investigaciones Históricas Eva Perón y Museo Evita.
- _Museo Eva Perón. Hotel N°5, Complejo de Chapadmalal, Buenos Aires.