

EL TURISMO COMO LÓGICA ESPACIAL. EL CASO DEL NOROESTE ARGENTINO (1930-1960)

Carlos Martín Rodríguez Buscia

El siguiente artículo se propone presentar los resultados de mi investigación doctoral, los cuales analizaron los procesos de turistificación del noroeste argentino entre los años 1930 y 1960¹ desde una perspectiva que puso en juego las escalas nacional, regional y provincial.

El turismo se manifestó en una multiplicidad de dimensiones sociales, políticas y culturales lo cual permite entenderlo como un fenómeno central de la historia moderna (Koshar, 2002).² Motivado por patrones de consumo, ideas sobre la salud y nociones estéticas que emergieron después de la mitad del siglo XVIII en Europa, se constituyó en un aspecto transversal de las sociedades occidentales (Zuelow, 2015).

¹ La periodización propuesta se apoya en la continuidad de las políticas de intervención del Estado entre el período conservador y el peronista. Así, Ricardo Sidicaro (2002) ha advertido la continuidad de un “Estado intervencionista” entre ambos períodos, en los que tuvo lugar un proceso de ampliación continua de funciones del Estado y de la multiplicación de agencias y funcionarios. Por su parte Elsa Pereyra (2012) ha sostenido que la tensión entre transformaciones y permanencias se resuelve en tono de resignificación y aprovechamiento de las estructuras existentes por parte del peronismo en estrecha asociación con el surgimiento de una nueva concepción del Estado y sus funciones. Asimismo, respecto al desarrollo del turismo, las políticas del peronismo profundizaron las acciones iniciadas durante los años conservadores, asignándole un cariz crecientemente democratizante (Torre y Pastoriza, 2002; Pastoriza, 2011). Dichos rasgos de continuidad se refuerzan desde una perspectiva cultural en la medida que las percepciones, imágenes y representaciones del paisaje y del patrimonio turístico consolidado se consolidan desde el período de formación del turismo nacional hasta su consolidación durante los años sesenta. En ese sentido, además del interés centrado en el rol del Estado, se explora lo turístico vehiculizado a partir de formas arquetípicas de la cultura. En tanto la dinámica de estos aspectos manifiestan una tendencia a reproducir permanencias y, por ende, una resistencia mayor a los cambios abruptos o automáticos que lo político.

² Sin pretender exhaustividad, la preocupación por desentrañar los problemas de la historia del turismo fue abordada por diferentes autores muchos de los cuales centraron sus expectativas e indagaciones en Occidente (e.g. Ash y Turner, 1991; Corbin, 1993; Lencek y Bosker, 1998; Löfren, 1999) Europa Occidental (e.g. Baranowski 2007; Boyer, 2002; De Grazia, 2002; Larrinaga, 2002; Walton, 1998) y en Estados Unidos (e.g. Rothman, 1998; Shaffer, 2001).

Durante la primera mitad del siglo XX, el turismo representó un gran foco de atención para los Estados. Regímenes de todo el espectro ideológico-político intentaron organizar e impulsar esta actividad. En Alemania se concedieron las vacaciones en 1924 y pronto se extendieron para casi la totalidad de la clase trabajadora. En Francia, las vacaciones pagas sancionadas por el Frente Popular en 1936 se sostuvieron incluso por el gobierno colaboracionista de Vichy. Esta protección legal se amplió durante estos años a casi todos los países europeos, tales como Austria, Finlandia, Italia, Checoslovaquia, Polonia y la Unión Soviética, muchos de los cuales habían incursionado en otorgar pocos días de vacaciones durante las primeras décadas del siglo XX (Walton, 2009). Esto refleja lo irradiada y aceptada que estaba la idea de que para tener una vida larga y feliz era preciso descansar y tomar distancia del tedio de la cotidianeidad y del estrés que generaba la vida moderna en las ciudades. En ese sentido, los gobiernos pensaron que las vacaciones podían mejorar la salud de las masas al mismo tiempo que disciplinar el tiempo de ocio a través de códigos de vestimenta y comportamientos. Pero no sólo ello, el turismo también se proyectó como un elemento que permitía que los ciudadanos tomaran contacto con su propia nación, sus paisajes y cultura, exaltando de esta forma la pertenencia a una comunidad imaginada (Anderson, 1993). Además, el turismo ofrecía un vistazo a la modernidad: autopistas, automóviles y equipamientos turísticos daban cuenta del crecimiento económico y la posibilidad de desarrollar zonas más atrasadas. Ese fue el caso, por ejemplo, de España, la cual se vio beneficiada luego de la Segunda Guerra Mundial por la recuperación de los estándares de vida de los países industrializados del norte de Europa. El desplazamiento masivo hacia las costas meridionales españolas transformó la realidad social de dicho país (Larrinaga y Vallejo, 2013). En suma, durante la posguerra, el turismo fue objeto de políticas públicas promovidas por la mayoría de los Estados y también por las Naciones Unidas que, hacia 1948, introdujo a las vacaciones en el artículo 24 de la Declaración Universal de los Derechos del Hombre.³

En América Latina el caso uruguayo da cuenta de un marcado interés por el turismo que se materializa en la creación de organismos expertos durante la década de 1930 y la construcción de infraestructura hotelera, configurándose la costa rioplatense y atlántica como ámbito de veraneo y prácticas sociales que imitaban lo acontecido en Europa (Da Cunha y Campodónico, 2015). Durante estos años, en Chile, el gobierno central y las administraciones locales comienzan a preocuparse por transformar, especialmente, Viña del Mar en un destino turístico para que pudiera estar a la altura de San Sebastián, Biarritz y las localidades turísticas de pares regionales (Booth, 2014). De la misma forma, en Brasil desde mediados de los años treinta las administraciones nacionales tuvieron un particular interés por organizar el turismo (Carvalho, 2016).

³ De hecho, uno de los principales intereses del Plan Marshall estaba enfocado en el turismo como una forma de reconstruir rápidamente a Europa, ante el deseo de las masas de turistas estadounidenses por recorrer el viejo continente. En esa línea, a principios de 1950, expertos de Austria, Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Grecia, Irlanda, Luxemburgo, Holanda, Suecia y Suiza viajaron a Estados Unidos para estudiar el desarrollo hotelero y la infraestructura turística de dicho país con el fin de replicar dichos estándares y así satisfacer las expectativas de los turistas estadounidenses (Zuelow, 2015: 152).

El grupo político liderado por Getulio Vargas asumió el control del gobierno federal e impulsó el despegue de Río de Janeiro como destino turístico relevante para los extranjeros, destacando a los cariocas, la playa y la samba como las atractividades distintivas (Almeida, 2017).

La construcción turística de Argentina durante la primera mitad del siglo XX estuvo marcada por la extensión social de dicha práctica a los sectores medios, en un clima de movilidad social cobijado por las transformaciones económicas y el marco legal peronista que posibilitó las vacaciones pagas y el aguinaldo (Pastoriza, 2011). Esta impronta democratizante del bienestar (Pastoriza y Torre, 2002) se tradujo en una transformación de los espacios turísticos, la construcción de infraestructuras de movilidad (Ballent, 2003; Piglia, 2018; Salerno, 2021) y equipamientos de diverso cuño (Bruno, 2012; González Bracco y Pérez Leloutre, 2020). No obstante, a diferencia de las características internacionales y/o transnacionales del turismo en Europa y Estados Unidos, en Argentina se configuró un turismo nacional de índole de mercado interno. Tal como lo ha señalado la historiografía, este proceso se produjo aceleradamente en Mar del Plata, la perla turística del país. Allí el número de turistas creció de 370.000 en 1940 a más de un millón en 1955, mientras que la cantidad de hoteles pasó de 242 en 1936 a 1.029 en 1953 (Pastoriza, 2011). Junto con ello, y como resultado de un interés social cada vez más extendido por las prácticas balnearias, se habilitaron distintas villas a lo largo de la costa atlántica (Necochea, Miramar, Ostende, Pinamar, Gesell, San Clemente del Tuyú, Mar de Ajó, San Bernardo, Santa Teresita, Mar del Tuyú) (Bruno, 2015; Fernández, 2018; Kaczan, 2020). Asimismo, otras zonas del país también comenzaron a recibir viajeros. De modo tal que no pocos provincianos visitaron la Capital Federal con el fin de admirar la ciudad vertical (Fara, 2020) y comulgar con su monumentalismo y el ritualismo cívico y patriótico (González Bracco, 2017).

Otras áreas, como aquellas que se impulsaron en torno a los Parques Nacionales, especialmente en la Norpatagonia, fueron desarrolladas por las dependencias nacionales con el objetivo de explotar su valor turístico y ofrecerse al conjunto del pueblo argentino (Andermann 2017; Floria, y Vejsberg, 2009; Nuñez y Vejsbjerg, 2010; Piantoni y Pierucci, 2021).⁴ A su vez, la provincia de Córdoba vio fructificar distintos sitios propiciados por la llegada de un gran caudal de visitantes, los cuales estuvieron favorecidos, entre otros aspectos, por las facilidades que brindaron los sindicatos en materia de alojamiento y traslado (Falco, 2019; Maffini, 2022). El caso mendocino, tal como se ha demostrado recientemente, también se convirtió en un destino seductor para los turistas como corolario de la inversión y ejecución de obras públicas realizadas en la primera mitad del siglo XX (Bianchi, 2023; Raffa, 2019; Raffa y Luis, 2020).

Desde finales de los años treinta, y junto con los sitios turísticos mencionados, el norteño argentino fue objeto de un renovado interés nacional. Las “provincias del norte”, o el “norte” a secas, fue un espacio difuso desde finales del siglo XIX y gran parte

⁴ Aunque la llegada de los sectores medios a estas zonas fue mediocre, la belleza de sus paisajes fue difundida como una obra espiritual que pertenecía a todos los argentinos (Piglia, 2012).

del siglo xx. Mencionado profusamente en diversas alocuciones literarias, periodísticas y ensayísticas a lo largo del siglo xix, contribuyó a asentar en el imaginario colectivo la idea de la existencia de una serie de elementos estables y comunes de un conjunto de provincias, ciudades y lugares. Además, comenzó a ser pensado como destino turístico invernal para los potenciales turistas provenientes del “litoral” y Buenos Aires desde las primeras décadas del siglo xx. Los discursos de la prensa, las guías de viaje y las instituciones histórico-culturales, como la Comisión Nacional de Museos y de Monumentos Históricos y Lugares Históricos (CNMMY LH), propiciaron el desplazamiento de ocio hacia esta zona del país. El clima benévolos, la posibilidad de gozar de las aguas termales y la oportunidad de comulgar con los hitos patrióticos nacionales encarnados en los monumentos, contribuyeron a moldear una forma específica de hacer turismo en esta zona. La idea de la revitalización corporal inherente al tiempo libre encontró en el “norte” una veta pedagógica que exaltó la identidad nacional al encomiar la visita de hitos y restos históricos. La faena de reconstrucción material de aquellos rastros que tradujeran el espíritu argentino y su pasado colonial fijó el interés en la recuperación de la Casa Histórica en Tucumán, inmueble donde se declaró la Independencia de Argentina (Blasco, 2017), y otros restos como los cabildos de Salta, Jujuy y Humahuaca. Esta labor, a cargo de la CNMMY LH, contuvo ribetes turísticos, ya que la creación de un acervo cultural y patrimonial fue incorporada a la confección de recorridos en guías y cartas de viaje a cargo de dependencias estatales de turismo o asociaciones civiles como el Automóvil Club Argentino (ACA). Además, se convirtieron en postales o referencias icónicas que captaron el interés de profusas publicaciones y de la lente o la retina de los visitantes.

En ese sentido, este artículo busca aportar al conocimiento de una zona que ha recibido menor atención por parte de los estudios históricos del turismo.⁵ Para ello

⁵ Si bien es cierto que el grueso de los trabajos se centra en periodizaciones recientes es posible advertir algunas contribuciones históricas. En ese sentido, el espacio turístico que más esfuerzos de comprensión recibió fue también la provincia de Jujuy. Diversos trabajos académicos exploraron a modo de antecedente las representaciones turísticas de Jujuy desde 1950 (Bergesio y Scalone, 2014), el territorio imaginado de la Quebrada a lo largo del siglo xx a partir de las imágenes de los folletos y publicaciones turísticas (Bergesio, Montial y Scalone, 2012), su transformación en destino turístico (Troncoso, 2008; Bruno, 2010) y la constitución del turismo a partir de la geografía histórica (Seca, 1989). Un interesante trabajo de antropología histórica apuntó a la exploración de la construcción del territorio turístico a partir de la filmación documental de la Quebrada entre 1947 y 1977 (Mancini, 2019). Otro reciente e importante aporte recupera el vínculo entre obra pública y la construcción del Hotel de Termas de Reyes en Jujuy, destacando el papel de las proyecciones turísticas por parte del Estado (Jerez, 2020). No obstante estos estudios, el área que mayor interés suscitó fue la Quebrada de Humahuaca como producto de su reconocimiento como Patrimonio de la Humanidad por parte de la UNESCO en 2003. En torno a zona, la tesis doctoral en arqueología de Mancini (2016) explora en uno de sus capítulos su patrimonialización histórica durante el siglo xx, resaltando en su constitución la hegemonía del saber experto arqueológico y la definición del “pintoresquismo” nativo como rasgo preponderante del espacio cultural. La tesis doctoral en geografía de Tommei (2016) toma el caso de Purmamarca e indaga sobre su valorización turística desde 1991, aunque advierte en uno de sus segmentos el proceso de turistificación realizado por las guías turísticas desde la década de 1930. Ambas autoras se preocuparon por la indagación histórica al recuperar material documental, y contribuyeron a comprender la institucionalización histórica normativa patrimonial y turística de la Quebrada (Mancini y Tommei, 2014, 2012).

se emplea la multiescalaridad, mirada que obliga a pensar los territorios más allá de localidades aisladas o de visiones donde la nación desdibuja las particularidades. Así pues, este trabajo se sitúa en la mirada nacional sobre la región⁶ y, asimismo, hace foco sobre dos casos particulares, las provincias de Salta y Tucumán.⁷

Probablemente estos estudios constituyan hasta aquí las aproximaciones históricas más relevantes del campo. Respecto a la provincia de Salta, Flores Klarik (2011a, 2011b) se interrogó sobre el rol de las representaciones y las tradiciones en la construcción de los discursos turísticos durante la primera mitad del siglo xx. Otros aportes centrados en periodizaciones recientes advirtieron algunos aspectos históricos de la valorización turística de atractivos y recorridos por el centro histórico de la ciudad de Salta durante el siglo xx (Troncoso, 2020, 2011). Asimismo, recientes trabajos problematizaron acerca del rol del Estado en el desarrollo del turismo en Salta (Rodríguez Buscia, 2022, 2024a) y Tucumán (Rodríguez Buscia, 2023a, 2024b) durante la primera mitad del siglo xx.

⁶ Este estudio abreva en los aportes realizados por la literatura preocupada por definir y estudiar la región. Sin entrar en el intenso debate teórico en el que se cruzan distintas perspectivas y definiciones, desde la geografía y la historia regional se plantea que la región ante todo es una “hipótesis a demostrar” (Van Young, 1989: 257). Es decir, no se intenta presentar a la región como un área con elementos dados, contenedores de características sociales y naturales propias e inalterables. Más bien, se propone que el proceso de regionalización estuvo caracterizado por el factor temporal marcado por tendencias de transformación y permanencias sociales. Tal como advierte Pierre Vilar, las regiones cambian de acuerdo a la época y a las finalidades de su estudio (1976: 36-37). En ese sentido, la maleabilidad de la composición de la región contrasta con las visiones estáticas y centralistas del país que imperaron desde las primeras décadas del siglo xx en las interpretaciones del discurso geográfico acerca de las regiones argentinas (Benedetti y Salizzi, 2016: 12). Así, en línea con la geografía crítica, el concepto de región se vuelve operativo a partir de las interacciones sociales que se dan en el tiempo y en el espacio (De Jong, 2001; Sánchez, 1991; Santos, 1985), superando cualquier delimitación que pretenda concebirla como una totalidad preexistente con rasgos de homogeneidad pre establecidos (Bandieri, 2018: 7).

⁷ Podrá reclamarse la no inclusión de otras provincias, tales como Santiago del Estero, Jujuy, Catamarca o La Rioja, incluso La Rioja (provincia frecuentemente concebida como parte del concierto de aquellas que conformaban parte del noroeste argentino). Sin suponer la invalidez de estos objetos, la vastedad de un esfuerzo de esta magnitud, que supera con creces los límites de esta pesquisa, intentó ser conjurada mediante la elección de dos casos paradigmáticos. Indagar sobre el caso salteño se justifica también en la medida que esta provincia recibió desde el siglo xix y las primeras décadas del siglo xx el mayor flujo de turistas de la región. Esta tendencia parece sostenerse durante el periodo analizado lo cual contribuye a interrogarse respecto al peso específico del Estado provincial. Por otro lado, acerca de Tucumán la importancia radica en que la provincia fue, producto de la inserción de los industriales azucareros en el modelo exportador de materias primas, la de mayor relevancia económica en la región desde el siglo xix. Esto permitió, además, un importante desarrollo en el plano cultural y educativo, logrando que Tucumán se convirtiera en referente principal en el noroeste. Asimismo, la visión nacional preponderante durante el periodo de estudio interpretó que el rol histórico de ambas provincias fue crucial para asegurar el éxito de la guerra revolucionaria. Tucumán como “cuna de la independencia” (ya que allí se la declaró en 1816) y Salta como tapón inexpugnable de la resistencia patriótica ante las invasiones realistas, asumieron las características paradigmáticas del consumo turístico-patriótico. Además, estos aspectos se conjugaron con el deseo de visitar las bellezas naturales del país, traducidas en paisajes y vistas canónicas. En ese marco, la naturaleza asumió el rasgo de una valencia prístina donde anidaba la raíz de la nacionalidad.

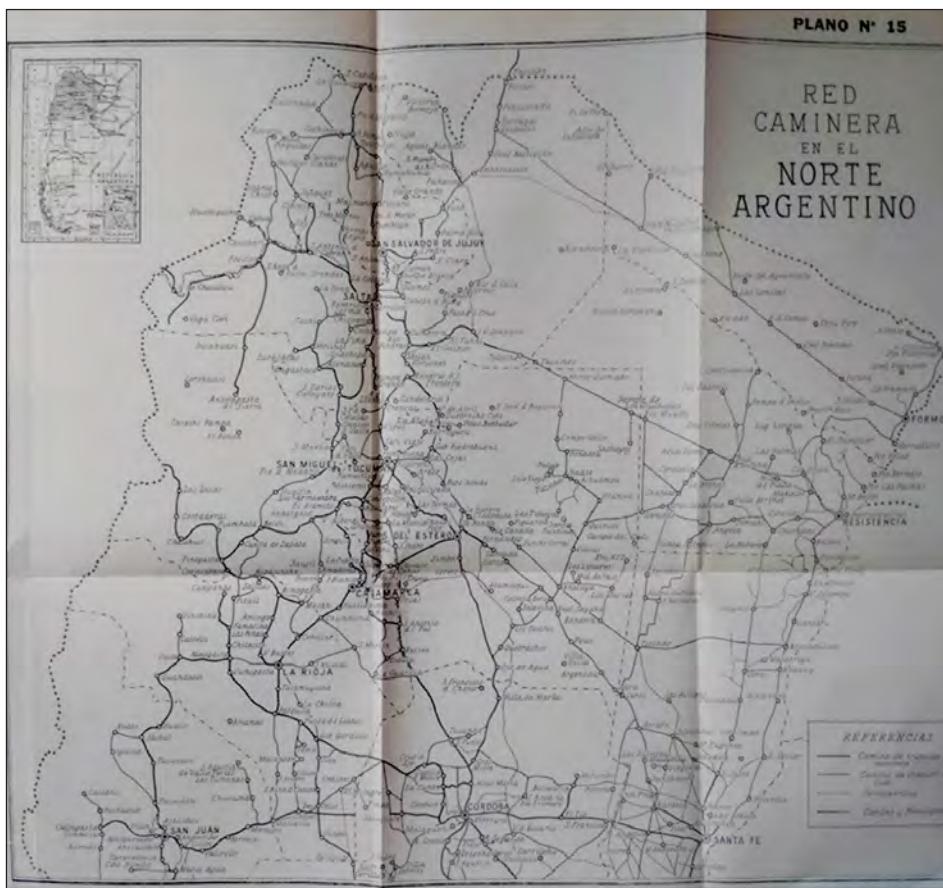


Fig. 1. Caminos de la red nacional del norte argentino.

Fuente: *Guía Peuser de Turismo*. 1954. Buenos Aires: Ed. Peuser, 321.

De esta forma, se sostiene como hipótesis general que los procesos de construcción turística de los espacios en el noroeste argentino entre 1930 y 1960 se produjeron a partir de dos fenómenos simultáneos. En primer lugar, un proceso de regionalización,⁸ tanto en la construcción de una mirada turística operativizada a través de imaginarios, representaciones y prácticas, así como en la patrimonialización y la turistificación patrimonial.⁹ Al respecto, se plantea que la producción de la región turística en términos identitarios y simbólicos se forjó fundamentalmente a instancias de la nación. Lo nacional legitimó la existencia de lo regional como una mesoescala aglutinante de los

⁸ Debe diferenciarse este uso del empleo realizado por estudios de realidades temporales más recientes, los cuales asocian regionalización con las dinámicas de carácter global. Se plantea que los circuitos regionales reaccionan contra y/o sirven de base para la asimilación de los procesos globales en el marco del neoliberalismo (Haesbaert, 2019).

⁹ Proceso de valorización turística de las versiones hegemónicas identitarias activadas patrimonialmente (Prats, 1998).

referentes autorizados a integrar una comunidad imaginada colectiva. Esto es clave para entender que la *regionalización turística* se considera un acto de poder de la nación: el poder de recortar, de clasificar, de nombrar y representar el territorio. En otras palabras, ¿qué era exactamente el noroeste argentino como región turística? Lejos de ser un conjunto de provincias preestablecidas con características esenciales aglutinantes, era más bien una construcción porosa y abierta que incluía una cantidad variable de pueblos, ciudades y localidades. Las representaciones e imaginarios turísticos del noroeste argentino atravesaron un proceso de selección llevado a cabo por distintos actores sociales que, a su vez, influenciaron y orientaron la mirada de los turistas, deseosos por consumir la imagen que circulaba de estos lugares en sus sociedades de origen. Asimismo, la construcción de una región turística no fue excluyente del noroeste, sino que se trató de un proceso que también fue analizado para la Patagonia argentina. La Patagonia turística fue un lugar representado por y para el turismo, difiriendo de otras posibles representaciones regionales en la medida que articuló atributos o rasgos particulares de destinos y atractivos con los intereses y expectativas de los turistas (Bertoncello, 2012: 224).

En segundo lugar, la turistificación del noroeste argentino respondió a una lógica de *provincialización* de la acción estatal, esto es, la implementación de políticas públicas y el funcionamiento de agencias expertas. En ese proceso el Estado nacional no intervino directamente, aunque generó un “clima de época” al asumir al turismo como un problema público que requería acciones y políticas específicas, contribuyendo así al desarrollo de una estatalidad subnacional. La provincialización produjo territorios turísticos que pueden entenderse como lugares donde se encontraron y se dieron conexiones de distinto calibre: representaciones, imágenes, discursos, prácticas, infraestructuras, normativas, etc. Así, la singularidad turística viene determinada no por cada uno de estos aspectos, sino por la forma en que estos se conjugaron (Massey, 2000). Si bien es cierto que la regionalización en tanto productora de arquetipos culturales pareciera preceder en el tiempo a la provincialización, se trata de procesos que durante el período aquí abordado fueron simultáneos, estaban en pleno desarrollo y se relacionaron de distintas maneras. En ese sentido, la regionalización impulsada por la nación tendió a la homogeneización de lo subnacional al mismo tiempo que la provincialización aspiró a la diferenciación espacial. Bajo dicha lógica, la regionalización era estructurante y apuntaba a la subsunción de las partes mientras que la provincialización suponía heterogeneidad y particularismo. Si bien cada proceso tenía su propia dinámica, también se interrelacionaban: lo nacional otorgaba sentidos y significados sobre lo turístico mientras que las provincias seleccionaban, delimitaban, apropiaban y operativizaban diferenciadamente en torno a un conjunto de construcciones culturales.

Dicho de otra forma: sobre dos procesos, la regionalización y la provincialización, intervinieron tres escalas. Por una parte, la *provincia*, entendida como el escenario sobre el cual el Estado local desenvolvió un conjunto de estrategias en pos de la turistificación de los espacios circunscriptos en dicha jurisdicción. Por otra parte, la *nación*, de la cual surgió una tercera escala entendida como un armazón contenedor de la(s) provincia(s): la *región*. La región turística no fue preexistente a la nación sino el resultado de una operación nacional que produjo elementos estabilizantes y trazó límites espaciales

materiales y simbólicos. La *regionalización turística* propuesta por la nación atravesó los espacios, aunándolos y delineando nuevas fronteras más allá de las puramente administrativas. Los mecanismos empleados para realizar tal faena serían especialmente dos: a) la construcción de arquetipos culturales turísticos de características nacionales que reproducían e internalizaban lo *regional* como un todo; b) la configuración nacional del patrimonio y su posterior turistificación.

El artículo comienza explicando las lógicas de espacialización predominantes en cada uno de los procesos de provincialización y regionalización turística. Luego examina la regionalización en tanto marco otorgador de sentidos y, finalmente, explora la provincialización como espacio de singularización.

Para llevar a cabo este análisis se empleó una metodología de características cualitativas en base a un gran acervo de fuentes históricas escritas de distinto tipo. Se consultaron documentos de Estado, tales como boletines oficiales, diarios de sesiones parlamentarios, memorias ministeriales o departamentales, publicidad y folletería gubernamental, anuarios, publicaciones periódicas oficiales, censos, entre otros. Asimismo, también se trabajó con prensa de rango nacional y provincial, revistas especializadas de diverso tenor y guías de viaje.

LA PROVINCIALIZACIÓN Y LA REGIONALIZACIÓN COMO LÓGICAS ESPACIALES

La territorialización turística puede comprenderse, siguiendo a Haesbaert (2014), como la dialéctica entre dos lógicas, una zonal y otra en red. La lógica zonal actúa ejerciendo una compresión, fijando las acciones sobre un ámbito local. Bajo este precepto, el Estado acciona determinando espacios de contigüidad fijados en una circunscripción particular a partir de su condición turística. Por su parte, la lógica reticular funciona a partir de movimientos, los flujos y las conexiones, empleando la cultura como un modo de construir estereotipos y convenciones turísticas. Ambos sentidos son indisociables del espacio y se manifiestan conjuntamente, aunque usualmente se traducen a partir del predominio de uno sobre otro. Asimismo, cada una de estas lógicas actuaron al interior de las escalas analizadas en este artículo y también hacia afuera, permitiendo relacionar bajo un haz de singularidad y diferenciación los lazos entre la provincia, la región y la nación. En ese sentido, las lógicas espaciales orientaron y redefinieron la movilidad turística al seleccionar y jerarquizar determinados atractivos por sobre otros. Esto resulta pertinente para definir el comportamiento de los sectores medios, es decir aquellos grupos con mayores posibilidades de aprovechar la lógica democratizante impulsada desde los años treinta por los gobiernos conservadores y profundizada por las administraciones peronistas (Pastoriza, 2011). En la medida que la legislación laboral de 1945 sancionó las vacaciones pagas y el aguinaldo y la política económica fue tendiente al aumento del salario real, se crearon las condiciones para que amplios sectores de la sociedad pudieran hacer turismo.

Ahora bien, la producción específica de cada destino se dio como resultado de la combinación dinámica de ambas lógicas antedichas. Así, es posible afirmar que la provincialización turística tuvo una lógica más zonal que reticular, puesto que el Estado fijó puntos y delimitó los flujos, cerró circuitos y restringió la circulación de información. Se determinaron políticas públicas específicas, como ser la referida a la construcción de alojamientos que en el caso de Salta alumbró al Gran Hotel de su

capital (1942) y a las hosterías en los valles calchaquíes (1954), zona también elegida por el gobierno tucumano para erigir infraestructuras similares en 1955. A partir de esto, la movilidad turística encontró sitios para detenerse no sólo para descansar, sino desde donde realizar excursiones en las adyacencias. Desde luego, ello dependió de la habilitación de infraestructuras de transporte que respondían al uso cada vez más extendido del automóvil. Dichos aspectos, fueron llevados a cabo desde los años treinta por las direcciones de vialidad nacional y, especialmente, las provinciales. Esto demuestra que el rol del Estado resultó indispensable para fijar lo turístico en la provincia. Así, a través de la lógica zonal, el territorio turístico tendió a establecer sus fronteras bajo la jurisdicción de lo subnacional, expresión de lo comprimido y lo restringido.

Por su parte, la regionalización turística funcionó bajo una lógica eminentemente reticular. Los discursos, imaginarios y representaciones turísticas del noroeste circulaban velozmente a través de productos e informaciones (postales, folletos, guías de viaje, prensa, cine, etc.). El resultado de ello era una región que asumía un carácter poroso y flexible producto de la vehiculización de la cultura. La región no era una sumatoria inobjetable de provincias. En efecto, a veces el noroeste podía aludir solo a Jujuy, Salta o Tucumán, en otras ocasiones podía incluir provincias como Catamarca y Santiago del Estero y tentativamente dejar afuera a La Rioja o bien incorporarla. En todo caso, la región no fue un producto acabado y cerrado que reflejara un conjunto de provincias. Más bien, era un territorio turístico abierto y sin fronteras definidas. La región no se ancló en la provincia, sino en cómo lo turístico asumía formas arquetípicas que atravesaban los límites jurisdiccionales políticos. Así pues, el proceso de regionalización funcionó bajo una lógica reticular de carácter expansivo y abarcativo. Esto generó que los sentidos operados sobre los atractivos circularan con mayor fluidez sobre el espacio. La lógica regionalizante buscó tributar a la identidad nacional, de modo tal que los distintos atractivos del noroeste argentino, en mayor o menor medida, contribuyeron a que los turistas reforzaran su pertenencia a una comunidad imaginada.¹⁰

Como resultado de ambas lógicas la región aglutinaba una multiplicidad de realidades locales y las trocaba en expresiones uniformes que, propiciadas por la nación, eran presentadas unitariamente ante la mirada del turista. La lógica reticular presente en lo regional generaba una apertura y una expansión que permitían el ingreso de una multiplicidad indefinida de localidades, pueblos, ciudades y provincias. Lo simbólico de la lógica en red tenía fronteras imprecisas y tendía a ser abarcativo. Por su parte, lo rígido de las delimitaciones provinciales o municipales producía diferenciación espacial y fijaba en el territorio turístico la heterogeneidad, asumiéndola como un rasgo distintivo. La lógica zonal comprimía en la provincia la posibilidad de consumo de lo regional, entendido como un marco de referencia. La provincia, a su vez, se transformaba en una forma específica y singular de la región. En suma, cuando las lógicas espaciales preponderantes en los procesos de provincialización y regionalización se relacionaron entre sí alumbraron territorios turísticos diferenciados.

¹⁰ Este vínculo entre nación, nacionalismo y turismo no es excluyente de la región en estudio, sino que ha sido ampliamente estudiado por la historiografía en Latinoamérica, EE.UU y Europa (Frew y White, 2011).

La regionalización como marco de la provincialización

Detrás de la revalorización turística de los espacios contiguos provinciales se encontraba una suerte de hipervalorización de la dimensión turística-cultural de lo regional. El armazón de conjuntos simbólicos —imaginarios, representaciones y órdenes patrimoniales— fue capaz de proponer a una serie de territorios la identidad unificadora y homogeneizante que promoviera y vendiera el “espacio como si fuera continuo” (Haesbaert, 2014: 19). La nación otorgó un marco por el cual la región turística obtuvo una coherencia interna y se exhibió externamente. La “identificación desde afuera y hacia afuera” (Betancourt Mendieta, 2012) de la región también fue alimentada por las provincias.

¿Qué contribuía a que los turistas nacionales-porteños tuvieran una predilección por los paisajes norteños? Desde luego, la nación había buscado que la región estuviera contenida en un todo armónico y ayudara a forjar una argentinidad anclada en lo pintoresco y sublime de sus paisajes (Silvestri, 1999). Poco asidero en la práctica turística hubieran tenido estas valoraciones si no hubieran encontrado un sustento material que las habilitase. En efecto, las provincias asumieron como propio el bagaje cultural de la nación respecto a cómo interpretar una parte de sus territorios. Estos arquetipos turísticos convertidos en temas regionales fueron viabilizados por las políticas provinciales. Así, el Estado tucumano se interesó por turistificar desde los años treinta los Valles Calchaquíes y las sierras de San Javier (Rodríguez Buscia, 2024a). Para ello se llevaron a cabo acciones gubernamentales sostenidas a lo largo del periodo aquí abordado. Se planificaron y construyeron villas de veraneo en espacios donde no había presencia humana o bien que se encontraban dislocados de la circulación de personas y bienes. También se planificó la construcción de hosterías y la habilitación de carreteras, que se concretaron con éxito dispar. El caso salteño comprueba el mismo interés por desarrollar los Valles Calchaquíes y construir alojamientos en Cafayate y Cuesta del Obispo durante los años peronistas (Rodríguez Buscia, 2024b). Resulta evidente que existían una serie de justificativos aglutinantes y orientadores de las acciones estatales subnacionales que mostraban, no por mera casualidad, una coincidencia respecto a qué espacios transformar y/o consolidar turísticamente. La potencialidad de los Valles Calchaquíes, o más genéricamente de la naturaleza orográfica, radicaba en que se habían constituido desde finales del siglo XIX en espacios que la nación valoraba como parte de una identidad colectiva y que a la vez respondían a prácticas contemplativas y del higienismo. Es decir, imágenes y experiencias propiciadas desde ámbitos nacionales que las provincias usufructuaban como marcos interpretativos para producir lo turístico localmente (véase Fig. 2). Así, los sectores medios y en menor medida los sectores subalternos, buscaron acceder a las montañas, valles y quebradas del noroeste argentino a partir de posibilidades de acceso disímiles. Los estratos medios de zonas alejadas con recursos para adquirir un automóvil particular podían realizar amplios recorridos, facilitados por la construcción y extensión de la red vial argentina desde principios de los años treinta, y hospedarse en los equipamientos provinciales. Más aún, las franjas profesionales y/o comerciantes locales acomodados aspiraban a ser propietarios de segundas residencias en las serranías. Los sectores populares, por su parte, buscaban hacer uso de los boletos sociales ofrecidos por el peronismo, aunque esta opción, además de dispensar escasos cupos, estuvo disponible sólo durante 1948 y 1949.



Fig. 2. Tópicos turísticos del norte argentino.
Fuente: *Automovilismo*, mayo de 1941, s/P.

Los imaginarios turísticos nacionales y locales del noroeste argentino también otorgaron un lugar destacado a lo tradicional o folclórico. La búsqueda de la raíz de la identidad nacional presente en lo hispánico, asumió la forma de neocolonial en la arquitectura y se lució a través de la producción turística de casas de la élite y de iglesias, capillas y catedrales que podían visitarse. El neocolonial turístico funcionó como una representación totalizante que aglutinaba lo urbano, la cultura y la historia. Esto es, como imagen turística que sintetizó la identidad de los territorios turísticos. También la producción de estereotipos como el gaucho y su cultura (vestimenta, gastronomía, música, modos de hablar) se convirtieron en productos que podían consumirse (Adamovsky, 2019). Sobre estos aspectos, la nación apuntó a consolidar representaciones identitarias colectivas, muchas de las cuales vieron afianzarse a través de procesos de patrimonialización. Las provincias se apoyaron sobre este armazón cultural y desarrollaron atractivos que encajaran en la mirada que se había construido externamente sobre ellas.¹¹ En el caso de Salta, el gobierno peronista incluso llegó a alumbrar estructuras burocráticas que contemplaran al folclore como objeto de políticas públicas y con ello dar satisfacción a la mirada del visitante.¹² El turista “porteño”, es decir aquel procedente de Buenos Aires (principal centro emisor de pasajeros), buscaba reforzar

¹¹ Por ejemplo, la Dirección de Turismo de Salta había participado activamente en diferentes prácticas “culturales”, tales como la organización de la Fiesta de la Vendimia de 1950 que se realizó en San Carlos y Cafayate, o bien en la logística de transporte y alojamiento requeridos para celebrar la Fiesta de la Cultura de 1951 en la ciudad de Salta (*Boletín Oficial de la Provincia de Salta (BOPS)*, 15 de marzo de 1950, Salta: Gobierno de Salta, p. 6; *BOPS*, 13 de abril de 1950).

¹² Esta razón llevó a la creación de la Dirección Provincial de Turismo y Cultura de Salta mediante la sanción de la Ley provincial N.º 2978. *BOPS*, 12 de marzo de 1954.

los preconceptos y valoraciones previas, asumiendo lo “novedoso” como parte de una estructura de significados elaborados anticipadamente (Urry, 2002). En ese sentido, el lugar para lo disruptivo o disonante era marginal.

La organización del turismo se presentaba como una práctica ciertamente coreografiada que se reproducía desde las guías de viaje y la prensa, que los estados subnacionales respetaban y a la que buscaban dar sustento material. Esto era coherente con el tipo de turismo llevado a cabo. Es decir, se trataba de la formación y desarrollo del turismo nacional marcado, no por experiencias que buscaran ser únicas e irrepetibles, sino por la estandarización de las prácticas y los sentidos construidos en torno a estas. En la medida que se producía la ampliación de las prácticas turísticas hacia los sectores medios, se buscaba lograr cierto grado de acuerdo general respecto de las implicancias del viaje, y particularmente de aquel realizado hacia el noroeste del país. Fundamentalmente, se buscaba construir una experiencia compartida que sirviera para reforzar la distinción social. No todos podían viajar al norte —a pesar de las ventajas ofrecidas en los años peronistas—, y quienes lo hacían debían contar con una plataforma de elementos comunes que pudieran transaccionar, a la vuelta de sus recorridos, en pos de amasar y/o consolidar status y capital simbólico.¹³

Esto resulta coincidente con la búsqueda por regionalizar turísticamente al noroeste y dotarlo de homogeneidad y estabilidad. Las provincias no accionaron de forma independiente respecto a los parámetros establecidos por la regionalización. Así, el proceso de invisibilización de los indígenas, su cultura y rastros, y su turistificación marginal no fue morigerado por las provincias.¹⁴ De hecho, se comprueba que los principales esfuerzos estatales de los espacios subnacionales estuvieron concentrados principalmente en exaltar el vínculo entre determinados atractivos y la mirada nacional. Tucumán, por ejemplo, situó a la Casa Histórica como su principal baluarte turístico, mientras que Salta hizo lo propio con el acervo colonial de edificios como el Cabildo, la Iglesia San Francisco o el Convento San Bernardo. Deliberadamente lo nacional no incluía a lo indígena, por lo cual las provincias no tuvieron un interés por revisar ese pasado y se plegaron invariablemente a los preceptos, ideas y esquemas culturales nacionales. En ese sentido, si bien las reparticiones subnacionales de turismo buscaban convertir a sus provincias en destinos que pudieran visitarse todo el año, en realidad, la temporada alta del noroeste era durante la estación invernal. Estas fechas eran propicias para exaltar los festejos patrióticos puesto que el principal flujo turístico sucedía durante el mes de julio cuando se conmemoraba la independencia argentina y las ciudades norteñas se decoraban con motivos y simbología pertinente.

En este aspecto resulta crucial destacar que los espacios subnacionales accionaron ante lo regional, en tanto resultado uniformizante de la nación, como un gran marco interpretativo que validaba y autorizaba qué era turístico y qué no. La evidencia docu-

¹³ Lo limitado de la base social de los turistas que podían viajar al noroeste argentino contrasta con el caso de Gran Bretaña, donde a mediados de la década de 1950 todos los obreros habían accedido a las vacaciones pagas. Ello había contribuido al abandono de Blackpool, otra meca del turismo popular británico, y al desplazamiento turístico hacia las costas mediterráneas de España, Grecia y Yugoslavia (Zuelow, 2015).

¹⁴ Esta oclusión se observa en las guías de viaje provinciales, regionales y nacionales durante todo el periodo abordado.

mental demuestra que las provincias no emplearon la libertad que brindaba el federalismo para expresar acervos o conjuntos turísticos alternativos y/o contrapuestos a la mirada hegemónica planteada por la mirada nacional porteño-céntrica. Cuando las élites provinciales expresaron vocación para negociar los procesos de patrimonialización lo hicieron, no como un modo de contraponerse a las condiciones sociales imperantes, sino como una búsqueda de obtener un lugar en el concierto de referentes identitarios asumidos como colectivos (Rodríguez Buscia, 2023b). Así, lo turístico propiamente local, como la Casa de Avellaneda y la Casa del Obispo Colombres en Tucumán, o la Casa de los Uriburu en Salta, en realidad consistía en escenificación de las élites en su búsqueda por pertenecer a la genealogía del Estado-Nación.

En suma, la regionalización turística aportó homogeneidad cultural a un esquema de estereotipaciones y convenciones culturales que las provincias emplearon como marco dador de sentidos a los procesos de turistificación locales.

La provincialización como forma de la regionalización

En tanto las provincias empleaban las imágenes y representaciones del marco derivado de la regionalización turística, contribuían a reforzar determinadas miradas de los turistas. Es decir, modos de percibir y vivenciar el espacio en su continuidad a modo de integración en sus diferentes dimensiones. Este discernimiento del noroeste argentino estaba fuertemente atravesado por una fuerza centrífuga que, tal como se aludió previamente, tenía características uniformadoras. Ahora bien, esta tendencia consistente en borrar las fronteras de las provincias, fomentada —paradójicamente— por estas mismas unidades jurisdiccionales, encontraba un correlato divergente: el de la heterogeneidad.

La región no existía como escala que pudiese gestionar las distintas expresiones culturales que promovía. De hecho, se trataba de una región creada a instancias de la nación, y reforzada posteriormente por los intereses provinciales. La región turística se diferenciaba de la organización de los Congresos de Planificación Regional del Noroeste Argentino (1926, 1946) (Instituto Permanente de Planificación Integral del Noroeste Argentino, 1946; Amato Agoglia, 1947) y de la frustrada iniciativa de un gran órgano regional en 1948 que organizaría el turismo a esa escala.¹⁵ Estas empresas, signadas por la esterilidad, habían tenido como eje tratar de estructurar las demandas de los actores locales en pos de concertar organismos ejecutorios. Así, el noroeste turístico se materializó por el accionar de las provincias, las cuales estaban subordinadas a los imaginarios y representaciones impulsadas por la nación. Los estados subnacionales no propusieron modelos alternativos, sino que buscaron anudar vinculaciones con la región empleándola como marco de referencia. En este punto, llevaron a cabo operaciones para fijar el territorio con el fin de reducirlo y limitarlo a la producción de una variedad finita

¹⁵ Se creó una “zona turística del norte”, y un Departamento Central con sede en Tucumán que manejaría y coordinaría los esfuerzos provinciales en pos del fomento turístico. Asimismo se establecía un Congreso Permanente de Turismo del Norte a reunirse cuatro veces por año. En caso de discrepancia de la locación del evento, el mismo siempre se realizaría en Tucumán. No obstante, estas iniciativas finalmente no se llevaron a cabo (“Planifican el turismo en el norte”, *La Gaceta*, 21 de abril de 1948, p. 5).

de atractivos, los cuales buscaron relacionarse armónicamente con la región, al mismo tiempo que se anclaron en lo provincial. En efecto, en la medida que la región no tenía mecanismos operativos para tramitar sus imágenes turísticas, eran las provincias las que asumían esta responsabilidad. Por esta razón distintos actores sociales, políticos, funcionarios y dirigentes de las administraciones subnacionales, prensa, asociaciones civiles y cámaras empresarias coincidieron en la necesidad de dotar a los Estados subnacionales de organismos institucionales que tuvieran como principal función manejar el turismo.

Esto permite entender por qué la regionalización turística no alumbró un único territorio, sino una multiplicidad de instancias provinciales que se encargaron de traducir bajo sus posibilidades estatales y necesidades gubernamentales el esquema uniformizante de la región. En otras palabras, la provincialización turística tuvo como principal efecto producir diferenciaciones espaciales a partir de procesos de turistificación locales.

Las provincias no propusieron a los potenciales turistas la visita a la región. Salvo la fugaz iniciativa de turismo regional mencionada previamente, las jurisdicciones subnacionales se plantearon a sí mismas como un destino autónomo y autosuficiente. Las agencias estatales creadas tenían alcances provinciales, la promoción ejecutada buscaba favorecer determinados espacios locales y la política pública proyectada y ejecutada se realizaba sobre dicha escala. En ese sentido, la materialización de los destinos turísticos buscaba crear una diferenciación entre las provincias. Si bien es cierto que el tipo de turismo al noroeste suponía una suerte de *raid* o visita a distintos sitios, lugares y atractivos de varias localidades, pueblos y ciudades, los gobiernos se encargaron de imponer otra impronta. Propusieron visitar individualmente a cada provincia y no se preocuparon por coordinar sus esfuerzos. Como ejemplo, tanto Salta como Tucumán buscaron organizar el turismo a los Valles Calchaquíes, una zona contigua compartida, pero lo hicieron sin una estrategia mancomunada. La cartografía turística de la dependencia de turismo salteño marcaba una tendencia continuada hasta nuestros días, la de proponer un circuito turístico por dichos valles que respetara excluyentemente los límites jurisdiccionales. En el caso tucumano las decisiones de producción territorial mostraban el mismo cariz discriminador. La instalación de villas de veraneo en las zonas serranas durante el período aquí abordado, con la finalidad de democratizar el turismo al ofrecer a los sectores medios tucumanos la posibilidad de loteo y posterior construcción de segundas residencias, era divergente a las formas de apropiación que practicó el Estado salteño, que decidió construir hosterías con fondos públicos con el fin de presentar una oferta asequible a los automovilistas locales y externos. Es decir, ambas provincias se preocuparon por abordar a la naturaleza digna de ser contemplada y apropiada en un área geográfica común, pero lo hicieron con un sesgo distinto. Tucumán se preocupó más por cobijar a sus co-provincianos, mientras que Salta, si bien no descartó esta posibilidad, se interesó por responder a las demandas de los turistas nacionales mediante un *aggiornamento* acelerado al esquema cultural de la región.

Este fenómeno, el del acoplamiento a los parámetros de la mirada del turista nacional, tuvo velocidades diferentes en cada provincia. Las capitales provinciales de los casos analizados, principales focos de atracción turística y de concentración de infraestructuras y recursos, presentaban divergencias en cómo se exhibían al turista. San Miguel de Tucumán, además de los elementos relacionados con la Independencia de Argentina y los rastros patrimonializados de la élite liberal conservadora del último tercio del siglo XIX, se exponía como una

ciudad atravesada por la modernización. Las guías de viaje hacían referencia a sus calles pavimentadas, al alumbrado público, a la conectividad que ofrecía el transporte urbano —el tranvía—, a las plazas y parques “impecables”, a los cines y restaurantes. La vida social y cultural bullía como producto, además, de la presencia de la Universidad Nacional de Tucumán, institución que tenía un prestigio excluyente entre las provincias del norte del país y, acaso también a nivel nacional. Estos aspectos eran destacados como efectos del desenvolvimiento de los ingenios azucareros, emporios a los que usualmente se destacaba por su moderna tecnificación y alta productividad (véase Fig. 3). La relación entre el campo y la ciudad se mostraba virtuosa y sin contradicciones y esto contribuía a afianzar la idea de una provincia y especialmente una ciudad, la capital, atravesadas por una modernización exitosa. Esto se exaltó particularmente durante las gestiones peronistas, interesadas en mostrar los avances de la matriz productiva. Las contradicciones de estas relaciones sociales de producción eran invisibilizadas o bien exteriorizadas como escenas pintorescas y costumbristas. Las imágenes de obreros cortando con machete las plantas de caña de azúcar intentaban acercar al turista no una denuncia social de las condiciones de explotación, sino un paisaje cultural marcado por el sacrificio y la honradez. En tanto la miseria transmutaba en belleza, en goce estético, la modernización cumplía su ideal de integración.

Asimismo, para la opinión pública tucumana, modernizar las calles y el ejido urbano de la capital beneficiaba al turismo nacional puesto que éste encontraba comodidades y confort en la estadía. Sobre este punto, Tucumán tomó distancia de las convenciones culturales y turísticas que la regionalización impuso sobre la mirada del turista. Al mismo tiempo que se encargó un plan regulador a Ángel Guido (1941) en línea con una política sistemática y consistente preocupada por conservar los rasgos coloniales de su trama urbana, se avanzaba decididamente con la modernización de las construcciones y la transformación del paisaje tradicional.



Fig. 3. A la izquierda. Convento de San Bernardo, Salta.

A la derecha: Vista aérea de un ingenio azucarero, Tucumán.

Fuente: (i) Automovilismo, noviembre de 1944, s/P. (d) Castillo, Raúl. 1937.

Postales fotográficas de Tucumán, Tucumán.

La ciudad de Salta tomó un camino distinto al tucumano. La provincia se preocupó por enlazar el territorio con la idea del gaucho y todo el acervo cultural colindante. Se organizaban festivales donde se invitaba generalmente a folcloristas y se impulsaban las peñas, verdaderas escenificaciones turísticas, donde se consumía música y gastronomía “típica”. Se extendió el uso de vestimentas tradicionales y se hizo popular, especialmente, el poncho típico salteño. La estrategia gubernamental provincial intentó acoplarse decididamente a las imágenes y representaciones nacionales que circulaban sobre el noroeste argentino y ello quedó en evidencia con la transformación de su ciudad capital. El municipio y la provincia, a diferencia de Tucumán, no avanzaron con una modernización urbana rupturista de los patrones estéticos y visuales “canónicos”. El objetivo consistía en exhibir el centro histórico como un baluarte de la identidad argentina. Las edificaciones públicas y privadas debían resguardar el pasado a través del neocolonial, estilo arquitectónico imperante hacia los años treinta y que se convirtió en predominante en la ciudad de Salta en las décadas subsiguientes. Es decir, hubo un intento deliberado estatal de que la capital tuviera una identidad colonial, hispánica y criolla, entendiendo esto como lo propiamente argentino (Guido, 1938). Ello quedaba en evidencia con construcciones tales como el Cabildo, inaugurado hacia 1945, la Catedral, el Gran Hotel de Salta, y todas construcciones de características neocoloniales que circundan la plaza principal. Los conventos, las iglesias, el Parque y Monumento al Gral. Martín de Güemes, las calles adoquinadas, todo contribuía a afianzar la representación turística esperada por los visitantes porteños (véase Fig. 3). Se visitaba Salta porque reflejaba un pasado que estaba vivo y que convocaba a todos los argentinos sin distinción de ideologías o clases sociales.

El éxito notable de la ciudad de Salta por reproducir el imaginario turístico contrastaba con la ambigüedad tucumana que, si bien aspiraba a la modernización, resguardaba la Casa Histórica, una de las construcciones más valiosas para la consolidación de la argentinidad. Es decir, ¿hasta dónde podía independizarse Tucumán de los esquemas culturales propuestos por la regionalización turística? ¿Hasta dónde podía transformarse a riesgo incluso de presentarse como irreconocible ante la mirada del turista? Se trata de respuestas que exceden el abanico temporal propuesto, pero que resultan medulares a la hora de comprender los procesos de turistificación locales y las contradicciones históricas que arrastraron.

En suma, la provincialización turística empleó como marco la regionalización pero asumió sus propias formas, sus dinámicas particularizadas. La provincialización permitió la diferenciación geográfica, fue la fuerza centrípeta de un proceso homogeneizante de características regionales. Fue, sobre todo, un proceso tendiente a lo heterogéneo, lo específico y lo particular ya que permitió diferenciar las propuestas turísticas de cada provincia. Esto significó que no fuera lo mismo visitar Tucumán o Salta, si bien ambas jurisdicciones estaban inscriptas en una lógica aglutinante regional.

CONCLUSIONES

La territorialización turística del noroeste argentino durante el periodo 1930-1960 respondió a una doble lógica espacial: la regionalización y la provincialización. Por una parte, la regionalización puede entenderse como proceso de invención histórica de

referentes culturales y de andamiajes simbólicos y materiales con tendencia a generar percepciones y concepciones sobre el territorio (Lefebvre, 1974). Las imágenes y representaciones turísticas construidas sobre la región funcionaron como recursos aglutinantes y homogeneizadores de un espacio móvil, poroso y flexible. Sobre este proceso, la nación tuvo una relevancia mayúscula ya que operó sobre la formación de sentidos, apuntalando la mirada del turista, esto es, reproduciendo y validando un conjunto de valores, percepciones y creencias que circulaban en las sociedades de origen de los visitantes. Por otra parte, la provincialización, entendida como la acción fijadora impulsada por el Estado, se asentó sobre lo específico de los espacios turísticos, estableciendo dinámicas particularizadas que produjeron diferenciación. El Estado provincial si bien se sustentó en el clima de época generado por la transformación del turismo como objeto de políticas públicas y la extensión social de las prácticas, adquirió singularidad a partir de su dinámica descentralizada. Las acciones proyectadas y ejecutadas por parte de las provincias contribuyeron a favorecer la visita de determinados sitios antes que otros.

En suma, la dialéctica entre la fuerza centrífuga de apertura, fluidez y expansión de la región y el movimiento centrípeto de cierre, fijación y compresión de la provincia permitieron alumbrar territorios turísticos diferenciados espacialmente, reconocibles en su especificidad y heterogeneidad a partir del grado de correlación con una homogeneidad aglutinante.

Al mismo tiempo, la provincialización turística como fenómeno cualificador de la diferencia fue la causa de la competitividad entre las provincias. La escasa o nula integración de los aparatos estatales en pos del desarrollo turístico regional alumbró espacios subnacionales que se diferenciaron entre sí y se promocionaron independientemente. Esto resultaba particularmente contrastante con una lógica de visita a la región que implicaba o podía implicar, en términos materiales, un desplazamiento integrado por varias jurisdicciones. La intensificación de las políticas públicas turísticas subnacionales individuales y no integrales tendría efectos futuros sobre las preferencias de los turistas en virtud de la oferta no equivalente de destinos. Esto quiere decir que durante el periodo en estudio, los distintos sectores sociales que tenían acceso a las vacaciones, especialmente las franjas medias, inauguraron una serie de preferencias de consumo sobre un conjunto de atractivos y lugares. Este acervo tenía a coincidir con los arquetipos, representaciones e imaginarios turísticos hegemónicos difundidos a través de postales, prensa, relatos, crónicas y comunicación oral realizada por los turistas al regreso de sus viajes.

Esta dinámica llevó a que en las décadas subsiguientes al período aquí analizado y hasta la actualidad, las provincias no establecieran lógicas sistemáticas de coordinación, salvo iniciativas aisladas y fragmentarias, y que tendieran a competir por públicos interesados en consumir territorios regionalizados turísticamente. Esto generaría desarrollos turísticos desiguales, promoviendo el establecimiento de destinos más o menos fuertes y consolidados y otros que no lograrían despegar o estarían signados por desafíos irresueltos. En todo caso, estos aspectos constituyen una agenda futura de investigación.

BIBLIOGRAFÍA

- Adamovsky, Ezequiel. 2019. *El gaucho indómito: de Martín Fierro a Perón, el emblema imposible de una nación desgarrada*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Amato Agoglia, Francisco. 1947. *La planificación regional. Primer Congreso Regional de Planificación Integral del Noroeste Argentino*. Rosario.
- Andermann, Jens. 2017. “Estilo austral: paisaje, arquitectura y regionalismo nacionalizador en el Parque Nacional Nahuel Huapi (1934-1943)”. *Artelogie. Recherche sur les arts, le patrimoine et la littérature de l’Amérique latine*, N.º 10: 1-23. <https://doi.org/10.4000/artelogie.834>
- Anderson, Benedict. 1993. *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Almeida, P. 2017. “O Turismo no Rio de Janeiro durante a década de 1920 e 1930”. Ponencia presentada en *XXIX Simposio Nacional de História. Brasilia*. https://www.snh2017.anpuh.org/resources/anais/54/1488645947_ARQUIVO_OTurismonoRiodeJaneiroduranteadecade1920e1930.pdf
- Ballent, Anahí. 2003. “Monumentos, turismo e historia: imágenes del noroeste en la arquitectura promovida por el Estado, 1935-1945”. Ponencia presentada en *Jornadas Perspectivas Históricas sobre el Estado Argentino*, Universidad Nacional de Quilmes.
- Bandieri, Susana. 2018. “La perspectiva regional y local. Un camino posible para una historia argentina renovada”. *Quinto sol*, Vol. 22, N.º 3: 4-12. <https://doi.org/10.19137/qs.v22i3.3337>
- Baranowski, Shelley. 2007. *Strength through joy: consumerism and mass tourism in the Third Reich*. Ohio: Cambridge University Press.
- Bergesio, Liliana, Montial, Jorge y Scalone, Lucía. 2012. “Territorio imaginado. El caso de la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina).” *Pampa: Revista Interuniversitaria de Estudios Territoriales*, N.º 8: 111-136. <https://www.scielo.org.ar/pdf/pampa/n8/n8a06.pdf>
- Bergesio, Liliana, y Scalone, Lucía. 2014. “Análisis comparativo de las (re) presentaciones de Jujuy en la difusión de sus potencialidades turísticas (1950-2013)”. Ponencia presentada en *III Jornadas Nacionales sobre estudios regionales y mercados de trabajo*. Universidad Nacional de Jujuy (Facultad de Cs. Económicas y Unidad de Investigación en Comunicación, Cultura y Sociedad de la Facultad de Humanidades y Cs. Sociales) y Red SIMEL.
- Bertoncello, Rodolfo. 2012. “Los imaginarios de espacios distantes a partir del turismo”. En *Geografías de lo imaginario*, dirigido por Alicia Lindón y Daniel Hiernaux, 211-227. Barcelona: Anthropos.
- Betancourt Mendieta, Alenxander. 2012. “Región y nación: dos escalas sobre un tema de estudio”. *Relaciones. Estudios de historia y sociedad*, Vol. 33, N.º 130: 25-68. <https://doi.org/10.24901/rehs.v33i130.505>
- Bianchi Palomares, Pablo. 2023. “Planificación, turismo y hotelería de montaña durante el primer peronismo en Mendoza, Argentina (1952-1955)”. *Limaq*, N.º 11: 133-163. <https://doi.org/10.26439/limaq2023.n011.5836>
- Blasco, María. 2017. “Productos culturales conmemorativos. La azarosa constitución de la Casa Histórica de la Independencia durante la década de 1940”. *Anuario IEHS*, Vol. 32, N.º 1: 51-73. <https://ojs2.fch.unicen.edu.ar/ojs-3.1.0/index.php/anuario-ies/article/view/170/140>
- Booth, Rodrigo. 2014. “Turismo, panamericanismo e ingeniería civil: la construcción del camino escénico entre Viña del Mar y Concón (1917-1931)”. *Historia (Santiago)*, Vol. 47, N.º 2: 277-311. <https://doi.org/10.4067/S0717-71942014000200001>
- Boyer, Marc. 2002. “El turismo en Europa, de la Edad Moderna al siglo xx”. *Historia Contemporánea*, N.º 25, 13-31. <https://doi.org/10.1387/hc.5916>

- Bruno, Perla. 2010. “La Quebrada de Humahuaca: ruta de “viajes imposibles” y su transformación en destino turístico”. *Registros. Revista de Investigación Histórica*, N.º 7: 158-183. <https://revistasfaudmdp.edu.ar/registros/article/view/156>
- 2012. “Los hoteles de turismo (1930-1955): piezas claves del territorio turístico de la Argentina”. *Registros. Revista de Investigación Histórica*, N.º 9: 54-80. <https://revistasfaudmdp.edu.ar/registros/article/view/84>
- 2015. “Del turismo escolar y sanitario infantil al turismo social: colonias de vacaciones en la Provincia de Buenos Aires, Argentina”. *História, Ciências, Saúde-Manguinhos*, Vol. 22: 1467-1490. <https://www.redalyc.org/pdf/3861/386142813021.pdf>
- Carvalho, Gisélia. 2016. “Perspectiva histórico-institucional de la política nacional de turismo en Brasil (1934-2014)”. *Mercator (Fortaleza)*, N.º 15: 87-99. <https://doi.org/10.4215/RM2016-1501.0007>
- Corbin, Alain. 1993. *El territorio del vacío. Occidente y la invención de la playa (1750-1840)*. Madrid: Biblioteca Mondadori.
- Da Cunha, Nelly y Campodónico, Rossana. 2012. “Uruguay: hacia la noción de país turístico. Estudio histórico 1930-1955”. *Anuario IEHS*, Vol. 27: 331-367. <https://ojs2.fch.unicen.edu.ar/ojs-3.1.0/index.php/anuario-ies/article/view/2116/1988>
- De Grazia, Victoria. 2002. *The culture of consent: mass organisation of leisure in fascist Italy*. Cambridge: Cambridge Press University.
- De Jong, Gerardo. 2001. *Introducción al método regional*. Neuquén, Argentina: LIPAT-Universidad Nacional del Comahue.
- Falco, Gabriela. 2019. “El fomento del turismo social en La Falda-Huerta Grande, Córdoba”. Ponencia presentada en *XXI Jornadas de Geografía*. Departamento de Geografía. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad Nacional de La Plata.
- Fernández, María. 2018. “Construcciones para el turismo. Balnearios fluviales y lacustres. Buenos Aires, 1936-1940”. *Investigación+ Acción*, Vol. 21: 127-142. <https://revistasfaudmdp.edu.ar/ia/article/view/271>
- Flores Klarik, Mónica. 2011a. “De la representación del salteño y sus tradiciones a la construcción de los primeros discursos del turismo (1910-1945)”. En *Poder y salteñidad. Saberes, políticas y representaciones sociales*, compilado por Sonia Álvarez Leguizamón, 51-69, Salta: CEPiHA.
- 2011b. “Sobre la institucionalización de las prácticas del turismo y la popularización de la imagen salteña (1945-1970)”. En *Poder y salteñidad. Saberes, políticas y representaciones sociales*, compilado por Sonia Álvarez Leguizamón, 169-182, Salta: CEPiHA.
- Floria, Pedro y Vejsberg, Laila. 2009. “El proyecto turístico barilochense antes de Bustillo: entre la prehistoria del Parque Nacional Nahuel Huapi y el desarrollo local”. *Estudios y perspectivas en turismo*, Vol. 18 N.º 4: 414-433. https://www.redalyc.org/pdf/1807/Resumenes/Abstract_180714241004_2.pdf
- Frew, Elspeth y White, Leanne. 2011. *Tourism and national identities*. London: Routledge.
- González Bracco, Mercedes y Pérez Leloutre, Santiago. 2020. “Distinción, descanso y confort: los grandes hoteles como avanzada de la Argentina turística (1886-1914)”. *Claves. Revista de Historia*, Vol. 6, N.º 10: 7-35. <https://doi.org/10.25032/crh.v6i10.2>
- Guido, Ángel. 1938. *Plan Regulador de Salta. Memoria descriptiva*, Salta: Imprenta San Martín.
- 1941. *Plan regulador de Tucumán*, Rosario: Facultad de Ciencias Matemáticas, Físico-Químicas y Naturales aplicadas a la Industria. Universidad Nacional del Litoral.
- Haesbaert, Rogelio. 2019. *Regional-global. Dilemas de la región y de la regionalización en la Geografía contemporánea*. Buenos Aires: CLACSO.

- 2014. “Lógica zonal y ordenamiento territorial: para rediscutir la proximidad y la continuidad espaciales”. *Cultura y representaciones sociales*, Vol. 8, N.º 16: 9-29. <https://www.culturayrs.unam.mx/index.php/CRS/article/view/375>
- Instituto Permanente de Planificación Integral del Noroeste Argentino. 1946. *Primer Congreso de Planificación Integral del Noroeste Argentino*. Santiago del Estero.
- Jerez, Marcelo. 2020. “La obra pública durante la “Restauración Conservadora” en Jujuy. Discursos, proyectos y prácticas en torno al Hotel Termas de Reyes”. *Coordenadas. Revista de Historia Local y Regional*, Vol. 7, N.º 2: 173-189.
- Kaczan, Paola. 2020. “Viajes de mujeres. Representaciones sobre el vacacionar en la costa marítima. Mar del Plata, Argentina hacia 1920-1940”. *Memorias: revista digital de historia y arqueología desde el Caribe*, Vol. 42: 111-142. <https://doi.org/10.14482/memor.42.982>
- Koshar, Rudy (Ed.). 2002. *Histories of leisure*. New York: Bloomsbury Publishing.
- Larrinaga, Carlos y Vallejo, Rafael. 2013. “El turismo en el desarrollo español contemporáneo”. *Transportes, Servicios y Telecomunicaciones*, N.º 24, 12-27. https://asihf.org/wp-content/uploads/2024/02/articulo24_01.pdf
- Larrinaga, Carlos. 2002. “El turismo en la España del siglo XIX”. *Historia contemporánea*, Vol. 25, 157-179. <https://ojs.ehu.eus/index.php/HC/article/view/5930/5610>
- Lencek, Lena y Bosker, Gideon. 1998. *The beach: The history of paradise on earth*. Michigan: Secker & Warburg.
- Löfgren, Orvar. 1999. *On holiday: A history of vacationing*. London: University of California Press.
- Maffini, Manuel. 2022. “Turismo y Territorio: La “turistificación” de Traslasierra (Córdoba, Argentina)”. *Revista Universitaria de Geografía*, Vol. 31, N.º 1: 133-166. <https://revistas.uns.edu.ar/rug/article/view/4259>
- Mancini, Clara. 2016. “Arqueología, patrimonio y usos del pasado: Las transformaciones territoriales de la Quebrada de Humahuaca hacia un Paisaje Cultural”. Tesis Doctoral. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires. <http://repositorio.filo.uba.ar/handle/filodigital/6031>
- Massey, Doreen. 2000. “Travelling thoughts”. En *Without Guarantees: In Honour of Stuart Hall*, editado por Paul Gilroy; Lawrence Grossberg y Angela McRobbie, 225-232, Londres-New York: Verso.
- Núñez, Paula y Vejsbjerg, Laila. 2010. “El turismo, entre la actividad económica y el derecho social. El Parque Nacional Nahuel Huapi, Argentina, 1934-1955”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol. 19, N.º 6: 930-945. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180717577004.pdf>
- Pack, Sasha. 2006. *La invasión pacífica: los turistas y la España de Franco*. Madrid: Turner.
- Pantaleón, Jorge. 2009. *Una nación a medida. Creencia económica y estadística en la Argentina (1918-1952)*. Buenos Aires: Ediciones al Margen.
- Pastoriza, Elisa. 2011. *La Conquista de Las Vacaciones: breve historia del turismo en la Argentina*. Buenos Aires: Edhsa.
- Pereyra, Diego. 2012. “Sociología y planificación en el primer peronismo. El caso del Instituto de Sociografía y Planeación de Tucumán (1940-1957)”. *Apuntes de Investigación del CECYP*, Vol. 21: 109-130. <https://www.scielo.org.ar/pdf/aicecyp/n21/n21a04.pdf>
- Pereyra, Elsa. 2012. “El Estado y la Administración Pública nacional en perspectiva histórica. Análisis crítico de la producción académica sobre el período 1930-1976”. *Revista Polhis*, Vol. 5, N.º 9: 92-112. https://historiapolitica.com/datos/boletin/Polhis9_PEREYRA.pdf
- Piantoni, Giulietta y Pierucci, Liliana. 2021. “Paisaje, Nación y Turismo: La política de promoción de los PN de la Norpatagonia (1934-1955)”. En *Desandando Pasados. Escuelas, cuerpos, museos y narrativas en diálogo (Norpatagonia, siglo XX)*, compilado por Laura Méndez, 129-157, Buenos Aires: Prometeo Libros.

- Piglia, Melina. 2012. “En torno a los PN: primeras experiencias de una política turística nacional centralizada en la Argentina (1934-1950).” *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 10, N.º 1: 61-73. <https://www.redalyc.org/pdf/881/88123053006.pdf>
- 2018. “Turismo en automóvil en Argentina (1920-1950)”. *Tempo Social*, N.º 30: 87-111. <https://doi.org/10.11606/0103-2070.ts.2018.142085>
- Prats, Llorenç. 1998. “El concepto de patrimonio cultural”. *Política y sociedad*, Vol. 27, N.º 1, 63-76.
- Raffa, Cecilia. 2019. “El turismo como estrategia del Estado: visiones políticas y aportes técnicos en Mendoza (1936-1943)”. *Anuario de la Escuela de Historia Virtual*, N.º 17: 104-127. <https://doi.org/10.31049/1853.7049.vn17.24473>
- Raffa, Cecilia y Luis, Natalia. 2020. “Caminos para el turismo y la producción. La acción de la Dirección Provincial de Vialidad en Mendoza (1933-1943)”. *Coordenadas. Revista de Historia Local y Regional*, Vol. 7, N.º 2: 146-172.
- Rothman, Hal. 1998. *Devil's bargains: tourism in the twentieth-century American West*. Kansas: University Press of Kansas.
- Rodríguez Buscia, Carlos. 2022. “Agencias estatales y políticas turísticas en Salta (1934-1943)”. *Historia Regional*, Vol. 48: 1-17. <https://historiaregional.org/ojs/index.php/historiaregional/article/view/676>
- 2023a. “Turismo, conflicto y políticas públicas. El caso de Tucumán hacia 1936. *Conflict Social*, Vol. 16, N.º 29: 155-188. <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/CS/article/view/9078>
- 2023b. “Patrimonio y Estado en el noroeste argentino 1938-1955”. *Revista de Historia*, Vol. 30, hc368-hc368: 1-29. <https://doi.org/10.29393/RH30-41PECR10041>
- 2024a. “Estado y turismo en Tucumán durante las gobernaciones radicales (1935-1943)”. *Quinto Sol*, Vol. 28, N.º 2: 1-21. <https://doi.org/10.19137/qs.v28i2.7265>
- 2024b. “El turismo en la Salta peronista (1946-1955): Una aproximación a través del análisis de las agencias estatales”. *Población y Sociedad*, Vol. 31, N.º 1: 1-28. <https://doi.org/10.19137/pys-2024-310110>
- Salerno, Elena. 2021. “Los ferrocarriles del Estado en Argentina y los inicios del turismo en la primera mitad del siglo xx”. *Travesía: Revista de Historia económica y social*, Vol. 23, N.º 2: 61-84. <http://www.travesia-unt.org.ar/pdf/volumen232/03%20Salerno.pdf>
- Sánchez, Joan. 1991. *Espacio, economía y sociedad*. Madrid, España: Siglo XXI.
- Santos, Milton. 1985. *Espacio y método. Algunas consideraciones sobre el concepto de espacio*. Madrid, España: Alianza.
- Seca, Mirta. 1989. *Introducción a la geografía histórica de la Quebrada de Humahuaca: con especial referencia al pueblo de Tilcara* (No. 1). Tilcara: Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, Instituto Interdisciplinario.
- Shaffer, Marguerite. 2001. *See America first: Tourism and national identity 1880-1940*. Washington D.C.: Smithsonian Institution.
- Sidicaro, Ricardo. 2002. *Los tres peronismos: Estado y poder económico 1946-1955, 1973-1976, 1989-1999*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Silvestri, Graciela. 1999. Postales argentinas. En *La Argentina en el siglo xx*, editado por Carlos Altamirano, 111-135. Buenos Aires: Ariel.
- Tommei, Constanza. 2016. “De ciudad huerta a pueblo boutique: Transformaciones territoriales en Purmamarca (provincia de Jujuy) a partir de los procesos de patrimonialización y turistificación (1991-2014)”. Tesis Doctoral. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Buenos Aires.
- Torre, Juan y Pastoriza, Elisa. 2002. “La democratización del bienestar”. En *Nueva Historia Argentina t. 8. Los años peronistas (1943-1955)*, dirigido por Juan Torre, 257-512, Buenos Aires: Sudamericana.

- Troncoso, Claudia. 2008. “Turismo, desarrollo y participación local. La experiencia de Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina)”. *Aportes y transferencias*, Vol. 12, N.º 2: 110-130. <https://www.redalyc.org/pdf/276/27615331007.pdf>
- . 2011. “Procesos actuales de valorización turística y patrimonial de la ciudad de Salta”. Ponencia presentada en *IX Jornadas de Sociología de la UBA. Capitalismo del siglo xxi y reconfiguraciones. Luces y sombras en América Latina*. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires. <https://www.aacademica.org/000-034/481>
- . 2020. “El desplazamiento turístico a través de propuestas de recorridos e itinerarios. La ciudad de Salta (Argentina) y la consolidación de los paseos por su centro histórico”. *Claves. Revista de Historia*, Vol. 6, N.º 10: 95-119. <https://doi.org/10.25032/crh.v6i10.5>
- Turner, Louis y Ash, John. 1991. *La horda dorada*. Madrid: Ediciones Endymion.
- Urry, John. 2002. *The tourist gaze*. London: Sage.
- Van Young, Eric. 1987. “Haciendo historia regional. Consideraciones metodológicas y teóricas”. *Anuario IEHS: Instituto de Estudios histórico sociales*, Vol. 2: 255-281.
- Vilar, Pierre. 1976. *Crecimiento y desarrollo: economía e historia. Reflexiones sobre el caso español*. Barcelona: Ariel.
- Walton, John. 1998. “Popular entertainment and public order: the Blackpool carnivals of 1923-24”. *Northern History*, Vol. 34, N.º 1, 170-188. <https://doi.org/10.1179/007817298790178349>
- (ed.). (2009). *Histories of tourism. The SAGE handbook of tourism studies*. London: SAGE.
- Zuelow, Eric. 2015. *A history of modern tourism*. London: Bloomsbury Publishing.

El turismo como lógica espacial. El caso del noroeste argentino (1930-1960)

Tourism as a spatial logic. The case of Northwestern Argentina (1930-1960)

CARLOS MARTÍN RODRÍGUEZ BUSCIA
Universidad Nacional de San Martín-CONICET

RESUMEN

El siguiente artículo analiza los procesos de turistificación del noroeste argentino entre 1930 y 1960, empleando un enfoque multiescalar que contempla a la región, la provincia y la nación. Con ello se busca aportar al conocimiento de la territorialización turística en un área escasamente explorada por los estudios históricos del turismo. Se plantea como hipótesis que la producción turística del noroeste argentino fue el resultado de la dialéctica de distintas lógicas espaciales, a saber, la regionalización y la provincialización. La homogeneización de la nación se tradujo en arquetipos que la provincialización fijó de forma diferenciada sobre un conjunto de sitios y lugares turísticos, contribuyendo con ello a la heterogeneidad. A partir de dicha dinámica se produjo un proceso de diferenciación de lugares turísticos, contribuyendo a orientar el desplazamiento de los sectores sociales con posibilidad de acceso a las vacaciones en Argentina.

PALABRAS CLAVES

Turismo, noroeste argentino, región, provincia.

ABSTRACT

The following article analyses the processes of touristification in the Argentine northwest between 1930 and 1960, using a multi-scale approach that includes the region, the province and the nation. It seeks to contribute to the knowledge of tourist territorialization in an area scarcely explored by historical studies of tourism. It is hypothesized that tourist production in the Argentine northwest was the result of the dialectic of different spatial logics, namely, regionalization and provincialization. The homogenization of the nation resulted in archetypes that provincialization fixed in a differentiated way on a set of tourist sites and places, thus contributing to heterogeneity. Consequently, a process of differentiation of tourist sites took place, contributing to the orientation of the movement of social sectors with access to holidays in Argentina.

KEYWORDS

Tourism, argentine northwest, region, province.

CARLOS MARTÍN RODRÍGUEZ BUSCIA

Doctor en Ciencias Sociales (Universidad de Buenos Aires), Magíster en Historia (Universidad Nacional de Mar del Plata), y Profesor en Historia (Universidad Nacional de Tucumán). Integra el Centro de Investigación y Desarrollo del Turismo, en la Escuela de Economía y Negocios de la Universidad Nacional de San Martín. Trabaja sobre historia del turismo, enfocándose en los procesos de producción territorial y patrimonial del noroeste argentino durante el siglo xx. Sus últimas publicaciones indagaron el rol del Estado en los procesos de configuración turística.

ORCID: 0000-0001-5884-1708

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO:

Carlos Martín Rodríguez Buscia, “El turismo como lógica espacial. El caso del noroeste argentino (1930-1960)”, *Historia Social*, núm. 112 (2025), pp. 79-102.

Carlos Martín Rodríguez Buscia, “El turismo como lógica espacial. El caso del noroeste argentino (1930-1960)”, *Historia Social*, 112 (2025), pp. 79-102.

DOI: <https://doi.org/10.70794/hs.110333>