

TEMAS DEL SIGLO XX

colección dirigida por
JUAN SURIANO

ELISA PASTORIZA

LA CONQUISTA DE LAS VACACIONES

Breve historia del turismo en la Argentina

Pastoriza, Elisa

La conquista de las vacaciones : breve historia
del turismo en la Argentina . - 1a ed. - Buenos
Aires : Edhasa, 2011.

298 p. ; 19,5x13,5 cm. - (Temas de la
Argentina)

ISBN 978-987-628-115-7

1. Turismo. I. Título.
CDD 338.479 1

A la memoria de mis padres, Lucy y Carlos

Diseño de tapa: Eduardo Ruiz

Imagen de tapa: *Baños de mar en Playa Grande* (c. 1948). Gentileza Aurora Giaccaglia

Diseño de interior: Juan Balaguer y Cristina Cermeño

Primera edición: marzo de 2011

© Elisa Pastoriza, 2011

© Edhasa, 2011

Córdoba 744 2º C, Buenos Aires
info@edhasa.com.ar
<http://www.edhasa.net>

Avda. Diagonal 519-521, 08029 Barcelona
E-mail: info@edhasa.es
<http://www.edhasa.com>

ISBN: 978-987-628-115-7

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita
de los titulares del Copyright bajo las sanciones establecidas en
las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio
o procedimiento, comprendidos la reprografía
y el tratamiento informático y la distribución de ejemplares
de ella mediante alquiler o préstamo público.

Impreso por Cosmos Print S.R.L.

³ Carlos R. Desmarás, *Tiempo libre de los trabajadores. Vacaciones y centros de descanso*, Buenos Aires, Editorial Jurídica Argentina, 1942, p. 214.

⁴ *La Nación*, suplemento especial sobre turismo, 1º de enero de 1938.

⁵ Perla Bruno y Carlos Mazza, *Construcción de paisajes. Transformaciones territoriales y planificación en la región marplatense. 1930-1965*, UNMDP-FAUD, Mar del Plata, 2002, p. 69.

⁶ Adela Harispuru, "Historia y mitos de un emprendimiento singular: El balneario Cariló". Terceras Jornadas de Historia Económica (AUDHE), Montevideo, 2003.

⁷ Rosemarie Gesell, *Carlos I. Gesell, su vida*, Villa Gesell, edición de autor, 1993. Véase también: Claudia A Palavecino y Mónica E. García, *Las funciones de Villes Gesell*, Villa Gesell, ed. de autor, 2006.

⁸ *La Nación*, 25 de mayo de 1936.

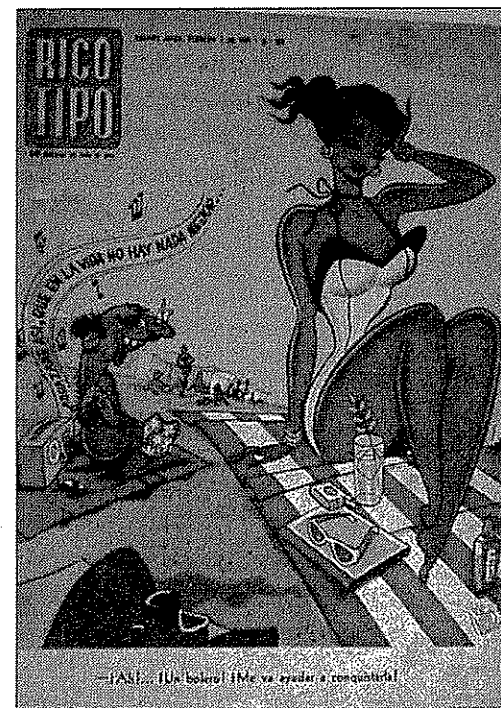
⁹ Perla Bruno, "El Despertar de la Argentina turística y la transformación del balneario marítimo", Tesis de Maestría en Historia (UNMDP), 2008, pp. 63-70.

¹⁰ Exequiel Bustillo, *El despertar de Bariloche*, Buenos Aires, Sudamericana, 1988, p. 42.

¹¹ Clara Kriger, "Reflexiones acerca del cine nacional. De Cinegraf al Instituto Cinematográfico Argentino", mimeo, 2004.

¹² Apuntes de Jordán Hummel, citado en Miguel Khatchikian, *Historia del turismo en la provincia de Misiones*, Buenos Aires, Librerías Turísticas, 1991, pp. 42-45.

Tiempos del ocio peronistas



Rico Tipo, febrero 1951 - N° 319

Los años del peronismo representaron una etapa cuando se desplegaron políticas sociales orientadas a la implantación del turismo popular en la Argentina. La revolución peronista prometió una revolución en el consumo para las clases trabajadoras, que en gran medida fue lograda y un amplio programa de políticas públicas de *turismo social* se extendió por todo el territorio nacional, alcanzando a las clases trabajadoras. Asimismo, la clase media continuó siendo un actor muy dinámico de este proceso, y si bien la promoción del turismo como objeto de consumo social durante el peronismo fue generosa, sus principales beneficiarios fueron aquellos sectores que se encontraban en mejores condiciones para disfrutar esos beneficios. Las clases medias, que arribaban conduciendo sus propios coches y comenzaban a adquirir los departamentos, popularizaba las playas marplatenses, a las que el discurso oficial señalaba repletas de obreros. Sin embargo, la experiencia de las vacaciones populares produjo un gran impacto y significación social en la memoria colectiva de la sociedad argentina, en especial en las clases trabajadoras, que lo percibieron como una frontera epocal. En las próximas páginas pretendemos analizar los aspectos que tienen que ver con esta paradoja.

El primer peronismo y la conquista del turismo social

Durante las dos primeras presidencias de Perón se pone en marcha un programa de políticas públicas que, junto con las iniciativas generadas desde la sociedad civil, coloca las cuestiones relativas al tiempo libre y el ocio popular en un lugar destacado de las esferas del Estado Nacional. En este marco, la conquista de las vacaciones pagas en la Argentina, si bien presenta antecedentes en la década del treinta, se generalizó durante los años del primer peronismo. Los canales que conducen el consumo de las clases medias y trabajadoras hacia una pluralidad de prácticas recreacionales son abiertos, pues, en un escenario social que hemos denominado de democratización del bienestar, donde se conjugaron tendencias que conformaron un país cohesionado, en su mayoría, por una sociedad móvil y con aspiraciones igualitarias. Esto se manifestó en el crecimiento del consumo de entretenimientos populares, entre ellos la asistencia a las salas de cine, los espectáculos deportivos y el desarrollo del turismo.¹

Es entonces cuando bajo la tutela de la nueva consigna peronista, el *turismo obrero o social*, se ensayó una amplia gama de planes vacacionales y excursiones. El ocio popular comprendió dos coordenadas claramente visualizadas: las áreas marginales que se hallaban en su mayoría bajo la órbita de Parques Nacionales y aquellos ya consagrados por las elites y las clases medias altas. Mientras las primeras emergieron pausadamente, Mar del Plata y Córdoba ocuparon el centro de la agenda pública. La retórica justicialista era rotunda en un punto: no había barreras

para el acceso de los trabajadores a estos bienes, hasta ahora, afirmaban, vedados. Y todas las regiones acompañaron esta música central. Además de las vacaciones, también fue incorporada la promoción del turismo relámpago, giras económicas, viajes populares, colonias de vacaciones y campamentos colectivos. También la realización de viajes para maestros y empleados, que incluían programas breves de fin de semana y feriados, con ofertas de visitas a la Basílica de Luján (a unos 60 km del centro de Buenos Aires), navegar por el Tigre, remontar el río Paraná, recorrer la ciudad de Buenos Aires, conocer los monumentos realizados por la revolución justicialista (Ciudad de los Niños, Ezeiza, Ciudad estudiantil) y acudir a los campings que publicitaba el Automóvil Club Argentino e instituciones estatales como el Consejo Nacional de Educación y Fundación Eva Perón (FEP). Ya se ha advertido, en las primeras páginas del libro, que estos procesos se perfilaron en diversos países luego de la Primera Guerra Mundial, indicando nuevos tiempos de ocio para los obreros, cuya representación paradigmática fue la conquista de las vacaciones pagas y con ellas la invención de modernas formas de apropiación del tiempo y del espacio.

La magnitud del fenómeno y su larga y complicada historia colocan en la agenda de los historiadores cuestiones y problemáticas muy interesantes al respecto. El estudio de las vacaciones de los obreros adopta su propio peso y no debe ser considerado una mera reinterpretación o réplica de las costumbres de las elites.

El viaje patriótico y los ámbitos de prestigio social

Aunque de manera desigual, una importante cantidad de argentinos comenzó a disponer de una serie de días consecutivos de vacaciones pagas y, con ello, un mayor tiempo libre que estimuló la creación de novedosas prácticas sociales y a descubrir un país

hasta entonces muy poco conocido. ¿Cómo viajaban? Hasta hacía poco, el ferrocarril, puerta de entrada a la mayoría de los centros recreativos del país, era casi el único servicio de transporte; ahora, se sumaban el ómnibus y el automóvil. En los cuarenta, unos 400.000 vehículos transitaban las carreteras nacionales, permitiendo la llegada a lugares recónditos. El viaje y el conocimiento, en especial a las sierras de Córdoba y a las playas atlánticas, se transformaba en un sueño posible. A los dos caminos pavimentados durante las gestiones conservadoras, las rutas 8 y 2 (Córdoba y Mar del Plata, respectivamente), se les sumaron las rutas a Mendoza y una variedad de caminos interprovinciales.

En ciertos aspectos, éste había sido el significado de la Argentina conservadora de la década anterior, cuando fueron creadas las Direcciones de Vialidad Nacional y de Parques Nacionales de la mano de las consignas "Hacer caminos es hacer grande a la Patria" y "Conocer la patria es un deber". El encuentro con la naturaleza figuraba en los programas del tiempo libre, en los que el paseo en la montaña era tan benéfico como la asistencia a las playas. Así, mediante el viaje turístico, se pretendía que nuevos actores sociales frecuentaran (y se apropiaran) del país, en un reencuentro con la nación mediante el conocimiento de sus paisajes y de su historia. El tiempo del viaje era, a su vez, un tiempo político y patriótico. Y la lectura del discurso político sobre la cuestión del turismo, y el tiempo libre en general, sugiere un esfuerzo por fomentar el amor a la tierra en la que se había nacido o a la que se había elegido para vivir, tierra todavía poco conocida por la mayoría de sus habitantes. De esta forma, los poderes públicos y las dirigencias sindicales alentaban al pueblo a enriquecer su cultura y conocer a otros trabajadores a través del viaje, los paseos y las vacaciones.

También se trataba de presentar la oportunidad de practicar actividades y conocer lugares que remitían a cierto prestigio social: el viaje en ómnibus, los paseos en barco, la caza, el cine, el

conocimiento de las sierras y los balnearios, etc. En esa línea, el programa del ocio ofertaba precios reducidos para obreros en destinos típicamente burgueses como Mar del Plata. Esta ciudad marítima tenía un denso peso simbólico y en ella estaban escenificadas la mayoría de las prácticas presentadas como la imitación perfecta de aquello que "hasta ahora" había estado reservado para los privilegiados.

En este sentido, la conquista de Mar del Plata para los trabajadores constituyó una orientación nodal en el mensaje del nuevo proyecto público. El balneario era mostrado como el lugar donde se conocían los argentinos, lo que acentuaba su *carácter nacional*. Un discurso recorrido por la concepción de un espacio, tal como los hombres lo experimentan, como relación social. Y, para comprobarlo, nada mejor que observar el vestíbulo de un hotel o una de las improvisadas tertulias en la playa, cuando "nuestra nacionalidad adquiere una cohesión que no siempre puede lograrse". Mar del Plata *corrige* todas las fallas que atentan contra esta cohesión (grandes distancias, regiones diferenciadas, etc.), ya que *todos* acuden a sus costas. Y se agregaba: "conocerse los argentinos con los argentinos es conjugar un verbo de unidad de la patria. A Mar del Plata acuden argentinos de todas las partes del país".²

El ritmo de un estribillo muy popular en aquellos años, "A Mar del Plata yo me quiero ir", condensaba el deseo de millones de hombres y mujeres que en los días tórridos del verano porteño podían concretar el sueño de conocer el balneario. Música y letra precursora de varias canciones populares tarareadas en los sesenta y setenta, como aquella tan difundida que asociaba a la ciudad turística con uno de los símbolos del peronismo, las alpargatas: ¡Qué lindo que es estar en Mar del Plata, en alpargatas, en alpargatas...!

Un nuevo dibujo del ocio popular

En este escenario se trazan las líneas que perfilan la intervención estatal en las cuestiones relativas al tiempo libre. Algunas de ellas son novedosas y otras no. El propio término es aplicado legalmente por primera vez, aunque había precedentes en el llamado "turismo económico" o en el dirigido a sectores de menores recursos implementados principalmente en los años treinta por el Estado Nacional y por algunas administraciones provinciales, en especial por la de Buenos Aires y Córdoba (las gobernaciones de Manuel Fresco y Amadeo Sabattini, respectivamente). Así, el programa del ocio peronista consolidó líneas ya iniciadas, poniendo en marcha el diseño de un proyecto de Turismo Social asentado en la concepción de las vacaciones como una conquista simbólica asociada al Derecho al Descanso y que la retórica Justicialista destinaba a los trabajadores en un discurso acentuadamente obrerista.

Nada mejor para explicar el sentido de estas políticas sociales como la pedagogía cívica del Presidente Perón:

El Turismo Social tendrá como finalidad posibilitar el acceso de la población trabajadora a los lugares de turismo y será organizado facilitando a los servicios de bienestar y asistencia social de las asociaciones profesionales, la construcción de hoteles y colonias de vacaciones, y las franquicias posibles en los medios de transporte.

No es un objetivo "ideal". Está en plena marcha. Los trabajadores saben cuánto hizo el Gobierno y la Fundación Eva Perón en esta tarea de fundamental trascendencia social.³

Si bien el proyecto abarcaba múltiples aspectos, estuvo asentado en dos ejes centrales: la extensión de las licencias pagas por va-

caciones obligatorias al conjunto de los trabajadores y el montaje mediante el ejercicio coordinado entre el Estado (Nacional y provinciales) y la FEP con asociaciones, en particular las sindicales, para garantizar el hospedaje a los trabajadores. Al mismo tiempo, se procuró facilitar el transporte mediante planes de abaratamiento de pasajes y móviles especialmente destinados al traslado de los nuevos turistas.

1945 será un año decisivo en la iniciación del experimento vacacional. En el verano es sancionado el decreto 1.740, que extendía el derecho a las vacaciones remuneradas obligatorias, largamente anhelado, al conjunto de los trabajadores y empleados argentinos en relación de dependencia. En paralelo, tanto los decretos de Personería Gremial como el 33.302/45 que otorgaba salario básico, mínimo y vital, el Sueldo Anual Complementario (aguinaldo) y la creación del Instituto Nacional de Remuneraciones facilitaron concesiones para los sindicatos permitiéndoles fundar instituciones para el servicio social y manejar un mayor caudal de fondos. Al mismo tiempo, el Estado fijaba un descuento obligatorio del 5% del aguinaldo (un 2% del aporte obrero y 3% del patronal), destinado al fomento de turismo social y a la creación de colonias de vacaciones.⁴ De esta manera, por primera vez se asignaron fondos específicamente dirigidos al fomento de las vacaciones populares, provenientes en parte de los supuestos beneficiarios. Posteriormente, en 1950 esos fondos serían transferidos a la FEP, mediante la sanción de la ley 13.992, que también tomó a su cargo la administración de las Colonias de Vacaciones.

En 1946, mediante el decreto 12.054, se constituye la Administración General de Parques Nacionales y Turismo dependiente del Ministerio de Obras Públicas, a cargo del General Juan Pistarini. Esta situación continuaría hasta agosto de 1951 cuando la sanción de la ley 15.780 hizo retornar Parques Nacionales a la esfera del Ministerio de Agricultura y Ganadería. La concen-

tración de las actividades del turismo social en Parques Nacionales resultó una medida efectiva, pues además de los hoteles establecidos en los parques se transfirieron a esa repartición los que habían pasado al Estado Nacional al realizarse la adquisición del patrimonio de los ferrocarriles británicos y otros provenientes de las provincias.

Desde los inicios, uno de los propósitos del Estado consistió en promover una estrecha articulación con el sector sindical, hecho que resultó particularmente favorable para el despliegue del turismo social pues los sindicatos jugaron un importante rol en la organización y prestación de ese servicio para sus afiliados. En esta atmósfera es inventada una consigna todavía recordada: "Usted se paga el viaje, el gobierno el hospedaje". Un eslogan extendido a lo largo de la Nación y que, como repetía el gobernador bonaerense, Domingo Mercante, "Ha prendido en las fábricas, en los talleres, en las lejanas localidades rurales como la realización feliz de uno de los derechos del trabajador incorporados a la Constitución de Perón".⁵

Las vacaciones así concebidas fueron presentadas en la provincia de Buenos Aires -la primera en ensayar los planes sociales turísticos- como la conquista de un derecho cívico, fundacional, hasta ese momento inalcanzable, asociado a los premios a la producción, y a la consigna "producir más y mejor". El experimento, reconocido como una prioridad pública a la par de la vivienda obrera, estuvo auspiciado por el gobierno y canalizado por el aparato gremial cegetista, mediante un Consejo Asesor Obrero de Turismo Social. En una segunda etapa, su organización pasó a ser compartida con la Fundación Eva Perón. Finalmente, con el II Plan Quinquenal, el turismo social queda definitivamente normalizado y dirigido a potenciar el turismo interno y externo. El Estado fijaba su interés en que la población conociera y se apropiara (se "sientan dueños") de la República mediante el acceso a las regiones turísticas. Se apostaba al turis-

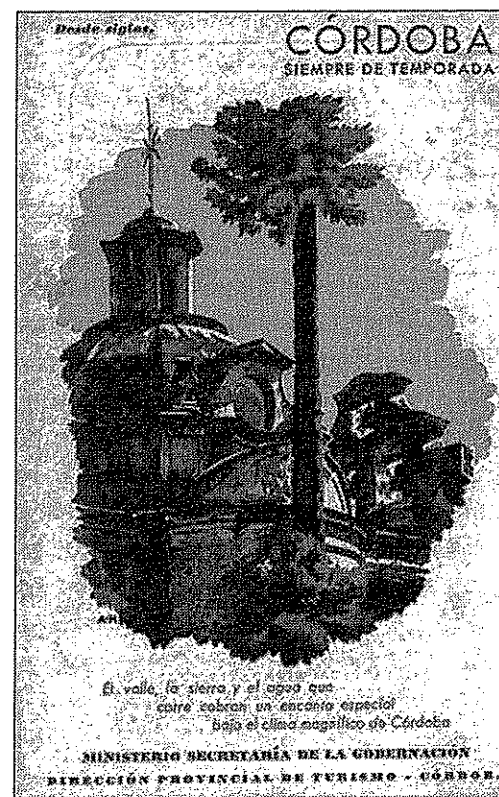
mo social y escolar, por un lado, y al internacional por el otro, facilitando la construcción de hoteles, hosterías y colonias, efectuando y alentando inversiones en lugares turísticos, realizando convenios internacionales y fomentando los deportes. En este sentido, las aspiraciones para el quinquenio 1953-1957 concebían una consolidada organización nacional del turismo mediante la creación de una escuela de capacitación hotelera y turística, una nueva clasificación y sistema tarifario hotelero, la elaboración de una ley nacional de turismo y un sistema de inversiones e incentivos destinados a incentivar la industria privada.⁶

El turismo social definido como una creación de la revolución peronista, se caracterizó durante la Segunda Presidencia por el hecho de depositar en la FEP la coordinación general de las actividades recreacionales, más allá de que se las siga asociando a las organizaciones sindicales, a quienes se les facilita las condiciones para la adquisición, alquiler y uso del hospedaje.

Colonias vacacionales en el mar y en las sierras

En el mencionado contexto político y social, se instituyen las colonias de vacaciones que, si bien profundizaban tendencias previas, nunca alcanzaron la envergadura adquirida con el peronismo. Como se dijo, la provincia de Córdoba constituyó un escenario privilegiado para la concreción de las reivindicaciones sociales asociadas al turismo popular en la Argentina. Estos antecedentes producto de iniciativas tanto provinciales como nacionales, sentaron las bases del desarrollo del vasto programa del turismo social durante el primer peronismo. Sin lugar a dudas, el emprendimiento de mayor envergadura había sido el emplazamiento de la Colonia de vacaciones en Embalse de Río Tercero, construida en 1937 para los empleados estatales nacionales. Estos fueron

los orígenes del futuro complejo recreacional ampliado desde 1944 por el Ministerio de Obras Públicas de la Nación que, junto al de Chapadmalal, resultaron modernos establecimientos destinados finalmente al conjunto de los trabajadores de la nación. En simultáneo, una cadena de colonias y casas de descanso comenzó a difundirse en los espacios turísticos del país. La de Necochea, por ejemplo, era una de las más concurridas por contingentes infantiles.



Propaganda turística oficial de Córdoba,
Revista Continente, 1951.

La Colonia Chapadmalal, ubicada a 30 km de Mar del Plata, a mitad de camino de la vía turística a Miramar, fue edificada entre ambos márgenes de un arroyo que forma un pequeño lago antes de verter sus aguas en el océano. Un hermoso paisaje en cuyas riberas se combinan grandes acantilados, amplias playas con médanos y forestación. Cabe acotar que la familia Martínez de Hoz ya había presentado un proyecto de balneario de diferente índole en los treinta, su establecimiento recorrió varias etapas. La primera, cuando durante el gobierno del General de División Edelmiro Farrell y mediante el Ministerio de Obras Públicas se construyeron los tres primeros hoteles (1, 2 y 3) para empleados de la administración nacional sobre tierras que la Intervención Federal expropió en 1945 a la provincia de Buenos Aires (alrededor de 50 hectáreas). La segunda instancia correspondió al primer gobierno peronista, cuando Juan Perón y su ministro general Juan Pistarini decretan la expropiación de 650 hectáreas de la estancia Santa Isabel a su propietario Eduardo Martínez de Hoz (Decreto (N° 34.950/47) con el propósito de constituir la "ciudad-balnearia de Chapadmalal" con la ejecución de hoteles, viviendas y casas de descanso. Durante los dos últimos años del gobierno, se termina de perfilar el complejo cuando se incorporan los edificios de la Administración, Servicios Médicos y la Hostería del Lago. A pesar del juicio efectuado por los Martínez de Hoz al Estado, nunca lograron recuperar esos campos. En los años sesenta unas 400 hectáreas son rematadas por el gobierno y otras son derivadas al Ministerio de Economía y a la Armada. A la unidad turística le restaron un poco más de cincuenta hectáreas.

Para su inauguración, en 1950, el complejo ya contaba con 9 hoteles y 19 bungalows. Estaba dotado de servicios de usos comunes, correo, telefonía, centro de asistencia de salud con farmacia, cine-teatro, galerías comerciales, una confitería bailable (Hostería del Lago), centros recreacionales (juegos infantiles,

fútbol, *bowling*, juegos mecánicos), una capilla y una ermita para la administración. Los bungalows o chalés estaban destinados, originalmente, al personal jerárquico de la administración pública y funcionarios del gobierno. Posteriormente, durante los gobiernos militares, esa parte pasó a ser ocupada por la Presidencia de la Nación. Con pocas variantes, el complejo mediterráneo de Córdoba adoptó un perfil similar.

Estos edificios destinados específicamente a la recreación popular fueron consumados por un proyecto del Ministerio de Obras Públicas y respondieron a la misma tipología, llamada rústica y "pabellonaria", utilizada en aquella época para los edificios públicos, como hospitales y escuelas. La inversión fue muy importante y no se escatimó en gastos, utilizando fondos de la Lotería Nacional de Beneficencia y Casinos, como también específicos asignados por el Ministerio de Hacienda de la Nación y administrados primero por Obras Públicas y luego por la FEP. Para su ejecución se contrataron empresas privadas y algunos de los materiales usados fueron importados de países europeos (cerrajería, plomería, tejas). En un principio, la calefacción y las cocinas funcionaron a leña, pero rápidamente fueron adaptadas primero a petróleo y luego a gas. Las unidades turísticas contaron con pozos de gran profundidad para la extracción de agua potable y, desde sus inicios, con un sistema de aguas corrientes y cloacas.

Una vez puestos en funcionamiento, los recientes turistas se beneficiaron con una variedad de planes que facilitaron su acceso. El más extendido fue el de catorce días a un precio muy barato que incluía el pasaje de ida y vuelta en primera clase, estadía, excursiones, comidas, servicio médico y seguro social. Una considerable red de propaganda promocionaba estas obras de gobierno, entre ellas, las atractivas imágenes fílmicas. En el marco de una estrategia comunicacional tendiente a fortalecer la imagen del gobierno, en ocasión del II Plan Quinquenal, la Subsecretaría de Informaciones encargó una serie de 6 docu-

mentales para la divulgación de propuestas de dicho plan. Fue entonces cuando el Director de Cine, Enrique Cahen Salaberry compuso el cortometraje *Turismo Social*, que debía difundir la oferta de los lugares de veraneo que administraba el Estado. En el film se proyectaba una glamorosa pareja de recién casados, interpretados por el flamante matrimonio de los populares actores Juan Carlos Thorry y Analía Gadé, cuando eran asesorados por un empleado (Ángel Magaña; también intervenían Diana Maggi y Enrique Serrano) en las oficinas de Turismo Social sobre las bellezas de Chapadmalal y Córdoba (Río III), para su viaje de bodas. Playas, montañas, hermosas jóvenes enfundadas con modernos trajes de baño en dos piezas corriendo entre las olas o en livianos shorts paseando por los impresionantes salones de los hoteles, eran exhibidos. Imágenes y prácticas bastante alejadas de lo que se conoce como la *cultura obrera* de entonces. El peronismo apostaba a alentar certezas para los trabajadores del logro al acceso y apropiación de consumos que eran, hasta entonces, patrimonio de las clases medias. Y también convocaba a éstas a hacer uso de las realizaciones nacionales turísticas.

En el mismo sentido, el periódico de la Central Obrera, CGT, en diciembre de 1953, aplaudía en su edición navideña, con grandes titulares y en lenguaje pomposo, los beneficios del turismo social organizado por la FEP:

[...] centenares de familias obreras, junto al mar y en el corazón de las sierras en maravillosos jardines, en magníficas obras y extraordinarias realizaciones. Existe la posibilidad de que viajen con sus familias a sitios antaño reservados exclusivamente a los adinerados y privilegiados. Ahora los humildes pueden instalarse en los hoteles especialmente construidos, a precios al alcance de todos.

Las provincias y los municipios fueron complementando estas iniciativas nacionales. Un apartado especial merece la de Buenos Aires, en especial durante el mandato de Domingo Mercante, un verdadero laboratorio en la generación de políticas sociales. Son momentos en que la flamante Dirección de Turismo y Parques pone en ejercicio el Plan de Turismo Social, que abarcó, además de la programación de paquetes turísticos de diez días, la expropiación de 24 chalets en la Playa de los Ingleses en Mar del Plata que fueron destinados a los Sindicatos, la instalación de Clubes de Turismo Social y una suerte de unidades recreativas diseminadas en diversos centros turísticos. Se contó con los recursos para su financiamiento y un destacado programa publicitario y de divulgación. Además de destinar partidas especiales anuales en el presupuesto provincial, se derivaron fondos provenientes de las ganancias de los casinos y juegos –en parte manejados por la provincia desde la gestión de Manuel Fresco– y fueron afectadas las entradas por publicaciones especiales (guías, mapas), venta de productos regionales, emisión de carnets, tarifas de hoteles y bares y otras actividades de entretenimientos.

El punto de partida fue la sanción de la ley provincial N° 5.254 en 1948, cuyo propósito fue el de fomentar el turismo regional poniendo al alcance de los obreros, empleados, maestros y estudiantes los medios necesarios para que disfrutaran de las vacaciones, como también apuntaba a atender a la protección de los derechos del turista como consumidor. En este contexto, se proyectaron las construcciones de hoteles en varios lugares provinciales, al mismo tiempo que el emplazamiento de *campings*, continuando con prácticas iniciadas por el Automóvil Club Argentino. Así lo expuso Domingo Mercante:

Hoy el mar, el río, la sierra pertenecen a todos los trabajadores de mi Provincia y en un futuro cercano les perte-

necerá aún más, no como dádiva, sino como derecho legítimo del trabajo. Así cumple la revolución...⁷

Como ya se ha señalado, algunos aspectos de estas políticas prolongaban ideas y prácticas de las políticas públicas de los gobiernos conservadores. Lo nuevo, además de la variedad en los programas, fue que el Estado facilitó los canales para el acceso a estos derechos al colocar como beneficiaria a la clase trabajadora. Retórica clasista que compartía decisiones tendientes a un mayor control de las instituciones y empresas turísticas privadas y a la creación de entidades culturales populares, como los llamados Clubes de Turismo Social, que aspiraban a convertirse en centros de formación de la cultura obrera y popular. Según el *Boletín de Turismo Social*, la publicación oficial bonaerense especialmente editada, dichos centros fueron localizados en varios puntos del territorio de acuerdo con valores patrimoniales y culturales. Mar del Plata (ciudad turística), San Antonio de Areco (pueblo tradicional), Tandil (por su historia), Luján (por su valor religioso) y la República de los Niños en La Plata (por su valor arquitectónico).

Para no pasar inadvertido, el Estado bonaerense estrenó en 1949 el primero de ellos en Playa Grande, en el Restaurante Normandie. El gobierno y las direcciones sindicales se esforzaron en facilitar la sociabilidad y esparcimiento y el encuentro entre los flamantes y tímidos nuevos turistas. Allí se realizaban festividades artísticas, veladas danzantes, presentaciones de conjuntos nativos. Por las tardes se proyectaban películas, documentales y dibujos animados para la concurrencia infantil. Por las noches había bailes en los que confraternizaban trabajadores procedentes de distintos lugares del país. De esta forma, la playa más exclusiva de Mar del Plata que desde los treinta se venía tornando en el refugio de las elites, ante la continua invasión de las clases medias sobre la otrora lujosa playa Bristol, se constituyó también en la sede de los turistas obreros. Playa Grande deviene,

así de pronto, en un verdadero símbolo de la pregonada conciliación de clases, lo cual cosechó animosas adhesiones y también rotundos repudios. El testimonio de un ascendente comerciante local lo resume en esta expresión: "¡Cundió el pánico!". Sin lugar a dudas, el Normandie y los complejos vacacionales constituyeron "tomas" simbólicas de perdurable significación. Lo que antes eran bienes reconocidos de uso social de las clases ricas, ahora eran cedidos a los obreros de la mano del Estado.

El programa provincial tuvo un perdurable impacto. Se propiciaron paquetes de viajes baratos con boletos económicos mediante acuerdos con las empresas de transporte, con descuentos entre un 15 y un 25 por ciento. Para Mar del Plata, en 1950, comenzaron a correr los servicios de trenes rápidos de 4 horas y es creada la tarifa ferroviaria denominada Turista, que además de contar con un precio promocional, incluía beneficios para los consumidores, tales como rebajas en los precios en los restaurantes, balnearios y lugares de esparcimiento. En paralelo, se llevan a cabo, entre 1948 y 1955, una variedad de planes que favorecen los descansos estivales e invernales, posibilitando a unas 220.000 personas viajar diez días con los planes de *Turismo provincial de verano* para Mar del Plata, Necochea, Sierra de la Ventana, Carhué y Tandil y el de *Turismo interprovincial de invierno*, dirigido a las provincias de Mendoza, Catamarca, San Luis, Santiago del Estero y Córdoba.⁸ El dibujo recreacional, profusamente difundido en las publicaciones periódicas, privilegiaba el viaje familiar y comprendió múltiples variantes: *Planes de vacaciones Económicas*, *Convenios entre la provincia de Buenos Aires y la Nación*, *Excursiones en ómnibus sanmartinianas y justicialistas* (al Parque de la Ancianidad, República de los Niños y Chapadmalal), *Excursiones fluviales en el vapor Justicia Social* (desde La Plata hasta Asunción), *Viaje de Bodas*, *Plan B de Subsidios a Instituciones*, *Excursiones escolares*, etc.

Las ciudades y pueblos turísticos se vieron muy beneficiados por los mencionados programas. Necochea incrementa notoria-

mente su caudal de visitantes que llegan en el ferrocarril y en las compañías de ómnibus (Costera Criolla, Estrella, Pampa). La Colonia de Vacaciones amplía sus instalaciones, al igual que políticas públicas nacionales y municipales modernizan y ensanchan el barrio turístico por excelencia, la Villa Díaz Vélez, ahora denominado *Villa Evita*. La expropiación de 400 hectáreas de un campo de propiedad de la familia Díaz Vélez, permitió dotar a la ciudad del parque *Miguel Lillo*, para lo cual tuvo lugar un denso proceso de forestación de tierras y médanos.

Lugares turísticos bonaerenses

Balnearios	San Clemente del Tuyú El tala Las Toninas Santa Teresita Costa Azul San Bernardo Las Lucilas
Circuito Turístico Atlántida	Mar de Ajó Pinamar Ostende Villa Gesell Barrio Parque Mar Chiquita Mar del Plata
Balnearios	Chapadmalal Miramar Necochea
Sierras y Lagunas	Balcarce Tandil Mar Chiquita Chascomús

Continúa

Circuito Turístico Cruz del Sur	Claromecó Orense Océano Oriente
Balnearios	Monte Hermoso Pehuancó Villa del Mar Bahía San Blás Carmen de Patagones
Sierras, Lagos y Lagunas	Epecuén Caruhé Chasicó Guaminí Puan Sauce Grande La Salada Tornquist Sierra de la ventana

Fuente: Elaboración propia. *Boletín de Turismo Social de la Provincia de Buenos Aires*, n.º 2 y n.º 3, 1952.

Los únicos privilegiados son los niños

Lo que algunas publicaciones de la época denominaron *el turismo sin estadísticas* y la *niñez se moviliza* dieron visibilidad a un fenómeno de gran resonancia y efecto perdurable en la memoria colectiva; nos referimos a la organización de las vacaciones infantiles o escolares.

Si bien desde los orígenes de los programas del ocio los niños estuvieron contemplados, en el marco del turismo familiar, la infancia recién tomará una forma especial en las consideraciones de *El turismo en el II Plan Quinquenal*, en 1953. El

apartado titulado *El turismo escolar* puntualizaba una profundización del *extraordinario grado de desarrollo* resultado de las políticas del Peronismo, con el estímulo y organización para que el conjunto de los escolares gozaran de los beneficios que garantizaran un disfrute de las vacaciones y centros turísticos del país, así como del conocimiento de la geografía y las creaciones del pueblo argentino en todo el territorio nacional. Se propiciaba entonces, *Conocer en forma progresiva toda la República*.

Dichos programas no estuvieron disociados de aquellos que revelaron la puesta en marcha de una política que comprendió la movilización infantil, exteriorizada con la presencia pública de la infancia en distintas situaciones (eventos para la entrega de juguetes, actos escolares o campeonatos de fútbol). Los niños fueron reclutados en las provincias y ubicados en las nuevas instituciones integrales (Ciudad Infantil, Hogares Escuela, Ciudad Estudiantil), en las cuales recibían formación y asistencia. Una manifestación fue la creación de la *República de los Niños*, en Gonnet en las afueras de la ciudad de La Plata en los terrenos que habían pertenecido al Club de Golf del Frigorífico Swift. Un proyecto pre-Disneylandia que Domingo Mercante caracterizó como un *mini país de ciudadanos*, inaugurado en 1951 por el Presidente Juan D. Perón.

De esta forma, centenares de rostros infantiles de todos los rincones del país comienzan a recorrer y conocer la Nueva Argentina Peronista. Desde Misiones y Jujuy, desde San Juan y San Luis, desde Santiago del Estero o Neuquén, contingentes de niños con maestras y enfermeras, viajan a Buenos Aires. Y desde la ciudad Capital, llenando los andenes de las estaciones ferroviarias Constitución y Retiro, los niños partían en diferentes rumbos, muchas veces seleccionados de acuerdo con las necesidades de salud, hacia las costas marinas y las sierras. Entre los 7 y los 11 años ya estaban en condiciones de integrar un equipo escolar

de admisión, cumpliendo previamente con un examen médico obligatorio.

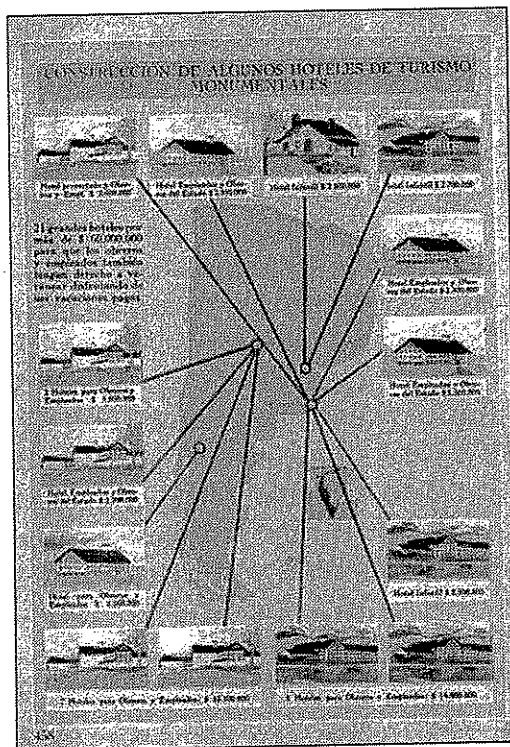
En el mes de diciembre de 1954, salieron 700 niños para la Ciudad de Mar del Plata, 450 para la cordobesa Desempeñaderos, 270 para Baradero, 250 para Alta Gracia y 150 llegaban a Tandil. La revista *Esto Es* en su edición de marzo de 1955, sumaba unos 7.500 escolares marchando hacia sus vacaciones. Las publicaciones oficiales resultaron más contundentes en los números. Solamente en la Colonia Escolar Dr. Alejandro Raimondi de Necochea, fueron registrados 10.000 niños en la temporada 1950-1951, llevados por la Fundación Eva Perón.⁹

Los niños van y vienen en ese *Mundo Feliz* de las vacaciones. Alojados mayoritariamente en las Colonias de Vacaciones, pero también apelando a la hotelería privada y sindical, el Estado Nacional, los estados provinciales y la Fundación Eva Perón, confluyeron en lograr este objetivo que consideraban primordial. Los infantes eran cuidados por personal especializado –maestras o enfermeras oficiaban de madres sustitutas– que organizaba la estadía vacacional. Muchas veces no resultaba fácil. Los más pequeños extrañaban la separación de sus familias, hasta que poco a poco lograban integrarlos. Se organizaban los juegos, el relato de los cuentos ocupaba un momento esperado, los coros y rondas, teatros, títeres y los dibujitos animados, procuraban distraer a los pequeños. Los paseos al aire libre, los baños en el mar o en los arroyos, se alternaban con clases de ejercicios físicos y de geografía e historia tendientes a fijar este primer acercamiento al conocimiento de la Patria.

Las Colonias de vacaciones de Chapadmalal y Córdoba contaban con un lugar especial, el *Hotel Infantil* destinado a los niños, y la Fundación Eva Perón organizaba las actividades recreativas. Así, mediante estos programas turísticos infantiles, miles de niños conocieron el mar y los nacidos en las costas y llanuras grabaron en sus memorias los imponentes Andes y las serranías

cordobesas. Algunos de los propósitos se pueden leer en frases como la siguiente, que poblaban las revistas y publicaciones de la época: "Todos aprenden a querer un pedazo más hasta entonces para ellos desconocido de la Patria común".

Estas experiencias infantiles dejaron su rastro. Memorias, relatos, testimonios de una variedad de dirigentes sindicales, delegados y militantes peronistas de los años sesenta y setenta, destacan el impacto de haber *conocido el mar* como las sierras en los programas escolares vacacionales del primer peronismo.



La hotelería en el Primer Peronismo.
La Nación Argentina. Justa, Libre, Soberana.
Bs.As., Publicaciones Oficiales, 1952.

El veraneo sindical

Irrumpía una nueva práctica social, que se puede caratular como una sindicalización del ocio, que se plasmaba con firmeza. En 1946, la Asociación Mutual de Correos instalaba su hotel en Huerta Grande, con 300 plazas. Los Empleados Municipales de Buenos Aires exhibían sus complejos en las sierras cordobesas, en el balneario San Clemente del Tuyú y en una isla en el Delta del Río Paraná. Los empleados de comercio (Federación de Empleados de Comercio, FEC) inauguraban sus hoteles en Mar del Plata, Mendoza y San Luis. Este gremio, junto al de los petroleros, obtuvo los mayores logros de las nuevas coyunturas políticas. El ministro del Interior Ángel Borlenghi, un ex militante socialista y Secretario General de la FEC, a los 26 años, había sido un precursor en la lucha por estas reivindicaciones: el sábado inglés, la normalización de la jornada de 8 horas y el Código de Comercio en 1934, por el que se concede el pago de la indemnización por despido y las vacaciones pagas. Conquistas arrancadas luego de largas jornadas de lucha en defensa de los trabajadores cesanteados en las Tiendas La Piedad de Buenos Aires y mediante una importante campaña y movilización al Congreso. Estas significativas leyes fueron aplicadas en forma intermitente hasta ser plenamente instaladas en la época de Perón.¹⁰ A la par que la Unión Ferroviaria, el gremio mercantil se anticipó en muchos años al resto de los sindicatos, en la idea de ampliar los servicios sociales sindicales a la hotelería u otras formas e hospedaje. En 1948, compró el Hotel Uspallata, en Mendoza, rebautizado "Presidente Perón", en 1948. Para esa fecha, además planificaba ampliar su escala hotelera, incorporando hoteles como El Volcán en San Luis y el Riviera y el Hurlingham en Mar del Plata. En el acto de apertura del presidente Perón, Borlenghi tomó la palabra ante una nutrida audiencia e invitados especiales, entre

los que se hallaban representantes de la Cámara de Diputados, de la CGT, de la Unión Ferroviaria y de sus pares chilenos. Desde esa tribuna nuevamente insistió en resaltar la revolución que se estaba operando en el país y la ceguera de muchos al no advertirla.

Compañeros mercantiles de la República: este hotel está emplazado en medio de las grandes montañas que vieron las glorias de nuestro pasado, que observaron impasibles al Gran Capitán y que hoy también observan impasibles y serenas, la obra de esta nueva época argentina.¹¹

De esta forma, el alojamiento en hoteles y pensiones comprados y alquilados por la temporada, se sumó al ofrecido por los centros vacacionales, administrados por la FEP. Aquellos que los disfrutaron primero fueron los estratos de arco gremial más antiguos y con mayores recursos: telefónicos, ferroviarios, estatales, mercantiles y empleados de correos.

La consulta del periódico CGT -órgano de la central obrera- permite seguir cómo los sindicatos fueron incorporando estas consignas a sus programas reivindicativos, planificando y compitiendo por inaugurar hoteles y abrir colonias vacacionales. El epicentro de este fenómeno durante el primer peronismo fue la provincia de Córdoba. Todavía faltaban muchos años para que alcanzara similar magnitud en la ciudad balnearia de Mar del Plata. En septiembre de 1953, el presidente Juan D. Perón visita la colonia de vacaciones del gremio de la Alimentación en la localidad de Salsipuedes; los trabajadores del vidrio inauguran su complejo en Huerta Grande; la Unión Ferroviaria hace gala de sus ampliaciones en su complejo vacacional de capacidad para 500 turistas en Alta Gracia; la Federación Gremial del Personal de la Industria de la Carne incorpora a su patrimonio 240 hectáreas en Córdoba para levantar una colonia; los trabajadores de

la sanidad hacen lo propio en La Falda; la Federación de Obreros del Tabaco adquiere una casa de descanso para 280 socios en Huerta Grande, mientras que los metalúrgicos promueven el hotel El Peñón en Valle Hermoso.¹²

Ya se ha advertido que en Mar del Plata el proceso de implantación de la hotelería de las organizaciones obreras, tendrá otros tiempos. Durante el peronismo, las expropiaciones de los hoteles de la Playa de los Ingleses para el ocio popular, la conversión del Restaurante Normadie, ubicado en el moderno Complejo de Playa Grande, en Club del Turismo Social y la aparición de la hotelería sindical, complejizaron las prácticas recreativas. La llegada de la familia obrera a sus costas colaboró una vez más a gestar un cuadro de tensiones entre los veraneantes, manifestado en los diferentes hábitos de consumo, gustos y desplazamientos.

En cuanto al fenómeno específico del hospedaje sindical durante la primera presidencia de Juan D. Perón, unos pocos gremios adquirieron viejos hoteles y los adaptaron para sus afiliados. Los mencionados Hurlingham y el Riviera para los mercantiles, el Tourbillón en el Parque San Martín, que abrió sus puertas para los obreros de la carne (luego adquirido por la Asociación Obrera Textil) y el SUPE, el sindicato de los petroleros, que construyó su propio edificio para 1955. Esta tendencia se expandió desde mediados de los años sesenta, gracias a los beneficios concedidos a los sindicatos mediante las leyes de Asociaciones Profesionales y la de Obras y Servicios Sociales, que estimularon la definitiva instalación de la hotelería sindical en Mar del Plata. Fue entonces cuando Mar del Plata se torna en forma definitiva en un lugar de veraneo de sesgo gremial, convalidado por los casi tres millones de turistas, que en 1973 llegan a sus costas. Y algunos de los viejos hoteles de primera categoría pasaron al poder de los sindicatos. El viejo y distinguido Royal Hotel es comprado por el poderoso gremio metalúrgico (UOM) y su Secretario Ge-

neral, Augusto Timoteo Vandor, puede hacer realidad con los afiliados metalúrgicos el viejo sueño de Ángel Borlengui.

De esta forma, con idas y venidas, con tensiones, se fue trazando la realidad del hospedaje de las organizaciones sindicales, un fenómeno muy "natural" para los argentinos pero casi único en el mundo. Esta apropiación progresiva de la asistencia social de los sindicatos —que combinaba cuestiones recreativas y de salud— recogía una larga tradición madurada en la tercera década. Para las postrimerías de los años sesenta, el movimiento obrero ostenta 64 centros de veraneo, 28 centros recreativos, 13 hospitales y 122 clínicas. Una cuarta parte de los argentinos se atendían mediante las obras sociales sindicales.



Primer Festival de Cine en Mar del Plata.
Revista Cinematográfica Argentina, 1948.

La propaganda y las imágenes

"En el lenguaje argentino, turismo no es sinónimo de privilegio", se leía en las notas de la revista *Continente* en 1953. El conjunto de estas iniciativas configuraron un nuevo escenario en materia vacacional desplegado con un gran montaje publicitario para el que se echó mano a las modernas formas de propaganda. Las imágenes filmicas, a través del cine, los noticieros y los cortometrajes, encabezaron la propaganda oficial.

El llamado "séptimo arte" era el gran entretenimiento de aquellos años y uno de los esparcimientos más accesibles, baratos y cómodos. El *star system* convertía a actrices y actores en personajes casi míticos, cuya presencia ineludible en los eventos organizados por el gobierno seguramente dejaba réditos políticos. Desde el terremoto en San Juan hasta el diseño de la campaña electoral de 1954 (en la que una parte primordial fue el festival de Cine de Mar del Plata, organizado por Raúl Apold) el gobierno apeló a este tipo de formas de propaganda en los medios que complementaron las gráficas y radiales. Muy especial resultó el ciclo organizado en el noticiero de las 20.30 hs. en 1951, emitido por la red oficial de radiodifusión, denominado "Pienso y digo lo que pienso", con la participación de numerosos artistas que recitaban libretos preparados por la Subsecretaría de Prensa y Difusión. La más recordada fue la participación de Enrique Santos Discépolo en su ficción de diálogo con un típico opositor (Mordisquito).

En ese contexto, las actualidades y los Noticieros constituyeron herramientas fundamentales que los Estados exploraron como canales publicitarios de sus programas políticos, al mismo tiempo que desarrollaban y modernizaban estas industrias culturales. Y el turismo popular también comenzó a poblar los noticieros oficiales que hicieron época: *Sucesos Argentinos*, *Noticiero Panamericano* y el *Noticiero Bonaerense*, semanarios con notas de

actualidad que resaltaban las actividades oficiales, culturales y deportivas. También, en el universo de los medios de comunicación, es premonitrice la experiencia bonaerense (tanto por la administración de Mercante, como por Aloé). Y, mediante el mencionado noticiero, el gobierno apeló a difundir el proyecto oficial, publicitando las obras públicas (escuelas, viviendas, construcciones viales, centrales eléctricas), los actos políticos y el conjunto de las actividades de promoción social. Se distingue, a diferencia de los noticieros porteños, el énfasis otorgado a los problemas del agro, con reiteradas filmaciones de las giras de Mercante por los pueblos del interior, los desfiles con la gente de campo en los tractores y las reuniones agropecuarias. En esas reseñas agropecuarias, se pueden apreciar las casi únicas imágenes que registran la aparición de Perón y Evita en eventos en territorio bonaerense. Los festejos y las fiestas también componen los cuadros del noticioso, con el propósito de presentar al gobernador en un lugar privilegiado junto a la pareja presidencial. Estas fueron las imágenes, a modo de ejemplo, de la celebración del 17 de octubre de 1949, las que exhiben en pantalla a Mercante en un mismo plano, antes de caer en desgracia, que el Presidente y su esposa.¹³

En esta perspectiva y posiblemente tomando la experiencia del cine soviético, los 112 partidos del territorio bonaerense estuvieron recorridos por el Tren Cinematográfico en un programa de "Giras de Difusión Cinematográfica", que visitaba las ciudades y pueblos emplazados a lo largo de las líneas férreas. En un vagón convertido en sala de cine, el Coche Salón Cinematográfico, eran presentados espectáculos muy concurridos por las familias y contingentes escolares. En ellos eran difundidos motivos de las efemérides patrias, a la par que las del 17 de octubre y el 1° de Mayo, precedidas por la explicación y difusión de reivindicaciones y prácticas del gobierno peronista. En momentos previos a las proyecciones se realizaba una breve exposición que resumía las imágenes, con la distribución de folletos y bibliografía. También es

inaugurado, como parte de los festejos del Año del Libertador Gral. San Martín, el Salón Radio-Cinematográfico en el piso de Deportes del Casino de Mar del Plata, en el que comienza a funcionar un programa gratuito de proyección de películas y noticieros que atrajo la aceptación y la concurrencia masiva del público.

Para mostrar las bellezas naturales de diversos lugares del territorio bonaerense, se filmaron tres películas tituladas *Mar del Plata*, *Cruz del Sur* y *Lagunas y Sierras*. La primera resume una jornada estival en Mar del Plata, desde el amanecer, cuando zarpan los pescadores, hasta el inicio de las diversiones nocturnas, pasando por imágenes de la vida en las playas colmadas de gente ávida de sol y arena. Dirigidas por el platense Arturo S. Mom y realizadas por los Estudios Alex, lograron obtener varios premios. Estas iniciativas tenían precedentes, en especial para el caso de Mar del Plata. Después de Buenos Aires, la ciudad turística era la más filmada y fotografiada de la Argentina. Como vimos, en los treinta, la Asociación de Propaganda y Fomento de Mar del Plata había patrocinado una película sobre Mar del Plata y el Instituto del Cine estrenó en 1941 los cortometrajes realizados por Carlos Pessano: *Tigre*, *Nahuel Huapi*, *Vendimia* y *Mar del Plata, nuestra gran ciudad de mar*. De excelente realización, los cuatro se destacan por los recursos de lenguaje y técnicos muy poco comunes para la época. *Tigre*, muy difundido y elogiado por la prensa, consta de dos partes; en la primera, una voz en *off* describe las características geográficas, turísticas y económicas de la zona, como un motivo de *orgullo nacional*. En la segunda, las imágenes recorren un día en el Tigre, protagonizado por hombres y mujeres, jóvenes y esbeltos, que practican deportes acuáticos en lanchas de distinto porte y exhiben modernos trajes de baño. Sobre el telón de fondo de una bella geografía, aparece en escena la gente que la disfruta. El resto de los cortometrajes nombrados están armados de manera semejante, cada uno de ellos con sus peculiaridades específicas. Así, en *Nahuel Huapi* los turistas esquían en un pai-

saje nevado, en *Mar del Plata*... se muestra el acelerado crecimiento de la ciudad, al contrastar imágenes de principios de siglo con las del presente, en *Vendimia* se exalta el paisaje andino de Mendoza con la insoslayable figura de San Martín y se resalta la producción regional: la recolección y procesamiento de la uva.

En este contexto, en marzo de 1948, la gobernación de Domingo Mercante organiza un primer evento cinematográfico en la ciudad de Mar del Plata, que resulta ser la antesala del Primer Festival Internacional de Cine, en 1954. La elección de la ciudad marítima como sede tuvo que ver con lo que ya representaba desde el punto de vista simbólico para los argentinos, como también con la moda europea de elegir ciudades balnearias o representativas de una nación para los festivales del séptimo arte. En 1946, había comenzado la era de los festivales franceses más importantes, en la ciudad de Cannes, que se colocaba a un nivel semejante al de Venecia, tan venerado por el fascismo.

El equipo gubernamental, que había definido el cine como el arte de masas, estuvo asesorado por Directores de la talla de César Luis Amadori o Arturo Mom que hicieron que este primer festival trascendiera los límites del Estado bonaerense, beneficiando al conjunto del cine nacional. Colaboraron también Raúl A. Apold, Miguel Machinandiarena y Claudio Martínez Paiva, hombres muy vinculados con la industria del espectáculo.

Esta primera experiencia fue exitosa desde el punto de vista de la muestra cinematográfica. En el terreno específicamente político, hubo notorias presencias y ausencias igualmente notorias. Juan Duarte brilló, ocultando la no concurrencia de la pareja presidencial. Posiblemente ya se insinuaban los desencuentros con Mercante que estallarían más adelante.

En 1954, el gobierno nacional, por medio de la poderosa *Subsecretaría de Informaciones* que dependía de la Presidencia, fue más lejos: organizó el gran espectáculo del primer peronismo, el *Festival Internacional de Cine* en Mar del Plata. En el

marco de la creciente popularización de los espectáculos nacionales, las nuevas modalidades del ocio acentuaron velozmente el número de consumidores captados por las estrategias de los comerciantes que, combinadas con las del partido gobernante, inventaron mayores incentivos para facilitar la participación y asistencia del público a una cada vez mayor gama de atractivos y ámbitos recreacionales. Y las temporadas estivales marplatenses constituyeron un jalón indeclinable en ese proceso, que contó con la colaboración de la radio. Surgida en los años veinte y definitivamente instalada para los cuarenta, la activa intervención de Jaime Yanquelevich, garantizó durante los veranos, la emisión de los programas de radio Belgrano, que informaban acerca de las múltiples actividades. Y el cine y el teatro resultaron los otros grandes espectáculos del momento, los más concurridos por los espectadores, junto a los casinos. Así, por ejemplo, en 1951 Tita Merello es cabeza de la Compañía "Hombres de mi Vida" en el Teatro Odeón, mientras que Mecha Ortiz competía con la puesta de *Mal de amor*. Asimismo, los nuevos visitantes arribados al balneario colmaban las casas de comida y lugares de diversiones, ofrecidas ahora a precios más baratos y accesibles, lo que motivó un sensible incremento de este tipo de pequeñas empresas comerciales. Un ejemplo de ello fue la ampliación de los bares y confiterías, que en sólo tres años (de 1953 a 1956) se triplican.

Sin duda alguna, el gran espectáculo de los cincuenta será el I^{er} Festival Internacional de Cine, brillantemente inaugurado en marzo de 1954. Mediante el montaje de un gigantesco y moderno escenario al aire libre frente al mar (entre el Casino y la pileta cubierta), el público podía pasear, caminar y observar aquel nuevo mundo de fantasía y ficción, ahora a su alcance. Las delegaciones de artistas extranjeros (entre los que se encontraron los actores Errol Flynn, Edward C. Robinson, Mary Pickford, Gina Lollobrigida, huésped de honor, y Alberto Sordi) fueron re-

cibidas por el propio general Perón, acompañado por el gobernador Aloé y el subsecretario de Información, Raúl Apold en los salones del Hotel Provincial y luego agasajadas en el Complejo vacacional Chapadmalal.

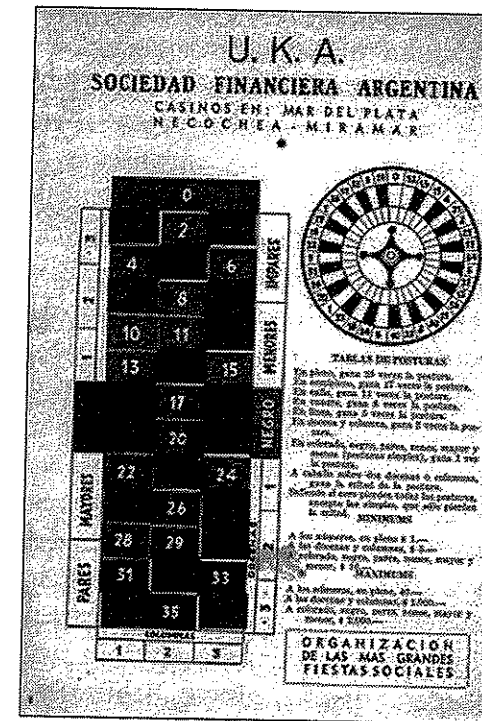
Como señala Clara Kriger, cine y política se dieron cita en el marco de una estrategia comunicacional tendiente a fortalecer la imagen del gobierno. Sin embargo, el Festival no fue solamente un evento de propaganda política y, desde el punto de vista estrictamente cinematográfico, significó avances técnicos, acuerdos internacionales, incentivos en las coproducciones y una mayor circulación de las películas nacionales.¹⁴

En las múltiples fiestas desarrolladas en el flamante Hotel Provincial, la máxima estrella fue el propio Presidente de la Nación. Arribó a la ciudad, en su primera visita oficial a Mar del Plata, viajando en el plateado y también recién inaugurado tren El Marplatense. Sonriente, sin séquito oficial, invitó a los artistas a conocer el Complejo turístico de Chapadmalal, bailó el tango, jugó a la ruleta y presidió un multitudinario acto político en la Rambla-Casino. Columnas de trabajadores de toda la provincia, se reunieron allí y al canto de "Gracias a Perón", respondían al anuncio de la conquista (¡por fin!) de los obreros y empleados de la ciudad turística donde "la riqueza fluye por doquier".¹⁵ El clima era de jolgorio. Ediciones especiales de los diarios nacionales y locales elogiaban al Presidente, y los pescadores, acompañados por sus familias, concentraron sus barcas con carteles y pancartas para saludarlo, opacando las voces opositoras del sindicato que los congregaba, todavía dirigido por activistas anarquistas.

Mar del Plata era una fiesta

El conjunto de las transformaciones operadas en la ciudad turística impactaron en el incremento de visitantes. Los 380.000 tu-

ristas arribados en la temporada de 1940 habían superado ampliamente los 60.000 en 1930, aumentaron diez años después a un millón y en 1955 crecieron aún más, sumando 1.400.000. Entre aquellos para los que llegaba por fin la oportunidad de pasar las vacaciones junto al mar, un número importante era beneficiario de la política de turismo social del gobierno.



El juego de la ruleta en los balnearios. Publicidades de la Empresa UKA (Machinandiarena y Solá). Balnearios Argentinos. Termas y Serranías. Buenos Aires, 1942.

El incremento de una hotelería que atenúa sus rasgos lujosos, fenómeno acompañado por el crecimiento y los cambios de los transportes urbano e interurbano, formaba parte del nuevo di-

bajo del ocio. Si bien la nacionalización de los ferrocarriles no trajo alteraciones técnicas importantes, sí se registraron mejoras en los servicios y tarifas. El Ferrocarril del Sud, ahora el nacionalizado ferrocarril General Roca, además de congelar las tarifas, ensanchó la oferta de prestaciones, comenzando a correr el tren rápido El Marplatense que demoraba 4 horas en llegar al mar. Por otro lado, las empresas de ómnibus, ante una mayor demanda debieron aumentar el número de coches y viajes: por ejemplo, entre 1953 y 1954 pasaron de 987 a 1.652 vehículos. Según las estadísticas municipales de Mar del Plata, en la temporada 1950-1951, una apreciable mayoría de veraneantes ingresaron en automóvil (48,7%), un 21,6% lo hicieron en ómnibus, un 37% en tren, mientras que el 0,7% en avión.

Nadie mejor que el propio Perón para explicar el sentido que su gobierno deseaba imprimir a la ciudad veraniega de la Nueva Argentina cuando sostuvo en el multitudinario acto de lanzamiento la campaña electoral para la renovación de las cámaras, la vicepresidencia y los gobiernos provinciales y municipales.

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

En cuanto a la situación social bastaría decir que aquí el noventa por ciento de los que veranean en esta ciudad de maravilla son obreros y empleados de toda la patria.

El peronismo se presentaba como el artífice de algo que ya existía. El discurso hacía hincapié en que las mayorías podían finalmente pisar el suelo del balneario bajo la tutela del justicialismo que se vanagloriaba de haber logrado un estándar de vida elevado que ayudaba al desarrollo de estas prácticas sociales. Su largo brazo también tocaba el ocio estival y el tiempo libre. Como en varias cuestiones de índole social, Perón se convierte en el portavoz de una tendencia subyacente. El reducto aristocrático fue frágil en lo temporal aunque con una impronta persistente: rápidamente comenzó a ser filtrado y en forma veloz apareció la idea de una "Mar del Plata para todos". Lo que Perón pretendía adjudicar como resultado de su política estaba ya concebido: Mar del Plata se había tornado ya en un botín codiciado por los argentinos.

Sin embargo, todavía faltaban algunos años para que los trabajadores en forma masiva pudieran arribar a las playas. La proclama del Presidente, en el discurso citado, de que un noventa por ciento de los turistas eran obreros y empleados, no pasaba de ser una retórica propagandística. Recién en los setenta se plasmaría esa aspiración, con la extensión del turismo sindical. Los años del peronismo fueron, más bien, los que marcaron el avance final de las clases medias sobre Mar del Plata. Vistas en perspectiva, las políticas públicas que tuvieron mayor impacto en la ciudad balnearia fueron la sanción de la Ley de Propiedad Horizontal y los créditos subsidiados del Banco Hipotecario. Por medio de ellas, nuevos contingentes de pequeños y medianos comerciantes e industriales, profesionales y altos empleados pudieron volverse propietarios. El impacto urbano redundó en el definitivo eclipse del tradicional barrio veraniego que rodeaba a la playa Bristol para dar lugar a la ciudad contemporánea, y las ostentosas casas veraniegas cayeron ante la utopía de una ciudad moderna, reemplazadas por los rascacielos que imposibilitan la visión abierta al mar. Culminaba así, bajo el peronismo, la se-

cuencia iniciada con los conservadores: el desplazamiento de la elite social de sus dominios originales, ahora refugiadas en el Barrio Los Troncos, en torno a Playa Grande.

Es interesante el testimonio de James Bruce, el Embajador de Estados Unidos entre los años 1947 y 1949, en su paso por la ciudad balnearia. Una mirada, si bien centrada en las elites, reveladora de un mundo atravesado por las diversidades:

En Mar del Plata, un argentino moderno va a la playa a las 11 a.m., nunca con menos de dos criados para ocuparse de los hijos y accesorios. Se sienta tranquilo en una silla o hamaca, nunca en la arena hasta la 1 p.m., nunca más tarde. Los vendedores de Playa Grande que venden empanadas y alfajores, los identifican como "la duquesa", "la princesa", "la reina". Los precios reflejan el grado de realeza. Entre los argentinos mayores evitar un bronceado es un proceso tan elaborado como lograrlo es para los amantes del sol de Miami y Asbury Park. Estos argentinos consideran a la gente de piel oscura inferior de otros países latinoamericanos, por lo tanto evitan el sol [...] Los jóvenes en círculos de moda en los últimos años han comenzado a mostrar insatisfacción con este aspecto anticuado. Los argentinos jóvenes compran tantas lociones y cremas como los norteamericanos para lograr un tostado que impresione a los menos afortunados que quedaron en casa. Ellos se desvisten hasta quedarse con ropa tan pequeña como aquella usada por estrellas de Hollywood cuyas fotos regulan la moda.¹⁶

Los nuevos grupos quebraban la exclusividad del balneario y el arribo a las riberas se transformó en un símbolo de ascenso social. El "hormiguero" humano de la Bristol de los años sesenta, resultado final de este proceso de ampliación social, era un espa-

cio denso en personas como también en significaciones integra-ba gentes de todas las provincias y de los orígenes sociales más diversos.

La playa Bristol fue conquistada definitivamente por un turismo masivo. Nuevos conjuntos de visitantes, cada vez más numerosos, tuvieron la posibilidad de experimentar lo soñado: unas vacaciones junto al mar y un lugar en las doradas arenas. Voces e imágenes nos permiten recomponer los fragmentos de nuevas formas de articular temporalmente las experiencias individuales desde la figura del turista, en la nueva Rambla Bristol-Casino recorrida por los visitantes hasta en las playas Bristol y Popular, como también, las diversas actividades sociales que protagonizaban. Todo lo moderno se experimentaba en el balneario: vestimentas, juegos, consumos, objetos, gustos, deportes.

La playa, el escenario diurno privilegiado para el ocio, reflejó claramente los cambios del público y la nueva sociabilidad y consumo. Ya se dijo que hasta principios de siglo, la palidez reinaba como marca de distinción y las elites protegían la blancura de sus pieles. Paulatinamente el bronceado se fue instalando como símbolo de prestigio que diferenciaba el acceso que algunos tenían a estos bienes sociales. A la vez, las modas en vestimentas y usos sociales llegadas de Estados Unidos y el viejo Continente, invadían las playas. A lo largo del siglo las sucesivas modas fueron aligerando aquellas normas rígidas que prescribían trajes de baños que cubrieran el cuerpo desde el cuello a las radillas. Y, aunque todavía en 1940, estaba prohibido circular por la rambla en malla, en muy pocos años, esas prácticas cayeron en desuso. En 1946 los diseñadores franceses Jacques Heim y Louis Reard creaban la atrevida y revolucionaria *bikini*, rotundamente prohibida luego de una presentación fugaz en un Concurso de Miss Mundo en 1951. Sin embargo, la progresiva liberación de la mujer y el glamour de las estrellas, influenciaron a las jóvenes a adoptarla y para los años cincuenta la bikini se

impone en los centros turísticos internacionales y también en Mar del Plata. El glamour del Festival de Cine animó a audaces mujeres a utilizar la malla dos piezas y una jovencita escandalizó al público luciendo una bikini. Sucesivas imágenes fotográficas y del humor gráfico publicado en las revistas y periódicos, dan cuenta del fenómeno. Las famosas ilustraciones de Guillermo Divito tanto en *Chicas Divito* y *El otro yo del Sr. Merengue* editadas en la revista *Rico Tipo*, como las andanzas de *Isidoro* en Mar del Plata —el decadente *dandy porteño* creado por Dante Quintero— van construyendo un universo en el que el veraneante se aproxima a un mundo de distracción, entretenimiento y consumo placentero.

En las temporadas cada vez más se multiplicaban los turistas que llegaban manejando sus automóviles (icasi un 40%!) transformando las prácticas recreativas y turísticas con los paseos en coche por la ciudad, las excursiones por los alrededores y los campings. Asimismo son variados los entretenimientos y concursos deportivos: pesca, carreras de autos, ciclismo, natación, tenis, golf. Mar del Plata había sido pionera en muchas prácticas deportivas. Desde principios de siglo se organizaban carreras de automóviles y motocicletas, ya sea aquel primer "circuito Mar del Plata" que llegaba hasta Miramar, formando parte del itinerario de las grandes y populares certámenes de "Turismo Carretera" organizadas por el Automóvil Club Argentino, como el Gran Premio del Sur de 1938 y en 1942, con la carrera estrella de la zona, el premio "Mar y Sierras", ganado por Juan Manuel Fangio. En enero de 1948 formando parte de una serie de carreras argentinas se programó el llamado Gran Premio Gral. San Martín, para la que se eligió un circuito a imagen y semejanza del tradicional Montecarlo. Las calles de una ciudad al borde del mar y los diferentes planos en que el Automóvil Club diagramó la carrera, le daban esas semejanzas. Los autos recorrían la bajada del Hotel Scafidi, la ida y vuelta del boulevard que pasaba por

la puerta del Torreón, el túnel del Hotel Bella Vista, la subida del Hotel Centenario y la largada frente al Hotel Hurlingham. Los campeones Juan Manuel Fangio y Oscar Gálvez, se ubicaron como los mejores argentinos del *Grand Prix Ciudad de Mar del Plata*.

El Casino fue el otro ámbito predilecto de atracción: con el peronismo también ensanchó la apertura de sus puertas y las colmadas salas de juego de las noches de enero y febrero albergaron nutridas concurrencias. En 1950 el carnet exclusivo y personal, exigido a las personas para entrar al Casino, es reemplazado por el sistema de *entradas*. También las antiguas fichas de hueso y las de nácar, usadas desde los albores del siglo, son suplantadas por las de plástico. Y, como forma de incentivar una mayor asistencia de jugadores, las apuestas directas con dinero fueron prohibidas, en una apelación a que el público des-parramara sus fichas sobre las mesas, sin dimensionar tanto su valor.

El proceso de democratización social experimentado mostró también una modificación en los hábitos de consumo y de los lugares de hospedaje, que también se diversificaron. La hotelería tradicional debió compartir su espacio con los departamentos, el hospedaje estatal y el gremial. Las primeras señales de estos cambios y sus efectos se palparon a fines de los años cincuenta cuando decayó la construcción de hoteles nuevos, un alto porcentaje fue demolido y otro reconvertido en propiedad horizontal.

Con el crecimiento del poder adquisitivo de las clases medias y la política de vivienda del gobierno peronista (asentada en los congelamientos del precio de los alquileres y la promulgación de la Ley de Propiedad Horizontal), los turistas que arribaban a Mar del Plata podían compartir el uso del servicio de hotel con la posibilidad de alquilar o adquirir un departamento junto al mar. Esta tendencia se verá consolidada en los años sesenta con el llamado *boom* de la construcción. De este modo, comenzaba la de-

molición del radio céntrico de la ciudad para dar lugar a los edificios de altura, con miles de departamentos ocupados por el turismo en ascenso que visitaba Mar del Plata. Sus ventas originaron rápidas y cuantiosas fortunas, intensificando la especulación inmobiliaria y el crecimiento vertiginoso de los intermediarios (comisionistas y martilleros). La difusión de la fantasía por ser "propietario en Mar del Plata" trajo aparejado, una vez más, la valorización de la tierra y la emergencia de inversores privados en esta área económica con la consecuente multiplicación de agentes inmobiliarios por doquier. Este incremento no sólo se visualizó en el radio céntrico sino también en sus alrededores, con el loteo de los terrenos, donde las clases medias locales y también los trabajadores fueron construyendo sus viviendas. La ciudad se expandió, en especial hacia el sur, sobre la ruta 11, la carretera hacia Miramar, donde a partir de 1947 se formaban nuevos barrios (Mar y Sol, Los Acantilados, San Patricio, Playa Serena, San Jacinto, Alfar y Faro Norte). En ese desplazamiento, se produce el emprendimiento del barrio turístico para sectores medios altos, por parte de un grupo de empresarios, más adelante llamado *los desarrollistas*, por su protagonismo durante el futuro gobierno de Arturo Frondizi. Así, un consorcio integrado por Narciso Machinandiarena, Rogelio Frigerio y Eduardo Enrique Aragón, adquiere una fracción de la Estancia Cabo Corrientes a la sucesión de Jacinto Peralta Ramos, al sur del Faro de Punta Mogotes. La idea fue construir un gran hotel-casino y 80 chalets estilo californiano (con frentes abovedados con referencias náuticas) ubicados en amplios lotes. La familia Machinandiarena operaba desde hacía muchos años en Mar del Plata. En sociedad con Félix Solá habían sido beneficiados por la concesión del Casino en los treinta (luego extendida al de Miramar y Necochea). Para llevar a cabo el nuevo emprendimiento urbano se eliminó la reserva de agua dulce, y en 1948 las topadoras abrieron un canal de la laguna Corrientes de 65 hectáreas,

desagotándola en el océano. Al mismo tiempo, se realizó el diseño de calles y las diagonales Norte, Central y Sur. La primera empresa que proyectó este emprendimiento turístico fue la Empresa Hotelera del Sur SRL en 1949, cuya principal inversión se destinó a la construcción del hotel ALFAR, funcionando con créditos del banco hipotecario y que contaba con un edificio principal de varios pisos y un edificio secundario para garajes. El hotel presentó rasgos muy modernos para la época dado que se optó por departamentos de acuerdo a la Ley de Propiedad Horizontal (tipo *apart hotel*) con propietarios individuales con servicios comunes (salas de juego, comedores, confiterías, solarium y servicio de mucamas).

Estos proyectos, como muchos otros, coincidieron con aquellos dirigidos a los trabajadores. Mar del Plata se convertía entonces, en un mosaico de variadas opciones sociales. Así la describía en los años cincuenta, el periodista Josué Quesada, uno de sus más antiguos relatores:

No hay ciudad en el mundo que pueda presentar este milagro. Es por ello, que cada año, llegan como los peregrinos de un santuario, largas caravanas que se forman en los rincones más opuestos del país. Mar del Plata es así, la ciudad-imán hacia la cual convergen los grupos dispares, pero que, sin embargo, en su conjunto son los que van fundiendo el crisol de la nacionalidad. El esfuerzo recompensado de los trabajadores del pensamiento y del músculo, halla en MdP, el oasis reparador. *Ya no hay exclusivismos, porque Mar del Plata es el gran nivelador.* Los que van avanzando en el camino de su conquista, buscan el halago de su bienestar, de su opulencia, de su clima y de su sol.¹⁷

Notas

¹ Juan Carlos Torre y Elisa Pastoriza, "La democratización del bienestar", en J. C. Torre (ed.), *Nueva Historia Argentina*, t. VIII: *Los años peronistas (1943-1955)*, Buenos Aires, Sudamericana, 2002, pp. 257-312.

² "El Turismo social", en *Continente*, n.º 23, 1949, p. 18.

³ *Perón habla a los trabajadores argentinos sobre el II Plan Quinquenal*, Buenos Aires, Publicaciones Oficiales, Presidencia de la Nación, 1953, p. 51.

⁴ Decreto-ley N° 33.302, 1945, arts. 48-50. "Queda establecido taxativamente que el Estado debe dotar a los empleados y obreros los medios y elementos necesarios para poder disfrutar de los beneficios del turismo social. También se habilita al Ministerio de Obras Públicas para adquirir terrenos y edificios."

⁵ "Primer Congreso Obrero de Turismo Social", AHPBA, Gobierno de Buenos Aires, La Plata, 1948.

⁶ *El turismo en el II Plan Quinquenal*, Buenos Aires, Presidencia de la Nación, Subsecretaría de Informaciones, 1953.

⁷ Discurso del Gobernador Domingo Mercante, en *El Día*, 18 de diciembre de 1948.

⁸ *Tiempo Libre y Colonias de Vacaciones (1956)*, Buenos Aires, Ministerio de Trabajo y Previsión.

⁹ "La FEP fomenta el turismo social y el veraneo de muchos millares de escolares", en *Revista Necochea*, temp. 1950/1951, p. 7.

¹⁰ Joel Horowitz, *Los Sindicatos, el Estado y el surgimiento de Perón, 1930-1946*, Buenos Aires, EDUNTREF, 2004, pp. 123-124.

¹¹ *Democracia*, 7 de enero de 1948.

¹² Periódico CGT: 5 de junio; 10 de julio y 18 de septiembre de 1953; 3 de abril y 10 de julio de 1954.

¹³ Cfr. Marcela Gené y Paula Félix-Didier, "Mejor que decir es mostrar", en *Film*, n.º 36, año 6, nov. 1998, pp. 58-61.

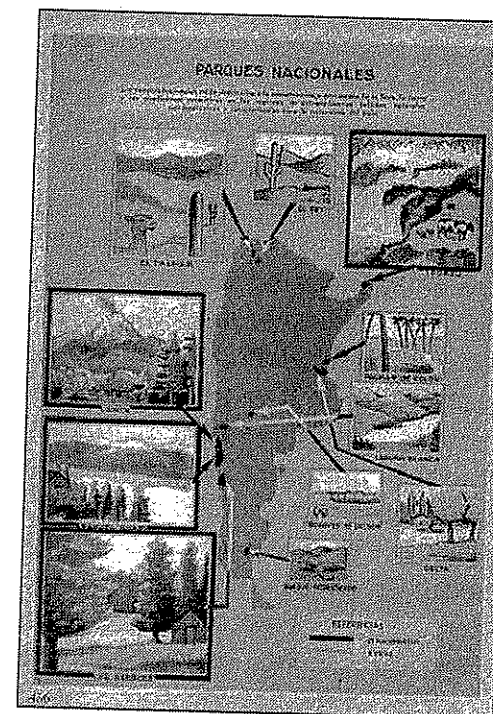
¹⁴ Clara Kriger, *Cine y peronismo. El Estado en escena*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2009, pp. 77-108.

¹⁵ *La Mañana*, 10 de marzo de 1954.

¹⁶ James Bruce, *Those Perplexing Argentines*, London, 1954, p. 218.

¹⁷ Josué Quesada, "Mar del Plata: Ciudad-Imán", en *Revista Mar del Plata Edilicia*, 1951. (el subrayado es nuestro)

El nuevo mapa turístico: sierras cordobesas y paisajes lejanos



Parques Nacionales en el Primer Peronismo.
La Nación Argentina. Justa, Libre, Soberana.
Bs.As., Publicaciones Oficiales, 1952.

La provincia de Córdoba fue uno de los escenarios representativos que se configuraba al compás del proceso democratizador generado durante la década del treinta cuando confluyeron políti-