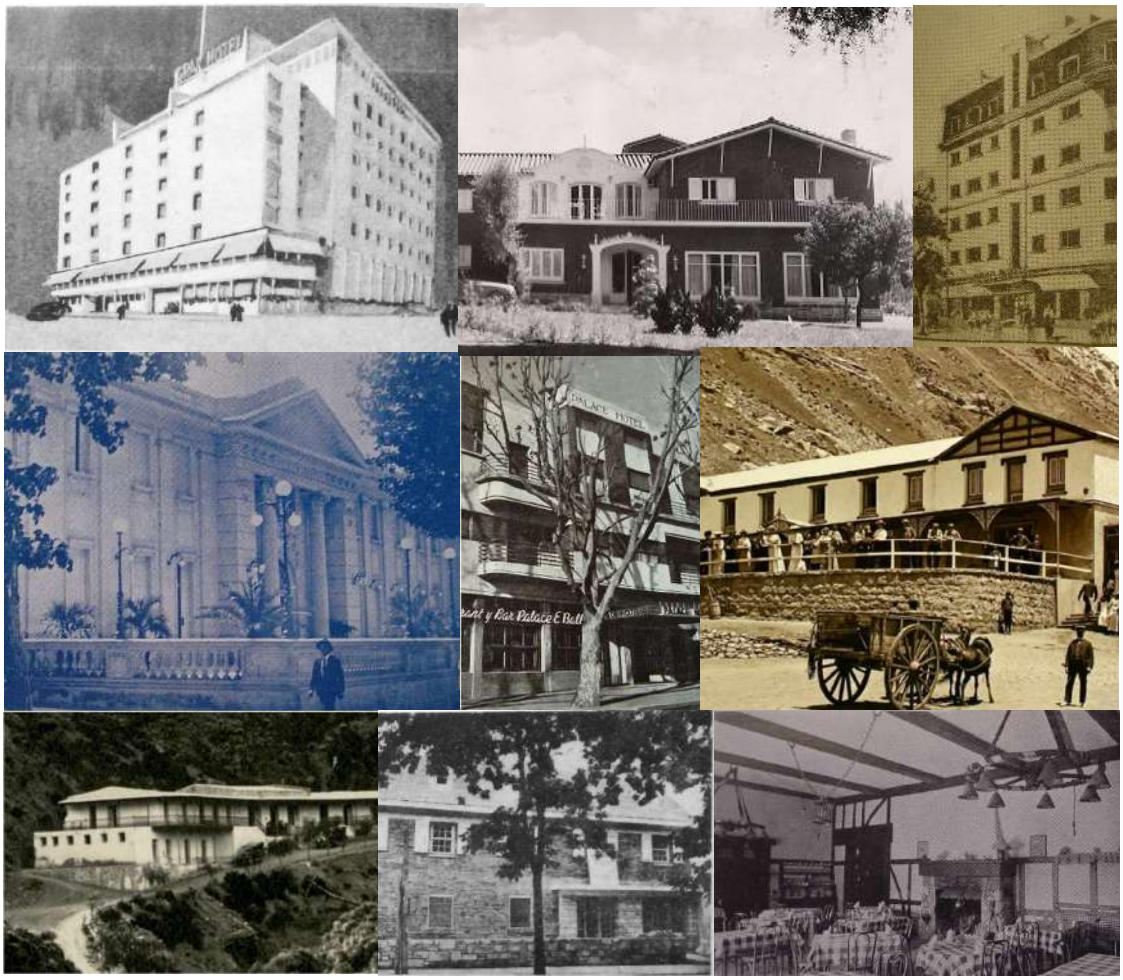
Doctorado en Arquitectura
VII Edición

UNIVERSIDAD DE MENDOZA
Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño
DIRECCIÓN DE POSGRADO



Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño
UNIVERSIDAD DE MENDOZA

TESIS DOCTORAL

Título: “Arquitectura para el turismo en Mendoza (1884-1955): lectura histórica y análisis de sus representaciones sociales.”

Doctorando: Arq. Pablo F. Bianchi
Directora: Dra. Arq. Cecilia Raffa
Codirectora: Lic. Mgter. Elisa Pastoriza

Mendoza, Argentina, mayo de 2022

SÍNTESIS

La presente Tesis Doctoral propone una línea ininterrumpida de estudio del fenómeno turístico en Mendoza, tanto desde la visión de las políticas públicas implementadas, como también desde las inversiones privadas que esas acciones estimularon, específicamente vinculadas con la edilicia hotelera, durante la primera mitad del siglo XX.

La hipótesis inicial, que postulaba una innovación al interior de la disciplina arquitectónica por la incorporación de nuevas tipologías, estructuras innovadoras y resoluciones plásticas premeditadas; fue confirmada, a la vez que la investigación permitió caminar los primeros pasos en un sinnúmero de aspectos de gran interés en los que se podría continuar a futuro. De ellos, destacamos la relación de los medios y empresas de transporte colectivo en su vinculación con el turismo, el desarrollo de infraestructuras viales y el transporte aéreo, junto con las consecuencias de los cambios en la modalidad de los desplazamientos; los pormenores del mundo del trabajo, vinculado a la hotelería (desde la cuestión específica de la preparación del personal en la atención de huéspedes, a las cuestiones de género visibilizadas en los distintos roles según las tareas) y finalmente el rol de las asociaciones civiles, que estimularon el desarrollo turístico de la región.

Concluimos que la arquitectura analizada pudo vehiculizar, de manera más o menos evidente, ciertas representaciones sociales a las que la clase dirigente (o los promotores privados) adhirieron; y que tales representaciones se hicieron parte del discurso turístico referido a Mendoza, que fue instituyendo cierto “sentido común” o conciencia colectiva construida socialmente, en torno de Mendoza entendida como destino y, en consecuencia, en torno de su arquitectura turística. Pudimos confirmar que existió una relación entre las expresiones arquitectónicas, las formas de implantación de los edificios y la elección del sitio, que fueron cimentando de forma material y simbólica el paisaje turístico de Mendoza.

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Dedicatoria

Esta Tesis está dedicada a mis abuelos Antonio y Atilio, quienes con sus relatos alimentaron desde pequeño mi curiosidad por la historia y la arquitectura de Mendoza.

Habría sido imposible sin el acompañamiento constante de Belén, a quien también dedico este trabajo: por su apoyo incondicional, por su labor como jurado –informal– del escrito y sus distintos temas; por tomarse el tiempo de escuchar y sugerir. A mi pequeño Theo, dedico esta Tesis a modo de legado, para que aprenda a valorar la cultura material de Mendoza y sus pormenores.

¡Gracias!

Agradezco a mi directora, Cecilia Raffa, por su guía permanente, por mostrarme el camino invitándome a recorrerlo, por sus sugerencias, por su afán de excelencia y su vastísimo conocimiento, que redundaron en un trabajo que representa un aporte significativo al campo de la arquitectura local.

A mi codirectora, Elisa Pastoriza, por sus agudas observaciones, derivadas de muchísima experiencia en el campo de la historia del turismo de Argentina y por sus recomendaciones bibliográficas.

Al personal de la Dirección de Posgrados de la Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño de la Universidad de Mendoza: Alejandra Sella y Silvia Viggiani, por su predisposición y acompañamiento continuo.

A la Directora del Instituto de Cultura Arquitectónica y Urbana, ICAU – UM, Liliana Girini, por sus atentas respuestas a nuestras inquietudes.

A la Dirección de Investigaciones de la Universidad de Mendoza – DIUM, por la posibilidad de ser parte de un equipo de investigación en proyectos con financiamiento, cuyos aportes resultaron trascendentales para esta Tesis.

Al Departamento de Arquitectura, Facultad de Ambiente, Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Congreso, y en particular a Graciela Moretti, quien canalizó los requerimientos para acceder al “Programa de Incentivos a Docentes en Posgrado”, de la Secretaría de Investigación y Posgrado, lo que redundó en ayudas económicas para el financiamiento del doctorado.

Al CONICET, por apoyar económica e institucionalmente este estudio doctoral.

A los colegas del Grupo Historia y Conservación Patrimonial, del Instituto de Ciencias Humanas, Sociales y Ambientales, CCT Mendoza – CONICET, por sus atentas observaciones y contribuciones al trabajo: Verónica Cremaschi, Natalia Daldi, Lorena Manzini, Isabel Durá, Luisina Henríquez y Paula Martedí. Especialmente a Natalia Luis,

con quien compartimos intereses de investigación y brindó generosamente material y propuso sugerencias en el capítulo referido al lencinismo, y a Matías Esteves por sus aportes respecto de cuestiones metodológicas en el ámbito del estudio del paisaje.

A Ana María Villalobos, con quien compartí el recorrido de la etapa escolarizada del doctorado y múltiples proyectos y trabajos de investigación en el ámbito de la UM. Además, fue una de las docentes de la formación de grado que me impulsó a investigar y despertó el deseo del conocimiento de la historia de la arquitectura. Por sus enseñanzas, charlas y debates compartidos en torno del proceso de investigación y por sus contribuciones a esta investigación.

A Raúl Romero Day, por su aporte en lo referido al Hotel Termas del Sosneado.

A Gonzalo Alfonso, por compartir su invaluable archivo fotográfico del personal del antiguo Plaza Hotel de Mendoza.

A Graciela Moretti (Dirección de Patrimonio Cultural y Museos) por su atenta respuesta a mis solicitudes y consultas.

A María Eugenia Mora, por facilitarnos material sobre el Hotel Termas del Sosneado.

A Alicia y Martín Correa Silvano, quienes contribuyeron en las gestiones en la Municipalidad de Tupungato, para la obtención de documentación técnica del Hotel de Turismo.

A Marcelo Elizondo y Fiorela Sánchez, de la Municipalidad de Tupungato, por su colaboración con material documental e información sobre la historia del departamento.

A Martín Palma, quien facilitó el acceso a la documentación del Hotel Turismo de Malargüe.

A Emilce Würth, por sus gestiones para acceder a la documentación del Hotel Turismo de San Rafael (actual Museo de Historia Natural).

A Cristina Corino, por abrir su archivo fotográfico personal y por compartir la historia de la fábrica de su padre.

Al arquitecto Ramón Gutiérrez del Centro de Documentación de Arquitectura Latinoamericana - CEDODAL y a María Cristina Bianchi, por sus aportes sobre la vida y obra del arquitecto Luis María Bianchi.

A Josemaría Silvestro, de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional de Cuyo, por su apoyo constante y excelente predisposición, que permitieron una mayor dedicación para finalizar esta Tesis doctoral.

A Francisco García, bibliotecario de la Junta de Estudios Históricos de Mendoza – JEHM, por su atención y búsquedas de material.

Al personal de la Biblioteca Pública General San Martín, en especial de la Hemeroteca Menor y Mayor, por abrirnos un mundo de publicaciones que nos eran desconocidas y que resultaron trascendentales en la confección de este trabajo. Igualmente, al personal de la Biblioteca de Autores Locales, especialmente a Cristina Mils.

Al personal del Archivo General de la Provincia de Mendoza.

Al personal del Ente Provincial Regulador Eléctrico – EPRE, por la apertura de su invaluable archivo y biblioteca.

Al personal del CeDIAP-AABE, especialmente a Dante, por atender nuestras inquietudes y por el envío de material digitalizado.

Al personal de la Biblioteca Legislativa de Mendoza, especialmente a su responsable, Claudia Antúnez.

Al personal de la Municipalidad de Mendoza, en especial a Susana Palmieri y Cristian Chavarini de la Dirección de Catastro, por las facilidades que brindaron para acceder al archivo municipal. A Federico Morandini, de la Dirección de Gobierno Abierto, por habilitar el uso y divulgación del material en esta investigación.

Mendoza, mayo 2022.

PALABRAS PRELIMINARES

El sólido trabajo doctoral que aquí se compila, es un aporte valiosísimo al estudio de las dinámicas producidas en torno al turismo en nuestra provincia, a través del abordaje de la arquitectura, el equipamiento y las prácticas vinculadas a esa actividad. Pablo ha logrado, en base a un exhaustivo trabajo de archivo, análisis rigurosos y novedosos respecto de las manifestaciones materiales de una temática explorada en forma fragmentaria a escala local y que, a nivel nacional e internacional, ha concentrado investigaciones o bien enfocadas en las prácticas, o bien en las políticas públicas, pero que en menor proporción tienen a la arquitectura como objeto de estudio.

Desde una mirada histórica- cultural esta Tesis alimenta, sin dudas, el campo de la Historia de la Arquitectura. Tanto sea por las acertadas observaciones elaboradas en torno a las variables tipológicas, y a partir de un marco teórico pertinente; como por el análisis sistemático de la profusa documentación fotográfica y técnica que posee.

Asimismo, el texto permite avanzar en la comprensión de aspectos sociales, económicos, políticos y en la identificación de los actores y sus “visiones de mundo” que, desde el ámbito público o privado, tuvieron injerencia en la actividad turística durante buena parte del siglo XX, colaborando en la formación y caracterización de Mendoza como destino. Ese interés en la aportación de nuevos conocimientos, queda explicitado particularmente en las búsquedas que el tesista hace sobre dinámicas asociadas a lo público, para las cuales logra ofrecer una perspectiva “otra” que retroalimenta, enriqueciendo, estudios que le anteceden.

Pero indudablemente, es la mirada puesta en el ámbito de lo privado, y en ejemplos poco transitados en la historiografía local, uno de los principales valores de esta investigación, que logra incluso bosquejar una “historia tecnológica” asociada a los materiales y sistemas constructivos, que fueron utilizándose en cada momento histórico abordado.

Como directora del trabajo, ha sido reconfortante transitar el camino con Pablo, por la responsabilidad e idoneidad con que asumió el compromiso de la elaboración y escritura de esta Tesis y particularmente, por su calidad humana.

Cecilia Raffa

Mendoza, abril 2022.

La Tesis Doctoral de Pablo Bianchi presenta una minuciosa indagación centrada en el fecundo proceso del desarrollo del turismo en Mendoza, desde la óptica del campo disciplinar arquitectónico, focalizado en la figura de la estructura hotelera, abordando desde las políticas públicas y su relación con el mundo privado, como también las tipologías, materialidades, discursos y prácticas en un extenso período de la historia nacional.

Desde un singular punto de partida, la relación entre la Arquitectura y el Turismo, el estudio analiza problemáticas materiales, culturales y simbólicas que hicieron a la ocupación de espacios, prácticas sociales y culturales, infraestructuras y transporte; sus disímiles formas adquiridas en el tiempo (entre otros, termalismo, turismo de montaña, urbano, cultural) y como escenario simbólico de las representaciones de la nacionalidad con la gesta Sanmartiniana.

Igualmente, en todos los períodos analizados en los capítulos, el autor combina el análisis de los mencionados ejes, inherentes a la complejidad del objeto de estudio, con las problemáticas teóricas y conceptuales sustentadas con el uso de una multiplicidad de fuentes localizadas en varios archivos. Respecto a este último aspecto, es destacable que el trabajo se halla respaldado en una original y variada documentación y fuentes de archivo analizadas con un riguroso sentido crítico y metodológico, como también confrontada con una abundante lectura teórica y bibliográfica.

Esto conduce a una primera conclusión: la contribución que representa para la historiografía del turismo, el estudio del complejo caso de Mendoza como también su señalado original abordaje. Lo cual constituye, a mi entender, un significante aporte a una problemática historiográfica que, si bien en expansión en los últimos años en Argentina, todavía presenta las falencias y ausencias propias de un campo en construcción. Por otro lado, la Tesis presenta una idónea estructura y organización, escrita en un lenguaje claro y ameno, lo cual no implica ausencia en su rigurosidad y solidez, apelando, como se dijo, a un inflexible análisis metodológico.

Finalmente, los resultados que hoy se conjugan en esta Tesis Doctoral permiten visualizar las cuestiones sociales, culturales y políticas (actores e instituciones) que exceden el plano local o municipal tanto en los estudios turísticos desde una perspectiva histórica, como también los específicamente arquitectónicos.

Por todo lo arriba mencionado, como codirectora manifiesto mi satisfacción del trabajo e indagación efectuada por el doctorando Pablo Bianchi, a quien auguro un futuro destacado como investigador y docente.

Elisa Pastoriza

Mar del Plata, abril 2022.

INDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN. 10

Línea de tiempo 31

1. CAPITULO 1: Marco Teórico y Metodológico. 32

2. CAPITULO 2: El inicio del turismo en Mendoza (1884-1930)

2.1 Introducción. 67

Parte 1 La montaña como destino turístico

2.2 El ferrocarril y la modernización turística de los Andes centrales. Representaciones Sociales y hoteles termales. 76

2.3 El desarrollo turístico y hotelero de Villavicencio. 125

Parte 2 Acciones públicas e inversiones privadas en la ciudad

2.4 Hotelería familiar hacia el cambio de siglo en la ciudad de Mendoza. Representaciones Sociales en torno del alojamiento y del turismo. 140

2.5 Turismo y Estado: surgimiento del conjunto monumental Plaza Hotel, Teatro y Casino. Representaciones Sociales en torno del turismo en el lencinismo. 160

2.6 Conclusiones 172

3. CAPITULO 3: El desarrollo del turismo en el ciclo conservador-demócrata (1932-1943)

3.1 Introducción. 177

Parte 1 Políticas públicas en turismo e inversión privada

3.2 La creación de la Dirección Provincial de Turismo. 185

3.3 Las leyes de fomento del turismo 1216/36, 1298/38, 1401/41. Su impacto en la edilicia hotelera privada. 192

3.4 Inversiones privadas y acciones públicas en la construcción turística del Sur de Mendoza. 230

Parte 2 La construcción material y simbólica del paisaje. Asociaciones de la sociedad civil

3.5 El paisaje y el territorio en el segmento 1932-1943: discurso hegemónico y materializaciones. 252

3.6 La apropiación de la montaña: su construcción material y simbólica. 272

3.7 Conclusiones. 291

4. CAPITULO 4: Turismo de masas y edilicia hotelera en el primer peronismo (1946-1955)

4.1 Introducción. 294

Parte 1 La visión peronista del turismo. Edilicia hotelera pública y privada.

4.2 El plan de acción fundado en la *Montaña,* la *Gesta Libertadora* y la *Vendimia*. 302

4.3 Edilicia hotelera pública y privada en el contexto del *Estado de Bienestar*. 323

Parte 2 Propuestas y realizaciones en la montaña. La difusión de Mendoza como destino en el peronismo.

4.4 La acción de la FEP: Unidad Turística de Alta Montaña y el proyecto para el nuevo Hotel Puente del Inca. 358

4.5 El discurso promocional de las guías de viaje y las publicaciones turísticas. 368

4.6 Conclusiones. 381

5. CONCLUSIONES GENERALES 384

6. REFERENCIAS

6.1 Fuentes primarias 392

6.2 Bibliografía 404

6.3 Listado de abreviaturas 419

6.4 Plano de las localidades mencionadas en la Tesis 420

6.5 Repositorios consultados

6.5.1 Repositorios físicos 421

6.5.2 Repositorios virtuales 422

INTRODUCCIÓN

“En la siesta del viaje, había apoyado mi cara en el repecho de la ventanilla recalentado por el sol.
Voló la imaginación entre los álamos, que había visto alineados mientras el tren corría marcando sus durmientes enclavados en el balastro, en esa última parte del viaje a San Rafael. Deseaba, a veces y desde niño; ser pájaro para volar en inesperadas curvas bordeando las enhiestas copas de los álamos tan verdes; botar en las nubes como en mullido colchón de sueños y quedar, luego, colgante en medio del espacio, frente a la Cordillera de los Andes (…)”

Abelardo Arias. ***Álamos talados*** *(fragmento)*

Introducción

El **objetivo principal** de este trabajo consiste en indagar en los procesos de desarrollo del turismo en Mendoza, desde la óptica de la producción arquitectónica hotelera en todas sus escalas (hoteles, hosterías y posadas), junto con la lectura de sus equipamientos. [1] En este abordaje en clave arquitectónica, interesa particularmente identificar tanto las políticas públicas como las acciones de privados que apuntalaron el posicionamiento de Mendoza como destino turístico en la primera mitad del siglo XX.

Como **hipótesis de partida** sostenemos que, tanto la inversión pública como privada durante la primera mitad de siglo XX en Mendoza, propiciaron una innovación en la disciplina arquitectónica por la incorporación de nuevas tipologías edilicias, nuevos modos de apropiación del territorio, nuevas formas de relación con el paisaje natural y cultural, a la vez que consolidaron ciertas representaciones sociales (RS) que caracterizaron a Mendoza como destino turístico de relevancia.

Esto permitió incorporar partidos arquitectónicos propios de las prácticas turísticas, que no habían sido considerados hasta ese momento en la edilicia hotelera y que condicionaron el diseño de los edificios; en contextos urbanos, suburbanos y de montaña. Para ello, los agentes involucrados buscaron de forma explícita o implícita, impactar en la resolución de las obras: su escala, su materialidad e implantación y sus lenguajes formales, según los recursos técnicos y materiales disponibles en cada momento y conforme a los modelos adoptados de contextos nacionales o internacionales de referencia.

Por otra parte consideramos que, tanto los grupos de poder político y económico con injerencia en esta temática, como los agentes técnicos estatales involucrados, adhirieron a un conjunto de RS en torno de las prácticas turísticas y de los sitios dignos de visitarse, que se manifestaron en las intervenciones sobre el territorio y particularmente en la producción edilicia; al condensar un conjunto de saberes tecnológicos, tipológicos y diversas formas de uso, vinculados con las prácticas sociales y las condiciones culturales.

Como **objetivos específicos** del trabajo, nos propusimos:

1. Identificar las RS que los actores generaron (o a las cuales adhirieron) en torno del turismo, y analizar el modo en que fueron vehiculizadas por la arquitectura, con especial énfasis en la relación entre arquitectura y formas de pensar, entendiendo a la misma como un **producto de la cultura**; para

[1] Entendemos por **equipamiento** el conjunto de elementos, instalaciones y objetos necesarios para desarrollar una actividad determinada, o para el buen funcionamiento de una organización cualquiera. En este estudio consideramos como equipamiento: espacios descubiertos como canchas de juego, piscinas y solarios, teatros al aire libre; construcciones menores como grupos de cabañas, cocheras, portales de acceso, pérgolas, garitas de control, etc.

comprender el modo en que los bienes reflejan diversas posturas a partir de decisiones programáticas, tipológicas, formales, funcionales y materiales.

2. Analizar el modo de apropiación y avance sobre el territorio de los equipamientos para el turismo, para explicar las estrategias de construcción material y simbólica de los paisajes asociados y su impacto en la mejora de los servicios turísticos.
3. Determinar el modo en que las políticas públicas referidas al turismo propiciaron el surgimiento y/o consolidación de nuevos (o existentes) destinos y sitios.
4. Explorar la vinculación entre las políticas públicas implementadas, el impacto particular sobre la edilicia hotelera y la diversificación de los servicios turísticos durante la primera mitad del siglo XX.
5. Indagar en las prácticas sociales vinculadas al turismo, y analizar el modo en que la arquitectura y los equipamientos dieron cobijo a tales prácticas.

Las **hipótesis subsidiarias** que formulamos postulan:

1) Que el producto arquitectónico resultante, sumado a sus equipamientos, vehiculiza en mayor o menor medida ciertas RS, que se hicieron parte del discurso y de las líneas de acción del Estado, como principal impulsor de políticas públicas. También formaron parte del discurso de otros agentes que a ellas adhirieron o que, en última instancia, las rechazaron conformando así representaciones antagónicas.

Se asume que existió una relación entre las expresiones arquitectónicas, las formas de implantación de los edificios y la elección del sitio, las tecnologías empleadas y la conformación de paisajes; con las posturas que encarnaron los actores que las promovieron. Entendemos que esta relación es susceptible de análisis al decodificar las características materiales y físicas de los bienes y ponerlas en contraste con aquellas formas de pensar.

2) Que las intervenciones sobre el territorio, leídas desde la disciplina arquitectónica, constituyeron una forma particular de concepción y organización espacial vinculada estrechamente con la práctica turística, forma que adquirió características propias en el contexto de Mendoza por su ubicación geográfica y su clima. Esta concepción del espacio, sumada a esas condicionantes, fue atravesada por las intenciones de agentes con responsabilidad en la toma de decisiones. Así, el paisaje resultante condensó las visiones de los distintos actores respecto de la práctica turística, de la caracterización de un sitio para que se instituyese como “digno de visitarse” y de los equipamientos que sobre ese espacio se dispusieron.

A su vez, las infraestructuras y equipamientos facilitaron el acceso a los sitios, las rutas ferroviarias y camineras desplegaron sus líneas para acceder a puntos distantes en el territorio; incorporando nuevos espacios para nuevas prácticas por medio de puentes, túneles, portales de acceso, garitas de señalización, etc., según las necesidades y la visión que, en cada período histórico, construyeron los agentes de poder en torno de la práctica turística.

3) Que las RS promovidas por estos agentes delinearon una serie de prácticas deseables para el sujeto social denominado "turista", con matices diferentes según los valores que pregonaron; prácticas que a su vez retroalimentaron a la arquitectura en la gestación de espacios y equipamientos destinados a satisfacerlas.

Las fuentes que abordamos incluyeron **documentos oficiales** (normas, leyes, propuestas y discursos, censos y estadísticas económicas de agencias del Estado), **documentos privados** de carácter público (publicaciones, expedientes municipales), **documentación técnica de arquitectura** (planimetrías, plantas, cortes, vistas, planos de estructura, instalaciones y detalles), **prensa** (diarios y revistas), **material bibliográfico de difusión y promoción turística** (guías, folletos, revistas de interés general), **fotografías**, **postales**, **films**, **videos** y **mapas**. Junto con ello, abordamos los **edificios** propiamente dichos como testimonio construido. Respecto de las fuentes secundarias, recurrimos a **bibliografía** elaborada por especialistas, vinculada con el desarrollo histórico del turismo, la historia política y la arquitectura.

La Tesis problematiza el proceso de acuerdos y disputas en torno del desarrollo del turismo desde la realidad particular de Mendoza, considerando las acciones hegemónicas del Estado provincial, con sus posibles vinculaciones con el poder central, pero abriendo a su vez este análisis a la acción de privados y asociaciones civiles, con especial énfasis en la cultura arquitectónica local. La lectura de la situación específica de Mendoza, que no necesariamente siguió las fuerzas operantes en la capital nacional, contribuye a una mejor comprensión de procesos de menor escala, que fueron jalonando el desarrollo del turismo en todo el país, pero alejados de consideraciones totalizadoras, con el propósito de enriquecer una mirada de la cuestión desde una realidad específica, comparable con otros derroteros provinciales, como en el caso de las otras integrantes de la región de Cuyo, e incluso Córdoba, Santa Fe o las provincias de la Patagonia.

Las investigaciones en torno del turismo han adquirido considerable interés en los últimos años. Tanto la bibliografía surgida en el contexto local, nacional e internacional, como las reuniones científico-académicas que aglutinan a los estudiosos del fenómeno en sus múltiples aristas de abordaje (económica, sociológica, histórica, ecológica, ambiental,

cultural) dan cuenta de ello.[2] Pretendemos aportar, desde la **Historia Cultural**, una visión que profundice no sólo en el desarrollo histórico del turismo y su correlato material –en concreto, la producción de arquitectura–, sino también que considere las prácticas turísticas; aspectos que han alcanzado, en su conjunto, un desarrollo parcial y fragmentario.

Los estudios se hacen por lo general desde el ángulo de la historia política y las vicisitudes económicas; y buscan echar luz sobre un fenómeno que modificó definitivamente el modo en que el ser humano se relacionó con su medio y con otros. En una primera fase, referida a intervalos de tiempo más o menos acotados, se vinculaba con las posibilidades de desplazamiento de un grupo selecto de la sociedad postindustrial en el marco del ocio aristocrático. Estas prácticas permearon luego a capas más bajas y amplias, en un conjunto de operaciones vinculadas al descanso vacacional, fundamentado en el restablecimiento vital surgido como contrapartida del desgaste físico y mental provocado por el trabajo remunerado, dando lugar al "turismo moderno". Como hemos enunciado anteriormente, las dinámicas de cambio del fenómeno y su evolución a lo largo del tiempo han condensado en estudios de carácter científico que buscan delinear y explicar los procesos intervinientes, no ya desde la economía o la política, sino también desde lo social y cultural.

Indagar en la Arquitectura como **producto cultural** abre el juego a un conjunto de saberes técnicos, tecnologías, materialidades y espacialidades intrínsecas a la práctica profesional, propias de un lugar y un momento determinado. Por otra parte, permite revelar cuestiones socioculturales de una época como los deseos, aspiraciones, ideales, representaciones de poder –entre otros– junto a un entramado de acciones que gravitaron en torno al diseño y materialización de los entornos construidos.

Aspiramos a realizar una contribución a los estudios iniciados en esta dirección en nuestro país, que buscan consolidar nuevos caminos en la exploración del derrotero turístico nacional, y se han orientado tradicionalmente a los grandes centros turísticos (como el caso paradigmático de Mar del Plata, junto con los balnearios más relevantes de la costa atlántica); o bien al surgimiento y evolución de los Parques Nacionales de la Patagonia. La consideración de Mendoza en el concierto nacional, como caso singular de oferta turística de montaña del centro-oeste de Argentina, permite examinar en profundidad uno de los hitos que jalonaron las trayectorias de los sitios y destinos del vasto interior argentino.

[2] Ver los trabajos e instituciones listados en el "Estado del Conocimiento".

El historiador británico John Walton sostiene que el tema merece un más amplio tratamiento por diversas razones: en primer lugar, dada la importancia del turismo en la actualidad, como consecuencia de los cambios económicos, sociales y culturales que se dan en todas partes del mundo. El autor se apoya en Hartmut Berghoff y Bárbara Korte (2002) al considerar que los estudios del turismo deben abordar necesariamente los orígenes, el desarrollo y las consecuencias de un fenómeno con más de tres siglos de historia, así como los problemas y conflictos que han surgido alrededor del desarrollo de lo que ha llegado a ser una industria y un sector generador de empleo de enorme tamaño, una fuente de riqueza y un transformador de paisajes, lugares, identidades y modos de vida (p. 67).

Walton avanza al afirmar que el turismo se ha diversificado, con características distintivas para cada práctica, pudiendo ser analizadas desde la política empresarial, la política de los gobiernos nacionales y locales, desde la naturaleza de las actividades preferidas y los recorridos y destinos de los turistas, la composición de los grupos de turistas (clase social, género, etnicidad, edad, cultura), el mercado laboral y las condiciones de trabajo. Para el autor, el turismo se presenta como un campo lleno de oportunidades para el análisis histórico, aunque también estrechamente vinculado a los grandes temas relacionados con la disciplina. [3] En el contexto latinoamericano y latino-mediterráneo los estudiosos reconocen que se trata aun de un tema en construcción.[4]

La Tesis demanda el cruce de diversas miradas, que permite un abordaje multidisciplinar y multiescalar del objeto de estudio. Multidisciplinar, porque se sustenta en los aportes de miradas que van desde **perspectivas historiográficas y sociológicas**, hasta teorías que versan sobre cuestiones referidas al **paisaje**, el **territorio** y el **desarrollo urbano**, orientadas por los principios de la **disciplina arquitectónica**. Multiescalar porque entendemos que la *construcción del fenómeno turístico* puede “leerse” en la microescala desde la perspectiva específica del desarrollo edilicio, para lo cual nos apoyamos en los planteamientos emanados de la teoría y la crítica arquitectónica.[5] Pero también desde la meso escala, que involucra el estudio de las dinámicas de cambio dentro de una ciudad, lo que permite identificar áreas o corredores urbanos singulares. Y finalmente desde la macro escala, al asumir que la discusión debe abrirse indefectiblemente a las intervenciones

[3] Ver al respecto el trabajo de Orvar Löfgren: *On holiday: a history of vacationing* (1999), pp. 67-68.
[4] Elisa Pastoriza y Rosana Campodónico (2020); Elisa Pastoriza (2011); Perla Bruno (2012 y 2010); Melina Piglia (2012); Carlos Larrinaga y Elisa Pastoriza (2009); Mónica Bartolucci *et al*. (2002).
[5] La consideración de trabajos pioneros de Marina Waisman y Bruno Zevi a que haremos referencia, se apoya justamente en su condición de aportaciones clásicas en el campo de la Historia y la Teoría de la Arquitectura. Las categorías desarrolladas por ambos otorgan una base fundamental para las indagaciones al interior del campo disciplinar propuesto en el presente trabajo, entendiendo que se mantienen aún vigentes para un estudio del tipo que aquí se ha planteado, de corte netamente histórico.

materiales que operan sobre el territorio, según los intereses de los distintos agentes que intervinieron en la conformación del destino turístico, construcción que se vislumbra tanto en el plano de las intervenciones tangibles como desde los actos simbólicos.

En Mendoza, el desarrollo del termalismo en la fase inicial del derrotero turístico de la provincia fue poco a poco introduciendo nuevas costumbres y usos. En términos de la evolución de las prácticas de ocio, la llegada del ferrocarril a fines del siglo XIX provocó un cambio profundo: el tren acortó distancias, permitió un intercambio fluido de personas y mercancías y los desplazamientos adquirieron carácter estacional. La modernización que operaba en Argentina dejó marcas en Mendoza, por medio de saberes que aportaron los ingenieros y técnicos llegados de países europeos, pero sobre todo se hizo evidente en una renovada actitud del hombre respecto del espacio "vacío" de la montaña, según apunta el historiador francés Alain Corbin (1993), como resultado del positivismo vigente; que postulaba una confianza sostenida en la idea de eterno progreso, sumada al ímpetu de dominio de la naturaleza. Esta visión, heredada del siglo XVIII, pregonaba puntualmente para las actividades referidas al ocio, "la apreciación de los paisajes según las convenciones de lo «pintoresco» o, más tarde, de lo «sublime»"; y provocó, en la centuria siguiente, una "búsqueda de experiencias estéticas y espirituales de encuentro con la naturaleza (…)" (Walton, 2002, p. 74).

Pero la modernización y sus ideales no impactaron solamente en las prácticas sociales. Esta nueva mirada demandó necesariamente una expansión a escala territorial, posible primeramente gracias a la presencia del tren y sus equipamientos; luego por intermedio de las carreteras. En paralelo, la incorporación de nuevos saberes y tecnologías impactó de lleno en la arquitectura y en los espacios del ocio, devenidos luego en espacios turísticos, en el sentido amplio del término. La concepción de la montaña como "espacio social y económico", según advierte el historiador Pablo Lacoste (2003) permitió su inclusión en los itinerarios turísticos. En la presente Tesis, sostenemos que esta nueva concepción permitió la emergencia, aun antes que en la ciudad capital de la provincia, de una edilicia intrínseca al disfrute turístico: el hotel.

Para comprender mejor este universo de estudio, fue necesario ahondar en el soporte físico de sus materialidades. En este sentido, debemos resaltar que el territorio mendocino está estructurado sobre la base de dos culturas, la del desierto o secano[6] y la del agua u oasis. La cultura del agua deviene en la generación de núcleos urbanos y

[6] Se adopta la definición de la RAE para este término: "tierra de labor que no tiene riego, y sólo participa del agua llovediza" (http://lema.rae.es/drae/?val=secano).

suburbanos aptos para la vida humana, dentro de un modelo de ocupación del territorio que se conoce como oasis de regadío.[7]

Dentro de este modelo es posible reconocer elementos constitutivos que revelan su origen, historia y dinámica de cambio; ellos poseen un generador común: el curso de agua que se transforma en su recorrido en una línea estructurante, a partir de la cual se disponen materialidades e inmaterialidades.

Seguimos Elma Montaña (2008) en la identificación de tres grandes áreas geográficas, para el abordaje de los bienes. En primer lugar, los espacios cordilleranos, tradicionalmente valorados como espacios de comunicación y de actividades extractivas y, posteriormente, por su oferta turística. Es aquí donde se localizan las nacientes de los ríos. En segundo término, la autora distingue "los oasis de riego que se localizan en las zonas de contacto entre piedemontes y llanuras, allí donde la planicie permite el pleno aprovechamiento hídrico". Los espacios productivos se encuentran aquí prácticamente restringidos a estas ofertas de agua y suelo, en espacios en que el riego artificial permite el desarrollo de una economía agrícola intensiva, con frecuentes conexiones al eslabón agroindustrial. En estos oasis se localizan también los centros urbanos que, por sí mismos, "son grandes consumidores de recursos, particularmente de agua" (Montaña, 2008, p. 4).

Finalmente, espacios no irrigados, integrados a partir de su funcional subordinación con prácticas ganaderas de subsistencia. Se trata de territorios degradados desde el punto de vista de los recursos naturales que albergan una escasa población que vive al límite de sus condiciones de subsistencia y reproducción. Montaña destaca dos territorios contrastivos con paisajes bien diferenciados: por un lado, los verdes oasis de prolijas hileras de vides, carriles y calles bordeadas de árboles, acequias por donde corre el agua que riega viñedos y árboles. Por el otro, el "desierto", "tierra de nadie", espacios subordinados percibidos como vacíos y despoblados.

Respecto del recorte temporal propuesto, consideramos en su límite inferior el inicio de la gestión de Rufino Ortega en la primera magistratura de Mendoza, con la llegada del ferrocarril a Mendoza (1884), que abrió las posibilidades del termalismo y el disfrute estético de la montaña. Como fin del intervalo histórico, la caída del primer peronismo, con la Revolución Libertadora de 1955, dado que fue ese ciclo político el que impulsó el turismo de masas en Argentina. En este segmento histórico, observamos una sucesión de períodos políticos, donde el contexto nacional –pero también la realidad local–, constituyeron un

[7] Refiere a las áreas cultivadas, regadas por las cuencas de ríos y acuíferos. El oasis está caracterizado por las cuencas hidrogeológicas que son extensas cubetas deprimida rellenas con sedimentos de origen fluvial provenientes de cordillera principal, frontal y pre cordillera. Estas áreas irrigadas han posibilitado el asentamiento humano y el desarrollo de la agricultura, diferenciadas según los ríos de los que se abastecen; el oasis Norte que toma las aguas del río Mendoza (área donde se asienta el núcleo urbano más importante de la provincia), el oasis Centro que toma las aguas del río Tunuyán, y el oasis Sur que las toma de los ríos Diamante y Atuel.

marco de acción que dejó en evidencia los acuerdos y disputas, que se daban por los intereses que sostenían el Estado y los privados, en la concepción del turismo. Es entonces oportuno distinguir las visiones de la clase política, que adoptó diferentes matices; según el perfil de sus mandatarios, planes de gobierno y líneas de acción, con características específicas según el enfoque a que adhirieron en materia económica, educativa, sanitaria, de acceso a la vivienda y progreso edilicio. En relación con el turismo, desde las medidas de fomento encaradas por cada gestión. La historia política mendocina puede dividirse en cuatro fases que marcan el pulso de los hechos más relevantes de la primera mitad del siglo XX:

- Ciclo civitista (1884-1917)
- Ciclo radical-lencinista (1918-1930)
- Ciclo conservador-demócrata (1932-1943) y finalmente
- El primer peronismo (desde 1946 hasta 1955)

El primer período consignado, conocido en la historiografía como "régimen conservador", tuvo la particularidad en Mendoza, de presentar una fuerte gravitación hacia las familias aristocráticas. Algunos autores sostienen que sus miembros se servían de lazos familiares, comerciales y de amistad para tomar posiciones de poder en la esfera política, económica y social de la provincia.[8] Otros sugieren la existencia de otros actores sociales en el campo político y ponen énfasis en la trayectoria de los Civit "en la larga cadena de gobernadores que dieron forma al gobierno de los notables y acompañaron la formación y consolidación del orden político provincial y nacional." (Bragoni, 2007, p. 14). En cualquier caso, hay acuerdo de los historiadores para sostener que la participación popular en este período era escasa y se circunscribía por lo general al círculo de familias de la oligarquía que detentaban las riquezas y el saber. La figura saliente de este período, Emilio Civit, "encarnó en su accionar los ideales de Orden, Progreso y Modernidad que identificaron a la Generación del ´80" a nivel nacional (Cueto *et al*., 1991, p. 10).

Entre fines del siglo XIX y comienzos del XX, nuevas olas de radicalización transformaron las prácticas políticas en Latinoamérica. En las ciudades comenzaron a formarse nuevas agrupaciones políticas —liberales avanzados, radicales, socialistas— cuya composición y forma de actuar quebraban la paz de los acuerdos entre caballeros. Esta creciente politización de sectores urbanos produjo un gran cambio y las clases altas comprendieron que las ciudades habían dejado de ser suyas (Romero, 2007, pp. 292-305). Sobre todo, en el decenio 1910-1920, Latinoamérica presenció una breve pero intensa

[8] Al respecto, sugerimos revisar *Historia de Mendoza, desde los primitivos habitantes hasta nuestros días* (Cueto *et al*., 1991).

oleada de democracia liberal. En Argentina, nació de la crisis de 1890 y tomó cuerpo con la Unión Cívica Radical (UCR) bajo el liderazgo de Hipólito Yrigoyen. En ese contexto, fue particularmente importante la Ley Sáenz Peña (1912), que implicó un cambio significativo al instaurar la obligatoriedad y el secreto del voto y la representación de la minoría, permitiendo elecciones más transparentes que trajeron aparejado un proceso de democratización política. Las elecciones de 1916 llevaron al gobierno nacional a la UCR y dos años después salió triunfante el radicalismo lencinista en Mendoza, momento que inicia el segundo período de estudio de esta Tesis.

"Lencinas puso fin a medio siglo de hegemonía de la familia Civit y su círculo político" (Richard-Jorba, 2013, p. 15). Lo sucedieron su hijo Carlos Washington Lencinas y Alejandro Orfila, en un momento de profundas convulsiones políticas y económicas con intervenciones federales a la provincia, crisis que devino en la ruptura del partido provincial con la consiguiente separación de la fuerza nacional y el surgimiento de la UCR Lencinista, "vinculada al radicalismo antipersonalista" (Richard-Jorba, 2011, p. 32). A nivel nacional, el ciclo se cerró el 6 de setiembre de 1930 con el golpe encabezado por el general José Félix Uriburu, que derrocó al gobierno de Yrigoyen.

Hacia 1932 se inicia nuestro tercer período de estudio, con las administraciones conservadoras de Ricardo Videla, Guillermo Cano, Rodolfo Corominas Segura y Adolfo Vicchi, interrumpido por la Revolución de 1943. El ciclo conservador-demócrata se caracterizó por la recurrencia de "maniobras fraudulentas a lo largo de la década" (Caroglio, 2009, p. 95), que permitió a sus gobernantes detentar el poder. Con una notable mayoría en la Legislatura durante la primer administración conservador-demócrata, el ciclo se caracterizó por una realidad fluctuante; entre el "apoyo de sectores trabajadores, una vinculación aceitada con el poder nacional y un piso de apoyo ciudadano genuino" (p. 98), que permitió a los representantes implementar un plan de obra pública en el marco de una "economía dirigida, con cierto intervencionismo estatal" (Cueto *et al*., 1992, p. 194). Esta cualidad, que se mantuvo invariable en todas las gestiones, les valió la identificación como gobiernos "respetados y progresistas" (Caroglio, 2009, p. 98).

El último tramo de nuestro abordaje se inició en 1946, con la gobernación de Faustino Picallo. Como resultado de una "heterogénea coalición electoral", en palabras de Mariana Garzón Rogé, Picallo ascendió a la gobernación de la provincia con más del 49% de los votos y dos tercios de los cargos legislativos: "el experimento involucraba a dos principales agrupaciones, la Unión Cívica Radical Junta Renovadora, desprendimiento del partido radical, y el Partido Laborista, una organización formada mayormente por dirigentes sindicales" (Garzón Rogé, 2012, p. 95). En 1948 "el primer gobierno peronista de Mendoza fue desplazado por un nuevo elenco político verticalmente" encabezado por "un militar

bonaerense del círculo más íntimo de Perón", el teniente coronel Blas Brisoli (Garzón Rogé, 2013, p. 360). La última gestión peronista, tanto a nivel provincial con la figura de Carlos Evans, como a nivel nacional, fue interrumpida por la Revolución Libertadora en 1955.

Específicamente desde el ámbito turístico, detectamos en el ciclo civitista una serie de hechos relevantes que jalonaron la trayectoria del ocio devenido luego en turismo: en primer lugar, la ciudad de Mendoza evidenció rasgos de la modernización imperante en Argentina con el surgimiento del Parque del Oeste (actual Parque General San Martín) como gran equipamiento de ocio. La creación del Parque se sustentó en una nueva mirada que concibió a la ciudad y al espacio público con renovados principios, mirada que fue promovida luego del terremoto de 1861. Esto permitió incorporar a la ciudad la jerarquización de vías, la zonificación, la implantación del arbolado urbano, la caracterización del Parque como equipamiento que mejoraba las condiciones sanitarias urbanas y de las plazas como articuladoras del espacio público.[9] Los usos y costumbres del momento propiciaban la recreación y el encuentro social en sitios como el parque, donde además del disfrute del tiempo libre (reservado inicialmente para uso exclusivo de la elite) se incorporó con el tiempo la práctica deportiva, considerada una "nueva necesidad que requería nuevos espacios y usos urbanos" (Cirvini, 1996, p. 62). La presencia de la Gran Inmigración con el aporte de saberes y trabajo, sumado a la llegada del ferrocarril, constituyeron los pilares sobre los que se conformó un exitoso modelo económico y político, sustentado por los gobiernos conservadores en la provincia y el país, que permitieron a Mendoza su ingreso decidido a la Modernidad que imperaba en el mundo (Mateu, 2004, p. 247).

Respecto de las prácticas turísticas propiamente dichas, advertimos que, junto con la aparición de nuevos usos urbanos, convivió un conjunto de prácticas foráneas aportadas por los inmigrantes en el contexto de la organización del Estado moderno. Al respecto, Paula Bruno sostiene que en 1880 un nuevo elenco de hombres públicos se perfiló como conductor de los procesos de consolidación del Estado y de la nación argentinos, mientras "el país se organizaba en torno a los ideales del progreso, la paz y el orden, principios que cristalizaban en medidas concretas y en diversos proyectos de configuración para una sociedad que era generalmente percibida como caótica y amorfa" (Bruno, 2007, p. 117).

Para el caso de Mendoza destaca un período de auge del termalismo, con inversiones encaradas principalmente en los valles de montaña, asociadas a las compañías inglesas que ejecutaron las infraestructuras ferroviarias a principios del siglo XX. Ello facilitó la implantación de los primeros conjuntos hoteleros, como Cacheuta (1890

[9] Al respecto, sugerimos ver el trabajo de Cecilia Raffa titulado *Plazas fundacionales: el espacio público mendocino entre la técnica y la política 1910-1943* (2016).

ca.) y Puente del Inca (1903), en localizaciones de manantiales naturales de aguas termales y sulfurosas. Esta situación, en que las estaciones balnearias de la montaña tenían amplia difusión y cobraron mayor relevancia aun que los hoteles de la ciudad, se mantuvo prácticamente hasta el final del ciclo radical-lencinista. En efecto, recién en 1923 y durante la gestión de Carlos Washington Lencinas, se sancionó una ley para la construcción del conjunto monumental Plaza Hotel, Teatro y Casino, con una acción de fomento precursora desde la esfera estatal.

En el ámbito de la arquitectura, puede afirmarse que se trató de un momento experimental, donde no existía un modelo a seguir. Los emprendimientos hoteleros surgieron casi espontáneamente en los mismos manantiales de aguas termales, como revisamos en los casos de las estaciones balnearias enumeradas precedentemente. El elemento común lo constituyó el ferrocarril, como vector de la modernización, los lenguajes y las tecnologías empleadas respondieron al deseo del comitente o al uso corriente en la época, y estaban estrechamente vinculados a las posibilidades de incorporar tecnología y materiales por medio del tren, pero siempre dentro de un marco de desarrollo general de la arquitectura (que se surtía de un gran abanico de opciones, que le proveían los historicismos).

El ciclo conservador-demócrata evidenció un acrecentamiento de la burocracia estatal, con injerencia en una gama cada vez mayor de temas y problemas, entre los que destacaron el turismo y equipamientos asociados, como también las vías comunicacionales. La creación de la Dirección de Parques Nacionales en 1934, de las Direcciones Nacional y Provincial de Vialidad (en 1932 y 1933 respectivamente) y la Dirección Nacional de Turismo en 1939 dan cuenta de ello. Este segmento se caracterizó por las consecuencias del *crack* de la Bolsa de Nueva York en todo el mundo. A nivel nacional “el impacto de la crisis se sintió en la caída de las exportaciones de carnes y cereales” y en “el aumento de la desocupación” (Korol, 2001, p. 21).

La necesidad de sustituir importaciones generó una nueva actitud pública favorable a la diversificación productiva. De esta forma "se terminaba de poner en cuestión el esquema espacial nacional que había caracterizado el ciclo de «crecimiento hacia afuera»” (Gorelik y Ballent, 2001, p. 145) con desarrollo desproporcionado entre el litoral y el interior. Se inició entonces un período de “modernización radical del país y de su territorio liderada por el Estado y, en consonancia, (…) un momento de homogeneización en clave urbana de hábitos sociales en una escala nacional” (p. 147). Mendoza no fue ajena a esta circunstancia y el período se identificó, a partir de 1932, por presentar cierta estabilidad económica y un progresismo en las medidas encaradas desde el Estado provincial, que promovió sobre todo la ejecución de obra pública (Raffa, 2020a), lo que significó grandes

avances en la materia tanto desde la gestión, con la sanción de legislación específica (en Mendoza destacan las primeras leyes de turismo del país), como desde la implantación de equipamientos y el desarrollo inusitado de la edilicia hotelera.

Dentro del campo disciplinar, la compleja década del ´30 propició el arribo de la Arquitectura Moderna (AM) a la Argentina, de la mano de las posibilidades que otorgaba la incipiente industria cementera nacional. A su vez, los lenguajes viraron en paralelo al neocolonial, en respuesta a una prolongada búsqueda de identidad, debate suscitado en el país a partir de 1910, año de celebración del Centenario de la Independencia. Si bien la arquitectura con estéticas hispánicas tuvo en Mendoza marcada incidencia en edificios institucionales (Cremaschi, 2021), también la arquitectura residencial adscribió a sus principios y, por ende, la arquitectura hotelera.

Finalmente, entre 1946 y 1955, se inicia una etapa caracterizada por una sociedad que adquirió definitivamente un carácter móvil, con un fuerte impulso del Estado al acceso al bienestar social, promovido en el contexto del primer peronismo. A partir de 1946, cobró forma una nueva edición del proyecto de movilidad que había acompañado la trayectoria del país en los albores del siglo: “en ese marco, más argentinos pudieron mirar a los que estaban situados arriba de ellos en la escala social con la expectativa de que en poco tiempo ellos o sus hijos habrían de alcanzarlos” (Torre y Pastoriza, 2001, p. 278).

Por un lado, aparecieron de manera sostenida las ventajas gremiales que regulaban la jornada laboral y las vacaciones pagas, delineando los primeros pasos en el proceso de “democratización del bienestar” (Torre y Pastoriza, 2001): “la sociedad móvil de los años del peronismo fue pues, una sociedad con una estructura de ingresos más igualitaria. Y, con más ingresos disponibles, los argentinos pudieron consumir más y en forma más variada” (p. 282). En consecuencia, se observó un aumento marcado en los niveles de vida de la población, particularmente de los estratos populares.

A nivel nacional, el turismo se caracterizó por la implantación de grandes complejos hoteleros en Mar del Plata y las sierras de Córdoba, “destinos preferidos en el paisaje turístico del país” (p. 300), que abrieron las posibilidades de acceso y disfrute turístico a estratos más amplios de la sociedad, en sitios que anteriormente eran reservados a los miembros de la aristocracia y la dirigencia política. Por otra parte, aparecieron nuevos destinatarios de las prácticas turísticas: los trabajadores o empleados, los jubilados y los niños. En Mendoza se construyeron hoteles de turismo en la campaña y se dio un impulso vigoroso a las ferias industriales, como también a la Fiesta de la Vendimia.

La arquitectura de este segmento mantuvo los rasgos modernizantes e historicistas de las décadas anteriores, la persistencia de los valores nacionales marcó los debates al interior de la disciplina, pero se vislumbra también una nueva actitud derivada de las

posibilidades que ofrecieron una mayor industrialización, con una creciente racionalidad en la producción de materiales y en ejecución de las obras, como de la estandarización, la búsqueda de economía y eficiencia, en el lenguaje que marcaba una mayor abstracción, aspectos de los que la arquitectura local se hizo eco.

Estado del conocimiento

Numerosos trabajos publicados en revistas de divulgación científica y encuentros internacionales dan cuenta de la relevancia que el desarrollo del turismo y la arquitectura asociada han cobrado para las sociedades actuales. Alain Corbin traza la genealogía de la playa moderna junto con el despertar de una nueva sensibilidad hacia las riberas, con una fase inicial que aborda cuestiones relativas al binomio turismo-salud, donde queda evidenciada esta primera relación que vincula los desplazamientos de personas con fines curativos. El autor señala una nueva cultura y sociabilidad que rastrea en testimonios literarios y revistas de divulgación dedicadas a las nuevas prácticas recreacionales (Corbin, 1993).

Otro estudioso francés, Marc Boyer, aborda el desarrollo turístico desde el *Grand Tour*, con un derrotero que recorre las distintas experiencias europeas, centrado fundamentalmente en las cuestiones referidas a las prácticas sociales, los sitios paradigmáticos del turismo europeo y los personajes que inauguraron las prácticas del veraneo aristocrático, provenientes en su mayoría de las casas reales (Boyer, 2002, pp.13-31). Desde el Reino Unido, los estudios de John Walton y John Urry abordan el tema del primer balneario de la clase obrera inglesa y el impacto del turismo moderno en las prácticas sociales respectivamente. [10] Walton avanza al afirmar que el turismo se ha diversificado, con características distintivas para cada práctica, pudiendo ser analizadas desde la política empresarial, la política de los gobiernos nacionales y locales, desde la naturaleza de las actividades preferidas y los recorridos y destinos de los turistas, la composición de los grupos de turistas (clase social, género, etnicidad, edad, cultura), el mercado laboral y las condiciones de trabajo. Para el autor, el turismo se presenta como un campo lleno de oportunidades para el análisis histórico, aunque también estrechamente vinculado a los grandes temas relacionados con la disciplina. [11]

El *Journal of Tourism History* reúne, desde 2009, escritos referidos a la "evolución del turismo desde los primeros tiempos hasta el mundo de la posguerra". Los artículos se dirigen a todas las regiones del mundo y a menudo adoptan enfoques interdisciplinarios para explorar el pasado.

[10] Ver Walton, J. (2002) *Aproximación a la historia del turismo en el Reino Unido, siglos XVIII-XX*. y Urry, J. y Larsen; J. (2011) *The tourist gaze 3.0*.
[11] Ver Löfgren, O., citado por Walton (2002): *On holiday: a history of vacationing* (p. 68).

Un referente en la disciplina histórica del turismo en lengua española es Carlos Larrinaga, quien aborda desde una perspectiva macrosocial los fenómenos turísticos y su derrotero en la península ibérica, en permanente contraste con la situación en el resto de Europa. Ha considerado tanto la evolución del termalismo como también la irrupción del ferrocarril y sus consecuencias en la economía del País Vasco (Larrinaga; 2005, 2007 y 2011).

Otras investigaciones ponen en evidencia la relevancia que ha cobrado, puntualmente desde la Arquitectura, el abordaje de obras vinculadas con el turismo y la actividad vacacional, junto con sus implicancias para las sociedades actuales. En este sentido Madalena Cunha (2007) se adentra en la Arquitectura de Hoteles de Portugal, con un proyecto llevado a cabo en el ámbito de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Técnica de Lisboa.

En Argentina, en 1991 surgió la *Revista Latinoamericana de Turismo*, que al año siguiente cambió su denominación por *Estudios y Perspectivas en Turismo*, y "busca encontrar el balance entre teoría y práctica al igual que ir construyendo un campo de conocimientos sólidos en el ámbito del turismo en función del aporte de diferentes ciencias y disciplinas. Se interesa tanto por las contribuciones que pueden realizar los especialistas que proceden del ámbito del turismo como de aquellos que provienen de la antropología, ciencia política, ecología, economía, geografía, psicología, sociología, etc.". [12] Las *Jornadas Interescuelas, Departamentos de Historia*, se desarrollan desde 1988 y abordan sistemáticamente desde el año 2000 cuestiones referidas al turismo y su evolución histórica desde diversos ángulos.[13]

Por su parte, Melina Piglia (2012) analiza el surgimiento del turismo en la Argentina de los años veinte en relación con la movilidad social ascendente, vinculados con la expansión del tiempo libre y la difusión de nuevos valores y prácticas. Anahí Ballent (2016) indaga en las arquitecturas y equipamientos surgidos del Ministerio de Obras Públicas de la Nación, que encuentra su campo de acción en la ciudad, cuyas intervenciones manifiestan en mayor o menor medida el grado de adhesión a ciertas representaciones. Elisa Pastoriza y Melina Piglia (2012) confirman la importancia de analizar desde la perspectiva histórica el fenómeno turístico. En particular, interesa a las autoras relacionar las políticas públicas, las prácticas sociales y las representaciones, por su impacto significativo en "la construcción de paisajes, en la transformación de los escenarios urbanos, en los procesos de patrimonialización y en la afirmación de las identidades nacionales".

[12] https://www.estudiosenturismo.com.ar/
[13] http://www.historiapolitica.com/dossiers/ternavasio/

Regina Schlüter ha contribuido desde el *Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos -CIET*, con numerosas publicaciones vinculadas al turismo, desde el año 1982. Para esta Tesis, son muy relevantes sus aportes sobre la evolución del turismo (2008), sobre herramientas para su comprensión como fenómeno de masas, junto con Gabriel Winter (2003); y su estudio que indaga en las dinámicas de cambio de la actividad en nuestro país, desde una mirada histórica (2003).

Pastoriza despliega en su libro *Un Mar de Memoria: historias e imágenes de Mar del Plata* (2009) las visiones sobre la ciudad balnearia a partir del análisis de fotografías y de testimonios, que delinean las vivencias de esta ciudad, su época dorada, su crecimiento y sus conflictos. En otros trabajos desarrolla la temática de los hoteles vinculados a los gremios en el peronismo (2008b), como también el caso de las vacaciones populares en el complejo de Chapadmalal (2018). Para la autora resulta de sumo interés considerar la evolución histórica del fenómeno turístico y la conformación del sujeto social llamado turista, “ya no en estudios basados en los grandes relatos con sustento en causalidades políticas y explicaciones económicas, sino en los fenómenos sociales y culturales, que durante largo tiempo fueron desdeñados”, mirada que concluyó con la publicación de su libro sobre la historia de Mar del Plata, junto con Juan Carlos Torre (2019).

Perla Bruno (2012 y 2010) indaga en las transformaciones del territorio costero de la provincia de Buenos Aires a partir de la inclusión progresiva de prácticas turísticas que tuvieron lugar entre 1920 y 1940, tomando como hilo conductor del relato la institucionalización de la práctica turística. En otro trabajo aborda la emergencia de hoteles de turismo en todo el territorio nacional, surgidos de la implementación de la ley de fomento Nº12669. Liliana Lolich y otros (2013) abordan de manera comparativa el modo en que los Estados argentino y chileno gestionaron la territorialización de áreas similares (el sector norte de la Patagonia, a uno y otro lado de la cordillera), a partir de un conjunto de prácticas materiales y simbólicas. Otras investigaciones buscan contextualizar las intervenciones urbanas y arquitectónicas llevadas a cabo por el Estado Nacional en materia de turismo, considerando por una parte la materialización de las ideologías predominantes, tendientes a una masificación del acceso a los servicios y atractivos turísticos (Ballent, 1999; Navarro Floria, 2008). Finalmente, en cuanto al estudio de las imágenes y la forma en que facilitan la construcción mental de un paisaje y un territorio nacional, Graciela Silvestri (2011) indaga en itinerarios, relatos, fotografías, mapas, postales, proyectos arquitectónicos y de ingeniería y su relación con la conformación de un lugar común en torno del turismo. En este sentido, Silvia Ospital apunta que la creación de la Dirección Nacional de Vialidad y de la Dirección de Parques Nacionales en 1934 buscaron “orientar las corrientes turísticas

desde la gran ciudad capital hacia el interior, redescubriendo y recuperando el territorio nacional, extendiendo la presencia del estado central en áreas de frontera".

Para terminar, se enumerarán algunas de las aportaciones producidas en Mendoza, donde investigadores del Grupo Historia y Conservación Patrimonial (INCIHUSA-CONICET)– han orientado sus trabajos a temas referidos al origen y evolución como espacio público y de ocio del parque General San Martin (Cirvini, 1996). Cecilia Raffa (2010) aborda el tema de las representaciones en el espacio público en su tesis doctoral, que retomó con el análisis de las disputas entre actores políticos con visiones y acciones diferenciadoras sobre este espacio, completado a su vez con investigaciones en torno de los imaginarios nacionalistas (2012). En otro trabajo, indaga en las representaciones, el turismo y el Estado en torno de imágenes y discursos vinculados con los paisajes culturales de Mendoza (2012). Sus últimas publicaciones estudian, por una parte, la política turística del primer peronismo para Mendoza, en particular el caso de las obras encaradas desde la Fundación Eva Perón (FEP), en el marco de las políticas públicas llevadas adelante por los gobiernos, tanto provincial como nacional (2018). En segundo término, aborda la producción de la Dirección Provincial de Arquitectura y de la Dirección de Parques, Calles y Paseos en el ciclo conservador-demócrata, que también se involucra con los aspectos relativos a la arquitectura para el turismo (2020a).

Respecto de la vinculación turismo, producción y carreteras, analiza las realizaciones de la Dirección Provincial de Vialidad también en el ciclo conservador, junto con Natalia Luis (2020). Finalmente, su aporte como directora y autora en el estudio de las trayectorias profesionales y técnicas de arquitectos y arquitectas de Mendoza resultan de gran relevancia para este trabajo (2017 y 2019).

Ricardo Ponte establece un antecedente notable en el abordaje desde las RS, al plantear en su libro *La fragilidad de la memoria* (1999) las RS relacionadas a los grupos dominantes y la sociedad, en la construcción de una ciudad moderna, junto a la materialización de aquellas representaciones en el espacio público, en el período 1885-1910.

Otros estudios en materia de historia del turismo y equipamientos de alta montaña han sido iniciados por Pablo Lacoste (2004 y 1998). Es importante su investigación del fenómeno turístico desde una escala que vincula las actuaciones de un privado (la Compañía de Hoteles Sud Americanos, empresa asociada a la explotación de los ferrocarriles en los Andes de Argentina) y las prácticas pioneras del turismo de alta montaña, donde se reseña la construcción y administración de un puñado de hoteles dispersos en la alta montaña, junto al desarrollo de las vías comunicacionales, que

refuerzan su posicionamiento como hitos de avanzada para ganar espacios turísticos a ambos lados de la cordillera.

A la luz de lo expuesto queda en evidencia que la temática de la arquitectura referida al turismo –en particular al hospedaje y actividades afines– junto a los equipamientos asociados, constituyen un recurso válido que admite un abordaje sistémico como parte indisociable del fenómeno turístico en Mendoza. Específicamente esta investigación avanza en el desarrollo de arquitecturas y equipamientos, teniendo especial consideración de los aspectos históricos como también de los actores intervinientes, modelos adoptados, consecuencias en los hábitos y prácticas sociales y formas materiales en que se concretaron.

Actualmente, y a partir de la situación crítica que atravesó el sector turístico, derivada de la pandemia mundial desatada por el virus COVID-19, se han repensado las dinámicas de transformación del turismo, desde lo vinculado a la masificación de los destinos y servicios, hasta la revalorización de los circuitos locales, a los que una gran parte de la ciudadanía tiene acceso, revisitados en el pasado reciente, derivado de las limitaciones a la hora de emprender viajes al extranjero o usar medios masivos de transporte terrestre y aéreo. Los destinos locales, tanto nacionales como provinciales, han cobrado en este contexto especial relevancia, por las crecientes posibilidades de fortalecer la actividad económica y la activación de recursos propios de las comunidades locales.

En nuestro trabajo, el cruce con las RS permite abrir el diálogo con la Sociología, al involucrar las formas de pensar de los grupos dominantes, tanto políticos como de la sociedad civil, que entendemos iniciaron el juego en materia turística en Mendoza, con consecuencias que nos trascienden hasta la actualidad. Mendoza se ha consolidado en los últimos veinte años como polo del turismo vitivinícola de Argentina, es parte integrante de la red de las Capitales Mundiales del Vino, que le valió el ingreso decidido al panorama del turismo mundial. La oferta turística se ha diversificado y complejizado enormemente por lo que este estudio, que indaga en los orígenes mismos de la práctica y sus alcances en Mendoza, lejos de considerarse acabado; aspira a completar las múltiples contribuciones realizadas en torno del desarrollo turístico de diversas regiones de nuestro país. En el futuro, permitirá comprender el modo en que todos estos factores, sus interrelaciones y sus dinámicas de cambio sentaron las bases de los destinos turísticos que aún hoy se ofrecen a los visitantes, con posibilidades de promover sus cualidades y generar así nuevos recursos para el desarrollo.

Estructura de la Tesis

La Tesis está dividida en cuatro capítulos. El primer capítulo describe el marco teórico y metodológico, donde se abordan las teorías generales que guiaron el trabajo y se desarrollan las categorías de análisis que permitieron la indagación de nuestro objeto de estudio. Este capítulo cierra con la descripción de los métodos y técnicas empleados en la investigación, en consonancia con las hipótesis planteadas y los objetivos propuestos.

En el capítulo segundo **"El inicio del turismo en Mendoza (1884-1930)"** se abordan los inicios de la práctica del turismo en Mendoza. Para ello se relevan tanto las acciones desde la esfera privada, que marcaron el pulso de las prácticas modernas del termalismo en la alta montaña y los primeros emprendimientos hoteleros de la ciudad finisecular; como las acciones encaradas desde el Estado, que inauguran la edilicia moderna de hoteles en Mendoza con la construcción del conjunto monumental constituido por el Hotel Plaza, el Teatro Independencia y el Casino. Sumado a ello, se analizan los enclaves termales más renombrados de Mendoza, como Puente del Inca, Cacheuta y Villavicencio, devenido luego en zona de veraneo. Para finalizar este apartado, exploramos las representaciones surgidas en torno del turismo hacia el cambio de siglo y las nuevas ideas imperantes, junto con el modo en que impactaron en el desarrollo turístico en clave arquitectónica, en las primeras décadas del siglo XX, de la mano del lencinismo.

En el capítulo tercero **"El desarrollo del turismo en el ciclo conservador-demócrata (1932-1943)"** abordamos el ciclo que inaugura la administración conservador-demócrata en Mendoza, con la primera legislación de la provincia que institucionalizó el turismo, a partir de la creación de una repartición pública encargada específicamente del tema: la Dirección Provincial de Turismo. Esta repartición encaró acciones de fomento, reguló la actividad, definió itinerarios y destinos al interior de la provincia y promovió la edilicia de manera inusitada. En este sentido, estudiamos la irrupción de la edilicia hotelera y equipamientos privados de diversas escalas y tipologías, que surgieron al abrigo de las leyes de fomento, tanto en zonas suburbanas y de montaña como en la ciudad de Mendoza. Los edificios ejecutados en el período, como los que no llegaron a concretarse, dan una idea del impulso otorgado por el Estado al desarrollo turístico en general y a la construcción de nuevos edificios en particular, que contribuyeron a forjar el destino *Mendoza* como oferta turística dentro del entramado nacional. Interesa la acción de asociaciones civiles como nuevos actores del entramado turístico, como el Automóvil Club Argentino (ACA), el Automóvil Club Mendoza (ACM) y el Touring Club Argentino (TCA). A continuación, abordamos el caso de los manantiales de aguas termales en el sur de Mendoza, con los baños del Sosneado, Los Molles y Peralito. Indagamos también en la construcción material y simbólica del territorio y el paisaje a partir de los discursos

hegemónicos de los distintos actores involucrados (el Estado, las asociaciones civiles y las nóveles empresas de transporte colectivo), y cómo las prefiguraciones que aludieron a la arquitectura y el paisaje socialmente construido facilitaron el anclaje de representaciones hegemónicas, que llegaron a identificar a Mendoza hasta la actualidad.

En el cuarto y último capítulo, **"Turismo de masas y edilicia hotelera en el primer peronismo (1946-1955)"** abordamos el cambio de mentalidad orquestado desde la clase política, en torno del turismo y sus prácticas, que abrieron el período de "democratización del bienestar" con la inclusión de nuevos actores al escenario turístico, por una parte; junto con la adhesión a un discurso estructurado en tres grandes ejes: la Montaña, la Gesta Libertadora y la Vendimia; por otra. Particularmente desde la arquitectura, analizamos las obras concretadas en el período como también el discurso que, desde el plano simbólico, permitió reconstruir la imagen que se ofrecía de Mendoza como destino digno de visitar. Profundizamos en los efectos de los planes quinquenales en materia de turismo en Mendoza, particularmente en el ámbito de la edilicia privada, y el modo en que su desarrollo acompañó las medidas generales de fomento con una diversificación de la oferta turística, evidenciada en la multiplicidad tanto de alojamientos y categorías, como de localizaciones en todo el territorio provincial. Para cerrar este apartado, analizamos el rol de los tres ejes discursivos enunciados más arriba en la difusión de los paisajes de Mendoza y el uso de las imágenes de arquitectura en esa misma función promocional; junto con el modo de apropiación de las representaciones hegemónicas consolidadas en el período anterior.

La Tesis finaliza con la exposición de las **Conclusiones**, donde examinamos el impacto de las políticas públicas por una parte y de la iniciativa privada por otra, que permitieron un desarrollo sostenido del turismo, instaurado como actividad central en el entramado económico provincial, con una fuerte impronta asociada a la innovación edilicia. El acento puesto en los mecanismos que contribuyeron a afianzar Mendoza como destino turístico, desde el análisis del discurso –en el plano simbólico– mediado por imágenes arquitectónicas, permitió abordar la construcción material del destino *Mendoza* y sus paisajes asociados. La exposición de los efectos de las políticas públicas en la edilicia hotelera privada y en la generación de recurso económico en general; junto con la construcción del territorio en la escala de los grandes estructurantes de carácter metropolitano o interdepartamental, permiten aglutinar la evidencia material y simbólica de los ideales propios de cada momento histórico, identificados a lo largo del trabajo. El análisis de las prácticas vinculadas con ese derrotero material termina de conformar la mirada que, sobre nuestro objeto de estudio, adoptamos en la presente Tesis. Se adjunta, además de las referencias bibliográficas, el listado de abreviaturas empleado en el texto,

un plano con las localidades mencionadas, índice de figuras y tablas y repositorios (físicos y virtuales) consultados.

A continuación, se presenta una línea de tiempo que permite, a partir de la selección de los ejemplos más destacados del recorte temporal propuesto, tener una idea del universo de estudio con sus cualidades más salientes. Se consignan tanto los edificios emanados de agencias estatales (diferenciados con texto en color azul), como los provenientes de la acción privada y los proyectos no construidos (marcados con *).

Reemplazar esta hoja por la LINEA DE TIEMPO

1. CAPÍTULO I
Marco Teórico y Metodológico.

1.1. Marco Teórico de referencia

Como adelantamos en la parte introductoria, esta investigación demanda el cruce de diversas miradas, que permiten un abordaje multidisciplinar y multiescalar del objeto de estudio.

En este capítulo abordaremos primero las teorías que guiaron el trabajo y sus principales referentes, tanto a nivel mundial como latinoamericano. La **Teoría de las Representaciones Sociales** (elaborada por Serge Moscovici y desarrollada por Dennis Jodelet y María Auxiliadora Banchs en su enfoque procesual) nos permitió el acercamiento a la cuestión de los sistemas cognitivos construidos socialmente, la conformación del sentido común y las formas de pensar el turismo, cuya adhesión o rechazo, por parte de los sujetos, permite ubicarlos en determinados estratos o grupos. A la luz de esta teoría, definimos la "conciencia colectiva", la construcción de "significados" a partir de la "sustitución" por medio de "imágenes" y los "sistemas de creencias" que definen "cuestiones simbólicas" que orientan las prácticas de los sujetos dentro de una sociedad. Desde la **Arquitectura,** haciendo hincapié en su abordaje histórico, tomamos de Marina Waisman la definición del "tipo". La autora presenta, además, un modo de leer un edificio como "documento histórico". Finalmente, de Bruno Zevi seguimos la conceptualización de "espacio interior" y sus múltiples interpretaciones, junto con las "formas", el "contenido" y las "cuestiones fisio-psicológicas" que las dejan en evidencia.

Desde la **Semiótica** adherimos la teoría que sustenta Umberto Eco a partir del paralelismo existente entre el lenguaje escrito o hablado y el lenguaje arquitectónico, definiendo la "retórica" y su vinculación con las "ideologías", que indefectiblemente nos vincula a la primera de las teorías presentadas. Por otra parte, este autor nos acerca a la cuestión de los "significados" en Arquitectura, junto con el abordaje de la "denotación" y la "connotación arquitectónica", los "códigos arquitectónicos" y la "persuasión".

Específicamente desde el **Turismo**, hemos tomado de Marc Boyer los conceptos de "ocio", "turismo", "viaje" y "veraneo". Otras de las definiciones que consideramos pertinentes respecto de los procesos de emergencia, consolidación y decadencia de un destino turístico son las que el autor elabora en relación con los *gate keepers* o "guardianes culturales" y *stars* o "personajes destacados de la realeza, la aristocracia o las artes", que consagran un determinado sitio o destino. De Pastoriza tomamos la caracterización de los procesos de emergencia de un destino turístico, con las conceptualizaciones de "tiempo libre" entendido como antítesis del tiempo destinado al trabajo remunerado, la cuestión de la "masificación" de la práctica turística y el "ocio democrático".

De la teoría que explora el libro *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, de Pierre Bourdieu, tomamos la definición de "habitus" como principio unificador y generador

de prácticas, en nuestra intención de vincular la pertenencia de los sujetos a determinado grupo o clase y su adhesión (o rechazo) a ciertos modos de pensar, que vinculan estas definiciones con las de las RS.

Respecto del **Territorio**, seguimos a Claude Raffestin en la definición de "poder", entendido en sus proyecciones espaciales y territoriales, junto con la definición del "sistema territorial" a partir de tres elementos: la superficie, la línea y el punto. En el estudio del **Paisaje**, Gilberto Giménez aporta la distinción entre "necesidades materiales" o "simbólicas" en la construcción del territorio como "espacio apropiado" a partir de la "vivencia". El autor diferencia el "paisaje imaginario", del "paisaje real" y del "paisaje artístico". Finalmente, nuestro estudio retoma sus conceptos de "formas objetivadas" y "formas subjetivadas de la cultura". Enrico Tedeschi echa luz respecto de las definiciones de "paisaje natural" y "paisaje cultural" y sus componentes.

Al finalizar este apartado enunciaremos las herramientas metodológicas para el abordaje de las fuentes vinculadas al análisis de obras de arquitectura, al contenido de documentos escritos, gráficos y cartográficos.

1.1.1. La Teoría de las Representaciones Sociales en el estudio histórico de la arquitectura para el turismo

La Teoría de las **Representaciones Sociales** (RS) permite indagar en el conjunto de creencias, ideas, imaginarios o formas de pensar, a las que adhieren los distintos actores. Desde la concepción clásica esta teoría, se considera referentes al sociólogo Serge Moscovici y a la investigadora Denise Jodelet. En el contexto latinoamericano, son muy relevantes los aportes de María Auxiliadora Banchs. Por medio de las RS se busca "entender en qué medida sus contenidos reflejan los substratos culturales de una sociedad" (Banchs, 1994, p. 11). Moscovici define las RS como:

> (…) conjunto de conceptos, declaraciones y explicaciones originadas en la vida cotidiana, en el curso de las comunicaciones interindividuales. Equivalen, en nuestra sociedad, a los mitos y sistemas de creencias de las sociedades tradicionales; puede incluso, afirmarse, que son la versión contemporánea del sentido común (Moscovici, 1981, p. 181).

Por su parte, Jodelet (1986) sostiene que las RS involucran al modo en que las personas, en tanto que sujetos sociales, "aprehenden los acontecimientos de la vida diaria, las características de su medio ambiente, las informaciones que en él circulan, a las personas de su entorno próximo o lejano". Es decir, el conocimiento espontáneo o ingenuo o pensamiento natural en oposición al pensamiento científico. Este conocimiento se constituye a partir de las propias experiencias de los sujetos, pero también de las informaciones, conocimientos y modelos de pensamiento que reciben y transmiten a través

de la tradición, la educación y la comunicación social (p. 473). Por ello este conocimiento es, en muchos aspectos, un conocimiento "socialmente elaborado y compartido".

Ahora bien, ¿cómo se relacionan las RS con la investigación? Las RS constituyen sistemas cognitivos en los que es posible reconocer la presencia de estereotipos, opiniones, creencias, valores y normas que suelen tener en mayor o menor medida una orientación actitudinal. Así, las RS se constituyen como sistemas de códigos, valores, lógicas clasificatorias, principios interpretativos y orientadores de las prácticas, que definen la llamada **conciencia colectiva**, la cual adquiere fuerza normativa en tanto instituye los límites y las posibilidades de la forma en que hombres y mujeres actúan en el mundo.

Pero ¿cómo se forma en las personas esta visión de la realidad? ¿Cómo incide esta visión en sus conductas cotidianas? Cada persona forma su propia opinión y elabora una particular visión de la realidad sin que esto signifique que dicha elaboración constituya un proceso individual e idiosincrásico; más bien, la realidad de la vida cotidiana se instituye como una construcción intersubjetiva, un mundo compartido. Esto presupone procesos de interacción y comunicación mediante los cuales las personas comparten y experimentan objetos. La relación con estos objetos –físicos, sociales, imaginarios o reales– posibilita la construcción de **significados** (Moscovici, 1979, p. 42). En esta construcción la posición social de las personas, así como el lenguaje, juegan un papel decisivo al posibilitar la acumulación o acopio social de conocimiento, que se transmite de generación en generación.

Roger Chartier habilita una vía de vinculación entre RS y la cultura, donde la historia cultural coloca en un lugar central la cuestión de la articulación de la producción humana, representaciones y prácticas; con las divisiones del mundo social que, a la vez, son incorporadas y producidas por los pensamientos y las conductas. Refiere que ello apunta, no a autonomizar lo político, sino a comprender cómo toda transformación en las formas de organización y de ejercicio del poder, supone un equilibrio de tensiones específicas entre los grupos sociales, al mismo tiempo que modela unos lazos de interdependencia particulares (Chartier, 1999). Su propuesta abre dos caminos: uno que atiende la construcción de las identidades sociales como resultante de una relación forzada entre las representaciones impuestas por aquellos que poseen el poder de clasificar y designar, y la definición que cada comunidad produce de sí misma. El otro, considera la división social objetivada como la traducción del crédito acordado a la representación que cada grupo hace de sí mismo, por tanto, de su capacidad de hacer reconocer su existencia, a partir de una exhibición de unidad (Chartier, 1999).

En este sentido, las RS son fundamentales en nuestra investigación para comprender las formas de pensar que guiaban las acciones de los agentes privados y

estatales en la construcción del destino turístico. Esta construcción despliega sus alcances en diversos aspectos que indagamos a lo largo del trabajo: en primer lugar, el modo en que conciben el espacio geográfico en su sentido más amplio, es decir, cómo estos actores entienden que debe definirse y abordarse el territorio. En segundo término, la construcción del destino se sustenta en la oferta de sitios a visitar y de las actividades que se pueden realizar. En la práctica de estas actividades (y no otras) y en los circuitos turísticos propuestos (que necesariamente excluyen otros) existe una intención a veces implícita y otras, explícita; que delinea el perfil turístico de Mendoza, es decir, las actividades y sitios que caracterizan su oferta turística y la distinguen de otros destinos, tanto del país como del mundo. En esta búsqueda de singularidad del destino turístico socialmente construido, se ponderan unas cualidades en detrimento de otras.

En tercer lugar, en el cruce con la disciplina arquitectónica, el estudio en base a las RS permite detectar en la adopción de ciertos lenguajes, tecnologías, tipologías, materialidades y concepciones espaciales (cualidades que, por otra parte, caracterizan la oferta de alojamiento disponible), una relación con los valores y sistemas de creencias a los que adhieren los agentes de poder. Asumimos que estos sistemas de creencias o visiones de mundo podrían estar relacionados con referentes modélicos propios de la disciplina arquitectónica, específicamente de la arquitectura referida al alojamiento, adoptados de contextos considerados de avanzada en esa temática y que suponemos circulaban en las revistas de difusión o en folletos promocionales. O bien provienen de un conjunto de soluciones ensayadas en el contexto nacional o local, y fueron consideradas adecuadas para satisfacer una necesidad concreta vinculada con la prestación de servicios turísticos (alojamiento, gastronomía, provisión de información, etc.) para un sitio específico, con características igualmente específicas en lo que refiere a clima, topografía, incidencia de vientos o de sol, posibilidad de nieve, etc.

En este último caso, tanto la adopción de modelos como la resolución a partir de ensayos apropiados para un sitio en cuestión reflejan a su vez un sistema de creencias que remite a una construcción social del modo en que la obra de arquitectura respondía de la mejor manera posible a una necesidad particular, en este trabajo; a la necesidad de proveer alojamiento (o algún servicio asociado) referido al turismo.

Para Jodelet (1986) las RS tienen en cuenta el concepto de “sustitución”, por el que dichas RS sustituyen un objeto o cosa real, es decir, la idea de estar “en lugar de…”. La autora afirma que “un objeto se representa cuando está mediado por una figura”, es solo en esta condición que emerge la representación y el contenido correspondiente: “en la representación tenemos el contenido mental concreto de un acto de pensamiento que restituye simbólicamente algo ausente, que aproxima algo lejano” (Jodelet, 1986, p. 476).

Según este concepto, nuestro trabajo adhiere a la idea que las RS generan imágenes o **figuras simbólicas** respecto de Mendoza como destino turístico.

En palabras de Moscovici, es necesario distinguir dos mecanismos fundamentales para comprender las RS: la **objetivación** y el **anclaje**. La objetivación es el proceso mediante el cual los elementos abstractos o conceptuales, se transforman en imágenes, elementos icónicos. Así, lo raro se convierte en familiar, lo invisible se hace perceptible. El anclaje permite integrar las nuevas RS a todo el sistema representacional preexistente, reconstruyendo permanentemente nuestra visión de la realidad. En otras palabras, el anclaje permite la inclusión de este nuevo conocimiento en el pensamiento social. Por medio de este proceso, el objeto social es incorporado en las redes de significaciones y categorías preexistentes en una sociedad y es integrado a las prácticas comunicativas de los grupos sociales. Procedimentalmente, consiste en clasificar y nombrar las cosas. Objetivación y anclaje mantienen, en palabras de Jodelet (1986), una relación recíproca. La combinación de ambos procesos nos permite comprender, hacer inteligible la realidad y, al hacerlo, crea un conocimiento social que es funcional para la orientación de la dinámica de las interacciones y situaciones de la vida cotidiana.

Moscovici (1988) distingue tres tipos de RS:

- **Representaciones hegemónicas**: les es típico un alto grado de consenso entre los miembros del grupo y se corresponderían más con las representaciones colectivas enunciadas por Emile Durkheim.
- **Representaciones emancipadas**: no tienen un carácter hegemónico ni uniforme, emergen entre subgrupos específicos, portadores de nuevas formas de pensamiento social.
- **Representaciones polémicas**: surgidas entre grupos que atraviesan por situaciones de conflicto o controversia social respecto a hechos u objetos sociales relevantes y ante los cuales expresan formas de pensamiento divergentes.

Hasta aquí se ha destacado el valor que el estudio de las RS entraña para esta investigación, en tanto permite vincular desde una perspectiva social, atravesada por particularidades de la cultura y el sistema de valores y creencias de un colectivo, las prácticas, hábitos culturales, rituales y creencias propias de este grupo humano, específicamente referidas al turismo. Pero ¿de qué manera puede abordarse el estudio de las RS desde una perspectiva histórica?

Para ello, Jodelet (2003) postula la noción de RS como lugar privilegiado de convergencia y apoyo mutuo entre la disciplina histórica y la psicología. Esta vinculación permite, según la autora, “identificar en el estado presente del pensamiento social, la obra

y las marcas del pasado, definir las especificidades contemporáneas y entender cómo advinieron" (p. 103). En este sentido, confirma que la vinculación con la historia puede hacerse por el estudio diacrónico de las RS, al comparar sus estados en dos épocas distintas, o bien refiriéndose a documentos históricos que permitan seguir a largo plazo la evolución de una representación.

Avizorado este lugar de convergencia, se facilita el camino de la investigación que involucra las RS y su evolución en un período de tiempo determinado, en nuestro caso referida a cuestiones simbólicas en torno de la práctica turística, en una provincia andina del centro-oeste de Argentina.

1.1.2. Estudios desde la disciplina histórica-arquitectónica

Desde la perspectiva **histórica-arquitectónica** la investigación es tributaria de estudios clásicos, como las propuestas teóricas de Marina Waisman y Bruno Zevi. Waisman (1993) avanza sobre el estudio de la arquitectura y la ciudad desde la mirada latinoamericana. Esta conceptualización otorga valor a las producciones de la cultura material consideradas *modestas* por los lineamientos tradicionales eurocentristas. La autora propone un análisis desde el entorno y el contexto de emergencia de estas arquitecturas. En este sentido, desarrolla tópicos referidos al rescate de las técnicas y saberes del pasado y la lectura del "edificio como documento histórico", en el que condensan, entre otros, una concepción cultural, el dominio de una técnica y los saberes constructivos propios de un momento histórico determinado, las consideraciones respecto del espacio -arquitectónico y urbano- como también de la arquitectura en su función comunicativa, instituyéndose –en analogía con la propuesta teórica de Eco (2000)– como "portadora de mensajes" (Waisman, 1993, p. 137).

Desde esta mirada, es posible avanzar en el conocimiento específico de la arquitectura turística, ahondando tanto en la particularidad de cada caso de estudio, como en su inserción en el territorio, bien para edificios implantados en tramas urbanas consolidadas, bien para edificios inmersos en entornos suburbanos o rurales. Finalmente, en su escala más elemental, en el abordaje específico de un edificio y sus rasgos materiales y espaciales.

Nuestra investigación pretende aportar al conocimiento de la historia de la arquitectura local, para lo cual debe asimilar características propias del contexto histórico (como políticas públicas de fomento a la actividad turística y a la edilicia de hoteles), del contexto económico y social de emergencia, del rol que desempeñaron en el mapa del turismo y de sus proyecciones y consecuencias sobre las prácticas sociales. Respecto de los estudios históricos, la investigación ha tendido en las últimas décadas a centrar sus reflexiones en dimensiones reducidas: "desde ese momento hasta la actualidad, continúan

predominando en la escena historiográfica, aunque con variaciones, los trabajos de microescalas" (Carbonari y Carini, 2020, p. 8). Hacemos nuestras las palabras de Ronen Man (2020), quien expresa –apoyado en Mario Cerutti, Susana Bandieri, Sandra Fernández y María Rosa Carbonari– la dificultad de reconocer una historia homogénea en los márgenes del Estado nacional bajo la convicción de que los postulados elaborados desde ámbitos centralizados no pueden extenderse ingenuamente hacia áreas regionales periféricas. Siguiendo al autor, "nos proponemos privilegiar espacios descentralizados, partiendo de la idea de que las dimensiones espaciales más modestas de los estudios regionales permiten una solidez en las conclusiones cualitativamente diferentes a las producidas en ámbitos globales/nacionales" (Carbonari *et al*., 2020, p. 68). En la misma línea de pensamiento, y específicamente ligado a la historia de la arquitectura, Cecilia Raffa (2020c) confirma la novedad de las historias culturales de la arquitectura y la ciudad "que privilegien los estudios de casos provinciales". Aún más, la autora considera que el abandono de las grandes narrativas "resulta fundamental para terminar con la hegemonía de las historias que, en nuestro caso, construidas para la «Arquitectura en Argentina», son en realidad capítulos centrados en obras y autores asentados casi con exclusividad en la capital nacional" (p. 130). Esta Tesis adhiere a la idea que las historias provinciales resultan necesarias "para comprender de manera real el mapa argentino de arquitecturas (el subrayado es nuestro), para entender contextos y productores, acciones y omisiones, acuerdos y conflictos" (p. 130).

Es en esta dirección y retomando las reflexiones de Waisman es que entendemos, siguiendo a la autora, que todo producto humano, en su carácter de hecho cultural y por tanto histórico, puede entenderse como parte perteneciente a algunas categorías generales, sin perder su condición de unicidad, de acontecimiento particular y distinguible respecto de otro perteneciente a la misma categoría. Esta doble condición se presenta en todas las formas de conocimiento y corresponde a una necesidad común a las ciencias de la cultura: el **tipo** constituye una de estas conceptualizaciones generales. En la disciplina arquitectónica, el "tipo" puede entenderse como sujeto histórico, en la doble condición de entidad resultante de los elementos fundamentales de una serie de objetos históricos, y al estar inserto en la historia como entidad susceptible de aceptar transformaciones, es decir, "servir de base a nuevas invenciones, manteniendo sin embargo una continuidad que podría considerarse de base estructural" (Waisman, 1993, p. 137).

Pero la definición más acabada de este concepto deja entrever que la existencia de cierto número de temas a los que se asocian modos particulares de articulación de los espacios definen **tipologías funcionales**, en segundo lugar la existencia de cierto número de modos de enfrentar los aspectos tecnológicos y constructivos de las obras definen a su

vez **tipos**, y la existencia de ciertas organizaciones formales, que se evidencian en la estructuración de volúmenes y espacios definen una **tipicidad** que puede ser fácilmente reconocible. Finalmente, pero no por ello menos importante, la autora detecta una tipología de relaciones entre el edificio y el entorno, en tanto y en cuanto la obra de arquitectura:

> (…) es inseparable de su entorno, más aún que físicamente, conceptualmente: pues la arquitectura se concibe obligadamente a partir de una ubicación en un sitio concreto, y este sitio y sus circunstancias constituyen elementos básicos para la conformación del programa y para el desarrollo posterior de la obra (Waisman, 1972, p. 115).

El estudio del "tipo" con la mirada que propone la autora se cierra con la profundización de una **red de relaciones**, es decir, un análisis de cada objeto arquitectónico ubicado en una red histórica "concebida de modo menos esquemático que la tradicional linealidad" (Waisman, 1993, p. 83), que propone explorar el proceso de diseño, el proceso de producción, las teorías arquitectónicas y los requerimientos sociales. La consideración del conjunto de series tipológicas en una obra "revela así retrasos, adelantos, anacronismos, que deben atribuirse a diversas circunstancias históricas, entre ellas actitudes ideológicas propias ya sea de la cultura del momento, de la mentalidad profesional o del creador individual" (p. 83). Un análisis de esta naturaleza, prosigue la autora, conduce necesariamente a una consideración crítica del objeto de estudio y a la exploración de su significado. Al aplicarlo a ejemplos de arquitectura latinoamericana, se vislumbra que las formas de desarrollo de las series, sus interrupciones y sus avances evidencian una problemática diferente a la europea, que exige tomar en cuenta aspectos tipológicos que podrían ser irrelevantes para aquella.

El segundo autor al cual adherimos es Bruno Zevi, quien en su libro *Saber ver la Arquitectura* (1998) propone un método de abordaje que explica "eficazmente" una obra, según una serie de categorías de análisis que enunciaremos a continuación. Para Zevi, la "experiencia espacial" propia de la arquitectura tiene su proyección en la ciudad, en las calles y en las plazas; allí donde la obra del ser humano ha delimitado "vacíos", es decir, donde ha creado espacios cerrados. En segundo término, sostiene que el valor de una obra arquitectónica no se agota en su valor espacial. Porque se entiende que todo edificio se caracteriza por una pluralidad de valores: económicos, sociales, técnicos, funcionales, artísticos, espaciales y decorativos.

Zevi propone tres grandes grupos que abren caminos interpretativos de una obra arquitectónica: uno engloba variables referidas al contenido. El segundo, las referidas a las interpretaciones fisio-psicológicas y, el tercero, a las formalistas. Dentro del primer grupo, las de **contenido**, se encuentran:

- La interpretación política, que vincula la arquitectura y los hechos más relevantes de la vida política de las distintas épocas, atendiendo a las causas de las corrientes arquitectónicas o bien al simbolismo de los estilos.
- La interpretación filosófico-religiosa, referida a fenómenos históricos que involucran la cultura arquitectónica o el simbolismo, el reflejo del espíritu de una época, la visión del mundo según las concepciones filosóficas.
- La interpretación científica, postula el paralelismo entre las concepciones matemáticas y geométricas y el pensamiento arquitectónico (uso de la perspectiva, referencias científicas respecto de la estática de Newton o del concepto de simultaneidad de Einstein).
- La interpretación económico-social, postula la arquitectura como la autobiografía del sistema económico y las instituciones sociales. Tiene también aplicaciones simbolistas, como por ejemplo el empleo de una cúpula o un sistema de sustentación a partir de columnas equidistantes.
- Interpretaciones materialistas, que postulan que la morfología arquitectónica se explica por medio de las condiciones geográficas y geológicas de los lugares donde se yerguen los edificios, relacionadas con características particulares del sitio como clima, intensidad de las precipitaciones, disponibilidad de materiales, incidencia de la luz del sol, etc.
- La interpretación técnica, por la cual las formas repiten una técnica ya superada en los hechos. Se refiere a los adelantos tecnológicos que permiten las formas de la arquitectura.

A la segunda categoría corresponden las **interpretaciones fisio-psicológicas**, referidas al sentimiento que producen en el espectador, traducidas en reacciones en nuestro cuerpo y en nuestro estado de ánimo. Aquí el autor atribuye, en la casuística de los elementos geométricos, lecturas referidas a los sentidos y las emociones que genera la arquitectura:

- La línea horizontal expresa el sentido de lo inmanente, de lo racional, de lo intelectual. Refiere a una interpretación técnica, por la cual las formas repiten una técnica ya superada en los hechos.
- La línea vertical es símbolo del infinito, del éxtasis, de la emoción.
- Línea recta y línea curva: las rectas expresan decisión, rigidez, fuerza. Las curvas representan hesitación, flexibilidad o valores decorativos.
- La helicoidal, el cubo, el círculo, la esfera y la elipse representan el ascenso, la integridad, el equilibrio, la perfección y el dinamismo respectivamente.

- La interpretación de las formas geométricas es símbolo de dinamismo y movimiento continuo.

A la tercera categoría corresponden las **interpretaciones formalistas**, referidas a cualidades, normas o principios propios de la composición arquitectónica. De ellas, el autor enumera la unidad, la simetría, el equilibrio o balance, el énfasis o acentuación, el contraste, la proporción, la escala, la expresión o el carácter, la verdad expresiva en conjunto con la propiedad, la urbanidad y el estilo:

- Unidad: carácter de ligazón, de toda composición, que debe existir entre todos sus componentes.
- Simetría: es el equilibrio en los edificios, a partir de un eje axial.
- Equilibrio: Es la simetría en la arquitectura a-formal, sin ejes. Respecto a un plano imaginario, colocado en la parte central de un edificio es necesario que a uno y otro lado haya masas de un mismo “peso”. El balance de las masas se da cuando elementos dispuestos a uno y otro lado de ese plano (aun sin ser semejantes ni iguales) tienen la misma fuerza de gravitación.
- Énfasis: en cada composición es necesario un centro de interés visual, un punto focal que atenace el ojo.
- Contraste: la unidad debe entenderse como síntesis de elementos contrarios, no como igualdad cadavérica. Para que un edificio sea “vivo”, es necesario que su vitalidad se exprese por el contraste entre líneas verticales y horizontales, entre vacíos y llenos, entre formas cortantes y formas imprecisas, entre volúmenes, entre masas.
- Proporción: de cualquier manera que se defina –relaciones de las partes entre sí y con el conjunto del edificio–, la proporción es el medio con el cual se subdivide un edificio a fin de alcanzar las cualidades de la unidad, del balance, del énfasis, del contraste y un de la armonía y del ritmo.
- Escala: es el elemento esencial en el juicio arquitectónico, se define como la dimensión relativa al hombre.
- Expresión o carácter: en analogía con las expresiones humanas, los edificios presentan lenguas, fisonomías, temperamentos.
- Verdad expresiva: ¿deben ser verdaderos o falsos los edificios? ¿deben ser sinceros? La verdad debe ser controlada por la Propiedad: un suelo está compuesto de vigas, su propiedad es poder caminar sobre él, que tiene mucho más valor que evidenciar su sistema de soporte para evidenciar su verdad estructural.

- Urbanidad: es la cualidad que falta a los imitadores actuales de lo clásico, a los egocéntricos, a los maniáticos de hacerse notar, de afirmar su propia personalidad: tanto en los hombres como en los edificios. Se encuentra en la armonía de algunos barrios del s. XVIII y XIX, en los que existía entre los edificios un hábito de convivencia civil.
- Estilo: es la lengua, o bien la lingüística, del dibujo. Así como no existe en el idioma inmutabilidad ni estaticidad, así tampoco existe en los estilos, dado que cada persona –y cada artista– adopta el idioma para expresiones y significados individuales, es decir, crea un lenguaje (Zevi, 1998, pp. 133-142).

A partir de la clasificación en estos tres grandes grupos, el autor elabora las dos grandes conclusiones de su estudio:

1) La interpretación espacial no es una interpretación que cierre el camino a las demás, ya que no se desarrolla en su mismo plano. Es una súper-interpretación o, si se quiere, una sub-interpretación; más exactamente, no es una interpretación específica como las otras, puesto que del espacio se pueden dar interpretaciones políticas, sociales, científicas, técnicas, fisio-psicológicas, musicales, geométricas y formalistas. En otras palabras, la interpretación espacial constituye el atributo necesario de toda posible interpretación, si quiere tener un sentido concreto, profundo, exhaustivo en materia de arquitectura.
2) (…) en arquitectura, contenido social, efecto psicológico y valores formales se materializan en el espacio. Interpretar el espacio significa, por tanto, incluir todas las realidades de un edificio. Toda interpretación que no parta del espacio, queda constreñida a establecer que, por lo menos, uno de los aspectos antes enumerados de la arquitectura no tiene validez y debe ser descartado. Eso significa elegir *a priori* un sector en que fijar la atención (Zevi, 1998, pp. 152, 153).

1.1.3. Aportes desde la Semiótica y sus vinculaciones con la Arquitectura

Eco reconoce a la Arquitectura como objeto de análisis, en tanto acto de comunicación, más allá de su posibilidad de "funcionar" más o menos correctamente. En este sentido, otorga a la arquitectura –que, a diferencia de la escultura posee la cualidad intrínseca de su espacialidad– la propiedad de generar modelos o estructuras comunicativas, que pueden ser codificados fundando "códigos arquitectónicos" sustentados a su vez en "códigos icónicos" (para demostrar esta tesis recurre a la conceptualización de la caverna como primer hábitat humano). Esta perspectiva semiótica "permite reconocer en los signos arquitectónicos unos "significantes descriptibles" y catalogables, que pueden denotar funciones precisas, con tal que sean interpretados por determinados códigos" (Eco, 1981, p. 261), y estos pueden revestir significados sucesivos; que pueden serles atribuidos por vía de la denotación como también de la connotación, basándose en otros códigos. De esta manera, se concluye que tanto **formas significantes**, códigos elaborados por inferencia de su uso y propuestos como modelos estructurales de relaciones comunicativas; como **significados denotativos y connotativos** que se aplican

a significantes basados en códigos, constituyen el universo semiótico en que puede abordarse una lectura comunicativa rigurosa de la arquitectura.

En palabras del autor, "un **signo** está constituido por uno (o más) elementos de un *plano de la expresión*, colocados convencionalmente en correlación con uno (o más) elementos de un *plano del contenido*" (Eco, 2000, p. 83). Siempre que exista una correlación de este tipo, reconocida por una sociedad humana, estaremos en presencia de un signo. Ahora bien: ¿cuál es la relación entre código y signo? Un código proporciona "las reglas para generar signos como ocurrencias concretas en el transcurso de la interacción comunicativa" (p. 84). A este respecto refiere el análisis semiótico de las obras de arquitectura vinculadas al turismo, donde esperamos poder dilucidar los signos propios de ese tipo arquitectónico, para el contexto particular de Mendoza.

En los apartados siguientes procederemos a la introducción de los conceptos "denotación y connotación", "funciones primarias y secundarias" y "significados y códigos", todos ellos en relación con la obra de arquitectura, los cuales, expuestos en analogía con sus referentes lingüísticos permiten tender un puente entre las disciplinas, que facilita el análisis semiótico de nuestro objeto de estudio.

1.1.3.1. La denotación y la connotación arquitectónica

Para Eco, la **denotación** existe cuando el mensaje transmite de forma directa un contenido, sin pretender un conocimiento previo sobre la cuestión que le concierne. En arquitectura, el objeto de uso es, desde el punto de vista comunicativo**,** el significante del significado denotado exacta y convencionalmente, y que es su función. El significado primario del edificio son las operaciones que se llevan adelante para habitarlo, es decir, el objeto arquitectónico denota una "forma de habitar". Eco aclara que la denotación se produce aun sin disfrutar de la habitabilidad: por ejemplo, al observar una ventana en la fachada de una casa, no se piensa en su función, se piensa más en un significado-ventana que se basa en la función pero en el que ella ha quedado absorbida hasta el punto que puede olvidarse, y mirar dicha ventana en relación con otras ventanas, como elementos de un ritmo arquitectónico.[14] La forma de estas ventanas, su número y disposición en la fachada no denota solamente una función, sino que implica una determinada concepción de la manera de habitar y de su utilización, es decir, connota una ideología global que rige la operación del arquitecto. Puede afirmarse entonces que comienza a asumir una "función

[14] Aquí el autor señala el hecho que en este mensaje arquitectónico se evidencia la función *estética*. Pero advierte que también están presentes otras funciones: la arquitectura desarrolla una comunicación *imperativa,* dado que obliga a vivir de una manera determinada; *emotiva* dada por ejemplo en la calma de un templo griego; *fáctica* en el urbanismo, al proponer una unión y una presencia; la función fáctica se evidencia por mensajes como el obelisco, el arco, etc. También una función *metalingüística*, por ejemplo, al pensar en una plaza que toma la función de evidenciar las fachadas de los edificios que la rodean (Eco, 1981, p. 263).

simbólica". En este punto el autor advierte que la forma denota la función, basado en un sistema de expectativas y de hábitos adquiridos, y; por tanto, en un código.

Una **connotació**n queda constituida cuando queda establecida "parasitariamente" a partir de un código precedente, y no puede ser transmitida antes que se haya denotado el contenido primario. En otras palabras, "es connotativa una semiótica en que el plano de la expresión está constituido por otra semiótica", es decir, "existe código connotativo cuando el plano de la expresión es otro código" (Eco, 2000, p. 94).

El objeto arquitectónico puede connotar muchas cosas. Por ejemplo, la cueva primitiva que sirvió de vivienda al hombre prehistórico connotaba la función "refugio", pero con el tiempo también connotó "familia", "núcleo comunitario", "seguridad", etc. Desde esta perspectiva, según entiende el autor, la calificación de "función" se extiende a todas las finalidades comunicativas de un objeto, dado que en la vida asociativa las connotaciones simbólicas del objeto útil no son menos "útiles" que sus denotaciones "funcionales". Resulta evidente que "las connotaciones simbólicas se consideran funcionales no solamente en sentido metafórico, sino también porque comunican una utilidad social del objeto que no se identifica inmediatamente con la «función» en sentido estricto" (Eco, 1981, p. 266).

1.1.3.2. La comunicación arquitectónica y la Historia: funciones primarias y funciones secundarias. Códigos arquitectónicos.

La función primaria es la que se denota, en relación con el *utilitas*. Función secundaria es la connotada. Cabe destacar que, en muchos momentos de la historia, todo un código –como un estilo artístico, una manera, un modo de formar, con independencia de las connotaciones de sus manifestaciones particulares– connota una *ideología* (a la que estaba adherido en su origen, o en el momento de su afirmación más característica). Por ejemplo, se ha producido la identificación "estilo gótico = religiosidad", que se apoyaba sin duda en otros sistemas de connotaciones precedentes como "verticalidad = elevación del alma a Dios" y "contraste entre luz que atraviesa los vitrales y las naves en penumbra = misticismo". Eco confirma la esencia intrínsecamente "inestable" de los significados, esencia profundamente ligada a la cultura y según la sociedad que los produce.[15]

Según el autor, si la Arquitectura es el arte de articulación de los espacios, la codificación de la articulación de estos espacios podría ser la que Euclides dio en su geometría. Entonces podrían distinguirse elementos de articulación primaria y elementos de articulación secundaria. Por ejemplo, podrían ser elementos de segunda articulación (sin significado, pero con valor diferencial) la línea, la recta, la curva, el punto; y como elementos de primera articulación se constituyen el cuadrado, el triángulo, el

[15] Al respecto, sugerimos revisar el apartado "El significado como unidad cultural" (Eco, 2000, pp. 111-113).

paralelepípedo, la elipse. En un plano de mayor complejidad, se tiene por ejemplo configuraciones en base a dos rectángulos, uno dentro del otro, que determinan una configuración sintagmática característica, o incluso otras aún más complejas, como un cubo o una planta de cruz griega. De allí, la relación entre geometría plana y geometría tridimensional puede plantear el problema de una tercera articulación de los elementos.

Cuando es posible reconocer que un código asocia elementos de un sistema transmisor con los elementos de un sistema transmitido, "el primero se convierte en *expresión* del segundo, el cual, a su vez, se convierte en *contenido* del primero" (Eco, 2000, p. 83), es entonces cuando existe **función semiótica**: una expresión y un contenido están en correlación. Eco distingue, apoyado en Giovanni Klaus Koenig (1964) y Gillo Dorfles (1968), una codificación de la siguiente especie:

A) Códigos sintácticos: proviene de una típica articulación de la ciencia de la construcción. Las formas de la arquitectura se dividen en travesaños, techos, suelo, bóvedas, repisas, arcos, pilares. No existe referencia ni a la función del espacio denotado, solamente expresan una lógica estructural. A nivel de una segunda articulación con otros códigos, aparecen condiciones estructurales para la significación, aunque no se haya llegado al significado.

B) Códigos semánticos: pueden referir a una articulación de elementos arquitectónicos, como elementos que denotan funciones primarias: techo, cúpula, escalera, ventana. O como elementos que connotan funciones secundarias "simbólicas": metopa, frontón, tímpano. O bien, como elementos que denotan carácter distributivo y que connotan ideologías del modo de vivir. Aula común, zona diurna y nocturna, sala de estar, comedor. En segunda instancia, pueden referir a una articulación de géneros tipológicos: tipos sociales (hospital, *villa*, escuela, hotel, palacio, estación) y tipos espaciales (templo de planta circular, de cruz griega, planta abierta, etc.).

Todas estas codificaciones formalizan soluciones ya elaboradas. Es decir, son codificaciones de tipos de mensajes. Los códigos precedentemente descritos constituyen léxicos de tipo iconológico, estilístico o retórico y establecen esquemas dados, sin establecer posibilidades generativas, ni formas abiertas que incitan al comentario. La comunicación arquitectónica que usualmente se ha desarrollado en la civilización occidental se inspira en criterios estéticos y dinámicos, en determinadas reglas geométricas euclidianas que, aunque parezcan ser más resistentes y estables que otros sistemas de reglas, obligan a moverse "dentro de una determinada *gramática del construir*, tan concreta y limitada que llega a estar codificada con el nombre de *ciencia de la construcción"* (p. 285).

Concluidos los razonamientos propuestos por nuestro referente, que postulan a la Arquitectura como objeto de estudio de la Semiótica, queda claro que, dados los objetivos planteados en la presente investigación, las contribuciones que propone esta mirada permiten profundizar en la relación entre ideologías y arquitectura turística, en función de las formas de pensar que encarnaban los agentes de poder en la periodización propuesta. Tal relación se sirve de las herramientas de que dispone la propia disciplina para efectuar el abordaje semiótico, por ejemplo, las cuestiones referidas a la espacialidad, la técnica, los lenguajes empleados, la tipología edificatoria, la relación con la ciudad o con el territorio y la vinculación con el paisaje, como veremos en el apartado metodológico.

1.1.4. Aportes desde los estudios históricos del Turismo

Al tratarse de una investigación histórica, que cruza la Arquitectura y las prácticas del ocio (luego devenidas en prácticas turísticas), se hace necesario echar mano de conceptualizaciones provenientes de referentes que abordan el fenómeno del ocio desde sus mismos orígenes, con un itinerario que traza sus primeros pasos en Europa, para luego difundirse por América. En este sentido, Marc Boyer esboza algunas definiciones que apuntan a la comprensión de las prácticas sociales en un contexto político-cultural particular. Así, en torno del concepto del viaje, distingue las diversas acepciones del término a lo largo de la historia: por una parte, refiere a las peregrinaciones que buscaban enlazar sitios dedicados al culto o que la tradición religiosa asociaba a la vida de santos o personajes bíblicos. En contraste, el turista como tal persigue en su desplazamiento otro objetivo; viaja por curiosidad y encuentra en este desplazamiento y en el contacto con otra cultura una sensación placentera.

El origen del vocablo “turista” se remonta a las prácticas de la alta sociedad burguesa de fines del siglo XVII y principios del XVIII, en Inglaterra. Nace del concepto de *Grand Tour*, que, como práctica que permitía distinguirse y diferenciarse de la clase proletaria, consistía en realizar un viaje de uno o dos años por los monumentos y ruinas de la antigüedad clásica. Este viaje no tuvo inicialmente un carácter pedagógico, sino que posibilitaba la socialización con otros miembros de igual rango. Posteriormente se incorporaron aristócratas y miembros de la nobleza del resto de Europa. Hacia el siglo XIX y con la industrialización, la práctica decantó hacia estratos sociales más bajos y un grupo mayor, pero todavía selecto de la sociedad; pudo acceder a estos sitios ya con fines formativos, es decir, conocimiento y reconocimiento de otras culturas en contraste con la propia.

Boyer define a los *gate keepers* (o **guardianes culturales**), como los personajes que propusieron “ya en el siglo XVIII prácticas de ociosidad, migraciones codificadas y lugares de excepción” (Boyer, 2002, p. 14). El autor sostiene que estos descubrimientos

del mundo británico encarnaron una "Revolución Turística", dado que se produce contemporáneamente a otras grandes revoluciones que se dieron también en Gran Bretaña.[16] Considera además que el turismo moderno constituye una adquisición cultural, sigue procesos de "invenciones de distinción" que crean prácticas, comportamientos y lugares de turismo; seguidos de una difusión por imitación. Los guardianes culturales inventan, luego los *stars* (**personajes destacados** de la realeza, la aristocracia o las artes) consagran. En este sentido, advierte que "el exceso de éxito perjudica a la distinción del lugar o de la práctica, produciéndose nuevas invenciones" (p. 15) (el subrayado es nuestro).

Estas definiciones coinciden con Pierre Bourdieu (1998), cuando afirma que las luchas simbólicas en el mundo de lo social tienen lugar en el orden del crédito y el descrédito, de la percepción y de la apreciación, del conocimiento y el reconocimiento, nombre y renombre, prestigio y honor. En palabras de Bourdieu, ellas conciernen a los poseedores "distinguidos" y provoca en los pretendientes "pretenciosos" un esfuerzo de apropiársela, "aunque sea bajo las especies ilusorias del *bluff* o de la imitación, y para desmarcarse con respecto a quienes están desprovistos de ella, la pretensión inspira la adquisición, que trivializa de por sí, las propiedades hasta entonces más distintivas" (Bourdieu, 1998, p. 248). Este proceso contribuye a sostener continuamente la tensión del mercado de bienes simbólicos, "obligando a los poseedores de las propiedades distintivas amenazadas de divulgación y vulgarización a buscar indefinidamente en unas nuevas propiedades la afirmación de su singularidad" (p. 249).

El nacimiento de una nueva sociabilidad, la del ocio, queda codificada por actividades propias de la aristocracia, como cacerías, juegos y deportes, propios del verano británico, y que marcó los caracteres que promovían una distinción respecto de otros grupos. En este sentido, Bourdieu sostiene que el *habitus*[17] de clase constituye un principio unificador y generador de prácticas, es decir, una forma incorporada de la condición de clase y de los condicionamientos que esta clase impone:

> (…) hay que construir la clase objetiva como conjunto de agentes que se encuentran situados en unas condiciones de existencia homogéneas que imponen unos condicionamientos homogéneos y producen unos sistemas de disposiciones homogéneas, apropiadas para engendrar unas prácticas semejantes, y que poseen un conjunto de propiedades comunes, propiedades objetivadas, a veces garantizadas jurídicamente (como la posesión de bienes o de poderes) o

[16] Las diferentes fases del pre-turismo primero y del turismo después son contemporáneas de las eras paleo y neo-industriales. Aun cuando la palabra turista aparece en los años 30 del siglo XIX, el fenómeno ya existía con anterioridad. Los grandes descubrimientos del viaje que se dieron en el siglo XVIII fueron británicos en su origen, tal como las diversas revoluciones: industrial, agrícola, demográfica, bancaria y náutica; según las apreciaciones de Marc Boyer (p. 18).

[17] El "habitus" se define como un sistema de disposiciones durables y transferibles -estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes- que integran todas las experiencias pasadas y funciona en cada momento como matriz estructurante de las percepciones, las apreciaciones y las acciones de los agentes cara a una coyuntura o acontecimiento y que él contribuye a producir (Bourdieu, 1998, p. 54).

> incorporadas, como los habitus de clase (y, en particular, los sistemas de esquemas clasificadores) (Bourdieu, 1998, p. 100).

A este respecto, conviene ahondar en el concepto **sociabilidad** como objeto histórico y, en consecuencia, objeto de análisis. Para ello tomaremos los aportes de Maurice Agulhon, que analiza en su obra *Política, imágenes, sociabilidades* (2016) las tres acepciones para el término: en una primera aproximación, la sociabilidad explora la idea de humanidad, vinculada al carácter esencial del ser humano, que es la vida en sociedad. La segunda acepción hace referencia a la "cualidad de ser sociable", es decir, ir del adjetivo al nombre por sufijación, y refiere a la capacidad de relacionarse con otras personas. La tercera acepción refiere al comportamiento colectivo, se abre a la vez en los conceptos de *socialidad* y *socialización*, ellas refieren al vínculo social, las relaciones sociales, incluso el autor indica que socialidad define, retomando a Gottfried Leibniz, el "instinto general de la sociedad que podemos llamar filantropía en el hombre" (Agulhon, 2016, pp. 104-107), pero aborda además el tema de la "sociología del ocio".

Sostiene la tesis por la cual los comportamientos de sociabilidad, la manera de reencontrar al prójimo, de frecuentarlo, de asociarse con él; pueden ser objeto de análisis sociológico, es decir científico, porque "tienen características observables y estadísticamente comunes en el interior de una colectividad dada y, más profundamente, porque son reglamentados, convenidos y codificados" (pp. 108-109). Para el autor "estos códigos, reglas o costumbres son colectivos, evolutivos y variables, y esto es suficiente para ser un objeto histórico", de allí que la historia de la sociabilidad parte de "abordar (…) lo subjetivo a través de lo intersubjetivo" (p. 111).

De Elisa Pastoriza (2011), especialista en historia del turismo en nuestro país, tomamos la definición de **veraneo**, entendido como "la tendencia al ocio y la recreación mediante los viajes y conocimiento de diferentes ámbitos" (Pastoriza, 2011, p. 29). El veraneo implicó una invención de las clases altas que comprendió, para el caso de las riberas marítimas, "primero la contemplación y apropiación del paisaje costero para luego incorporar las rutinas de los baños" (p. 29). La autora sostiene que para el disfrute de las sierras y montañas se dio un proceso semejante. A medida que esta cultura fue alcanzando a nuevos sectores sociales, la práctica se extendió y el veraneo se tornó en turismo: "En los años veinte y treinta, de la mano de la democratización social, aparece el término turismo asociado a la apropiación de las clases medias de la cultura de la playa" (p. 30).

1.1.5. Consideraciones respecto del Territorio y del Paisaje

Es pertinente ahora incluir algunas aportaciones hechas en torno de la temática del **Territorio** por Claude Raffestin. Entendemos que la problemática detectada incluye las intervenciones materiales que operan sobre el territorio, según los intereses de los distintos

agentes que intervinieron en la conformación del destino turístico, dado que esta construcción se vislumbra tanto en el plano de las intervenciones tangibles como desde los actos simbólicos.

El autor define las tensiones entre diversos actores sobre un territorio, en relación con el ejercicio del poder, y es a partir de esta lente que despliega su mirada sobre esta temática, en el libro *Por una geografía del poder* (2011). En este sentido reflexiona sobre el modo en que las relaciones centro-marginalidad se basan en el ejercicio del poder. Continúa afirmando que las objetivaciones del espacio son a su vez procesos sociales, a partir de códigos o sistemas sémicos, por lo cual "los límites del espacio así definido son los límites que el sistema sémico utiliza para representarlo" (Raffestin, 2011, p. 102).

El poder constituye en Raffestin una fuerza direccionada: se plasma sobre las poblaciones, los territorios y los recursos, por cuanto se origina y fluye entre los primeros, tiene lugar en los segundos y se disputa en términos de los terceros. En otras palabras, el poder nace en la población porque en ella radica la capacidad de transformación, se contextualiza en el territorio y genera disputas en torno a los recursos. Para el autor, el territorio es un espacio "en el que se ha proyectado trabajo, energía e información y que, en consecuencia, revela relaciones marcadas por el poder". El espacio es la "prisión original"; a su vez el territorio "es la prisión que los hombres se dan a sí mismos" (p. 102).

Así entendido, el territorio constituye un espacio transformado en base al trabajo, trabajo inserto en relaciones sociales, relaciones sociales que dibujan relaciones de poder. Para Raffestin, el territorio es sujeto de representaciones, pero no en el sentido de réplicas exactas del espacio, sino en tanto recorte particular gestado en base a los códigos disponibles, a las intenciones del actor y a su realidad material; representaciones por tanto parciales, situadas o egocéntricas. En definitiva, el actor que representa, no representa el espacio, sino un espacio que él mismo ha construido y sobre cuya base se erige el territorio, como espacio apropiado. En este sentido, afirma:

> El espacio representado ya no es más el espacio, sino la imagen del espacio o, mejor aún, del territorio visto y/o vivido. El espacio se convierte en territorio de un actor desde el momento en que éste se inserta en una relación social de comunicación (Raffestin, 2011, p. 104).

Para el autor la construcción del territorio no se agota allí, sino que demanda prácticas espaciales. Para graficar este proceso, recurre a los axiomas de la geometría euclidiana, dando origen al **sistema territorial**, a partir de tres componentes fundamentales: la superficie o el plano, la línea o recta y el punto o el momento del plano. Propone en la construcción de este sistema la implantación de retículas que articulan los puntos (todos o algunos) en una red. O bien, aclara que el actor que interviene en estos procesos "puede escoger unir ciertos puntos, asegurando entre ellos la continuidad

mediante un sistema de uniones o, por el contrario, impedir que ciertos puntos se unan entre sí, construyendo un sistema de desuniones" (p. 105). En este esquema así concebido, se podrían inscribir entonces tantas imágenes territoriales como objetivos intencionales diferentes hubiese. En otras palabras, estas prácticas espaciales expresan la intención de cada actor y sus superficies marcan los límites y fronteras, definiendo poderes intervinientes en el contexto de la trama. A su vez, los puntos sitúan la construcción de ciudades y pueblos mientras que las redes expresan las vinculaciones entre aquellos.

El autor avanza al abordar el concepto de territorialidad, noción atada al territorio pero que al mismo tiempo lo excede, porque incluye las relaciones sociales que se establecen con otros y que pueden ser de clase o de nacionalidad, entre muchas otras. Queda definida como un "conjunto de relaciones que nacen en un sistema tridimensional sociedad-espacio-tiempo, con miras a alcanzar la más grande autonomía posible que sea compatible con los recursos del sistema" (p. 113). Para Raffestin, la territorialidad se inscribe en el contexto de la producción, del intercambio y del consumo de cosas; cualquier producción del sistema territorial determina un consumo del mismo sistema, es decir, segmentaciones, nudosidades y redes que crean vecindarios, accesos, convergencias, pero también disyunciones, rupturas, y alejamientos que deben asumir los individuos y los grupos.

El acercamiento de este tema con el de **paisaje** lo propone Gilberto Giménez (2001), quien sostiene que el territorio es el espacio apropiado por un grupo social para asegurar su reproducción y la satisfacción de sus **necesidades vitales**, advirtiendo que pueden ser **materiales** o **simbólicas**: la apropiación del espacio puede comprenderse en la consideración de estas dos variables: prevalentemente utilitaria y funcional o simbólico-cultural. Por ejemplo, cuando se considera el territorio como mercancía generadora de utilidades (valor de cambio) o fuente de recursos, medio de subsistencia, ámbito de jurisdicción del poder, área geopolítica de control militar, abrigo y zona de refugio, etcétera, se está enfatizando el polo utilitario o funcional de la apropiación del espacio. En cambio, cuando se le considera lugar de inscripción de una historia o de una tradición, la tierra de los antepasados, recinto sagrado, repertorio de geosímbolos,[18] reserva ecológica, bien ambiental, patrimonio valorizado, solar nativo, paisaje al natural, símbolo metonímico de la comunidad o referente de la identidad de un grupo, se está destacando el polo simbólico-cultural de la apropiación del espacio.

[18] Giménez se apoya en Joël Bonnemaison (1981) para definirlos como "un lugar, un itinerario, una extensión o un accidente geográfico que por razones políticas, religiosas o culturales revisten a los ojos de ciertos pueblos o grupos sociales una dimensión simbólica que alimenta y conforta su identidad" (citado por Giménez, 2000, p. 33).

El paisaje pertenece en Giménez al orden de la representación y de la **vivencia**. Como todo territorio, el paisaje también es construido, es decir, como resultado de una práctica ejercida sobre el mundo físico.[19] Giménez define el paisaje como:

> (…) un punto de vista de conjunto sobre una porción del territorio, a escala predominantemente local y, algunas veces, regional. En esta definición se enfatizan dos aspectos: en primer lugar, la idea de algo que se ve, de una realidad sensorialmente perceptible, en contraposición a los territorios ideales o de muy pequeña escala, inaccesibles a nuestra mirada y a nuestro aparato perceptual; en segundo lugar, la idea de un «conjunto unificado», es decir, de una multiplicidad de elementos (peculiaridades del relieve topográfico y del hábitat, boscosidades, lugares de memoria, objetos patrimoniales, jardines, etcétera) a los que se confiere unidad y significación (Giménez, 2001, p . 9).

La aproximación que este referente hace al tema del paisaje es central en nuestro estudio, dado que entiende, de acuerdo con la definición precedente, la existencia de paisajes rurales o agrícolas, de paisajes urbanos, suburbanos o "rurbanos", de paisajes industriales, de paisajes turísticos, entre otros. El turismo es una actividad consumidora de paisajes por excelencia, afirma el autor. Sostenemos en nuestra Tesis, que es también una actividad productora de paisajes. Y que indefectiblemente el desarrollo turístico tiene una componente territorial, en la medida que se incorporan continuamente nuevos sub-destinos en el entramado provincial, conforme van mutando las prácticas.

Así entendido, el paisaje puede ser en Giménez "*imaginario* (el Edén, el Dorado), *real* (la imagen sensorial, afectiva, simbólica y material de los territorios) o también *artístico* (la pintura paisajística a partir del Renacimiento, la descripción del paisaje en la literatura, la descripción fílmica del mismo, etc.)" (Giménez, 2001, p. 9). El paisaje asume dos funciones primordiales, primero sirve como símbolo metonímico del territorio no visible en su totalidad, segundo señala la diferenciación y el contraste entre los territorios en diferentes niveles de la escala geográfica, destacando su supuesta personalidad o tipicidad. A la luz de estas funciones es posible comprender ciertas prácticas espaciales frecuentemente generadas desde el poder en nombre del nacionalismo, como "la selección de algunos paisajes particulares como característicos del territorio nacional (…)" y "la creación de grandes parques nacionales como modelos reducidos, protegidos e idealizados del territorio de ciertos estados", o bien "la selección de corredores o litorales turísticos en función del carácter especialmente pintoresco, estético o catárquico de sus respectivos paisajes" (p. 10).[20] En tanto espacio concreto cargado de símbolos y de

[19] Esta visión del paisaje lo acerca a Joan Nogué, en tanto "los paisajes se construyen socialmente en el marco de un juego complejo y cambiante de relaciones de poder, esto es de género, de clase, de etnia… de poder en el sentido más amplio de la palabra. La «mirada» del paisaje es extraordinariamente compleja y en ella interactúan muchas identidades sociales diversas, y no sólo eso, sino que también influyen factores tales como la estética dominante en un momento y lugar determinados" (Nogué, 2007, p. 13).

[20] En línea con esta postura, Tedeschi (1972), distingue dos tipos de paisaje: el paisaje natural y el paisaje cultural. El *paisaje natural* es "el ambiente más general en que están situados el hombre y los edificios que construye y en los cuales vive" (p. 29). Para el autor, un paisaje puramente natural raras veces se ofrece al observador, entonces se entiende por paisaje natural aquel en que las formas naturales dominan con respecto a las culturales y se imponen. Respecto del *paisaje cultural*, lo

connotaciones valorativas, el paisaje funciona como referente privilegiado de la identidad socio-territorial.

Respecto de sus modos de existencia, Giménez se apoya en Pierre Bourdieu para afirmar que el capital cultural puede existir bajo tres formas: en estado incorporado en forma de *habitus*, en estado objetivado en forma de bienes culturales (patrimonio artístico-monumental, libros, pintura, etc.) y en estado institucionalizado (como la cultura escolar legitimada por títulos, prácticas rituales institucionalizadas, etc.). Giménez reduce esta trilogía a una dicotomía y llama **formas objetivadas de la cultura** a los dos últimos estados y **formas subjetivadas** o "interiorizadas" al primero (Giménez, 2000, p. 33). Esta clasificación analítica permite asociar los términos de cultura y territorio. En una primera dimensión el territorio constituye por sí mismo un "espacio de inscripción de la cultura" y, por lo tanto, equivale a una de sus formas de objetivación. Así, los bienes ambientales, como las áreas ecológicas, los paisajes rurales, urbanos y pueblerinos, los sitios pintorescos, las peculiaridades del hábitat, los monumentos, la red de caminos y brechas, los canales de riego y cualquier otro elemento de la naturaleza antropizada deben ser considerados también como bienes culturales.

1.2. Marco metodológico

Se propone un abordaje fundamentalmente cualitativo para la recolección y análisis de datos. Tomando a Sautu *et al*. (2005) como referente, encuadramos la investigación desde lo macrosocial, que en un plano general tiene como propósito "abordar el estudio de la estructura social, de las instituciones, las sociedades y sus culturas, incluyendo cuestiones vinculadas a los procesos históricos; mientras que el enfoque microsocial tiene en cuenta la experiencia individual y la interacción social que son las fuentes de creación de significados y de bases para la acción concertada y creación y recreación del orden social". [21]

Adherimos al modelo narrativo-histórico, que entiende "el estudio de las sociedades, sus culturas y el cambio histórico a partir del análisis de datos secundarios agregados y fuentes documentales. Los procesos macrosociales tienen un carácter explicativo y determinan la organización social microsocial y los comportamientos individuales" (Sautu *et al*., 2005, p. 53). Los autores sostienen que los esquemas narrativo-históricos de investigación macrosocial se proponen comprender los procesos sociales en

desarrolla partiendo de la díada arquitectura-sociedad, y considera que su expresión más rica se presenta en la ciudad. Sin embargo, desde una mirada más general sobre el tema considera que las formas de ese paisaje cultural están vinculadas con tres factores centrales: la población, la habitación, la producción y las comunicaciones.

[21] La decisión teórica que define el recorte de la realidad que realiza la investigación sostiene que el mismo está contenido ya sea en las teorías generales de la sociedad, de la organización social y de su reproducción y cambio; o en las teorías de la interacción social o del comportamiento de personas y su inserción social. Este recorte se basa en la distinción analítica entre perspectivas macrosociales y microsociales realizado por Ruth Sautu *et al*. (2005, pp. 51, 52).

forma coherente e integrada a partir de un marco analítico argumental que postula una determinada relación entre procesos sociales, políticos y económicos. Esta argumentación responde a un modelo lógico-histórico en el cual los procesos antecedentes se postulan como determinantes o activantes de otros procesos o fenómenos vinculados y subsecuentes en el tiempo histórico. Este modelo permite mirar a la sociedad y la economía como fenómenos vinculados entre sí en un contexto histórico-político. Este contexto histórico político se leerá en nuestro trabajo a partir de un diseño longitudinal que aborde la evolución del fenómeno del turismo y las arquitecturas asociadas a lo largo del tiempo, en el período comprendido entre 1884 y 1955.

En cuanto a las fuentes de información, el *estudio narrativo-histórico* según Sautu (2003, pp.91, 92), se nutre de:

- Documentos oficiales: normas, leyes, fundamentación, debates parlamentarios, proyectos, propuestas y discursos.
- Documentos privados de carácter público: estatutos, debates, publicaciones, proyectos, solicitudes de organismos privados.
- Prensa (diarios, revistas), material bibliográfico publicado.
- Materiales de archivos públicos y privados.
- Documentación cartográfica (mapas y planos)
- Expedientes municipales, expedientes provinciales, expedientes nacionales de reparticiones públicas con injerencia en la obra pública y privada.
- Audiovisuales y objetos materiales: fotografías, films, videos, pinturas, pósteres.
- Objetos materiales: edificios, esculturas, espacios urbanos.

Si la investigación documental no es estadística, nos servimos de los documentos para:

- Elaborar los fundamentos de un proyecto.
- Preparar diagnósticos/descripciones sobre la base de estudios ya realizados (meta-análisis).
- Introducir históricamente un área-problema y/o elaborar el contexto histórico institucional de una investigación.

Como fuentes de la investigación, Miguel Valles (1999) se apoya en Keith MacDonald y Colin Tipton (1993) para armar la clasificación de la variedad de documentos escritos típicos de la investigación social: documentos oficiales de las administraciones públicas, prensa, papeles privados como cartas, diarios, memorias, material biográfico.

Agrega que los documentos visuales de los que puede echarse mano para la obtención de datos son básicamente las fotografías, pinturas, esculturas, y obras de arquitectura (p. 121 y ss.). A estas últimas haremos referencia en los apartados siguientes. Para completar la variedad de fuentes de las que puede echarse mano, refiere a la clasificación de Amparo Almarcha et al. (1969), que consideran documentos literarios (obras literarias en general, publicaciones periódicas, revistas, boletines), documentos numéricos (estadísticas, censos, resultados de encuestas) y documentos audiovisuales (fotografías, filmes, cintas magnetofónicas). Finalmente, el autor recurre a Ian Hodder (1994) para incorporar a estos componentes de "evidencia muda" (documentos escritos o artefactos de la cultura material), los testimonios de la palabra hablada.

En nuestro trabajo recurrimos a un método ampliamente difundido en las investigaciones cualitativas, consiste en el **análisis del contenido** de documentos (como técnicas tomaremos el **análisis de documentos escritos** y de la **fotografía histórica,** que proveen las herramientas necesarias para la producción de la evidencia empírica). El análisis de contenido "pretende inferir de él consecuencias relevantes de naturaleza psicológica, sociológica, política, histórica, etc. sobre el origen, destino y aspecto de los mensajes" (Sierra Bravo, 1997, p. 288), a partir de "observar y reconocer el significado de los elementos que forman los documentos (palabras, frases. etc.) y clasificarlos adecuadamente para su análisis y explicación posterior" (p. 288). La siguiente tabla (Tabla 1) busca resumir de manera gráfica las teorías desde las que observamos nuestro objeto de estudio, las categorías de análisis que de ellas se desprenden y puntualmente los instrumentos metodológicos para el abordaje.

1.2.1. El estudio de fuentes secundarias

Dentro de las fuentes secundarias más usuales, María de los Ángeles Cea D´Ancona (1996) distingue entre los datos "brutos" elaborados por distintos organismos (públicos y privados) para sus propios propósitos, como los provenientes de publicaciones. El listado, según la autora, incluye:

- Datos no publicados, elaborados por organismos públicos y privados, relativos a su actuación.
- Datos publicados por organismos públicos y privados: estadísticas e informes.
- Investigaciones publicadas en libros y revistas.
- Investigaciones no publicadas.

Las formas de abordar estas fuentes varían desde la revisión de investigaciones, que permite obtener una síntesis del conocimiento existente sobre un tema específico; el metaanálisis, definido como el análisis estadístico de los hallazgos de diversos análisis individuales y el análisis secundario. El análisis secundario permite integrar distintas fuentes o volver a analizar los datos de una única fuente. Posibilita la realización de estudios comparativos o análisis de tendencias (Cea D´Ancona, 1996, p. 222).

Las técnicas más usuales para abordar este tipo de fuentes consisten en el análisis de la información, a partir de una lectura analítica, o por medio del análisis de contenido de los documentos, previa evaluación de las fuentes consultadas en base a cuatro criterios: autenticidad del documento consultado, credibilidad de los datos y de la fuente consultada, representatividad respecto del conjunto de documentos existentes y finalmente su significado aparente y profundo, a partir de un análisis estructural o interpretacional.

TEORIA	AUTORES	CATEGORÍAS	TECNICAS
REPRESENTACIONES SOCIALES	Moscovici	Conciencia colectiva Objetivación-Anclaje	+Análisis de documentos escritos +Análisis fotográfico +Análisis histórico
	Jodelet	Significados	
	Banchs	Visiones de mundo- sistemas de creencias Cuestiones simbólicas R. hegemónicas	
HISTÓRICO-ARQUITECTÓNICA	Waisman	Edificio como documento histórico Lenguaje arquitectónico Tipo	+Observación directa +Análisis de documentación arquitectónica-mapas-planos +Análisis fotográfico +Análisis morfo-tipológico +Análisis comparativo
	Zevi	Espacio interior-Forma-Contenido Cuestiones Psicológicas Unidad-Simetría-Equilibrio-Contraste-Proporción-Escala	
SEMIÓTICA	Eco	Significado en Arquitectura: connotación-denotación Códigos arquitectónicos Mensaje	+Análisis de documentos escritos +Análisis fotográfico +Análisis morfo-tipológico
TURISMO	Boyer	ocio-turismo-viaje-veraneo *gate keepers-stars*	+Análisis de documentos escritos +Análisis fotográfico
	Pastoriza	tiempo libre-veraneo	
TERRITORIO Y PAISAJE	Raffestin	Sistema Territorial	+Análisis documentación arquitectónica-mapas-planos +Análisis de documentos escritos +Análisis fotográfico
	Giménez	Paisaje imaginario-paisaje real-paisaje artístico Formas objetivadas y subjetivadas de la cultura	

Tabla 1
Teorías, autores, categorías y técnicas.
Fuente: elaboración del autor.

1.2.2. El estudio de las Representaciones Sociales

Maricela Perera Pérez (2003) postula la tesis de la complejidad en el abordaje de las RS, dado que constituyen “una formación subjetiva multifacética y polimorfa, donde fenómenos de la cultura, la ideología y la pertenencia socio estructural dejan su impronta; al mismo tiempo que elementos afectivos, cognitivos, simbólicos y valorativos participan en su constitución” (p. 8). Aun así, es posible acceder a la información que permite construir las RS. Ellas están formadas por elementos simbólicos, fundamentalmente verbales o escritos dotados de significado y sentido personal. En palabras de la autora, “son producidos en las prácticas sociales de los grupos y devienen en objeto focal del trabajo de investigación concreta”. De allí que su abordaje, en el pensamiento de esta autora, se sustente en el material discursivo.

Los repertorios lingüísticos o universos semánticos producidos por los sujetos contienen aspectos cognitivos, simbólicos y afectivos, dan sentido y direccionalidad a la representación, a la vez que se constituyen en los elementos que permiten construir una representación. No obstante su importancia, esta autora aclara que los discursos no deben erigirse expresión directa y vertebradora de las RS. Ellos son vehículos de estas y corresponde al investigador construirlas en un cuidadoso y complejo proceso de análisis en aproximaciones sucesivas (Perera Pérez, 2003).

La autora se apoya en el trabajo del brasilero Celso Pereira de Sá (1998), quien sugiere para iniciar una investigación en RS:

1) Enunciar exactamente el objeto de representación que se ha decidido estudiar, descartando la influencia de las representaciones de objetos muy cercanos al de nuestro interés.
2) Determinar los sujetos –en términos de grupos, poblaciones, estratos o conjuntos sociales y grupos– en cuyas manifestaciones discursivas y comportamientos estudiaremos la representación.
3) Determinar las dimensiones del contexto sociocultural donde se desenvuelven los sujetos y grupos, sus prácticas sociales particulares, redes de interacción, instituciones u organizaciones implicadas, medios de comunicación al acceso de los grupos seleccionados, normas o valores relacionados con el objeto de estudio, etc.

1.2.3. El abordaje de la obra de arquitectura

Por medio de la observación directa e indirecta de la obra de arquitectura, (disciplinada, al decir de Juan Ignacio Piovani, 2010) en tanto que sistemática, constante, aferrada a ciertas reglas o procedimientos, orientada teórica y metodológicamente por la

disciplina científica (Piovani, 2010, p. 192), tendremos una aproximación a las variables más relevantes que caracterizan su materialidad. En palabras de Sierra Bravo, “los objetos de toda clase (…) tienen un valor documental en cuanto son restos producto de una sociedad determinada, cuya naturaleza, organización y nivel de desarrollo reflejan” (1997, p. 283). Parafraseando al autor, el valor de la observación documental es insustituible en los estudios de carácter histórico sobre fenómenos sociales pasados. En el análisis primario de documentos, considera la relevancia de los documentos-objeto, a partir de los cuales se pueden abordar desde diversos aspectos y lograr de ese modo deducir circunstancias sociales y económicas con las que pueden estar relacionados. Apoyado en Maurice Duverger (1962), el autor distingue tres tipos de análisis: el material, que consiste en examinar externamente el objeto en sí mismo, el tecnológico, que atiende al uso práctico del objeto e indica el nivel técnico que supone, y finalmente el análisis simbólico, que se orienta a investigar los significados y valores que los hombres atribuyen a estos objetos (p. 287).

El análisis de un edificio como fuente requiere una clasificación en categorías que pongan de manifiesto estas cuestiones para cada ejemplo seleccionado, en función de a) su localización espacio-histórica, b) atributos propios y c) relaciones-nexos con entorno / otras unidades (Sautu *et al*., 2005, p. 81). En general, existen dos instrumentos que desde el ámbito de la crítica y la teoría facilitan el estudio histórico de los bienes. El primero tiene que ver con el **estudio tipológico**. El concepto de tipo constituye, en arquitectura, un instrumento con la fuerza de noción generalizadora, que permite alcanzar los rasgos más profundos y por tanto más permanentes de la disciplina arquitectónica (Waisman, 1993). En nuestro caso, interesa indagar en la evolución tipológica de los edificios, a lo largo del tiempo, atendiendo particularmente las persistencias y las innovaciones.

Desde el punto de vista funcional, el **lenguaje** (o estilo) puede emplearse como instrumento de pensamiento o como instrumento de comunicación. En el primer caso, el lenguaje está íntimamente ligado con las finalidades del pensador, y este deberá modelarlo en concordancia con sus objetivos. El lenguaje instrumento de pensamiento es en definitiva el lenguaje concretado en la obra, “cuyo proceso de gestación habrá contribuido a definir, al tiempo que se habrá definido a sí mismo, en el proceso de ajuste entre objetivos e instrumentos” (p. 95). En este razonamiento, las finalidades u objetivos del pensador pueden requerir un instrumento flexible o rígido, racional o pleno de valores intuitivos, cargado de significados o bien libre de referencias históricas, sociales, literarias, etc. Como instrumento de comunicación, el lenguaje “requiere una cuota de redundancia que sirva de base al receptor para entender la cantidad de información que se le propone” (p. 96).

Para el análisis del lenguaje y de los atributos connotativos de una obra de arquitectura, hemos distinguido las siguientes variables:

- referidas al edificio: año de construcción – comitente – corriente estilística – resolución tipológico-funcional – materiales de cubiertas – tecnologías constructivas, materiales predominantes – estructuras.

- referidas a la implantación en el terreno: ubicación geográfica – orientaciones – espacios de transición – áreas al aire libre (canchas deportivas/ de juego, piscina, *solárium*).

- referidas a los equipamientos: garitas de control, portales de acceso, caballerizas, quinchos, pistas de baile/de juego.

- referidas al diseño del espacio exterior: propuestas de paisaje (senderos, espejos de agua, pérgolas, desniveles, forestación), y su equipamiento (bancos, bebederos, fuentes, apeaderos, etc.).

- referidas a las instalaciones y servicios: teléfono – telégrafo – radio – provisión de agua caliente – calefacción – instalaciones sanitarias – baños termales.

Entendemos que la ideación de la arquitectura (como cualquier otro producto cultural) tiene una relación estrecha con su contexto mediato e inmediato, influido en primer lugar por los proyectistas y sus trayectorias, su formación académica, los conceptos que circulaban en reuniones internacionales en las que permeaban las tendencias del momento, las publicaciones escritas que comunicaban lo producido en torno del campo propio de la disciplina; todo ello enmarcado por la legislación vigente.

Respecto de la documentación arquitectónica, también se instituye como fuente de conocimiento: el abordaje minucioso de plantas, cortes, fachadas, planimetrías, detalles constructivos, planos de estructura, perspectivas y cualquier otro documento arquitectónico o constructivo permiten tener una idea acabada tanto de la obra como de su espacialidad, en tanto que estos elementos abstractos de la representación plana vehiculizan, en la lectura de cada una de las partes constitutivas, una configuración mental del espacio resultante tridimensional. Junto con esto, permiten profundizar en los usos sociales de la obra, las condiciones de producción, el entorno con sus respectivos usos y significados, el valor de la obra para sus coetáneos, etc. (Waisman, 1993, p. 19). Como complemento, la

fotografía resuelve el tema de la representación volumétrica del objeto arquitectónico, da idea de la escala, aun cuando el punto de vista del observador, que tiene carácter estático, impide llevar adelante el ejercicio de tomar sucesivos puntos de vista, que es la acción que ejercemos al movernos dentro y en torno al edificio. Aun así, adquiere el valor de síntesis del conjunto.

1.2.4. El análisis de documentos escritos

Los documentos escritos, tienen la ventaja de "portar" las ideas que de una u otra manera han circulado e influido en un grupo social, en un tiempo determinado (Almarcha, A. citado por Valles, 1999, p. 121). El abordaje que proponemos para estos documentos (oficiales, prensa, crónicas, etc.) es básicamente el de su lectura e interpretación, entendida ésta como el intento por comprender el documento en el contexto de las condiciones (materiales, sociales, etc.) de su producción y de su lectura (p. 136). Para lograr este objetivo nos apoyamos en la Teoría del Discurso, desde la ampliación metodológica propuesta por Arturo Roig.[22] Roig sostiene que "el lenguaje es un reflejo que contiene, de manera mediatizada, la realidad social misma" (Roig, 1993 p. 108), es un hecho histórico, manifestación de una sociedad dada. Al ser una realidad compuesta por signos, que son a la vez y necesariamente significados y significantes, no puede ser analizada únicamente desde las estructuras formales. De esta afirmación surgen las "búsquedas metodológicas" del filósofo que incorporan elementos venidos desde la Lingüística, la Semiótica y la Teoría de la Comunicación para el análisis de un texto.[23]

El lenguaje, dice Roig, se organiza a partir de un nivel primario, el del lenguaje cotidiano. Esto, hace que el lenguaje posea un aspecto cualitativo particular: el axiológico, que es el que permite ver la naturaleza conflictiva de la realidad social. De ahí se desprende para el autor, que exista un "discurso político"[24] no siempre explícito, pero sí presente en la totalidad de las manifestaciones discursivas del lenguaje de una comunidad. Cada comunidad posee un "universo discursivo" (Roig, 1993, p. 110), que es la totalidad discursiva posible de un grupo social que tiene por fuente la facticidad social, y el texto, es una de tantas manifestaciones de ese universo. No hay un solo discurso, aun cuando haya formas dominantes, sino una diversidad de discursos como consecuencia de la realidad. En función de esto, todo texto en tanto discurso supone un "discurso contrario", que difiere del primero en su naturaleza axiológica. El "discurso contrario" puede no tener

[22] Algunos de los textos en los que Roig desarrolla la *Teoría del Discurso* son *Historia de las ideas, Teoría del discurso y pensamiento latinoamericano* (1993), pp. 105-163 y *La teoría del discurso y la investigación de lo ideológico* (s.a.), pp.9-23.
[23] Como modelo de aplicación de la *Teoría del Discurso* desarrollada por Roig, tomaremos la tesis doctoral de Cecilia Raffa, publicada con el nombre *Plazas fundacionales. El espacio público mendocino entre la técnica y la política: 1910-1943* (2016).
[24] Lo político es tomado aquí como "toma de posición en relación con las diversas manifestaciones conflictivas sobre las que se organizan las relaciones humanas" (Roig, 1993, p. 109).

manifestaciones discursivas, pero siempre forma parte del contexto inmediato del discurso propiamente dicho y sirve para decodificarlo.

El autor entiende que es posible leer lo ideológico en el texto y en particular en sus modalidades formales (p. 110). Para esta lectura, propone agregar dos funciones más a las ya señaladas por Roman Jakobson, que caracterizan la estructura del mensaje: una de "apoyo" y otra de "historización / deshistorización". La presencia de estas funciones permite denunciar esos "modos formales del discurso que son de naturaleza ideológica" (Roig, s. a., p. 13), categoría que incide en nuestro estudio en la vinculación entre arquitectura turística y RS.

El análisis de un texto dependerá tanto del texto mismo, como del tema que en él se desarrolla. Entre los aspectos que tendremos en cuenta para el análisis del discurso están:[25]

1. Quién habla (enunciador o emisor)
2. De qué se habla (enunciado)
3. A quién se habla (destinatario o receptor)
4. Identificación del "otro". Este punto está relacionado con el discurso y su destinatario. Ese destinatario puede tomar distintas características: a) Pro-destinatario: es positivo, comparte el discurso con emisor o enunciador. Forma parte del "nosotros"; b) Contradestinatario: es el adversario, el opositor. Esta excluido del "nosotros"; c) Paradestinatario: no está ni en favor ni en contra. El discurso busca captarlo.
5. Marcas de la situación contextual: a partir de la organización axiológica del discurso y de las entidades de enunciación.
6. Metacolectivos: son los fundamentos del discurso y pueden reconocerse como funciones del lenguaje (de apoyo y de historización- deshistorización).
7. Función utópica: está presente cuando puede identificarse una fase descriptiva y una proyectiva.
8. Tema, conflicto o debate que se plantea. Vinculación con otros temas, conflictos o debates (qué alude, qué elude).
9. Performatividad del discurso: eficacia simbólica como discurso de autoridad.
10. Datos históricos de la emisión del discurso (fecha, ocasión, etc.).

[25] Listado enunciado por Silvia Cirvini, citado por Raffa (2016, p. 15).

1.2.5. El análisis de la fotografía histórica

En la presente investigación el análisis de imágenes de fuentes diversas constituye un modo de acercamiento a la realidad social, material, política y económica del contexto. Así, el abordaje de la fotografía de obras de arquitectura, de paisajes, de situaciones de la vida cotidiana, entre otras, permitirá profundizar en las cuestiones referidas al lugar de la arquitectura y el paisaje en la construcción material y simbólica del destino turístico.

La fotografía se compone por mensaje, formato y soporte y se distingue por contener información, por transmitir conocimiento y por su intención comunicativa. La importancia adquirida por este medio como documento revelador de los elementos socioculturales de cada época o sociedad, como testimonio, prueba y evidencia de los aspectos de cada cultura, las costumbres, las tradiciones, la religión, la moda, los personajes principales, la vida cotidiana, ha trascendido los marcos del impacto del documento textual.

Siguiendo a Roland Barthes (1992), el análisis documental de contenido de las fotografías comprende dos niveles: el análisis morfológico (aspectos técnicos y compositivos de la imagen) y el análisis de contenido (el objeto fotografiado y los significados) (p. 51). La representación surgida del análisis documental de una fotografía no busca reemplazar la imagen, sólo consiste en un acercamiento al mensaje de la fotografía, por lo que se intenta que esta aproximación sea cada vez más cercana al documento original. Una fotografía puede tener tantos significados como espectadores o usuarios tenga, evidenciando la polisemia de la fotografía, por la multitud de significaciones que esta revela (Valle Gastaminza, 1999).

Es preciso, para la recuperación de la fotografía, el establecimiento de varios atributos. Ellos están relacionados con el autor y sus circunstancias (atributos biográficos), fecha de creación, lugar de realización, título, entre otros; con el argumento (atributos temáticos), se refiere tanto a lo objetivo que aparece en la imagen como a lo que ésta sugiere matizado por el aspecto subjetivo. En este análisis del contenido se conjugan tres aspectos: la denotación (lo que aparece en la fotografía), la connotación (lo que sugiere la fotografía) y el contexto (en el que se produce la fotografía) (Barthes, 2009, p. 121).

La denotación implica la lectura descriptiva de la imagen fotográfica, situándola en un marco de referencia; de acuerdo con los presupuestos de la semiótica, se desprende de la relación directa entre un significante y un significado, entendiéndose por significado denotado el contenido evidente tanto para el emisor como para el receptor; la connotación refiere a lo que aparece implícitamente en la fotografía, lo que sugiere, condicionado por la subjetividad del espectador y el contexto hace alusión al ambiente, al medio.

1.2.5.1. Estrategias de interrogación de la imagen fotográfica: la Gramática de Casos

Según Valle Gastaminza (2002), la Gramática de Casos permite analizar el contenido de una fotografía a partir de la acción principal que se desarrolla en ella. El autor se apoya en la propuesta de Antonio García Gutiérrez (1990), a partir del trabajo de Isabel Cunha sobre los estudios de Charles J. Fillmore y Bernard Pottier (García Gutiérrez, 1990, pp. 73-86).

En este estudio el autor parte de un modelo teórico que cumple el paradigma del proceso documental integrado por cuatro operaciones: el análisis, entendido como metodología de reconocimiento, a través del cual se somete a la información a unas técnicas de decodificación que responden al análisis documental; la síntesis, cuyo resultado es la transformación de un texto en otro más reducido; la representación, que afecta tanto a las acciones y conceptos como a sus funciones enunciativas; y la recuperación, objetivo último de la investigación (Valle Gastaminza, 2002, p. 170). En primer lugar, el análisis se centra en la acción principal:

- ¿Qué ocurre? ¿Cuál es el acontecimiento fundamental? Su papel es servir de vértice organizador a todos los demás casos conceptuales.
- Muchas fotografías giran en torno a una acción y, como regla general, todas las acciones explicitadas en un texto son subsumibles en otra más amplia. Si no lo fueran podrían tratarse como micro imágenes independientes.
- En los retratos no hay acción propiamente dicha o más bien la acción es el hecho de posar para la cámara.
- En los paisajes la acción es la propia existencia, la vida.

Luego se consideran siete instrumentos de análisis y dos modificadores:

1) Agente. Categoría que abarca seres vivos, humanos, animales o vegetales, microorganismos, instituciones como representaciones o colectivos humanos y, eventualmente, personificaciones y entes espirituales que desarrollen o ejecuten o sufran una acción.

2) Objeto. En realidad, es el mismo instrumento Agente, referido a cosas o entidades no vivas que directamente desencadenen o sufran acciones.

3) Instrumento. Herramienta o medio a través del cual se ejecuta la acción.

4) Modo. Procedimiento general o especializado y voluntario, utilizado en la realización de la acción.

5) Causa. Pueden ser causativos: 1) Los motivos inmediatos, 2) los antecedentes y 3) los contextos generales en los que la acción se inserta, aunque estén implícitos.

6) Lugar. Noción espacial o contexto geográfico en el que tiene lugar la acción.

7) Tiempo. Noción temporal o contexto cronológico si fuera necesario, en el que tiene lugar la acción.

A) Situación. La situación es involuntaria, atributiva y afecta física o psíquicamente a los actantes. ¿En qué situación se encuentra el Agente/Objeto?

B) Asociativo. Caso secundario referido a acompañantes o elementos subsidiarios, nunca protagonistas directos, de los agentes y los objetos. ¿Con quién / qué se encuentra el agente / objeto?

Para la aplicación de esta técnica de análisis, seguimos a María José Fitz Canca (2001), quien plantea la necesidad de incluir otros campos de descripción a los que la Gramática de Casos no aplica. El primero de ellos se vincula al instrumento “Objeto”. En aquellos casos en los que esos objetos no funcionan como “Agente” u “Objeto”, sino que responden a la interrogación de otras acciones no analizadas por haber sido consideradas secundarias, entonces se asume que el objeto en el documento no tiene vinculación con ninguna acción: por ejemplo, los edificios que suelen aparecer como fondo de la fotografía (p. 239). El instrumento “Objeto” se desglosa en “Objeto” como enunciador del acusativo, y “Paciente” como agente que sufre la acción. Agrega el instrumento “Producto”, que refiere a un beneficio o perjuicio, o consecuencias y efectos concretos de la acción. El instrumento “Locativo”, de especial importancia en la presente Tesis, se desglosa según la autora en “Locativo de lugar”, a su vez dividido en lugar físico, lugar demarcado y lugar institucional; “Locativo temporal” y “Locativo situacional”. Concluyendo, Fitz Canca sostiene que el “Agente” no debe considerar sólo el agente humano que ejecuta la acción, sino que involucra todo individuo, colectivo o ente que represente a seres vivos o animales, que cumpla la función de sujeto.

2. CAPÍTULO II
El inicio del turismo en Mendoza (1884-1930)

2.1. Introducción

El origen del vocablo “turista”, en palabras de Boyer (2002, p. 14), se remonta a las prácticas de la alta sociedad burguesa de fines del siglo XVII y principios del XVIII, sobre todo en Inglaterra. Nace del concepto de *Grand Tour* que, como práctica que permitía distinguirse y diferenciarse de la clase proletaria, consistía en realizar un viaje de uno o dos años por los monumentos y ruinas de la antigüedad clásica. Este viaje no tuvo inicialmente un carácter pedagógico, sino que “posibilitaba la socialización con otros miembros de igual rango”. Posteriormente se incorporaron aristócratas y miembros de la nobleza del resto de Europa.

El espíritu del viaje, hacia el “descubrimiento de la Antigüedad y del renacer” quedaba plasmado en los diarios de viaje, que, junto con las guías para viajeros surgidos luego de la invención de la imprenta, indicaban:

> (…) cosas que hay que ver, los lugares y monumentos vistos, de manera que podemos pensar en una apropiación que nos recuerda a la de los peregrinos al tocar las reliquias. El viajero del XVI y, en seguida, el de los tiempos modernos y el turista de los siglos XIX y XX se sienten obligados a ver lo que debe ser visto, a anotarlo, a respetarlo (Boyer, 2002, p. 16).

La pintura en estos primeros tiempos registraba curiosidades y paisajes de los sitios que se visitaban, dentro de los cánones de belleza y los códigos culturales de la época. Por ejemplo, la pintura romántica tenía por objeto mostrar las ruinas de las civilizaciones antiguas. En esta prefiguración, la representación de los sitios o edificios está impregnada de una visión de mundo propia de ese momento histórico. Las pinturas reflejan escenas campestres o urbanas con cierto aire de melancolía, de apego al pasado, de ensoñación, con escenas más bien estáticas donde predomina el punto de vista del observador: “nada será visto in situ que previamente no haya sido admirado en pintura” (Boyer, 2002, p. 17).

Boyer se apoya en Alain Corbin para sostener su tesis de la relación directa entre el desarrollo de la civilización industrial y los grandes descubrimientos del viaje, ambos fenómenos británicos, que sustentan el concepto de “Revolución Turística” acuñado por él.[26] Cita como ejemplo el caso del balneario de Bath, que data de principios del siglo XVIII y surge cuando Richard Nash transformó una antigua instalación para “tomar las aguas” y convertirla “en un placer mundano bajo el decorado realizado por los arquitectos Wood”. Hacia 1740 el modelo termal es trasladado a las orillas del mar, con la creación de Brighton, lo que provocó el surgimiento de nuevas localidades competidoras en otros lugares de baño ingleses (Boyer, 2002, pp. 18, 19).

Ahora bien, ¿cuál es la visión del hombre moderno respecto de la montaña? De manera análoga a lo ocurrido con las costas marinas, el gusto por la montaña y su silencio

[26] Este concepto fue desarrollado en el capítulo 1: Marco Teórico y Metodológico.

se propaga durante el siglo XVIII. Saussure, en su *Voyage dans les Alpes*, cuenta el reposo y el profundo silencio de las alturas. Por su parte, Etienne de Senancour dedica en *Oberman* une serie de himnos al silencio de la montaña, a sus riachuelos silenciosos y al silencio solemne de los grandes valles (Corbin, 2019, p. 46). Los suizos, advierte Boyer, jugaron un importante papel al incorporar la exaltación de la montaña: el escalofrío de las gargantas, la idea de la Suiza mítica. Así, consagran nuevos lugares, se visitan lagos de montaña, cascadas y circos,[27] en particular de los Pirineos:

> (…) los viajeros paseaban por el lago Lemán con la guía Julie en la mano, declamaban versos y disfrutaban de las sensaciones esperadas después de tantas lecturas y dibujos vistos. Usaban los mismos epítetos: pintoresco (digno de ser pintado), sublime, grandioso, encantador, bucólico y, a finales del XVIII, romántico (Boyer, 2002, p. 20).

El autor rescata en ese momento el surgimiento de los deportes asociados a la escalada: el descubrimiento de los glaciares y la invención del Mont-Blanc "fueron novedades esenciales". A partir de 1740 el "deseo de la orilla" reemplazó el "temor al vacío", lo cual produjo un importante cambio de concepción que coincidió con la revolución de la sensibilidad montañera. Tal es así que los Alpes, más que los Pirineos y otros montes se convirtieron en un gran destino de verano. El esquí alpino (invención inglesa en Suiza) surge por el gusto por los deslizamientos sobre la nieve, práctica impensada antes de 1880. Los deportes de invierno comenzaron a distinguirse rápidamente de otras prácticas de montaña y "afirmaron una especificidad lúdica y elitista" (Boyer, 2002, p. 24), carácter que fue reforzándose con el paso del tiempo. La diferencia radica en la estación que propone la apropiación de la montaña para alcanzar el objetivo buscado: el invierno para la práctica del esquí y el verano para el ascenso hacia las cumbres. La captura del espacio de la montaña refiere a las raíces universales de las relaciones entre los conceptos de altitud, montaña, ascensión y experiencia religiosa, con muchas de sus claves catalogadas, según apunta Eduardo Martínez de Pisón (2012). Para el autor, existe un sentido "moderno" de la ascensión, impregnado de valores científicos, artísticos y exploratorios, que cubren cultural e ideológicamente todas las prácticas referidas al ascensionismo:

> (…) a la altitud corresponden conceptos de trascendencia y a la ascensión de progreso y crecimiento. En lo alto se encierran signos de lo bueno y ligero, de lo que vence el peso, de lo celeste; lo espiritual asciende; en cambio, la materia pesa y la vida ha de luchar contra tal peso. La elevación es, pues, una cualidad y la cima su logro, la victoria sobre los obstáculos materiales mediante un esfuerzo, su recompensa moral. Todo ello sacraliza la montaña y su ascenso (de Pisón, 2012, p. 10).

Mientras unos buscaban el reto de la distancia, cubriéndola con su balanceo y en el placer de encontrar lugares solitarios cubiertos de nieve; para escalar los cerros se debían vencer dificultades físicas, psíquicas, propias del terreno, con la recompensa que

[27] Refiere a los anfiteatros u hoyas naturales existentes entre las laderas de cerros contiguos.

ofrecía el deleite de las vistas panorámicas. Walton (2002) afirma que el desarrollo de este tipo de turismo "representaba una nueva evaluación de paisajes que hasta ahora habían sido objeto de desprecio por la mayoría de los viajeros que los habían comentado", por no parecerles fértiles ni productivos. Algo muy parecido ocurría con el mar y sus alrededores (bahías, acantilados, playas, pueblos pesqueros), que también habían parecido feos, estériles y peligrosos, "pero que desde los años treinta del siglo XVIII se convirtieron en lugares deseables y salubres, los cuales (como las montañas) evocaban sentimientos religiosos o pensamientos de lo sublime y lo trascendental" (Walton, 2002, pp. 74, 75).

Habiendo abordado un panorama más general de la historia del turismo, podemos adentrarnos en el desarrollo turístico de los Andes Centrales de Argentina, que tuvo su capítulo inicial con la implantación del hotel de Puente del Inca en 1903, "posiblemente uno de los primeros proyectos específicamente turísticos de la región" (Lacoste, 2003, p. 185). Pero, además del termalismo como práctica propia de la aristocracia finisecular, surgió paulatinamente el interés por los deportes invernales, que demandaban la incorporación de una "cultura de montaña" (Lacoste, 2004), coincidentemente con la revolución de la sensibilidad montañera enunciada por Boyer, aludida precedentemente. Los deportes de alta montaña convocaban a una "pequeña elite turística, formada por segmentos muy acotados en edad, estado atlético y espíritu de aventura" (Lacoste, 2004, p. 917). Por ello se hacía necesario prever otras actividades "que pudiesen contener a grupos turísticos más amplios".

El termalismo en un primer momento y luego las caminatas y cabalgatas para la contemplación de las bellezas naturales de la zona, constituyeron las primeras ofertas del turismo montañés en Mendoza. Con el tiempo, se incorporó el andinismo y la práctica de esquí. La sociabilidad se instauraba como el rasgo *distintivo* (Bourdieu, 1998) de las actividades en los enclaves de montaña (Figura 1), donde las elites "se reconocían, entablaban relaciones, contactos y redes profesionales y comerciales" (Lacoste, 2004, p. 918).

Figura 1

Estación del Ferrocarril Trasandino en Puente del Inca, 1910ca.
Fuente: Colección Alex R. Gulliver, Archivo Nacional de Chile.

La imagen precedente circuló como postal referida a la estación Puente del Inca, del ferrocarril Trasandino. Podemos observar que los personajes son en su mayoría varones. En general, tanto hombres como mujeres se observan muy bien ataviados (mujeres con sombreros, vestidos largos y chaquetas; hombres con sombrero y bastón). Destacan en la imagen los edificios ejecutados enteramente en piedra labrada. Es posible que la circulación de la imagen como tarjeta postal haya contribuido al anclaje de ciertas RS acerca de la montaña como nuevo espacio de ocio y de disfrute estético, sobre todo en las clases altas: la cordillera imponente, su belleza como paisaje, la idea de "aventura". Aspectos más que atrayentes para animar a los viajeros a embarcarse en la travesía, no ya en un contexto absolutamente hostil, sino dominado en buena medida por la presencia del tren, como factor decisivo en el transporte de mercancías y personas, lo que seguramente acercaba un grado de "modernidad" y confort más que aceptable a la experiencia. Por ejemplo, la posibilidad de llevar equipaje -vale decir, vestuario adecuado- y el traslado de alimentos, mobiliario y elementos de uso cotidiano a los hoteles de montaña gracias al tren. Los faroles a los costados de la vía indican asimismo un componente moderno destacado del lugar, en medio de la montaña que, a pesar de su ubicación geográfica y aislamiento, evidenciaba rastros de avances muy importantes. Hacemos nuestras las palabras de Jorge F. Liernur (2004): “dominado y civilizado, el territorio se convirtió en paisaje” (p. 35).

En cuanto al montañismo en general, su desarrollo en Argentina tuvo una primera etapa de la mano de inmigrantes europeos, que introdujeron las prácticas del Viejo Continente. Si consideramos estas prácticas desde la óptica propia de su contexto de emergencia, ajustada a la visión de esos primeros inmigrantes, debemos referenciar casi de manera obligada algunas pautas sociales –avaladas por el ámbito científico de entonces– que ensalzaban el poder curativo de las aguas y del sol, y promovían los beneficios del contacto con la naturaleza en su estado más puro. Estos atributos respondían a unos principios desarrollados por diferentes médicos desde finales del siglo XVIII, consistentes en otorgar una gran influencia e importancia al entorno social y ambiental en la génesis y evolución de las enfermedades, principios reunidos en torno del Higienismo.[28]

Larrinaga afirma que las principales hipótesis de este movimiento se sustentaban en la “falta de salubridad de las ciudades industriales, como en las pésimas condiciones de vida de los obreros fabriles como consecuencia de la Revolución Industrial puesta en marcha en Gran Bretaña en el último tercio del siglo XVIII” (2002, p. 166). Desde el ámbito

[28] Urteaga, L. (1980). Miseria, miasmas y microbios. Las topografías médicas y estudio del medio ambiente en el siglo XIX. *Geo Crítica: cuadernos críticos de geografía humana,* (29), s. p. [en línea] http://www.ub.edu/geocrit/geo29.htm

específico de la medicina, los higienistas se ocuparon del medio natural y de su posible conexión con los problemas patológicos del individuo. Así, “al amparo de la revolución científica que había tenido lugar en Europa durante el siglo XVII” (p. 166), fue precisamente en la centuria siguiente, en el seno de ese movimiento cultural denominado Ilustración, cuando la curación “por medio de las aguas minerales empezó a estudiarse de forma científica como una rama más de la medicina” (p. 166).

Dentro de esa corriente racionalista que caracterizó al siglo XVIII, distintos intelectuales y médicos se sintieron más atraídos por las ciencias útiles que por las puras especulaciones, publicando numerosos tratados sobre la bondad de las aguas, tanto minerales como marinas, según apunta Larrinaga. Pero, además, los progresos que se produjeron en el campo de la química “también contribuyeron decididamente a esta nueva valoración de las aguas minerales, precisamente por los análisis de las mismas, que tales avances permitieron” (p. 167). Semejantes análisis posibilitaban, según el autor, la valoración de la calidad de las aguas y contribuían al conocimiento de las mismas con vistas a la curación de una u otra enfermedad.

En España las topografías médicas constituyeron un instrumento privilegiado de propagación científica.[29] Lógicamente, la difusión social de estas obras fue muy limitada, por lo que, en un principio, sólo tuvieron eco “entre las capas más acomodadas de la población, aristocracia y burguesía adinerada, las cuales fueron las primeras en acudir a los establecimientos balnearios y a las estaciones turísticas costeras” (p. 167). Atendiendo a las recomendaciones médicas, este sector más acomodado de la sociedad española empezó a frecuentar estos centros con la firme creencia de que la ingesta de las aguas habría de resultar beneficiosa para su salud. La confianza en las propiedades curativas de las aguas minerales “era tal que incluso los pobres tenían derecho a tomarlas gratuitamente bajo prescripción médica y con un comprobante de su situación social” (p. 168).

Pero hacia finales del siglo XIX y principios del XX, el paradigma higienista entró en crisis. Una de las principales causas “radicó en que las medidas tomadas por las autoridades y los médicos fracasaron ante la elevada mortalidad originada a consecuencia de las enfermedades infecciosas” (p. 168). Por otro lado, “los adelantos que se habían producido desde el último cuarto del siglo XIX en la bacteriología y en la inmunología, gracias, principalmente, a los descubrimientos de Pasteur y de Koch, pusieron en un compromiso a la balneoterapia” (p. 169). Por ello, y entre otras razones, las motivaciones

[29] Las topografías médicas “son estudios de lugares geográficos concretos y de sus poblaciones, que se abordan desde una perspectiva higiénico-sanitaria y que comprenden, por regla general, la descripción física del punto —situación, clima, suelo, hidrografía— y la del entorno biológico —flora y fauna—; los antecedentes históricos, el temperamento físico y el carácter moral de sus habitantes, las costumbres, las condiciones de vida, los movimientos demográficos, las patologías dominantes y la distribución de las enfermedades. Y todo ello abordado con el fin de promover medidas para prevenirlas y remedios para tratarlas y mejorar el estado de salud de los individuos” (Solís, 2001, pp. 213, 214).

medicinales para asistir a los establecimientos termales fueron perdiendo fuerza paulatinamente, haciéndose cada vez más presente la idea del ocio y de la diversión.

En Argentina, el destino vacacional de las sierras o montañas reposaba sobre la misma idea del contacto con la naturaleza, “junto al imaginario de que esos paisajes producían tranquilidad a un turista que buscaba reposo y salud, no tanto diversión y entretenimiento”, apunta Pastoriza (2011, p. 81). La autora afirma que hacia el final del siglo XIX y principios del XX “se llevaron a cabo importantes inversiones que miraban a la creación de nuevos ámbitos. Los caminos de hierro posibilitaron un incipiente desarrollo turístico, lo que dio paso a una primera fase de creación de alojamientos y equipamientos” (p. 81). Pastoriza considera que el papel de las clases altas fue determinante, a la hora de promocionar un lugar. Con la difusión de las ideas higienistas, los sectores más adinerados empezaron a frecuentar las estaciones termales y los centros balnearios.

Las revistas y publicaciones periódicas se encargaron de asociar los destinos con el tratamiento de una dolencia particular: “las bondades del ambiente de las sierras cordobesas” eran apropiadas para las enfermedades pulmonares, “las playas marinas para los anémicos, la moderada altura de Tandil y la sequedad de La Rioja y Catamarca para los asmáticos” (p. 82). Para todas las patologías enumeradas, eran suficientes las curas hidro-minerales de las aguas termales. A fines de los años veinte se sostenía que un enfermo del sistema nervioso “podía ir a las termas de Río Hondo, Reyes o Cacheuta, a internarse a sus espléndidos hoteles. Para las neuralgias faciales se recomendaban las aguas de Inti, Rosario de la Frontera (Salta)”, La Laja y Puente del Inca” (p. 82), accesibles por las vías del tren. Para las dolencias estomacales, continúa la autora, estaban las termas de Reyes, Aguas Calientes, Candelarias, Cacheuta y Puente del Inca.

Prácticamente en todos los casos, los equipamientos necesarios para el descanso terapéutico y el ocio mundano se dieron en el marco de lujosos establecimientos, con todo el confort y los últimos adelantos tecnológicos en sus servicios. En este sentido, podemos enumerar una serie de “grandes hoteles” que marcaron el pulso de la sociabilidad de fin de siglo, vinculados en mayor medida con la cura y tratamiento de enfermedades: Hotel Puente del Inca (1903) y Hotel y Balneario Termas de Cacheuta (1890-1913) en Mendoza, Hotel Casino Termas Rosario de la Frontera en la localidad homónima (1886-1896), Bristol Hotel en Mar del Plata (1886-1888), Boulevard Atlántico en Mar del Sud (1889-1891), Tigre Hotel en Tigre (1890 ca.), Hotel Edén en La Falda (1897-1898), Club Hotel de la Ventana en Sierra de la Ventana (1904-1911), Plaza Hotel en Buenos Aires (1907-1909), Hotel Sierras en Alta Gracia (1908) y Hotel Continental en Empedrado (1913) (González y Leloutre, 2020, pp. 12, 13).

El surgimiento de estos grandes hoteles, en palabras de Mercedes González y Santiago Leloutre, se dio en un contexto de contrastes entre “los avances arrolladores y las precariedades existentes” que podían observarse en ese momento a lo largo del territorio nacional. La vocación modernizadora, perseguía un propósito explícito de ver, conocer y dominar los territorios anexados pero que aún eran considerados vacíos o vírgenes. Cabe destacar que, aun en un momento en que eran reconocidos los grandes viajes de las elites locales a Europa, “esto no significó un desinterés por las propuestas que iban naciendo en el territorio nacional” (pp. 12, 13), sino todo lo contrario: ver y ser visto en estos nuevos lugares de ocio distinguido pasó a ser parte de la sociabilidad obligada de ese estrato social. Tanto para localizaciones en entornos más o menos suburbanos, pero ya consolidados; como para los emprendimientos que buscaron decididamente instalar un destino o concepto, los complejos edilicios se instauraron como “la síntesis de ambas improntas”: una más citadina, asociada al confort, la diversión, el lujo, la reunión; y otra más exótica, asociada al territorio virgen, vinculada a conceptos como la convalecencia, la recuperación y la aventura.

Este capítulo se divide en dos partes. La primera, problematiza la construcción material, social y simbólica de la montaña como destino turístico. Para ello analizamos la evolución de las RS en torno de la montaña, y los cambios graduales que suscitó la ocupación del espacio, fundamentalmente de la mano del ferrocarril. Los poblados fronterizos y los hoteles termales de Puente del Inca, Cacheuta y Villavicencio conforman los jalones que nos permitirán adentrarnos en el derrotero del termalismo entre fines del siglo XIX y las primeras décadas del XX. Cabe aclarar que, si bien la dinámica de cambio del caso Villavicencio respondió a condicionantes diferentes a las de los otros ejemplos, dado que su incorporación a la oferta termal fue tardía y se adaptó a las particularidades que le imprimió el camino carretero, igualmente se instituyó como destino destacado del ocio y el termalismo en el itinerario al vecino país de Chile, partiendo de Mendoza por la variante Norte.

En la segunda parte, nos abocamos a explorar las variables que entraron en juego para la consolidación turística de la ciudad, tanto desde la acción de empresas familiares o personajes aportados por la inmigración, como por la intervención del Estado, circunstancias que fueron conformando una pequeña, pero estable, oferta de alojamientos urbanos, que indagamos en sus aspectos simbólicos y materiales.

Parte 1
La montaña como destino turístico.

2.2. El ferrocarril y la modernización [30] turística de los Andes centrales: Representaciones Sociales y hoteles termales

Al igual que en el caso europeo, existen en Mendoza desde el siglo XVI, testimonios de viajeros y cronistas que registraban curiosidades y paisajes locales: Rugendas, Schimdtmeyer, Ovalle, Brambilla y el naturalista inglés Darwin, fueron algunos de los expedicionarios que plasmaron visiones de lugares emblemáticos de Mendoza. Las impresiones de viajes se relataban en las crónicas y se pintaban o dibujaban en acuarelas, litografías, carbonillas y óleos, muchos de los cuales constituyen los primeros registros gráficos de los panoramas cordilleranos. Estos registros estaban apegados a un sentimiento romántico, con cierto dejo de nostalgia, de retorno a la naturaleza y con la intención de mostrar la grandiosidad del paisaje, propia de ese momento y prefigurada por códigos estéticos del Viejo Continente.

Muchas de ellas adquirieron carácter documental, al constituirse en las primeras o únicas representaciones que se tienen de determinado sitio. Por ejemplo, las primeras litografías de Puente del Inca datan de 1798, igualmente provienen de fines del siglo XVIII los primeros registros pictóricos de las casuchas de la cordillera en el camino de las postas que unía Buenos Aires con Santiago. En la incipiente economía ganadera, los cruces de ganado al vecino país de Chile se tornaron en una práctica habitual, que era aprovechada por los expedicionarios para conocer los parajes cordilleranos. Sumado a ello, la existencia de vertientes de aguas termales con propiedades curativas era conocida desde tiempos de la colonia (Lacoste, 2013), lo que alentaba los desplazamientos de viajeros y exploradores.

A principios del siglo XX, el protagonismo del sistema ferroviario fue clave para la fundación de poblados en la zona de montaña, que se recostaron en las laderas y valles de las escarpadas cumbres montañosas. Las primeras instalaciones de infraestructuras, en concreto las estaciones del ferrocarril, generaron caseríos, albergues, pequeños comercios e incipientes equipamientos institucionales; lo que conformó asentamientos precarios que aseguraban el avance del control estatal en zona de frontera. Esto facilitó enormemente las comunicaciones y el intercambio comercial, que luego se afianzó con la instalación de tendidos telegráficos. Las estaciones se comportaron como agentes

[30] Adherimos a la conceptualización que Marshall Berman (1988) hace de los términos “modernización” y “modernismo”, que el autor considera característicos del siglo XX: “el pensamiento sobre la modernidad está dividido en dos compartimientos diferentes, herméticamente cerrados y separados entre sí: la «modernización» en economía y política; el «modernismo», en el arte, la cultura y la sensibilidad”. En otras palabras, la visión de la vida moderna tiende a dividirse entre el plano material y el espiritual: “algunos se dedican al modernismo, que ven como una especie de espíritu puro que evoluciona de acuerdo con sus imperativos artísticos e intelectuales autónomos; otros operan dentro de la órbita de la modernización, un complejo de estructuras y procesos materiales –políticos, económicos y sociales” (Berman, 1988, p. 82). Siguiendo a Cirvini (2004), la “modernización” constituye “un emergente material de un proceso más amplio que comprende los procesos de transformación de la sociedad y la cultura, abarcando lo arquitectónico y lo urbanístico (…).” En cuanto al marco material de desarrollo de las ciudades latinoamericanas, la modernización modificó “los fenómenos típicamente modernos de urbanización y burocratización racionalizada de la experiencia”.

dinamizadores de los territorios donde se implantaron: modificaron la configuración demográfica del territorio y contribuyeron a consolidar un vasto y prolongado proceso de poblamiento, que había comenzado con la fundación de postas a lo largo del Camino Real, que comunicaba Buenos Aires con Santiago. En este sentido, las *Casuchas del Rey* (1765ca.), que prestaban albergue a lo largo del tramo cordillerano de este camino "dejaron de cumplir, con la llegada del tren, su función primaria de intercambio y descanso (caso de la posta de Villavicencio), fueron adaptándose a nuevas condiciones (postas de Uspallata, Puente del Inca y Las Cuevas), o bien desaparecieron" definitivamente (Pastor y Raffa, 2013, pp. 41, 42).

Las infraestructuras afianzadas permitieron posteriormente el desarrollo de la "cordillera como espacio social y económico" (Lacoste, 2003), basado en la práctica turística. Seisdedos sostiene que "el ferrocarril adquirió la doble condición de artefacto económico y cultural, permitiendo el intercambio de materias primas, productos e ideas y construyendo el paisaje" (Lacoste, 2009, p. 71). En el aspecto simbólico hubo que superar lo que Corbin (1993) denominó "territorio del vacío": el espacio de la montaña, cargado de connotaciones negativas, y caracterizado como espacio desértico (entendido aquí como vacío, sin nada que ofrecer), era poco apetecible para la instalación permanente de poblados. Lacoste afirma que las imágenes de la cordillera estuvieron muy condicionadas por el sufrimiento físico de los viajeros a lo largo del camino: "El frío excesivo, la fatiga extraordinaria, la sensación de miedo y la abundancia de símbolos lúgubres (…) actuaban como fuertes disuasivos" (Lacoste, 2003, p. 192). Una "nueva sensibilidad" permitió transformar esas imágenes inspiradas en el miedo y la repulsión en postales sublimes, en las que "el vacío se vuelve emoción", según apunta Corbin (1993), lo que promovió prácticas de contemplación de las bellezas naturales del lugar y, paulatinamente, la práctica pionera de deportes de montaña.

En palabras de Lacoste (2003), fue necesario superar obstáculos físicos, como falta de equipamiento e infraestructuras, y culturales, para facilitar este cambio de mentalidad. Una nota de la revista *Caras y Caretas* de 1901, expresaba sobre el valle de Puente del Inca:

> (…) ya sea que vaya hacia la cumbre o descienda de ella, encuentra un alivio al pesado andar de las mulas en que se hace la travesía, que es desolada y trae al ánimo de emoción en emoción. Las mulas en hilera flanquean abismos profundos, ya costeando algún torrente que se retuerce en el plan de la montaña y que apenas se ve, oyéndose el tronar de los peñascos que ruedan en su seno, o ya siguen una senda que caracolea sobre la superficie de un cerro que parece una aguja y desde la cual uno ve la muerte donde quiera que caiga la vista. Y Puente del Inca es como la llegada a la gloria (El Puente del Inca. Denuncia de su inminente hundimiento, 1901, s. p.).

La cita precedente confirma la visión amenazante generada en torno de la montaña. Las imágenes del "abismo", los "peñascos" o la "aguja" permiten vislumbrar el universo

simbólico gestado en torno de la cordillera, disociado en absoluto del disfrute o placer estético. Esta mirada se fue revirtiendo poco a poco, los deseos de progreso que buscaban insertar al país en el panorama mundial obraron en favor de instalar un nuevo sistema de valores respecto de la percepción de la montaña, gracias a la construcción del Tren Trasandino, que demandó altísimas erogaciones de dinero, a partir de capitales estatales y privados que migraron en distintas oportunidades a emprendimientos británicos, que ya "conocían el potencial de la articulación de las empresas de transporte con la actividad turística" (Lacoste, 2003).

En 1887 el gobierno nacional comenzó la construcción del Ferrocarril Trasandino (en adelante FCT), con el objeto de unir los puertos de Buenos Aires y Valparaíso. La dirección de las obras se concesionó a la empresa de los hermanos Juan y Mateo Clark, que impulsaron la alternativa de la ruta por Las Cuevas, ante otras propuestas que sugerían una traza por la zona Sur de Mendoza.[31] En carácter de consultora tuvo participación desde Londres la empresa de los ingenieros *Livesey, Son & Henderson* (Lloyd, 1911), con amplia experiencia en la construcción de puentes ferroviarios y responsable de numerosas obras en Sudamérica, Oceanía y África. Como "famosos contratistas de Londres actuaron los Sres. C. H. Walker & Cía." (Lloyd, 1911, p. 354).

El itinerario partía de la ciudad de Mendoza en dirección Sur, hacia las estaciones intermedias situadas en Cacheuta, Potrerillos, Guido, Uspallata, Río Blanco, Polvaredas, Zanjón Amarillo, Punta de Vacas, Puente de Inca y Las Cuevas, donde en 1910 se construyó el túnel de la Cumbre, que marcaba el final del itinerario en el lado argentino antes de cruzar a Chile. La obra demoró casi 20 años en concretarse, debido a la "magnitud y el carácter binacional de la obra" (Lacoste, 2013, p. 110), la inestabilidad política imperante[32] y las dificultades técnicas. En 1910 y con la finalización del túnel de la Cumbre, se activó definitivamente el servicio el FCT.

Como ya mencionamos, el tendido telegráfico junto a la línea del tren representó un importante equipamiento de acompañamiento, propio del contexto moderno enunciado. El 16 de enero de 1895 se libró al público el servicio de telégrafo mediante la conexión de líneas entre las estaciones del Ferrocarril Gran Oeste Argentino y del Trasandino y con el

[31] Según apunta Lacoste (2013), esta variante del Trasandino buscaba vincular ramales existentes, evitando la superposición de rieles, tanto del lado argentino como chileno, para abaratar costos. Así, se vincularon el ferrocarril Gran Oeste Argentino y el Trasandino con una estación de trasbordo en Mendoza. Los distintos tramos y sus años de construcción, en el trayecto entre Buenos Aires y Salto del Soldado comprendieron la sección Buenos Aires-Mercedes entre 1855 y 1865; Villa Mercedes-San Juan entre 1880 y 1885; Mercedes-Villa Mercedes entre 1882 y 1886; Mendoza-Punta de Vacas entre 1887 y 1893 y finalmente la sección en Chile entre las estaciones Los Andes-Salto del Soldado entre 1889-1893.

[32] La crisis provocada por la revolución de 1890 obligó a renunciar al presidente Juárez Celman, provocando una retracción de las inversiones a largo plazo. La falta de financiamiento arruinó a los hermanos Clark, quienes se retiraron del proyecto con la consiguiente paralización de los trabajos. Sumado a ello, las dificultades entre Argentina y Chile para resolver cuestiones limítrofes demoraron aún más las obras hasta la firma, en 1902, del acuerdo de paz conocido como "Pactos de Mayo" (Lacoste,2013, p. 113).

resto de los puntos del país unidos por tren (Los Andes, 1982, p. 28). Mendoza era cabecera del 8° Distrito de Correos y Telégrafos de la Nación: hacia 1903 “existían cinco oficinas telegráficas en la ciudad de Mendoza, a saber: Telégrafo Nacional, Centro y Sud América, Pacífico y Europa y las líneas del Ferro Carril Gran Oeste Argentino y Trasandino” (p. 28), que recibían y expedían despachos desde y hacia el exterior. Los telégrafos de los ferrocarriles estaban exclusivamente al servicio de las empresas a las que pertenecían, a fin de facilitar el movimiento administrativo de las mismas; sin embargo, recibían también despachos de los particulares, para todos aquellos puntos situados sobre sus líneas respectivas, que no tenían oficinas del Telégrafo Nacional (Municipalidad de Mendoza, 1904, p. 272).

La materialización de este equipamiento, desarrollado en forma paralela al trazado ferroviario, demandó la implantación de postaciones de barras perfiladas de acero, señalizaciones y garitas de mantenimiento, dispuestos en puntos específicos de la traza. El funcionamiento del FCT requirió, además, la construcción de puentes de hierro, túneles socavados en piedra y cobertizos de chapas, junto con importantes estructuras en hormigón armado para la resolución de apoyos de puentes sobre ríos y arroyos, cabeceras de túneles, obras de alcantarillado y otros equipamientos menores que evidenciaron los adelantos tecnológicos de su tiempo (Figura 2).

Respecto de los adelantos técnicos que se evidenciaron específicamente en la arquitectura, el ferrocarril significó la introducción en el mercado local de materiales nacionales e importados. Entre ellos “cemento, acero (perfiles, planchuelas y barras), cerchas inglesas, belgas y norteamericanas para cubrir grandes luces, columnas metálicas y tejas y chapas de distinto tipo para las cubiertas” (Cirvini y Manzini, 2010, p. 140).

Lo expuesto hasta el momento permite vislumbrar ya desde el cambio de siglo el surgimiento de un *sistema territorial*, en palabras de Raffestin (2011), conformado a partir de líneas y puntos. En nuestro caso, el FCT significó la materialización de un importante agente de poder, que en su trayectoria buscó “unir puntos” (los poblados) “asegurando entre ellos la continuidad del sistema”. Este procedimiento se completó a partir del surgimiento de flujos evidenciados por los desplazamientos de personas, ideas y mercancías a lo largo de la línea férrea, de manera que las relaciones sociales y de poder quedaron perfectamente delimitadas dentro de una red de actividades en territorio cordillerano, en muchos casos con marcas materiales, como los poblados y hoteles de montaña.

Figura 2

Túnel Trasandino, Las Cuevas. Entrada al túnel del lado argentino.
Fuente: Lloyd, 1911, p. 354.

2.2.1. Representaciones sociales y turismo hacia el cambio de siglo. Prácticas pioneras y poblados de montaña

En los primeros años del siglo XX, los textos referidos a Mendoza (relevados en periódicos, revistas y publicaciones conmemorativas), [33] daban cuenta de la existencia de ciertas imágenes que, desde el plano simbólico, comenzaron a alimentar representaciones; sustentadas mayormente en la existencia de aguas termales y sus bellos panoramas:

> Tanto dentro como fuera de los límites occidentales de Mendoza, el paisaje es verdaderamente grandioso. Al pie de altas montañas cubiertas de nieves perpetuas, se extienden vertientes de vegetación exuberante que van a unirse para formar pintorescos collados, anchos los unos, los otros estrechos, innumerables valles, cascadas, saltos de agua, ríos y riachuelos: todos estos elementos naturalmente combinados en amoroso consorcio contribuyen a crear un panorama pletórico de vida y maravillosamente bello, sobre el cual se ciernen en majestuoso vuelo los cóndores y las águilas andinas (Lloyd, 1911, pp. 691, 692).

> Para el que viene a Mendoza por vez primera, hay varias cosas que por ser las que dan su característica a esta región le interesan vivamente. La cordillera, las viñas, las bodegas y las ruinas de la antigua ciudad, constituyen la obsesión de la mayor parte de nuestros visitantes (Gómez, 1908, p. 17)

Un dato no menor es que las primeras páginas del *Álbum Argentino Gloriandus* (1909), ponderaban la jerarquía de las aguas minerales y los balnearios montañeses de Mendoza:

> (…) en muy pocas regiones de la tierra, no tan solo de este lado del atlántico, sino aun del Viejo Mundo, podrán beberse aguas más puras, sanas y potables que las que se beben en las innúmeras fuentes que tienen su origen, en territorio de Mendoza, donde las hay más eficaces que las de Vichy, Hungría, Krondorff, Nocera-Umbra, San Pellegrino y otras tantas de fama universal, por sus propiedades curativas, cual consta de análisis practicados y por informes de celebridades médicas. Solo nos bastaría, para confirmar lo dicho, citar las fuentes de Villavicencio, Río Blanco, Cacheuta, Inca, de Peteroa y muchas otras (…) (Gobierno de Mendoza, 1911a, s. p.).

Respecto de su carácter de ciudad de paso obligado en el camino hacia Chile, el *Álbum* detallaba:

> Con razón se le ha dado a la ciudad de Mendoza el calificativo de «Vergel Andino», y fuera de este, que es suficiente título para asignarle un rol importante, es la estación de tránsito en el camino del Pacífico y de San Juan, ocupando el primer rango entre sus hermanas de Cuyo. Siendo capital y centro de la gran zona cultivada de la Provincia, es constantemente visitada por numerosos viajeros, comerciantes, etc., convergiendo necesariamente a ella de todos los departamentos los diversos factores de su actividad, lo cual le imprime, en ciertas épocas del año, un movimiento inusitado (…) (Gobierno de Mendoza, 1911b, s. p.).

Del análisis de los textos se desprende que los paisajes naturales de la provincia contaban con reconocimiento oficial, sin lugar a duda por su belleza escénica. La falta de equipamiento y la ausencia de una explotación sistemática en los primeros años del nuevo siglo no socavó, en principio, este reconocimiento, al punto que esas figuras simbólicas se vincularon de manera indisociable con uno de los primeros recursos con que contó la

[33] Sobre la circulación de RS en torno de las celebraciones del Centenario en Mendoza, sugerimos revisar Raffa (2010). El espacio público como lugar de legitimación política. Acerca de la Celebración y difusión de los festejos del Centenario de la Revolución de Mayo en Mendoza, Argentina (1910). *Revista de Historia Americana y Argentina*, (45), 267-294.

provincia, susceptible de ofrecerse turísticamente: el de los baños termales. El contraste con destinos similares en Europa que, según las crónicas, la oferta local alcanzó y en algunos casos superó; pareció legitimar poco a poco el valor de los parajes andinos, que debían ponerse a la altura de los europeos solamente completando el equipamiento necesario para un aprovechamiento organizado, con un mínimo grado de confort.

El discurso evidencia un cambio de mentalidad respecto de las RS que circulaban hacia 1900. La montaña se describe como "paisaje grandioso", es decir, se reconoce como algo bello, más que como amenaza. La argumentación, apoyada en el empleo de calificativos elogiosos, evidencia a las claras una nueva idea respecto de la cordillera como espacio estético. Por otra parte, la mención de especies de la fauna local, como el cóndor y el águila, connota una lectura ambientalista de esa singular concepción del paisaje andino, que considera en este caso aves autóctonas inmersas en su hábitat. En cualquier caso, el discurso da cuenta del reconocimiento del paisaje montañés como parte de un repertorio propio de Mendoza. Los textos ofrecen una construcción simbólica de los parajes cordilleranos, abordada desde la práctica discursiva, que preanuncia una mirada *nacionalista*, en palabras de Giménez (2001), explotada en las décadas siguientes: las figuras del cóndor y la montaña como elementos emblemáticos del Corredor Andino. Más aun, detectamos que las cualidades del paisaje se ciernen en torno del carácter de *geosímbolo* (Giménez, 2001), en la medida que reporta una aptitud identificatoria de Mendoza en relación con esas figuras, en tanto resultan de la apropiación de un grupo social "para su reproducción y la satisfacción de necesidades simbólicas".

Particularmente desde el *Álbum Argentino,* los textos connotan un ambiente de progreso latente, al incluir en la descripción el tema de la explotación del agua mineral para consumo humano, como parte del desarrollo de "nuevas industrias". El *Álbum* incluyó profusas descripciones de los balnearios de Cacheuta y Puente del Inca, ambos beneficiados por la gestión de Emilio Civit (1907-1910), desde lo concretamente material como desde lo simbólico-discursivo: su administración, calificada como "modernista" por Ponte (1999), legisló sobre cuestiones referidas al termalismo en la montaña. En 1907 por ley N°401 gestionó la construcción de un pabellón para "enfermos pobres" en las termas de Cacheuta; y por ley N°519/1910 llamó a licitación para la instalación en el lugar de un "moderno" hotel y casino; lo que sentó las bases de su explotación turística sistemática, aspecto que desarrollaremos en el apartado correspondiente. Para el caso de Puente del Inca, el *Álbum* incorporó un sugerente relato de un viajero, entre la capital argentina y la del vecino país de Chile, a bordo del Trasandino. En este apartado, abundan los detalles de los panoramas cordilleranos y las comodidades y servicios del Hotel Puente del Inca, caracterizado como "Gran Balneario".

Al ser asumidas desde un discurso de poder, emanado del Estado, las condiciones intrínsecas de Mendoza y sus panoramas pintorescos comenzaron a ser valorados también por el común de la sociedad, facilitando su "objetivación". Vislumbramos los cimientos de ciertas RS que, con el refuerzo de una amplia difusión, que las publicaciones promovían en la capital nacional, comenzaron a circular y a construir en el imaginario colectivo una serie de figuras simbólicas fuertemente arraigadas, que evocaban lo que *significaba* Mendoza. Estas "figuras mediadoras del objeto" (Jodelet, 1984) se entrelazaron uniendo por una parte la belleza y solemnidad de los paisajes de montaña, los beneficios de sus aguas termales con los caminos rurales forestados e incluso las bodegas, imágenes que comenzaron a reproducirse en ámbitos de la sociedad civil, lo que contribuyó al proceso de "anclaje" de *representaciones hegemónicas* (Moscovici, 1989).

Ahora bien, ¿estaban estas RS necesariamente vinculadas al turismo? La respuesta es no, al menos en los primeros años del siglo: el discurso sobre Mendoza se articulaba en torno de las imágenes que hemos referido, pero no se vinculaba directamente con la práctica del turismo (en la acepción del término que entiende las actividades propias del turismo moderno), sino más bien con el "veraneo", como ha indicado Pastoriza (2011), en una definición más acorde a las actividades pertenecientes a ese momento histórico.[34] En este sentido, las únicas publicaciones relevadas que mencionan explícitamente la palabra "turismo", fueron el texto *Impresiones de la República Argentina en el Siglo Veinte* y una revista de carácter periódico que acompañaba al diario *La Nación*. La primera fuente expresaba sobre Potrerillos:

> En las montañas se hallan diseminados pequeños «chalets» habitados por **turistas** o familias [el destacado es nuestro] que desean pasar una temporada más o menos larga en el distrito. Después de un paseo por las praderas, se ofrece un agradable lugar de reposo en la «Casa Suiza», donde el visitante puede optar por un vaso de rica leche, una copa de «Kaifir» o frutas, recién cogidas, en gran variedad, que se venden en cestitos a propósito para llevarlos a lugares predilectos de las cercanías y disfrutar una merienda a la sombra de los pinos (Lloyd, 1911, p. 708).

Por su parte, la revista *La Nación* incluía una reseña sobre la labor de la Compañía de Hoteles Sud Americanos*:*

> El **turismo** [el d. es n.], que ha llegado a tomar en Europa el grande incremento de que dan idea los viajes continuos de miles de miles de personas a través del continente, utilizándose todos los medios de transporte de que allí se dispone, no había tenido hasta ahora en nuestro país una manifestación considerable. Y era en verdad extraordinaria la anomalía, porque si tiene el viejo mundo encantos mil en todos sus rincones, no carecemos tampoco en esta parte de América de prestigios naturales que muevan en su favor a la gran caravana de los **turistas** [el d. es n.] (La Compañía de Hoteles Sud Americanos, 1910, p. 176).

[34] Aquí nos referimos a actividades de la aristocracia política y de la burguesía terrateniente y comerciante, que disponía del dinero y del tiempo necesario para viajar. En palabras de Pastoriza, "la vinculación con la naturaleza se conjugaba con una intensa vida social, combinando sensaciones muy atrayentes: lo sublime ante un bello paisaje y el vértigo de una acentuada sociabilidad. El veraneo duraba aproximadamente tres meses (…)" (Pastoriza, 2011, p. 30).

Luego el texto agrega:

> Cuando el público argentino se acostumbre a hacer **turismo** regional [el d. es n.], ya difícilmente desertará los patrios lares, o por lo menos sabrá dar preferencia a las cosas propias, sin perjuicio de estimar las ajenas, sobre todo cuando se equivalen o las superan con mucha ventaja (p. 176).

Los textos citados estaban seguramente orientados a las elites porteñas, lo que queda en evidencia en la comparación recurrente de los destinos turísticos locales con sus análogos en el Viejo Continente.

El desarrollo del montañismo se vio favorecido en Mendoza por la presencia de los balnearios termales. Los complejos se instituyeron como centro de operaciones de cabalgatas y caminatas (Figura 3), que con el correr del tiempo tuvieron mayor duración e involucraron ascensiones a los cerros próximos. Incluso llegaron a fomentar la ocupación temprana de algunos valles cordilleranos, como en el caso del valle de Potrerillos, por su proximidad al hotel de Cacheuta.

La fotografía siguiente muestra a tres personajes que ocupan la posición central de la imagen, se presupone una relación entre la mujer y el varón de la izquierda al estar ubicados próximos, mientras el arriero permanece sobre su mula a la derecha. La escena tiene carácter estático. El único componente que sugiere movimiento, lo constituye la cascada, que rompe entre las rocas. Se destacan las vestimentas ligeras de la dama y el varón, ambos con sombrero. No se distinguen las vestimentas del arriero, salvo su sombrero y bombacha. El atuendo sugiere una escena en temporada veraniega. La difusión de la imagen en *Impresiones de la República Argentina* resulta sugerente desde varios puntos de vista, según hemos podido analizar por medio de la *Gramática de Casos* (Valle Gastaminza, 2002; Fitz Canca, 2001).

Primero, denota la existencia de parajes de singular belleza, inmersos en escenarios de montaña. Segundo, simboliza el dominio del hombre sobre su entorno natural. La fotografía, con los pormenores necesarios que la misma toma debe haber acarreado, dan cuenta de ello. Finalmente, la prefiguración que transmite la toma es que esta experiencia se alimenta del contacto con el habitante propio del lugar, el arriero, de allí que conocer a este personaje haya sido seguramente parte de la aventura, lo que queda evidenciado en su posición central en la escena.

Figura 3

"Paisajes en la provincia de Mendoza. Cascada de Potrerillos".
Fuente: Lloyd, 1911, p. 693.

Un anuncio de la revista *Caras y Caretas* de 1913, daba cuenta de la existencia de un "sitio incomparable para veraneo" y ponderaba las características de la zona:

> El lugar privilegiado de la sociedad de Buenos Aires y Mendoza, por su clima excepcional y su incomparable panorama. (…) Potrerillos desde tiempo inmemorial, tiene fama de ser uno de los lugares más sanos y más hermosos de la República. Con sobrada razón, atendiendo a su clima y a la belleza de su panorama, se le ha denominado «La Suiza Argentina». Potrerillos es un balneario por excelencia, cuyas termas gozan de reputación bien conquistada. El agua de Potrerillos es una de las mejores. Cuando el Gobierno de la Provincia mandó analizarla, resultó, según consta: «considerada tan rica y potable como la del río Manzanares, en España, el primero en el mundo (Saravia & Durán en el Balneario de Potrerillos, 1913, s. p.).

El aviso, vinculado a un remate de "23.000 metros de terreno, en lotes desde 600, 700 y 1.000 metros cuadrados", por la firma Saravia & Durán, de Mendoza, indicaba que los lotes contaban con agua propia, "que nace y muere dentro de la propiedad", de la cual el anuncio destacaba, por su calidad, el agua mineral Stalli "bien conocida en nuestros círculos comerciales". Resaltaba, además, su "suelo prodigioso" y la construcción en breve del "grandioso Nuevo Hotel, uno de los establecimientos termales de mayor importancia en la República" (s. p.), en referencia a las obras de ampliación del Hotel Termas de Cacheuta, distante 10 km del terreno ofrecido en remate. El texto da cuenta de la belleza del paisaje, alude al contraste con destinos consagrados de Europa y evoca los beneficios de las aguas minerales para consumo. Las actividades constitutivas de esta oferta incluían cabalgatas, caminatas, baños de río y visita al hotel termal y su granja. Al tratarse de una publicidad referida a un remate de tierras, asumimos que el público que buscaba captar pertenecía a un estrato social con la disponibilidad de recursos suficientes para efectuar dicha compra. Como vemos, los textos e imágenes buscaron atraer un público ávido de experiencias "sublimes" (en el caso de las revistas de circulación nacional), como también nuevas inversiones, hacia una tierra que se ofrecía como promisoria, como en el caso del álbum inglés.

En el caso del hotel de Puente del Inca, su proximidad al cerro Aconcagua fue condicionante a la hora de facilitar las expediciones: a fines del siglo XIX, se registraron seis ascensiones al cerro (Lacoste, 2004). La Compañía de Hoteles Sud Americanos, responsable del gerenciamiento del hotel, aprovechó su emplazamiento en el corazón de la cordillera para ofrecer los servicios necesarios para la práctica del montañismo: encaró la construcción de un refugio cercano al lago de Horcones y demarcó senderos para la práctica de caminatas. Lacoste afirma que la totalidad de las expediciones de andinistas hacia el Aconcagua tuvo su base en el hotel de Puente del Inca.[35]

[35] Las ascensiones se incrementaron paulatinamente en las primeras décadas del siglo XX. Entre 1883 y 1939 "se realizaron cuarenta y dos expediciones al Aconcagua, de las cuales treinta y seis fueron extranjeras, cuatro argentinas, una mixta y una sin datos" (Lacoste, 2004, p. 924).

2.2.1.1. Los poblados de frontera y el incipiente turismo

En el área de frontera específicamente, los poblados relevados respondieron a un proceso clave identificado con el afianzamiento de la territorialidad del país. Seguimos a Benedetti y Laguado (2013, p. 452) en cuanto consideramos al espacio de la frontera como uno de los componentes fundamentales en la conformación de cualquier territorio institucionalizado. La consolidación de los poblados fronterizos se corresponde con un momento político-administrativo de crecimiento y estabilidad, a la vez que acompaña el paradigma de crecimiento industrial y tecnificado del ferrocarril, circunstancia que caracterizó el ingreso a la modernidad en la zona cordillerana mendocina a fines del siglo XIX. Su importancia radica en el hecho que fueron conformando a lo largo del tiempo el *sistema territorial* (Raffestin, 2011) sobre el que se apoyó el desarrollo caminero y turístico del Corredor Andino (Figura 4).[36]

El emplazamiento de los pueblos no fue arbitrario, sino que respondió a una métrica funcional que los ubicó escasos kilómetros uno de otro, atendiendo a un esquema lineal que unía puntos en el espacio, de manera que constituyeron un sistema físico-territorial perteneciente a las redes de alta montaña. La implantación en el terreno respetó las líneas fuerza que le impuso la morfología del territorio con sus montañas, quebradas y valles; el serpentear del río y la linealidad de la traza del ferrocarril.

Se observa que, si bien surgieron y se consolidaron en condiciones físicas adversas, ofrecieron múltiples posibilidades referidas a la inauguración de nuevas prácticas turísticas, como el termalismo en una primera fase, lo que propició una sensibilidad diferente respecto a la cordillera como espacio social y estético. En un segundo momento se incorporaron los deportes de montaña en época estival, posteriormente desplegados también como oferta de invierno.

Respecto del resguardo de la seguridad nacional, el sitio fue considerado óptimo para el asentamiento de sucesivas instalaciones militares, que acompañaron el desarrollo paulatino del área de frontera, a partir de la década de 1930, estudio que completamos en el capítulo correspondiente. A continuación, se describen brevemente los poblados de Las Cuevas, Puente del Inca, Punta de Vacas y Zanjón Amarillo, en su rol vital para el desarrollo turístico de la zona de alta montaña. En el caso de Puente del Inca, por ser contenedor de la estación balnearia homónima, se aborda su estudio de manera detallada.

[36] En el plano original del *Álbum Argentino* hemos resaltado, de Oeste a Este, las estaciones de Las Cuevas, Puente del Inca, Punta de Vacas y Zanjón Amarillo.

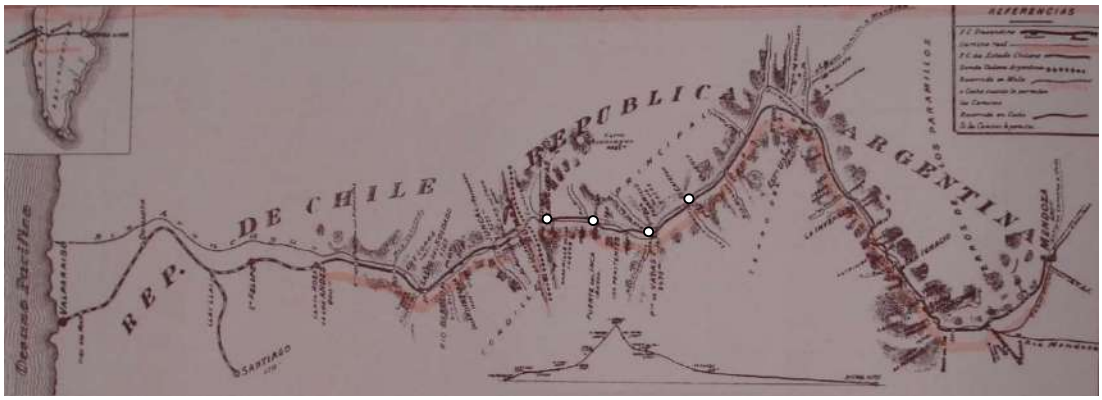


Figura 4

"Plano del trayecto de los ferrocarriles Buenos Aires al Pacífico, Trasandino Argentino y Trasandino por Juncal, de la República Argentina a Chile".
Fuente: Gobierno de Mendoza, 1911d, s. p.

Figura 5

"Campamento en la Cordillera de los Andes" (detalle).
Fuente: Colección Alex R. Gulliver, Archivo Nacional de Chile.

A) Las Cuevas

El caserío de Las Cuevas se localizaba en el distrito homónimo del departamento de Las Heras, situado a 3557 m.s.n.m. Constituyó el asentamiento más occidental de la zona de estudio, separado 210 km. de la capital provincial. Su localización estratégica en el límite jurisdiccional del territorio de la Nación, lo posicionó como sede de la institucionalidad del Estado, para garantizar la seguridad y el control en la línea de frontera, como contenedor de los servicios de aduana. Se ubicaba en una depresión natural definida en la zona de contacto de dos laderas y era (lo es aún hoy) el último paraje antes del cruce a la República de Chile.

Su asentamiento primigenio presentaba un tipo suburbano de carácter disperso, organizado en función del desarrollo de la vía férrea. Debe su origen a la llegada del FCT (hacia 1903ca.). Algunas fotografías históricas revelan la linealidad de la traza ferroviaria, la falta absoluta de vegetación y la dispersión de las pocas construcciones, de las que destacamos algunas casas, un refugio y posiblemente corrales de descanso para el ganado que se transportaba a pie hacia Chile (vacuno, caballar y mular) (Figura 5).

El caserío de la villa en este primer momento era morfológicamente bajo y presentaba construcciones modestas, pero claramente impactadas por el lenguaje que trajo el ferrocarril. Las construcciones estaban resueltas en piedra natural del lugar, trabajada a cincel y martillo, colocando los mampuestos trabados con junta tomada y con cubiertas de suave pendiente de estructuras en acero y terminación de chapas de zinc. Se presume que contaban con cenefas de madera aserrada o de chapa estampada.

De las edificaciones más significativas de este momento histórico, hemos relevado documentación detallada del refugio aduanero, proveniente de la década de 1910, que fue luego reformado para ofrecer mayores comodidades y aumentar su superficie, ampliación que fue inaugurada en 1931. La fotografía del refugio, encargada por el Ministerio de Obras Públicas de la Nación, muestra las características del edificio y permite indagar en el emplazamiento de la obra, en un paraje de altas cumbres. La documentación técnica permite confirmar la factura del edificio en piedra labrada, con anchos muros de 0,80 m de espesor y aventanamientos pequeños, lo que permitía controlar los rigores del viento y en general del clima adverso de la montaña. Por el mismo motivo, los accesos se ubicaron hacia el Este, de modo que evitaban las ráfagas de la helada brisa cordillerana. La construcción, resuelta en planta de U, presentaba una llamativa cubierta de bóveda de cañón corrido en ladrillo cocido, solución que buscaba impedir la acumulación nívea sobre los techos.

La ampliación de 1928 se “asentó” sobre el antiguo edificio, cubriendo con techumbre a dos aguas el primigenio patio central definido por la planta en U. Del mismo

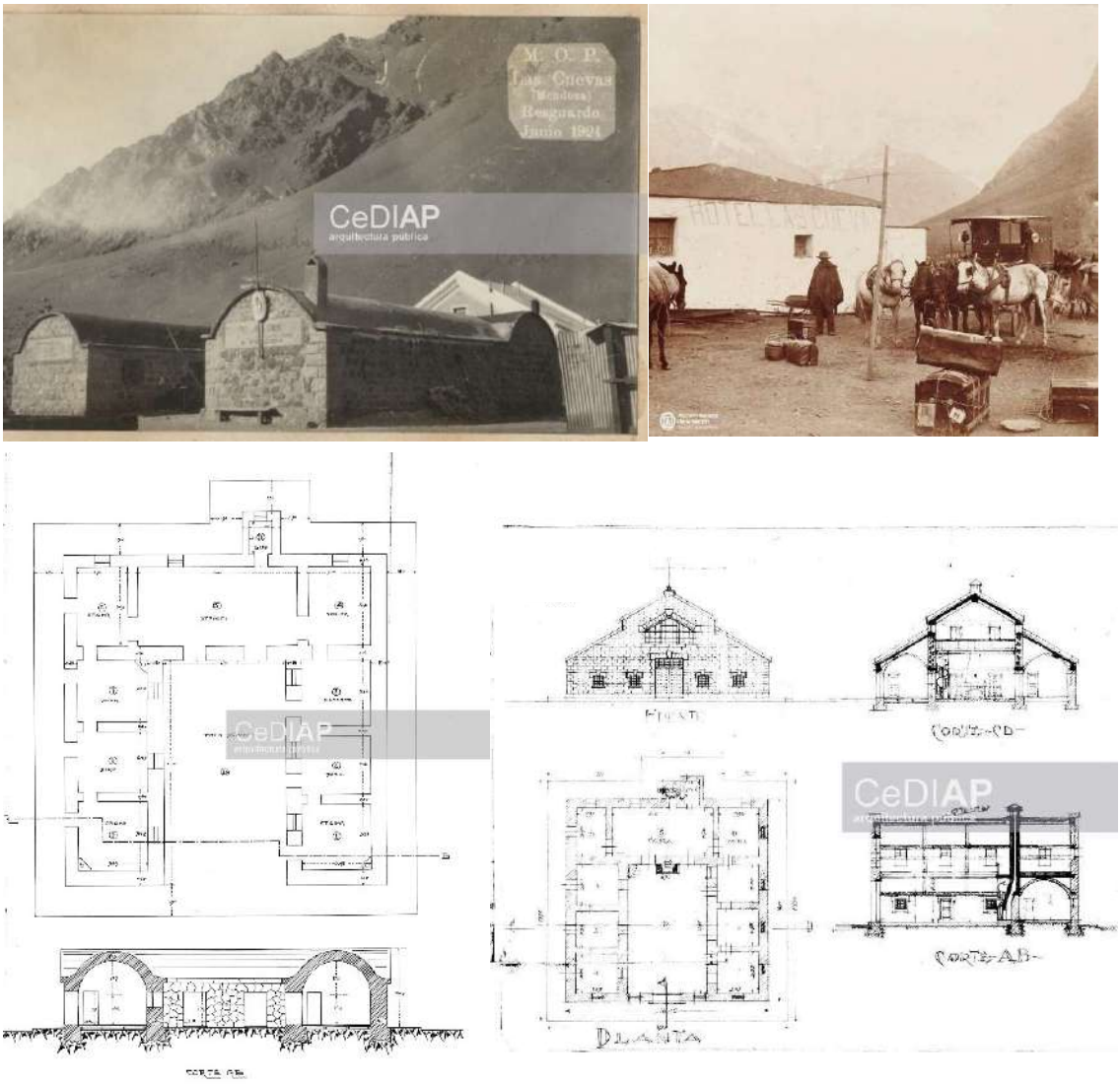
modo, las cubiertas abovedadas fueron tapadas por techos inclinados a un agua, de fuerte pendiente, con terminación exterior en chapa sinusoidal. Y se agregó un entrepiso sobre la parte posterior. Las funciones originales remitían a depósito, algunas oficinas o espacios de trabajo y habitaciones-dormitorio que hacían las veces de refugio. Se completaba la funcionalidad con cocina, comedor y un pequeño sanitario (Figuras 6, 7 y 8). La remodelación del edificio significó el surgimiento de un gran espacio central de doble altura, como estar común para los usuarios transitorios.

Además de este refugio, existe un registro fotográfico de un precario albergue, proveniente de los años anteriores a la inauguración del túnel de La Cumbre (Figura 9), dado que el FCT llegaba sólo hasta Punta de Vacas y de allí el cruce a Chile se hacía a lomo de mula, para retomar el tren en Salto del Soldado, del lado chileno, que en un tramo de 26 km de ferrocarril conectaba con el pueblo de Los Andes (Lacoste, 2013). Este modesto hotel debió responder a la misma tecnología constructiva descripta previamente. Se observa el *predominio del lleno sobre el vacío* en la resolución de las fachadas (Zevi, 1998). Las cubiertas, a dos aguas con poca pendiente, se ejecutaron en torta de barro sobre encañado, apoyado en escuadrías o rollizos de madera, con chapas sinusoides como terminación exterior. Es muy posible que este edificio no contase con luz eléctrica ni sistema sanitario.

El análisis del albergue revela las condiciones paupérrimas del alojamiento, la localización vulnerable del hospedaje, con la probabilidad que quedase inutilizado en temporada invernal, por las copiosas nevadas. Se observa el uso de animales para la tracción del coche y la presencia de otros animales de silla para el transporte individual. La cantidad de equipaje presente en la imagen connota las facilidades de carga que ofrecía el ferrocarril, que permitía el traslado de todo tipo de objetos, incluso los necesarios para hacer más llevadera la travesía (la fotografía muestra baúles y arcones para vestimenta, bolsos de menor tamaño y canastos con provisiones).

B) Puente del Inca y el hotel termal

El antiguo asentamiento de Puente de Inca se localizaba en el distrito de Las Cuevas (perteneciente al departamento de Las Heras), situado a 2700 m.s.n.m. y a 183 km al Noroeste de la capital provincial. Se emplazaba en una planicie natural rocosa entre laderas de pronunciadas pendientes y estaba atravesado por el serpenteo del río Cuevas antes de intersecar con el cauce del río Mendoza; y cercano a la confluencia de este último con el río Vacas.



Figuras 6-7-8-9

(En sentido horario) “Las Cuevas, resguardo”, junio 1924. Hotel Las Cuevas, camino a Uspallata, 1910 ca. “Resguardo de Las Cuevas (reparaciones)”, 1924. “Resguardo de Las Cuevas (ampliación)”, 1928.
Fuente: CeDIAP-AABE. AGN-DDF-Fondo Aficionados/ Caja 37, inv. 215890.

La estación Puente del Inca fue construida en 1902. Hacia 1903 la Compañía de Hoteles Sud Americanos Ltda. (subsidiaria del Ferrocarril Buenos Aires al Pacífico) construyó el hotel termal Puente del Inca aprovechando una vertiente natural de aguas sulfurosas con propiedades curativas. El paraje era conocido desde tiempo prehispánico (Lacoste, 2013), el paso de la traza ferroviaria por el sitio significó un asentamiento permanente de personas en el lugar.

El primer momento de ocupación de la zona se materializó con la construcción del conjunto ferroviario compuesto por la estación del ferrocarril y sus equipamientos, que consistían en un tanque de agua metálico elevado, galpones de depósito y un conjunto de casas obreras; a este sistema se sumó el hotel termal. Estos elementos se dispusieron de manera dispersa organizados a uno y otro lado de la vía, que los vinculaba como eje estructurante y central del espacio.

La arquitectura relevada era de factura y diseño modesto; no obstante, deja claro que adoptó un lenguaje pintoresquista influido por la mano de obra inglesa y el manejo de las técnicas constructivas de saberes extranjeros, con cubiertas de marcada pendiente en chapa de zinc sinusoide y muros en piedra labrada del lugar; testimoniando la adaptación al medio y al dominio de manufacturas que se sirvieron de materiales autóctonos.

El primer hotel existente en el lugar “podía albergar medio centenar de personas”, según apunta Lacoste (2013, p. 227). Pero este primitivo establecimiento “solía generar protestas: pasajeros llegados de Chile dan noticia del estado lamentable de los baños de Puente del Inca. Sólo hay una mala casa, donde atienden mal y cobran caro. Además, bajar a los baños es un peligro”. El autor sostiene que la llegada del ferrocarril cambió rápidamente la situación. Como lugar de emplazamiento del hotel “se eligió la margen derecha del río de las Vacas. De esta manera, como el ferrocarril se encontraban sobre la margen izquierda, para llegar al hotel se utilizaba el legendario Puente del Inca como lujoso acceso”. Según la crónica examinada en la revista *La Nación*, la Compañía de Hoteles Sud Americanos “adquirió el famoso establecimiento de baños termales”, lo que, sumado a la crónica de *Caras y Caretas* de 1901, confirma que el edificio existía ya desde principios de siglo, y fue posiblemente objeto de mejoras por parte de aquella empresa.

Las imágenes reproducidas en publicaciones periódicas muestran un edificio que adhirió a un lenguaje pintoresquista, edificado sobre un basamento de piedra elevado, de manera tal que absorbía los desniveles del terreno y lo protegía de las copiosas nevadas, impidiendo la acumulación contra las paredes y dando lugar a una amplia terraza (Figura 10).

Figura 10

Hotel termal Puente del Inca (detalle), 1910 ca.
Fuente: Colección Alex R. Gulliver, Archivo Nacional de Chile.

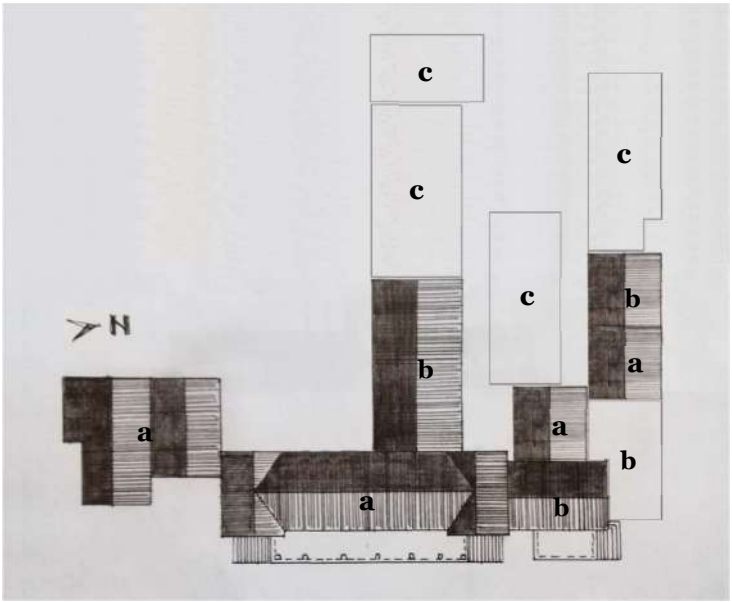


Figura 11

Planta de techos (hipotética) y esquemas de crecimiento por adición de pabellones,
Hotel Puente del Inca: a: 1910, b: 1920 a 1935 ca., c: 1940 ca.
Fuente: dibujo del autor.

La fotografía presenta una toma estática, pensada con premeditación, es decir, los personajes fueron ubicados por el fotógrafo en sus posiciones, sin intención de conseguir una toma espontánea.[37] Destaca la cuidada factura y buen mantenimiento del edificio: muros blanqueados, guardapolvos y antepechos de ventanas con salientes y un llamativo diseño de la espaciosa galería exterior. El acceso principal se ubicaba en el eje de la fachada, estaba destacado con un alero de doble pendiente y presentaba el hastial típico de la arquitectura ferroviaria inglesa, con una crestería fantasiosa como remate. La galería se apoyaba sobre barras de acero, simulando una arquería, que en sus enjutas desarrollaba ornamentos metálicos, a modo de filigrana. La galería fue cerrada en la década de 1920, por las condiciones climáticas adversas, configurando un espacio acristalado para el invierno.

La imagen circuló como postal, de manera que contribuyó seguramente a alimentar representaciones en torno de la experiencia del veraneo en alta montaña.[38] En relación con la arquitectura, podemos ver que la masa muraria del edificio fue resuelta enteramente en piedra revestida con revoque cementicio y los techos, con chapas de zinc, dispuestos sobre estructuras madereras a dos aguas, con cenefas de madera escuadrada. La fotografía revela que el sistema en *pan de bois* fue la técnica constructiva empleada en los remates de muros, bajo los planos inclinados de la cubierta: consistía en estructuras de madera cruzadas en gablete, rellenas con piedras y argamasa de asiento, revocadas con mezcla cementicia, técnica propia de la arquitectura vernácula inglesa.[39] Respecto de este punto, seguimos a Liernur (2004), al afirmar que los británicos construían siguiendo sus propias tradiciones: los enclaves productivos, las viviendas y las arquitecturas de servicio que debían albergarlos, “repetían los vocablos y la sintaxis de sus ambientes cotidianos originarios” (p. 92).

La *tipología* del edificio (Waisman, 1993) respondía a un esquema pabellonal, conformado por una construcción principal alargada, de dos niveles, orientada hacia el Este; que fue admitiendo con el tiempo construcciones dispuestas a 90° de la primera, ya fuere cercanas o adosadas, dejando espacios alargados entre ellas a la manera de patios intermedios, resultando en una planta en forma de E. Este esquema le permitió crecer por

[37] Los personajes retratados son en su mayoría varones, además de algunas damas con sombrero y vestidos claros en el centro de la imagen y algunos niños. Dos personajes femeninos en una pose más relajada junto a la escalinata hacia la derecha de la imagen podrían ser empleadas del hotel, junto a lo que parecen ser mozos de pie en la galería que está detrás; al igual que el personaje que va saliendo de la escena y da la espalda al fotógrafo. Casi todas las personas en la terraza se apoyan en la baranda, lo que otorga un aire menos solemne a la imagen. El personaje de pie en primer plano podría ser el gerente o encargado del hotel, junto a su carreta. Se observan ventanas abiertas del edificio, lo que da una idea de una toma realizada en temporada de verano, además no se observa nieve en la montaña.

[38] Esta modificación se observa en la fotografía histórica a partir de la década de 1910.

[39] Nos referimos a la arquitectura residencial del siglo XVI desarrollada en Inglaterra, con un sistema de entramado de elementos de madera. Este sistema constructivo fue empleado tanto como casa de la burguesía comerciante, como de los campesinos, y fue luego reinterpretado en el siglo XIX en el *revival* de la arquitectura gótica, propio del eclecticismo historicista, con la *Red House* como su ejemplo más saliente (Frampton y Sainz, 2000, p. 43).

adición de nuevas construcciones o bien alargando los pabellones existentes, según surgía la necesidad de ampliar la capacidad de alojamiento para huéspedes o empleados del hotel (como se observa en imágenes de la década de 1930, donde el edificio alcanzó su máxima extensión). Estos bloques contaban con habitaciones enfiladas que posiblemente se fueron disponiendo a lo largo de extensos corredores, con crecimiento hacia la parte posterior, alejándose de la fachada principal (Figura 11).

Remitiendo a la propuesta de Zevi (1998), advertimos que, en el campo de las *interpretaciones fisio-psicológicas* y *formalistas* predomina en este hotel la *línea horizontal*, que expresa el sentido de lo imperecedero, de lo racional e intelectual. Asimismo, su morfología tiende a expresar equilibrio entre las masas, unidad del conjunto y una proporción armónica de las partes entre sí y del todo en relación con el emplazamiento. Estas cualidades remiten al origen de sus constructores, aspecto que se elude en las publicidades relevadas, pero se hace explícito en el servicio y en los equipamientos del hotel: en relación con su higiene, calidad y distinción (sin ser excesivamente lujoso), su orden y las actividades que ofrecía a sus huéspedes, codificadas según las prácticas usuales de los miembros de determinado estrato social, como comprobaremos en las citas subsiguientes. En la lectura del edificio en su *función comunicativa* (Eco, 2000), detectamos una idea de masividad, derivada del uso de la piedra, que connota pesadez, fuerza y resistencia frente al entorno hostil de la montaña; acentuada por el predominio del lleno en relación con los vacíos en la fachada. Por otra parte, la regularidad de la fachada del cuerpo central, dada por la simetría y el rítmico ordenamiento de los vanos, aluden a la calidad del servicio, la comodidad y la idea del hogar.

Lacoste (2013) rescata una profusa descripción de 1916, que aproxima los espacios más relevantes del hotel y sus cualidades más salientes:

> (…) las macizas y sólidas paredes pueden resistir fácilmente las espesas capas de nieve que se depositan en el invierno sobre los techos. Al frente de ésta avanza amplia galería de invierno, espaciosa sala de 20 metros de largo por 5 de ancho. Contiguo a ella el hermoso comedor estilo inglés, y en ambos extremos del salón otros dos, más pequeños, que son comedores para familias. A la derecha de este cuerpo (…) está el gran vestíbulo de entrada, los escritorios, la caja, el consultorio médico y el hall que comunica con la galería subterránea que conduce a los baños termales. Los departamentos para pasajeros están distribuidos a ambos lados de largas galerías y provistos de cuartos de baño. El mobiliario de estas habitaciones, sin ser lujoso es elegante y moderno, reinando en todos los detalles la higiene más exigente. Los departamentos de lujo para familias están al frente, en el piso alto. Cada uno de ellos posee departamento anexo para sirvientes. En la planta baja, sobre el ala izquierda del edificio, está el salón de billares, una sala de señoras, el salón de fiestas, la peluquería y el bar. Los departamentos están iluminados eléctricamente, para lo cual se ha instalado una usina a vapor que genera corriente para luz y fuerza. El departamento de cocinas es amplio y cómodo, la higiene se advierte en todos los detalles, las bodegas y despensas están en excavaciones y abundantemente surtidas de vinos, licores, conservas y comestibles de toda especie (…) (Morales, 1916; citado por Lacoste, 2013, pp. 229, 230).

El *Álbum Argentino Gloriandus*, por su parte, destacaba la presentación del establecimiento, que había sido “decorado y arreglado con sumo gusto, reuniendo todas

las comodidades que exige el «bon vivre» del siglo actual". Los muebles, provistos "por la reputada mueblería de Maple", contribuían con "el lujo y esmerada atención aun en los más pequeños detalles, que puedan contribuir al bienestar y holgura de los pasajeros". Respecto de la oferta de tiempo libre, la reseña destaca que había "vehículos para enfermos, carruajes, caballos y mulas para paseos y excursiones a los bellos y amenos parajes que existen en los alrededores", mientras que, para los jóvenes, las distracciones se repartían en diversos juegos, como "*lawn tennis*, *croquet*, cancha de pelotas y otros varios (Gobierno de Mendoza, 1911c, s. p.).

El informe del Dr. Hércules Corti, editado en 1924, además de destacar los servicios de "planchado y lavado, la sección de panadería, pastelería y matadero propio", daba cuenta del aprovisionamiento del hotel:

> La mayor parte de los comestibles frescos se provee desde Mendoza, pero del hotel proceden las gallinas, patos, conejos y cerdos que se utilizan para el consumo de los viajantes y bañistas. El agua potable es de excelente calidad y llega desde los Puquios que están a diez cuadras del hotel y llegan a éste por desnivel; es un agua de exquisitos caracteres organolépticos y escasa salinidad; se utiliza como agua de mesa y se prestaría admirablemente para embotellarla y saturarla con anhídrido carbónico. (…) (pp. 5-6).

Y sobre el edificio de baños, expresaba:

> Consta de 9 cuartos de baño, con su pileta revestida de azulejos, cuya higiene y confort no deja nada que desear. El agua corre constantemente del grifo, mientras el viajero se baña y el exceso es conducido al río de Las Cuevas, donde cae con estrépito, en forma de cascada. Cada bañista dispone de 30 minutos para el baño, de los cuales se disponen diez minutos para la limpieza de la pileta; funcionan los baños desde las 6 de la mañana hasta las 11 y 30 y por la tarde desde las 15 hasta las 19 (p. 3).

Las citas precedentes son altamente descriptivas, con abundancia de detalles que califican tanto los servicios y equipamientos como cuestiones particulares. En todos los textos se recurre al empleo de adjetivaciones para reforzar la argumentación. Posiblemente el primer texto, de Emilio Morales, sea el más objetivo; dado que el informe que lo contiene fue encargado por el Gobierno de la Provincia, de allí que su intención sea informar más allá de metáforas o meros calificativos. Mientras que los textos del *Álbum Argentino* connotan una intencionalidad "publicitaria", de allí la profusión de adjetivos; que seguramente buscaban captar en el lector a posibles huéspedes. En su discurso, el *Álbum* recurre a ampliar ese universo de destinatarios del mensaje, con la aclaración que se trataba de un hotel apto tanto para la cura de enfermedades, como para quienes buscaban experimentar el tiempo de ocio en la montaña. En segundo lugar, recurre a la enumeración de actividades que ofrecía el establecimiento, específicamente aclarando que también contaba con oferta de actividades para jóvenes, lo que expone a las claras la intención propagandística del discurso. El informe de Corti se centra en cuestiones de base científica, dado que su objetivo central era estudiar la composición química de las aguas, pero puso en evidencia, además, las buenas condiciones de higiene, por ejemplo, y las cualidades de

las secciones del hotel dedicadas a depósito de alimentos y bebidas. Por otra parte, hacía referencia a la excelente calidad del agua para consumo humano, aspecto que toma gran relevancia en su escrito, dado que el estudio de las fuentes surgentes de la zona fue la encomienda que el Gobierno le había asignado.

El acceso a los cuartos de baño, según confirma el informe Corti, se hacía desde el hotel por medio de un túnel subterráneo de 130 m de longitud, “con un perfil de «herradura» de aproximadamente 2 metros de ancho y de cuyas paredes brotaban numerosas vertientes calientes y frías” (Ramos *et al*., 2008, p. 211). Al edificio de los baños propiamente dicho se accedía, luego de trasponer el túnel, por medio de una galería con arcos rebajados ejecutada en mampuestos de piedra. Los cuartos para baños estaban cerrados por puertas con banderolas de madera, cubiertas exteriormente por un cortinado en tela. La estructura del edificio, abrigado bajo el mismo Puente del Inca, se resolvió con tecnología de hormigón armado para columnas y losas, reforzadas con barras de acero en la cara interna de las cubiertas; y mampuestos de ladrillo cocido para las divisiones interiores. Su ubicación buscó captar los manantiales y emanaciones termales desde los mismos puntos de surgencia, o lo más próximo posible a ellos. La estructura del edificio y sus terminaciones, dan cuenta de las innovaciones propias de la modernización en el uso de los materiales e instalaciones: el edificio contaba con luz eléctrica y presentaba muros revestidos con cerámicas esmaltadas, piletas azulejadas, griferías, carpinterías en madera y pisos calcáreos.

La imagen analizada (Figura 12) forma parte de una secuencia de vídeo, parte componente de un testimonio audiovisual que relataba las peripecias de una travesía a bordo del FCT. El Hotel Puente del Inca constituía una parada obligada del itinerario, en la visión de este testimonio. En la imagen observamos dos mujeres, una de ellas en el momento que abandona uno de los cuartos de baño. La otra persona oficia de acompañante, mientras ambas caminan en dirección a la salida del edificio. La imagen nos acerca las peculiaridades de la práctica de los baños termales, donde observamos a la “paciente” oculta tras una amplia manta, que cubre por completo su cuerpo y un gorro de baño sobre la cabeza. La imagen da cuenta las características edilicias y el confort que ofrecía el sector destinado a baños termales, enunciadas precedentemente.

Sin lugar a duda, el cambio de mentalidad aludido con anterioridad impactó en los adelantos que ofrecía el balneario termal de Puente del Inca: la modernización se hizo evidente no sólo en la materialización del hotel, sino que incorporó paulatinamente prácticas y actividades que antes hubiesen sido impensadas. En este sentido, la revista *La Nación* describía:

> Quien discurra entretener sus ocios debe ir a Puente del Inca, porque hallará allí motivos sobrados de distracción y de deleite. Las excursiones al Aconcagua, a 7.000 metros de altitud, al Tupungato, justamente célebre, al valle del río Plomo, con sus veinticinco kilómetros de ventisqueros que acaban de descubrir los doctores Reichert, Helbling y Bade, y que son únicos en el mundo, bien valen la Suiza y la Europa misma. ¡Y cuántas más peregrinaciones pueden hacerse en aquellas ponderadas regiones! Los Penitentes, la Cumbre, el Cristo Redentor… (La Compañía de Hoteles Sud Americanos, 1910, p. 176).

El informe Corti repetía algunas de las actividades enumeradas hacia 1910, ya con mención a la práctica esporádica de algunos deportes de invierno, actividades que también registraron las notas gráficas de la época (Figuras 13-14-15-16):

> En el verano y otoño son los excursionistas y bañistas los que dan vida a esos lugares; en invierno son los pasajeros que deben tomar la combinación a Chile y que se hospedan en el hotel esperando el buen tiempo para atravesar la cordillera; además durante esta estación, animan el lugar algunos viajeros que hacen ahí sport de invierno (patinaje y sky). (…) El hotel puede hospedar cómodamente 100 pasajeros, los cuales tienen a su disposición toda clase de distracciones y diversiones: sala para familia, sala de música, cinematógrafo, cancha de tennis, croquet, billar, etc. Se realizan además excursiones y cabalgatas (combinados con pic-nics) a los Horcones, Aconcagua, a la Cumbre y al Cristo de la Cumbre, etc. Además se hace alpinismo. Una sección llamada campo, dependiente del hotel, es la encargada de facilitar coches, mulas y caballos para los paseantes (Corti, 1924, pp. 5, 6).

Las imágenes muestran personajes realizando distintas actividades de montaña. La publicación buscó reunir en pocas tomas la multiplicidad de la oferta disponible; como cabalgatas, caminatas, contemplación de los paisajes y de la fauna y flora autóctona; y seguramente los momentos de sociabilidad, donde se compartían las experiencias con otros personajes de igual rango. En un tercer plano de análisis, todos los personajes retratados cuentan con la vestimenta adecuada para el desarrollo de esas actividades, lo que connota la pertenencia a un estrato social destacado. Predomina el paisaje cordillerano, pero también se muestra el edifico de la estación del ferrocarril como telón de fondo, de modo que confirma la presencia de equipamiento y mínimas comodidades para realizar las actividades en la montaña.

Las publicaciones daban cuenta de las actividades usuales disponibles para los veraneantes: caminar, reposar en el suelo, contemplar el paisaje, charlar, etc.; lo que connota un entorno ameno y desacartonado de las prácticas, aun cuando existiesen normas de comportamiento (implícitas o explícitas) que regulasen los intercambios (como mantener prudente distancia de las damas en la charla, cuidar el tono de la voz, no irrumpir en un grupo de personas del sexo opuesto, cuidar la vestimenta, etc.).[40]

[40] Al respecto, sugerimos revisar el cap. 3 “Transformaciones en la segunda mitad del siglo XIX” y cap. 4 “Sociedad y Género a principios del siglo XX. El despertar del feminismo”, del libro *Mujeres en la sociedad argentina: una historia de cinco siglos* (2012), de Dora Barrancos.

Figura 12

Captura de vídeo del interior de los baños termales, 1927.
Fuente: Grupo Las Bóvedas-Tambillos Uspallata, 2021, min. 03:58.

Figuras 13-14-15-16

Actividades de los excursionistas en la montaña.
Fuente: Una excursión a Puente del Inca, 1917, s. p.

Las figuras 10, 12, 13, 14, 15 y 16 muestran a los guardianes culturales o "*gate keepers*" en palabras de Boyer (2002): se trata de los personajes que inauguraron las prácticas de sociabilidad en la montaña, que abrieron el camino para un estrato social que, por imitación fue repitiendo estas actividades. Según nuestro referente, se verifica que estos personajes destacados ejecutaban prácticas específicas de ociosidad y definieron *lugares de excepción*, en el contexto de una provincia cuyana de principios de siglo XX.

Las publicaciones de la época asumieron el rol de difundir y construir la imagen simbólica del lugar, vemos que uno de los medios más relevantes que tenía circulación nacional y específicamente en Buenos Aires, fue la *Revista Mensual BAP.*[41] Esta publicación elaboró notas sobre el balneario que nos ocupa de forma sistemática, alimentando las representaciones en torno al sitio y la práctica del veraneo. En un texto proveniente de 1921, describía:

> Pero lo que no nos ofrecen ni Suiza ni otros países es un hotel de montaña como el de Puente del Inca, situado a una altura de 2.700 metros sobre el nivel del mar y al pie de una de las montañas más altas del globo, perennemente cubiertas de nieve. Desde este punto de vista puede afirmarse que el hotel en cuestión es único en el mundo y ello explica que haya llamado la atención a las familias que necesitan veranear en puntos donde el aire seco, absolutamente seco, dé energías al cuerpo y alientos al espíritu (Puente del Inca, 1921, pp. 44, 45).

Hacia 1922, la publicación incorporaba nuevos argumentos a la hora de ponderar el balneario:

> (…) repróchеselo y confiésese culpable de no conocer uno de los panoramas más soberbios y hermoso que existen en el país. País llanero, nosotros estamos más obligados que nadie a conocer nuestras montañas, a entablar y estrechar relaciones con ellas y a amarlas, poniendo en ese amor un poco de orgullo patriótico, pues a ningún país de Europa y de América le ha sido dado poseer montañas tan majestuosas y tan altas (…). Ir a Puente del Inca constituye, pues, un deber ineludible para todo el que se jacte de conocer a su país, que presuma de buen gusto artístico que blasone de amor a su tierra. Es que hay en ese paraje de leyenda una serie de panoramas que no pueden ser descriptos y que, en cambio, deben ser vistos y sentidos (Hotel Puente del Inca, 1922, pp. 54, 55).

Como vemos en los textos relevados, los argumentos esgrimidos para posicionar al balneario, consistían en la comparación con sus pares europeos, donde el de Puente del Inca se presentaba como ejemplo superador, por la altitud donde estaba emplazado, por los paisajes naturales y las actividades que conformaban su oferta de servicios, no sólo reducidas a los enfermos o personas afectadas por algún mal físico, sino ampliado ya a toda persona que buscase sensaciones y experiencias sublimes que alimentaran el espíritu. El cambio en las imágenes "turísticas" que se conformaban en el público de la revista, evolucionó desde la simple contemplación de los panoramas a satisfacer un deseo

[41] La *Revista Mensual BAP* se editó entre 1914 y 1947, por la empresa del ferrocarril Buenos Aires al Pacífico. Lacoste afirma que los directores de la publicación "trasladaron a la región la experiencia acumulada en Europa, donde la extensión de los ferrocarriles permitió conectar mercados con atractivos turísticos", lo que propició "una afinidad natural entre las revistas ferroviarias y el turismo", permitiendo la "visibilización y promoción de los destinos" (Lacoste y Castro, 2021, pp. 5, 6).

de aventura, de contacto con la naturaleza, referido a un espíritu de superación; que se vislumbra en los textos analizados. Aun sin incorporar de forma excluyente la práctica de deportes de montaña, de invierno o verano, el discurso se apoyaba en las cualidades del edificio y del lugar.

La cita superior de la página 98 refiere específicamente a la práctica de deportes de montaña, tanto excursionismo como ascensión a los cerros de la zona. Alude al carácter singular del emplazamiento como argumento central, mencionando sitios que comenzaban a perfilar el carácter emblemático de la alta montaña: el Aconcagua y el glaciar del río Plomo. Consecuentemente, parte del discurso se apoya en el "descubrimiento" de estos sitios gracias a expediciones realizadas justamente por montañistas europeos. En línea con este discurso, la cita del informe Corti incorpora la práctica de deportes en la estación invernal. Respecto de las ascensiones en verano, las designa con la palabra "alpinismo", dando cuenta de la novedad de la actividad en la región, que no hacía aun referencia al nombre del cordón montañoso local; o buscando emular intencionalmente las prácticas referenciales del Viejo Continente. Esta actividad tomó fuerza avanzada la década del veinte, lo que provocó la retracción del uso de este vocablo y la sustitución por "andinismo" a partir de 1930, con el surgimiento de las primeras agrupaciones de montañistas y el descubrimiento de los cerros más importantes de la cordillera mendocina, como veremos en el capítulo siguiente.

Por su parte, la *Revista Mensual BAP* se encargó de la difusión del hotel en la capital nacional y en varios puntos del país, dado que circulaba en todos los trenes bajo la órbita administrativa de esta empresa. El discurso se articula en esta publicación en torno del confort "moderno" que exhibía cualquier hotel de cierta categoría. Ensalzaba su peculiaridad, de manera análoga al texto de *La Nación*, refiriendo las figuras simbólicas a su emplazamiento en alta montaña y junto al legendario Puente, sumado a la presencia de las aguas termales, la belleza escénica del lugar y la posibilidad de adentrarse en el corazón mismo de la cordillera. Es decir, apela a la vivencia de experiencias sublimes combinadas con el disfrute estético del paisaje, argumentos que no sólo se mantuvieron, sino que se reforzaron en la década siguiente con el desarrollo del andinismo y la práctica de deportes de montaña, como esquí y patinaje. Por otra parte, repite el carácter *nacionalista* del paisaje seleccionado, en línea con las RS difundidas por otras publicaciones analizadas precedentemente. En tal sentido, observamos que la última cita proveniente de la revista *BAP* (pág. 100), apela fuertemente a movilizar al destinatario, con una retórica inquisitoria, que buscaba provocar un sentimiento de falta, si no se accedía a "uno de los panoramas más soberbios del país".

C) Punta de Vacas

El caserío primitivo de Punta de Vacas se asentaba a 17 km. de Puente de Inca y a 157 km. al Noroeste de la ciudad de Mendoza. Se situaba a 2980 m.s.n.m. en un recodo del río, en el encuentro de las cadenas montañosas del Plata, el cerro Aconcagua (6962 m.s.n.m.) y el volcán Tupungato (6800 m.s.n.m.); y la confluencia de los ríos Vacas y Mendoza. Este enclave geográfico-territorial se encuentra en una ubicación estratégica, por lo que en el tiempo acuñó el paso de tres asentamientos, de los cuales sólo se analiza en este capítulo el correspondiente a la fundación, vinculada con la llegada del FCT.[42]

Originalmente el paraje era reconocido por su cercanía a una de las casuchas que había mandado construir Ambrosio O´Higgins, Virrey del Perú y Gobernador Real del Reino de Chile en época poscolonial, escogido por los arrieros que trasladaban ganado en pie hacia Chile, como lugar de descanso y alimento de animales (Lacoste, 2013). Por tratarse de construcciones efímeras no quedan testimonios de este uso. Hacia 1901, con la llegada de la estación del Ferrocarril Trasandino, se consolidó un tipo suburbano que respondía a un asentamiento vinculado a la línea férrea como estructurante del espacio, dando lugar a los primeros edificios destinados a casas del personal de maestranza, del guarda, galpones del ramal ferroviario y el tanque de agua para servir a las locomotoras. Este asentamiento primigenio estaba recostado entre la línea de la vía y una barranca que dominaba las visuales del río Mendoza y el valle del río Vacas.

La arquitectura de la villa era modesta en escala y materialidad. Para los edificios del ferrocarril se emplearon mampuestos en piedra labrada del lugar con aberturas en forma de arco de medio punto, y cubiertas con pendientes a dos aguas resueltas con chapas de zinc. Mientras que las casas comunes respondieron a tecnologías más elementales, con mampuestos de piedra y cubiertas de tortas de barro sobre estructuras madereras (Figuras 17 y 18). La configuración suburbana del sitio creada en un primer momento se vio distorsionada en el tiempo, con la aparición de otros asentamientos sucesivos, como veremos en los capítulos siguientes.

La fotografía 17 muestra la estación del ferrocarril y las construcciones de acompañamiento (casas, posada, corrales para ganado). En el extremo inferior derecho se observan algunos carruajes y grupos de arrieros en sus caballos, lo que da una idea del movimiento que concentraba este paraje.

[42] Actualmente la localidad pertenece al distrito de Las Cuevas, en el departamento Las Heras y está conectado por la ruta Internacional N°7.

Figura 17

Vista del poblado de Punta de Vacas (1910ca.)
Fuente: Eggers & Cía. Archivo Fotográfico. Biblioteca Nacional Digital de Chile.

Figura 18

Estación Las Vacas - Ferro Carril Trasandino.
Fuente: Hume y Cía. Archivo Fotográfico. Biblioteca Nacional Digital de Chile.

Por medio de la *Gramática de Casos* (Valle Gastaminza, 2002) detectamos como elemento denotado la grandiosidad del paisaje de la cordillera, de allí que la imagen se difundiera como postal, incluso con la información traducida al inglés. La montaña podría connotar una presencia amenazante, pero suponemos que la mirada, en este caso, busca poner el foco en su belleza estética,[43] lo que podría simbolizar una componente bucólica y fuertemente vehiculizada hacia una percepción estética y placentera de la naturaleza, donde el *agente* connotado no es la persona humana, sino la propia montaña concebida como paisaje, ahora entendido incluso desde una mirada *artística* (Giménez, 2001).

Las figuras humanas son mayormente hombres, posiblemente porque las actividades registradas en la imagen (vinculadas al arreo de ganado) estaban precisamente en manos de varones. Como hemos referido precedentemente, es posible que la precariedad de las condiciones (lo que queda en evidencia en las construcciones que conforman el fondo próximo de la imagen) ahuyentara al público femenino de esta experiencia. Este último punto supone en parte una contradicción del mensaje de la propia fotografía, en tanto permite leer estas circunstancias desfavorables, pero al mismo tiempo muestra una formación del tren con locomotora y tres vagones frente a la estación, con lo cual connota el factor de modernización que había adquirido el paraje.

Contradicción que entendemos como propia del momento histórico reflejado, según han observado también González y Leloutre (2020). La fotografía 18, en tanto, da una imagen del mismo caserío, pero ahora con el punto de vista fijo en el camino que realizaba el ganado, flanqueado por hileras de pircas en ambos costados. Si bien la intención de la imagen tampoco es capturar una práctica de manera “espontánea”, dado que los personajes están posando; no dudamos del carácter testimonial de la toma, dado que acerca el modo de vida en el paraje. El foco está puesto en las casas y el camino, resultan menos relevantes en la composición la estación del ferrocarril y el tren frente a ella (a la derecha). Esta toma acerca la expresión de la arquitectura, con techos a dos aguas y resuelta enteramente en piedra.

Es llamativa la ausencia absoluta de las galerías de transición entre el interior y el exterior de las construcciones, que responde seguramente al volumen de nieve caído en época invernal, lo que inutilizaba estos espacios o representaba una carga excesiva para las cubiertas. La resultante volumétrica presenta predominio del lleno sobre el vacío y exhibe arquitecturas muy rudimentarias, dispersas en el vasto territorio. Posiblemente, el elemento conductor en esta geografía haya sido la línea de pircados entre las

[43] Refuerza esta hipótesis el hecho que hemos encontrado la circulación de la misma imagen en tarjetas postales, en una versión “retocada”, con una apariencia más ligada a una composición pictórica que a una fotografía.

construcciones, para contener las manadas de animales. La imagen muestra que el patrón de asentamiento responde a un criterio similar al de los otros poblados analizados, disponiendo las construcciones en la planicie entre dos cerrilladas.

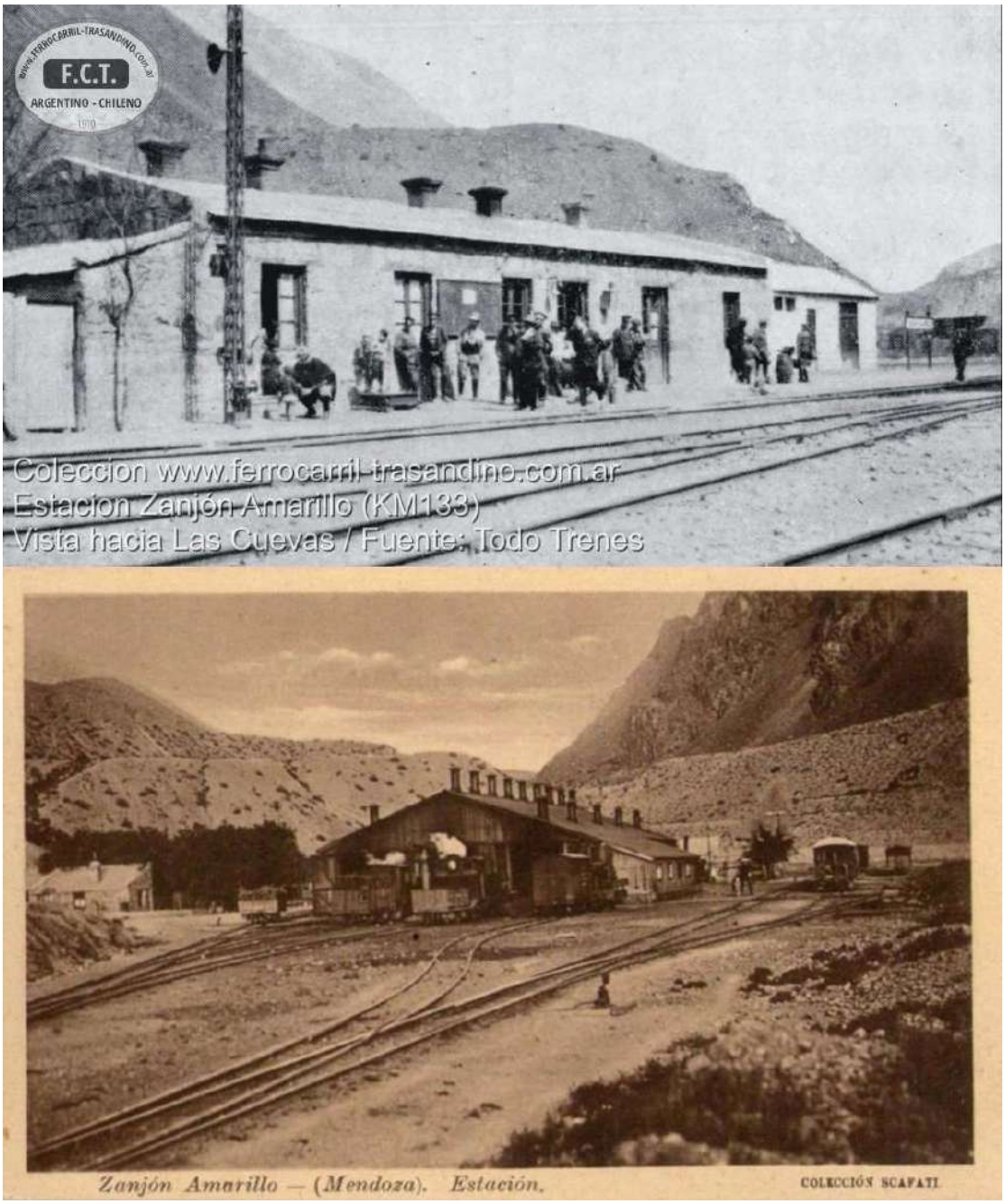
Es importante destacar que, en este período, el modelo agro-expansivo de engorde de ganado con destino a Chile llegó a su fin. Si bien el comercio se recompuso entre 1909 y 1910, volvió a una etapa de crisis a partir de 1914, se recuperó en la década de 1920 y entró en su ocaso definitivo hacia 1930 (Gago, 2004, p. 35). Esto fue muy relevante en la redefinición funcional del paraje en la década siguiente, dado que, en el auge del ascensionismo acaecido en las décadas del ´30 y ´40, se tornó en centro de operaciones para las ascensiones a los cerros de la zona, de manera análoga a la función que había asumido Puente del Inca en relación con el Aconcagua.

D) Zanjón Amarillo

La estación Zanjón Amarillo es objeto de estudio de la arqueología industrial, dado que fue impactada por un aluvión en 1934 y quedó fuera de servicio. Según Lacoste (2013), constituyó uno de los emplazamientos más desarrollados de puestos de cuadrillas de Vía y Obra, que realizaban el mantenimiento de las vías y del material rodante a lo largo de toda la línea, vulnerable a la acción de la nieve, los aludes y los derrumbes, por lo que constituyó un centro de operaciones de relevancia durante las primeras décadas de funcionamiento del FCT.

Este tipo de estaciones contaba con equipos e infraestructura necesaria para operaciones de tracción, depósitos de carbón y locomotoras, mesa giratoria y equipos barrenieve, además de alojar las cuadrillas de operarios. El autor observa que el FCT utilizaba locomotoras de adherencia para el tramo Mendoza-Zanjón Amarillo y de cremallera de allí hasta el límite internacional. Inclusive, en algunas oportunidades, los trenes empleaban dos o hasta tres locomotoras para trepar las duras pendientes, ya que en este punto comenzaba el tramo más complicado de la travesía, un sector muy vulnerable a la nieve y derrumbes.

Como punto estratégico del itinerario del trasandino, desplegó componentes arquitectónicos de gran envergadura, de los cuales destacan grandes galpones de servicio y de depósito de las máquinas, resueltos en estructuras de perfiles de acero con tipologías a dos aguas y terminados con chapa sinusoidal, tanto en sus paramentos como en las cubiertas (Figuras 19 y 20).



Figuras 19-20

Edificio de la estación y galpón de servicio.
Fuente: ferrocarril-trasandino.com.ar (s. f.). *Est. Zanjón Amarillo (traza vieja)*. https://www.ferrocarril-trasandino.com.ar/2018/07/25/est-zanjon-amarillo-traza-vieja/

Al igual que en los otros poblados, los edificios de casas de operarios, la estación propiamente dicha y los equipamientos de acompañamiento se resolvieron en piedra labrada del lugar, con dinteles pétreos rectos y cubiertas a una o dos aguas de fuerte pendiente y chapas de zinc. La bibliografía consultada confirma que no existieron prácticas vinculadas al turismo en torno de este paraje, en tanto se confirma su relevancia y su posición singular sólo “como guardiana de la transitabilidad de las vías”, en palabras de Lacoste (2013). Luego del aluvión, su traslado se concretó con la estación Polvaredas en la década de 1940, en la margen opuesta del río, a resguardo de posibles crecidas.

Aun así, las imágenes históricas nos acercan las prácticas en torno del poblado. La fotografía superior tiene carácter testimonial, dado que muestra algunos pasajeros en la estación a la espera del tren. Como podemos ver, se trata de personajes masculinos en su mayoría. Hacia la izquierda de la imagen detectamos algunos niños y posiblemente una mujer. Muchos de los personajes de pie tienen visten uniforme, por lo que podría tratarse de personal policial, de correos o del mismo ferrocarril. Dado la importancia de esta estación, es posible que algunos de los personajes retratados fuesen residentes del lugar, o pasajeros en espera para trasladarse a otro poblado. No vemos equipaje en la imagen, lo que refuerza esta hipótesis. La imagen presenta el edificio de la estación en primer plano, como fondo de la imagen central. En un segundo plano, divisamos los perfiles de la cordillera de los Andes.

La fotografía inferior tuvo circulación como postal de la colección *Scafati*. La toma revela uno de o grandes galpones de servicio de la estación, inmersa en un entorno despoblado y con escasa vegetación. Hacia la izquierda divisamos una construcción, presumiblemente una casa y un grupo de árboles. La intención de la fotografía es transmitir la seguridad que implicaba el viaje por alta montaña, al mostrar que se disponía del equipamiento y los servicios necesarios para garantizar el viaje. Aun cuando la postal circulaba en los círculos sociales, advertimos que seguramente estuvo dirigida a posibles comerciantes que hicieran uso del tren como transporte de carga, donde residía su principal objetivo. Al tratarse de una parada netamente técnica en el itinerario, observamos que no existía prácticamente movimiento turístico o de personajes que visitaran el paraje por motivos de ocio.

2.2.2. Cacheuta

Como ya hemos mencionado, el cambio de paradigma provocado por la industrialización implicó la incorporación de nuevos espacios geográficos al esquema productivo agrario predominante. Así, el proceso de transformación económica que experimentaba la provincia se orientó hacia una vitivinicultura "moderna" y al aumento poblacional, que garantizara la extensión de la agricultura y el mejoramiento de las artes e industrias, sustentado en la inmigración, que "sentaba las bases de una política de colonización y ocupación efectiva del suelo" (Gago, 2004, p. 37).

En este contexto, la labor de visionarios que aportaron ideas, capital y mano de obra al valle de Cacheuta, transformó el escenario primitivamente indómito de la montaña en un reducto de generación de riqueza. Las perforaciones en busca de petróleo en el cerro Cacheuta, los emprendimientos de aprovechamiento del río para la producción de energía hidroeléctrica y el desarrollo del turismo medicinal, actividades involucradas de forma directa con el ferrocarril, cambiaron la fisonomía del lugar, haciéndolo apto para el asentamiento humano permanente y apetecible para el establecimiento progresivo de inversiones.[44] Entendemos que estos factores en conjunto constituyeron un factor clave para el desarrollo del valle, además de su proximidad a la capital provincial, lo que lo posicionó como destino de referencia de la elite local, nacional e internacional, aun con una oferta similar situada en el mismo momento histórico en pleno corazón de la cordillera, como era el balneario de Puente del Inca.

La estación Cacheuta, inmersa en las primeras estribaciones montañosas luego de superar las serranías de Blanco Encalada, constituyó el centro neurálgico del primitivo poblado: el edificio de la estación, un tanque de agua elevado, un pequeño grupo de casas y un galpón de depósito fundaron los primeros testimonios arquitectónicos permanentes en la avanzada sobre el territorio (Figura 21).

En este sector, el río presentaba un recorrido tortuoso en forma de S, que delimitaba dos porciones de terreno: la sección Norte albergó el trazado sobre una elevación natural, la parte Sur sobre una amplia terraza junto a la ribera del río, de manera que el esquema, de carácter espontáneo, quedó estructurado a lo largo de la vía

[44] En 1887 el ingeniero Carlos Fader, un inmigrante alemán, representante de la Compañía Mendocina de Petróleo, informó al gobierno de la Provincia sobre veinte perforaciones realizadas en el cerro Cacheuta, que entre los 80 m y 290 m de profundidad, permitieron extraer petróleo en abundancia y de manera continua. Los resultados motivaron a Fader a presentar una serie de mejoras, entre ellas, la instalación de una usina a gas de petróleo. Fracasado el acuerdo con el FCT para el transporte del crudo, se construyó un tendido de 34.000 m de cañería, de 3 pulgadas y media, para conducir el fluido hasta Godoy Cruz, empresa que se conoce como el "primer oleoducto de Sudamérica" (Los Andes, 1982, p. 22). Otras inversiones destacadas de la época fueron la instalación de una usina hidroeléctrica (1899-1913), también por iniciativa de Carlos Fader, y la finalización y puesta en servicio de la usina de Cacheuta (1926) por la Empresa de Luz y Fuerza.

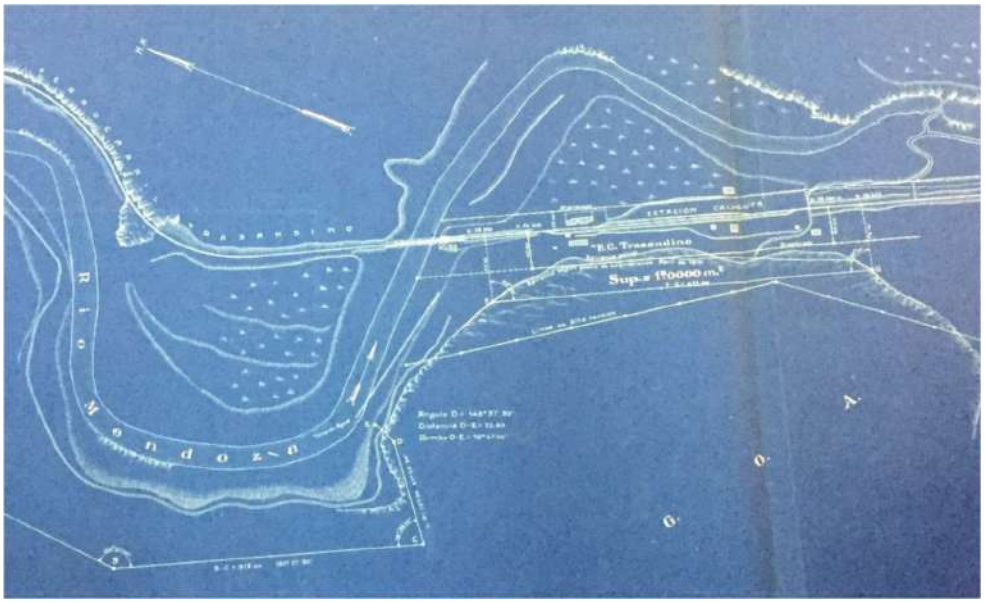


Figura 21

Poblado de Cacheuta, 1910.
Fuente: Archivo del Ente Provincial Regulador Eléctrico (EPRE). “Plano de los terrenos vendidos por las compañías de Ferrocarriles Gran Oeste Argentino y Buenos Aires al Pacífico a la Empresa de Luz y Fuerza, en Cacheuta, Depto. de Luján” (detalle). Copia realizada por Enrique del Castillo en 1927.

Figura 22

Puente ferroviario “los Baños” en el km. 38,7 y vista hacia el Sur del pueblo de Cacheuta, 1907.
Fuente: Colección Alex R. Gulliver, Archivo Nacional de Chile.

férrea y rodeado de un paisaje montañés de singular belleza.[45] La construcción del puente ferroviario sobre el río Mendoza permitió vincular el cerro de mayor altura, ubicado al Norte, con la estación y las casas dispuestas en la margen Sur del río, a lo largo de la vía del tren.

De este modo, se materializó un espacio moderno propio de la infraestructura ferroviaria, que asumió rápidamente las funciones de aglutinador de las actividades presentes hasta el momento, como vía de conexión entre las partes del poblado y espacio público de intercambio social (Figura 22). Podemos afirmar que, en palabras de Giménez (2001) el enclave asumió rápidamente el carácter de *paisaje funcional*, dado que la apropiación del espacio denota la intención de la explotación de los recursos del lugar, como enclave productivo. Pero rápidamente esta consideración viró a la de *paisaje simbólico*, al reconocer al sitio el valor propio de los componentes de su paisaje natural, como objeto de consumo vinculado al placer estético; y al propio sitio las cualidades de su clima y localización geográfica como componentes benéficos para la salud humana.

El tren se abrió camino en el territorio y en buena medida esto supuso la instalación de equipamientos: el desarrollo turístico del valle contó con una oferta de menor categoría que el famoso hotel termal de Cacheuta: la Posada Quirós, un albergue modesto ubicado en un promontorio, al otro lado de la vía. Los anuncios publicitarios relevados dan cuenta de su existencia desde fines de la década de 1920. El conjunto contaba con tres edificios ordenados a uno y otro lado de un eje perpendicular a la línea ferroviaria, y dos construcciones más hacia el Este, dispuestas en forma de L, de manera que todo el complejo era visible desde el acantilado en la ribera opuesta del río Mendoza, donde se encontraba la estación y su barrio. La fotografía histórica permite comprobar que la ladera del cerro se desmontó en forma aterrazada para evitar desprendimientos; luego fue reforzada con pircas en piedra labrada y trabada sin mortero, dando una imagen homogénea a partir de la mímesis entre las construcciones y el relieve del sector (Figura 23).

Al analizar la imagen, observamos que su intención era transmitir las cualidades de la posada: la fotografía muestra un conjunto cuidado, con múltiples especies forestales, donde las arquitecturas se recortan contra el perfil de los cerros circundantes. Estos edificios, destinados al hospedaje y a la gastronomía (se trataba de un establecimiento popular, que ofrecía por ejemplo descuentos para el personal de *Luz y Fuerza*), se resolvieron también en piedra labrada del lugar, con cubiertas a dos y cuatro

[45] Cacheuta se ubica en un sector montañoso de la precordillera de los Andes, con alturas intermedias de 1.150 y 1430 m. s. n. m. Este tramo escarpado refiere al lecho natural del río Mendoza, que discurre en sentido Sur-este en una quebrada entre montañas con un cauce estrecho y abrupto. El lecho del río, de marcada pendiente, es peñascoso y las paredes que lo definen forman una unidad morfológica única (Bianchi y Villalobos, 2019).

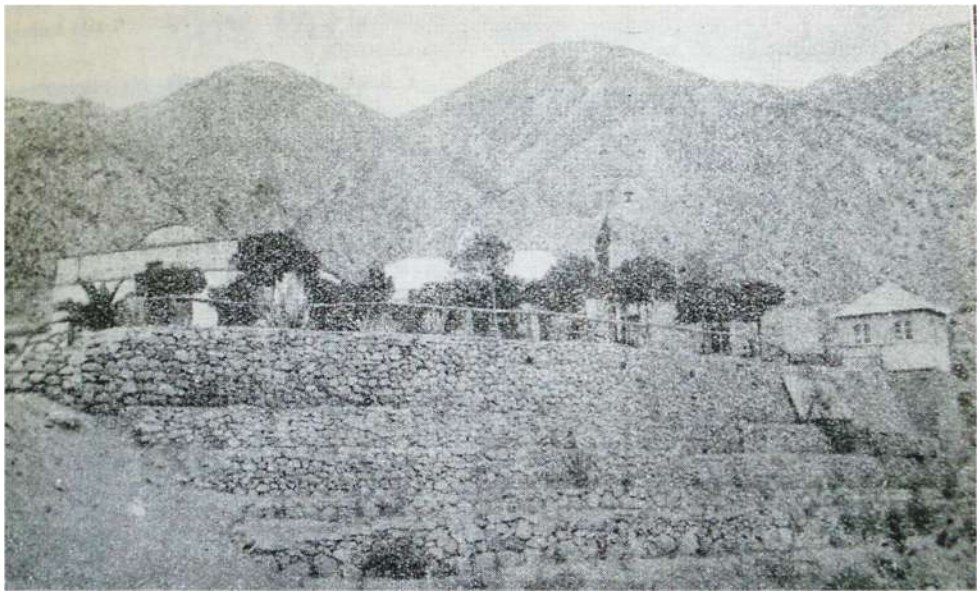


Figura 23

Posada de Quirós.
Fuente: *Revista Mensual Ilustrada Luz y Fuerza*, 1929, p. 22
.

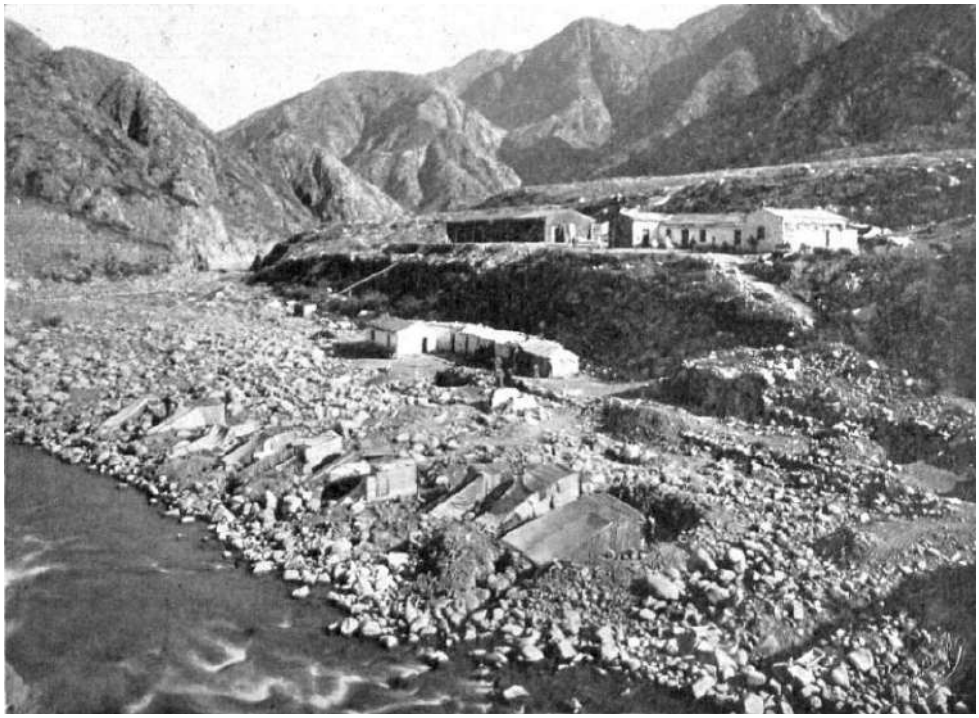


Figura 24

Antiguo hotel de Cacheuta.
Fuente: Copahues, 1899, s. p.

aguas de chapa sinusoidal. De su forestación, destacaba un bosque de arbustos, aguaribayes, álamos y palmeras, configurando vistas de gran riqueza paisajística. La imagen connota el dominio del hombre sobre la naturaleza, la destreza técnica de los constructores para consolidar el talud natural del cerro, las ideas de limpieza y orden, que remiten al servicio ofrecido por el establecimiento. En efecto, el manejo de los recursos disponibles en la zona posibilitó la construcción material y simbólica del *paisaje cultural* del sitio, en contraposición a su *paisaje natural* (Tedeschi, 1972), actitud que fue llevada a su máxima expresión en el afamado hotel termal, como veremos a continuación.

Respecto de la lógica de agrupamiento de las materialidades detectadas, se observa que su distribución en el territorio respondía a un partido utilitario, derivado de la disposición más eficiente para el funcionamiento del tren y sus equipamientos. O bien a un partido espontáneo, sin planificación previa, donde los edificios y casas se agrupaban según las necesidades de uso o de acuerdo con la topografía del terreno. En cualquier caso, se observa un carácter disgregado, que definía al espacio destinado a la vía del tren como eje ordenador de referencia.

2.2.2.1. El hotel termal

Como analizamos para el caso del hotel en Puente del Inca, el Ferrocarril Buenos Aires al Pacifico fue pionero en su promoción turística en Mendoza, al encarar desde la Compañía de Hoteles Sud Americanos Ltda., la construcción de instalaciones para la provisión “de alojamiento y comida”, como de equipamientos vinculados a las actividades de “balnearios y pistas de esquí, entre otros” (Lacoste, 2013, p. 223).

Ahora bien, en relación con la historia del balneario, hacia 1885 se construyó un conjunto de piletas para baños termales al costado del río Mendoza, en el lugar denominado “de la Boca del Río”, que venía a suplir la carencia de instalaciones adecuadas para las inmersiones curativas, ampliamente difundidas por sus propiedades terapéuticas. No obstante, esta práctica usual de la época estaba en realidad reservada al reducido grupo de visitantes que se atrevía a llegar al lugar y descender por una empinada cuesta a la margen del río, donde se encontraban los manantiales termales.[46] Detrás de las piletas se situó una precaria construcción en forma de L, presumiblemente de adobe, con cubierta a dos aguas. En una cota superior del cerro, más próxima a la ferrovía, se ubicaba el restaurant y a continuación un bloque destinado a habitaciones, que proporcionaban las comodidades mínimas para asegurar la permanencia en el lugar (Figura 24).

[46] En 1822 la Junta de Mendoza había declarado las termas como bienes de uso y goce de la comunidad. En 1870 “ya se registraban viajes periódicos de personas que acudían a Cacheuta para bañarse en estas aguas. (…) Para ello abrían pozos en la arena y el ripio. En el verano, estos pozos desaparecían por las crecidas del río. Pero en la temporada siguiente volvían los visitantes para beneficiarse con estas aguas” (Lacoste, 2013, p. 241).

La imagen analizada tiene carácter estático y es un ejemplo de la aptitud polisémica de su mensaje. En la revista *Caras y Caretas*, la imagen fue contemporánea a la publicación, que destacaba la expansión de la actividad industrial de la Argentina, orientada a no dejar “dentro de poco, riqueza alguna sin explotar". Se refería al agua mineral para consumo, que competía "ventajosamente con las similares que se importan desde el extranjero". La publicación calificaba al manantial de Cacheuta como "un tesoro del cual puede enorgullecerse Mendoza", refrendando la aseveración con la mención de los estudiosos que, exámenes químicos mediante, confirmaban sus propiedades y eficacia para las enfermedades del estómago. El texto menciona al farmacéutico Sr. T. Belleli como responsable de la explotación de las aguas, al igual que de las de Puente del Inca, y al Sr. B. M. Christiany como responsable de la propaganda para hacerlas conocer en cada rincón de la República, "no tanto con un fin material, cuanto por el honor que refluye siempre sobre aquellos que prestan un servicio a sus conciudadanos". En la década de 1920 la misma imagen comenzó a circular en el *Libro de Oro* del hotel, en contraste con las instalaciones de ese momento; que habían alcanzado su máximo esplendor, tanto en lo referido al desarrollo de servicios y superficie cubierta, como de elegancia y refinamiento en su lenguaje y ornato. Por lo que en este caso tenía como fin demostrar los avances que había experimentado la estación balnearia al cabo de pocos años.

Continuando con la evolución histórica del hotel, en 1902 se construyó “un formidable muro de defensa. Además, se cortó el talud natural de la margen derecha del río, para construir allí las nuevas piletas” (Lacoste, 2013, p. 242), dado que las anteriores habían sido arrasadas en 1898 por las crecidas estivales del río, junto con las antiguas instalaciones. Hacia 1905 (según consta en las publicaciones relevadas) la sección destinada a balneario propiamente dicho, en la parte baja de la ribera, se había mejorado: consistía en una sucesión de cuartos para baño, conectados por un pasillo central descubierto.

La vinculación entre ellos y el casco principal del hotel, más arriba, se resolvió con una extensa rampa para salvar las abruptas pendientes. Se construyó la capilla hacia el extremo Sur del conjunto y se ampliaron los cuerpos del edificio destinados a hall, habitaciones para huéspedes, restaurant y casino (Figura 25), conformando dos bloques, uno con vistas al río y los cerros; y otro posterior, separados entre sí por una extensa circulación descubierta.

La Legislatura de Mendoza llamó a concurso mediante ley 519/1910, para:

> (…) la explotación de las aguas termales de Cacheuta y construcción en los terrenos anexos a éstas, de todos los edificios, instalaciones y accesorios que constituyan un establecimiento modelo y en manera alguna inferior a los mejores existentes en otros países, para el servicio y

> atención de personas que precisaren el tratamiento medicinal de esas aguas, así como para las demás que fuesen allí sin necesidad de usar aquellas (Provincia de Mendoza, 1925b, p. 4526).

Como vemos, el discurso de la clase dirigente no hace referencia específica al turismo, aunque indudablemente la explotación de las termas significó el afianzamiento definitivo del sitio como destino de recreo. El llamado a concurso se resolvió, luego de evaluar las propuestas, a favor de la empresa conformada por Arturo Dácomo, Ramón Junyent y Luis Lattuada. En lo referido al hotel y equipamientos, el contrato de concesión especificaba:

> Art. 1°, inciso b) Los edificios serán proyectados y construidos en piedra, cemento armado o ladrillo armado y en condiciones de resistencia capaces de ofrecer la mayor estabilidad y contra temblores. - Inciso c) El capital que los concesionarios invertirán en las instalaciones será de dos millones seiscientos mil pesos moneda nacional: en construcciones firmes adheridas al suelo y consistentes en hoteles para primera y segunda categoría, sanatorio para pobres y demás dependencias. - Inciso d) Se construirá un edificio de tercera clase con capacidad para cien personas (…). La estadía y cuidado de cincuenta personas, que podrá remitir el Ministerio de Industria y obras Públicas, será costeado por aquellos con asistencia médica y botica gratuita, sin cargo alguno para el Gobierno, teniendo éste la facultad de verificar las inspecciones y controles que sean necesarios en todo tiempo. - Inciso e) Los baños para primera categoría se construirán contiguos al edificio correspondiente. - Inciso f) En la parte alta del terreno que ocupa el parque actual, se construirá un gran palacio casino con hotel de primera clase. - Inciso g) Se construirán edificios para baños de primera, segunda y tercera categoría, piletas de natación. - Inciso h) Habrá un departamento especial para gabinete de consultas de médicos, sala de primeros auxilios y farmacia. - Inciso i) Los concesionarios tendrán la obligación de adoptar el alumbrado eléctrico en el establecimiento, ya sea tomando corriente de alguna empresa o utilizando la fuerza hidráulica del río Mendoza para producirla. - Inciso j) Se llevará a cabo un programa de obras de embellecimiento de conjunto del valle, con juegos de recreo, sports, funiculares, construcción de parques, jardines, caminos, etc. (Provincia de Mendoza, 1925b, pp. 4532, 4533).

Las citas precedentes dejan en claro el carácter modernizador de la gestión de Civit. En términos generales, porque la explotación de las aguas termales era entendida como una actividad económica, complementaria a las demás actividades productivas de Mendoza. Si bien no se hablaba concretamente de turismo, al especificar que el sitio debía estar adaptado no sólo a los enfermos, sino a quienes “fuesen allí sin necesidad de usar aquellas [aguas medicinales]”, da cuenta de la visión que incluía el disfrute vinculado al ocio; en concreto, la práctica del *veraneo* en la montaña. Esto confirma la actitud progresista de Civit en torno del naciente turismo. Cabe destacar que, si bien el contrato de concesión especificaba la condición para el uso de personas de bajos recursos y aun cuando se legisló sobre el asunto (enunciamos precedentemente la ley 401/1907), no tenemos certeza si el pabellón efectivamente se construyó, como bien ha indicado Ponte (1999).

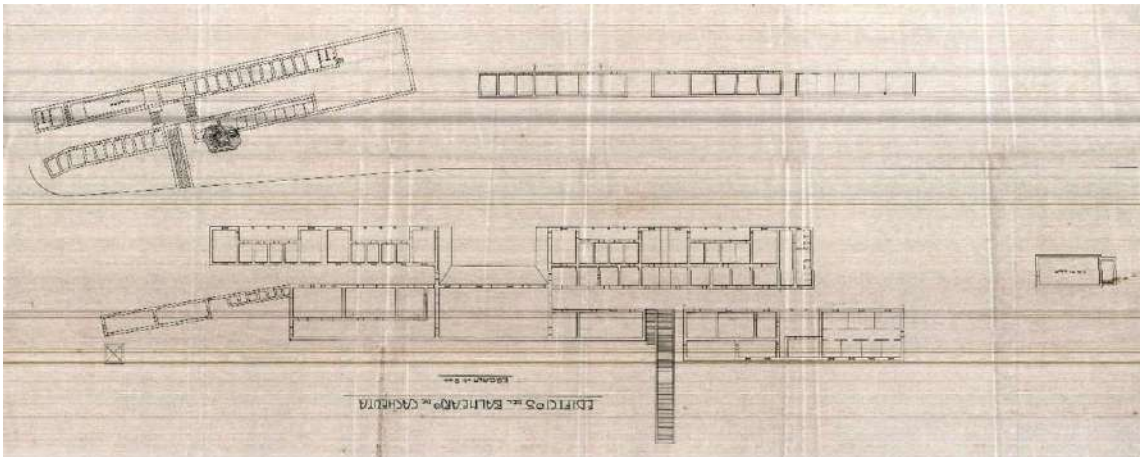


Figura 25

Planta del conjunto. Hotel Termas de Cacheuta, 1909 ca.
Fuente: Archivo AHTER- INCIHUSA, CONICET.

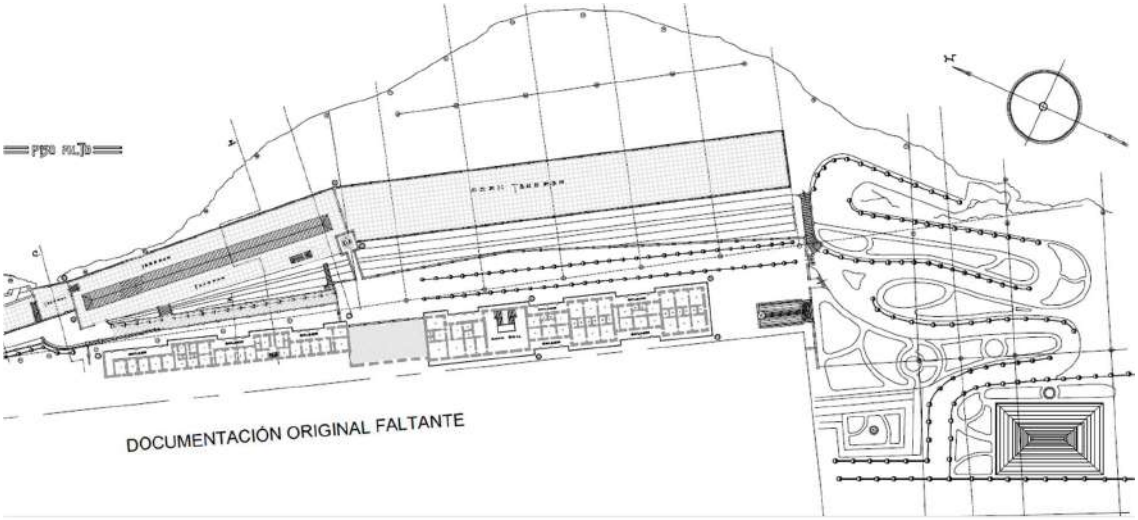


Figura 26

Planta del conjunto. Hotel Termas de Cacheuta, 1913 ca.
Fuente: Archivo AHTER- INCIHUSA, CONICET. (Digitalizado por el autor)

Ahora bien, el contrato establecía como única compensación “el derecho de explotar las termas, hoteles y casino y construcciones que ejecuten durante el término de cuarenta años”, a cuyo vencimiento pasarían a propiedad del Estado todos los edificios, instalaciones y demás obras realizadas y ejecutadas, lo mismo que los muebles, útiles, usinas y enseres del balneario “que hayan servido al público” (p. 4534). El contrato especificaba, también, en relación con el amoblamiento y servicios, que debía instalarse “en igual forma que los hoteles clasificados de primer orden”. En julio de 1913, según consta en los antecedentes del contrato de concesión, la Sociedad Arturo Dácomo & Cía. transfirió a Carlos Sepp y Federico Devoto todos los derechos y acciones que poseían sobre las Termas de Cacheuta, “con arreglo a los actos de concesión del Gobierno de la Provincia”, para lo cual constituyeron la Sociedad Anónima Termas de Cacheuta, que en lo sucesivo se encargó de la explotación del balneario.

Ese mismo año las instalaciones existentes fueron nuevamente mejoradas y ampliadas:[47] se cubrió con un lucernario de cristal y hierro la galería de los baños, se construyó la planta alta de las habitaciones provenientes de la mejora de 1905 ca. (que también contempló la construcción de una usina a combustión) y se concretó la lavandería mecánica del hotel. Los espacios exteriores también fueron objeto de mejoras: incorporaron jardines con senderos peatonales que delineaban parcelas de diseño ondulante (vinculado posiblemente a la tradición inglesa del paisajismo), con arbustos y árboles de diversas especies. Todas las circulaciones exteriores y las terrazas del hotel se coronaron con balaustradas, que le dieron unidad al conjunto. En corto tiempo se incorporaron edificios de servicio, como el bloque de residencia para personal, el edificio de administración y la cocina (Figura 26).

El trabajo de la piedra natural del lugar, que se hizo evidente en las infraestructuras y equipamientos del ferrocarril (por ejemplo, en los puentes resueltos en arquerías de piedra sobre los que apoyaban vigas reticuladas), o la introducción de la tecnología del hormigón armado, empleada en túneles de hormigón socavados en la roca; también impactaron en el lenguaje del edificio, que en algunas secciones mostraba un aspecto más tecnológico y utilitario. Tal es el caso de la capilla, el comedor interno y todas las dependencias ubicadas hacia el Sur del complejo.

El comedor interno presentaba en sus terminaciones un cielorraso de chapa estampada, apoyado en una sucesión de columnas de hierro fundido, artísticamente trabajadas; muros revestidos en *boiseries* de madera en el tercio inferior y pisos de pinotea,

[47] La empresa constructora y estudio de arquitectura Agustín Daverio & Cía. recibió el encargo para la obra. Fundada en 1890, intervino “en la construcción de innumerables obras particulares de envergadura y obras de carácter público como las Casas Baratas del Barrio Cafferata” (Ministerio de Obras Públicas de la Nación, 1937, p. 1102).

que le daban un aire refinado. Por el contrario, el “Comedor de Cristal” o “exterior” hacía gala de un lenguaje más industrial, con grandes mamparas de acero y cristal que lo comunicaban visual y espacialmente con la “rambla” de paseo, con una cubierta resuelta sobre vigas reticuladas abulonadas. Un imponente mural ornamental mostraba un tren humeante atravesando las montañas, como elemento indiscutido del progreso en el valle. Hacia el exterior, una pérgola de hierro y cristal apoyada en ménsulas artísticamente trabajadas de carácter modernista hacía las veces de galería de transición interior-exterior.

Las interpretaciones a que podemos hacer referencia para este edificio son *la económico-social* y la *técnica* (Zevi, 1998). La primera alude a un modo de vida, dado que más allá de su función terapéutica, el hotel se instaló en el imaginario colectivo como centro de ocio de las elites. La segunda, refiere a las cualidades constructivas del edificio, dado que mostró adelantos muy significativos para la época, no sólo en los equipamientos y servicios, sino en la tecnología empleada en la construcción y en su sistema estructural: el uso de perfiles y barras de acero como refuerzo de la mampostería de ladrillo cocido, el cálculo de vigas reticuladas para el soporte de los techos, el recurso de losas armadas en dos direcciones para entrepisos y cubiertas, el cálculo de muros de contención y tabiques para contrarrestar la presión del terreno en los distintos aterrazamientos y el uso de hormigón armado en las estructuras de las torres de ascensores, dan cuenta de ello.

El Ferrocarril Pacífico asumió la tarea de promoción del hotel, a través de su *Revista Mensual BAP*, como también los grandes diarios de la época, que dieron a conocer las nuevas imágenes de la montaña. Al respecto, la revista del ferrocarril enumeraba las comodidades que ofrecía: cocina, pastelería, panadería, salón de lectura y escritura, sala de música y teatro-casino. El hotel contaba con un lavadero mecánico, “donde se lava, se desinfecta y se plancha la ropa de los pasajeros y de una usina provista de dos motores con 130 caballos de fuerza que proveen de hielo, luz y energía eléctrica a todo el establecimiento”. Además, destacaba la existencia de dos ascensores, uno que conectaba con el andén del tren y el segundo para descender a la galería de baños termales:

> (…) donde están instalados los baños de inmersión, baños de vapor, salas de duchas, cuartos de masajes, consultorio, farmacia, peluquería de hombres y señoras, etc. Estos detalles prueban de por sí que el de Cacheuta es un hotel que hace cumplido honor a la industria hotelera, y nos basta agregar que goza de los beneficios de correo, telégrafo, capilla propia, y, en general, de todo lo que hace confortable la vida civilizada (La vida en Cacheuta, 1922, pp. 44, 45).

Seguramente encontrar un hotel de estas características, en medio de las montañas, debió configurar una experiencia muy atrayente, cuando en la propia ciudad de Mendoza no se contaba aun con edificios hoteleros que lo igualaran en superficie o en servicios. Seguimos a Lacoste (2013) al indicar que los ferrocarriles impulsaron la transformación de la montaña en un espacio social, apto para el turismo. Esto sucedió

principalmente, gracias al mejoramiento de la infraestructura y el equipamiento instalado en el sitio, incorporando ese territorio a la actividad socioeconómica de la región.

La publicación sistemática de artículos publicitarios por parte de la *Revista Mensual BAP* fue determinante a la hora de dar a conocer el balneario en los círculos sociales de todo el país. Por otra parte, fue colaborando en la construcción simbólica del destino Cacheuta en el imaginario colectivo. En este sentido, además de numerosas descripciones, operaban fuertemente en el imaginario alimentando el discurso con calificativos cargados de recursos retóricos, designando al hotel como "Perla de los Andes", "Portada de la Cordillera", "Ánfora de la salud" o "Rincón del bienestar" (La vida en Cacheuta, 1922, pp. 44, 45). Un anuncio de 1921 destacaba la proximidad con la ciudad de Mendoza, el confort del establecimiento y su cocina de "primer orden", ponderándolo como destino predilecto para el "descanso" y la "salud" (…) (Termas de Cacheuta, 1921, p. 48).

Otros anuncios recurrían a una retórica que interpelaba al receptor, con un fuerte componente persuasivo, con afirmaciones del tipo "ir a Cacheuta es un deber ineludible" (Cacheuta, 1921, p. 55). El componente denotativo constituía en este caso un llamado a la acción, una exhortación que movilizaba al destinatario para conocer el lugar. Los argumentos empleados comenzaron a esbozar un sentido "patriótico", visitar Cacheuta se instituía en una obligación, al menos para todo aquel que se jactase de conocer verdaderamente el país: "Ud. es el principal, el único culpable, de la ignorancia en que vive respecto de las grandes bellezas panorámicas argentinas". El sentido patriótico y de deber ciudadano que se vislumbra en los textos, sentó los precedentes para la acción sistemática de difusión encarada por la dirigencia de la década del ´30, en relación con las prácticas del turismo, como veremos en el capítulo correspondiente. El contraste con destinos análogos consagrados (mayormente de Europa) volvía a emplearse como recurso argumentativo a la hora de publicitar el hotel: "(…) Es curioso, pero es así: gran parte de nuestra población vive suspirando con las bellezas alpinas, y no sabe que, ahí, a una noche de ferrocarril, están las bellezas andinas que tienen una reputación mundial inconmovible" (Cacheuta, 1922, p. 74).

La cualidad común que se vislumbra en todos los anuncios relevados entre principios de siglo y durante toda la década de 1920, recurre sistemáticamente a una componente sensorial, casi ligada a algo religioso: visitar las montañas, el contacto con la naturaleza, el disfrute de los paisajes y su belleza, se proclaman como un bálsamo para el espíritu, como complemento de la cultura física. Finalizando la década vemos que esta cualidad se mantuvo constante:

> (…) Y esas tres cosas: montaña, descanso y belleza las encontrará Ud. dirigiéndose a Cacheuta, el hotel balneario situado en las primeras estribaciones de los Andes (…). Estamos convencidos de que nuestro consejo ha de resultarle útil y que si no ahora, de inmediato, mañana concluirá

> por ser Ud. uno de los huéspedes de aquel oasis privilegiado que constituye uno de los paisajes panorámicos de que podemos estar bien orgullosos los argentinos (Cacheuta, 1926, p. 59).

Los textos dejan entrever una intención de ponderar el lugar a partir de la enumeración de cualidades: la calidad de su equipamiento, las características benignas del clima y la belleza de los paisajes circundantes. El empleo de figuras retóricas apoyadas en conceptos abstractos (como la luz, la alegría y la vida), reforzadas por el empleo de adjetivos calificativos, formaron parte de los argumentos para ensalzar el lugar, como también destacarlo respecto de otros parajes similares: "Cacheuta es un paraje de belleza ideal, donde reinan la alegría, la luz y la vida, porque allí el panorama es insuperablemente bello, el aire plenamente puro, la atmósfera uniformemente seca y el ambiente en extremo agradable" (Cacheuta, 1929, p. 91).

El Libro de Oro de Cacheuta fue otra de las publicaciones de gran relevancia en la difusión del balneario y sus servicios. Constituye, tal vez el único documento que reúne las experiencias de los pasajeros, que quedaron plasmadas en el libro de visitantes del hotel (entre 1914 y 1930) y luego incorporadas a esta publicación. La sección *Una opinión autorizada,* que reproducía partes del informe de Hércules Corti de 1924, reseñaba:

> Este balneario, edificado a varios metros de la línea del ferrocarril trasandino, tiene tales comodidades para el enfermo o para el organismo sano que busca el reposo necesario a su agitada vida, que bien puede considerarse desde este punto de vista como el mejor balneario argentino y sudamericano y rivalizando con éxito con los europeos. Teniendo en cuenta las condiciones climatéricas de la región, su altitud y los caracteres físico-químicos de sus aguas, podemos considerarla como una excelente estación termal. Su porvenir es seguro (S. A. Termas de Cacheuta, 1932, p. 27).

En la descripción del hotel y balneario, el informe Corti contenido en el *Libro de Oro* apuntaba a la identificación del *otro*, que siguiendo el análisis propuesto por Roig (1993), podemos definir como *paradestinatario*, es decir, buscaba convencer al lector sobre las comodidades que encontraría en el hotel, con un grado de confort suficiente que no sacrificara las comodidades propias de la "vida civilizada", pero en medio de la montaña. Para ello, recurre a una descripción detallada de las diferentes secciones y servicios del hotel, apelando a un recurso *prospectivo*, es decir, con una invitación a la acción, que provoca en el receptor la necesidad de visitar el hotel (y el lugar), para comprobar desde la propia experiencia las aseveraciones vertidas en los textos. El discurso se hace desde un "nosotros" que no conocemos, pero que, claramente, busca legitimar el mensaje, emitido desde un colectivo y no desde un hablante individual. En cuanto a los *fundamentos del discurso*, podemos asegurar que las descripciones contenidas en las citas permitían hacerse una idea acabada de la multiplicidad de actividades disponibles, en un escenario de refinamiento. Así, se fue alimentando una prefiguración del balneario, como sitio emblemático para el veraneo en la montaña, independientemente de la necesidad de un tratamiento médico con aguas termales. Los textos vertidos en ambas fuentes (el *Libro de*

Oro y la *Revista Mensual BAP*) contribuyeron a alimentar un *sistema de creencias, valores y normas* (Jodelet, 1986) que tuvieron sin dudas una *orientación actitudinal* en sus destinatarios: visitar el balneario, cumplir con sus rutinas y ajustarse al conjunto de pautas que, explicitadas o no, regulaban las prácticas del ocio en la montaña.

La profusión de descripciones relevadas en ambas fuentes, contribuyeron a la consolidación de este corpus representacional en torno del hotel, en la medida que posibilitaron la mediación entre el texto (el discurso) y el objeto real (el balneario y su oferta), con ayuda de una figura, una imagen, una metáfora o un conjunto de ellas; que aludían tanto al lugar como a la experiencia que este proponía: los calificativos “Perla de los Andes”, “Portada de la Cordillera”, “Ánfora de la Salud”, “Rincón del Bienestar” y “el hotel con el que la industria hotelera hace honor al país” confirman este proceso de vehiculización referencial. Jodelet sostiene que sólo en estas condiciones es posible detectar la *emergencia* de las RS. Podemos agregar que, en las citas analizadas, la *función utópica* adquirió capital importancia, en tanto aseguraba una alta performatividad o eficacia simbólica como *discurso de autoridad* (Roig, 1993).

En la revisión de los medios de difusión de la época, encontramos que, además de las publicaciones mencionadas previamente, el balneario fue objeto de promoción por medio de otras herramientas, como postales, álbumes conmemorativos y notas en prensa, lo que facilitaba el anclaje de RS.

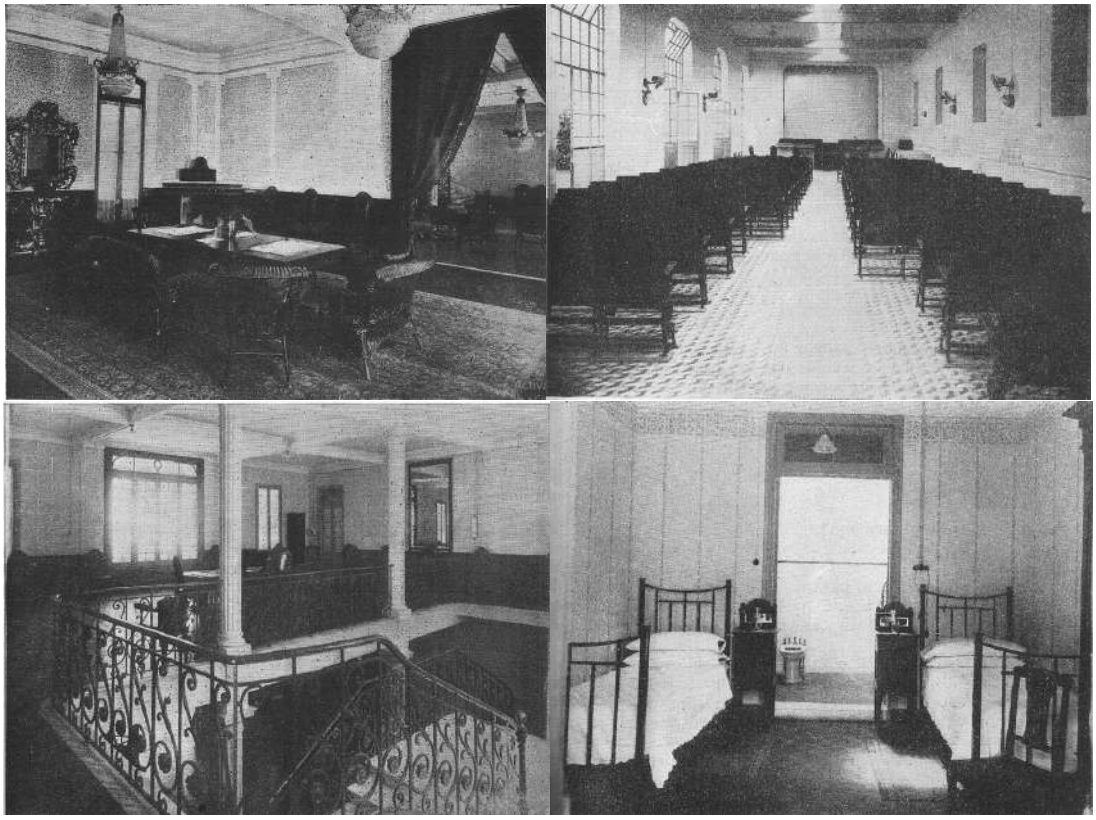
Junto a las publicidades propias de la empresa, las páginas sociales de la prensa y revistas de actualidades se hicieron eco de los aconteceres dentro del hotel: como en el caso del hotel de Puente del Inca, la curación de los males físicos había pasado a un segundo plano, y el balneario de Cacheuta se instituyó como vitrina social de su momento histórico. Una crónica publicada en *La Semana* daba cuenta de la convocante vida social que acontecía en el balneario, sobre todo entre las numerosas familias que optaban por pasar la temporada en el lugar: “(…) Estos actos del día domingo (…) resultan siempre muy interesantes y dan margen a que, en el instante de la salida de la misa, discurran exquisitos cuartos de hora de sociabilidad (…) (En Cacheuta, 1918, s. p.).

Respecto de los baños termales y las curas disponibles, los tratamientos incluían aplicaciones “exteriores” e “interiores”. Como aplicación externa, la publicación describe los baños de inmersión, baños locales, baños de vapor, duchas escocesas y masajes bajo el agua. Como aplicación interna la ingestión y los lavajes de estómago, de intestino y vaginales. Las cabinas de baños “son grandes, cómodas y tienen una pequeña cama donde los enfermos reposan después del baño. Algunas tienen bañaderas enlozadas y otras piletas de azulejos” (S. A. Termas de Cacheuta, 1932, p. 14). Cada cabina poseía dos grifos de agua, uno de agua caliente y otro de agua fría. El agua caliente era provista

con la temperatura natural con que era captada del manantial, el agua fría se obtenía por enfriamiento del agua mineral conducida por una serpentina hacía el río Mendoza y vuelta a inyectar en las cañerías por medio de un sistema cerrado.

La cantidad y calidad de servicios ofrecidos por el hotel demandó una serie de instalaciones muy novedosas para la época, por ejemplo, en la mecanización de su equipamiento visible en los ascensores; como también en modernas tecnologías que facilitaron diversos servicios del hotel: “conservación de alimentos por medio de cámaras frigoríficas, equipamiento para proyección cinematográfica, lavadero mecánico, sistema central de calefacción, sistema de bombeo para el agua y usina propia a combustión para la generación de energía” (Bianchi y Villalobos, 2019, p. 84). Respecto de su mobiliario y comodidades, las imágenes de las publicaciones relevadas dan cuenta de suntuosos salones, ricamente ornamentados; con posibilidad de realizar múltiples actividades, albergadas en espacios de gran relevancia arquitectónica (Figuras 27-28-29-30).

Las imágenes tienen carácter estático, su objetivo era mostrar las terminaciones interiores y delicadeza del equipamiento del hotel, en su mejor época. No hemos podido precisar su fecha, pero su origen debe ser cercano a 1922, cuando apareció en uno de los textos promocionales de la *Revista Mensual BAP*, una de las primeras referencias al *Libro de Oro*. Las fotografías confirman que el hotel fue el mejor equipado de Mendoza y el más grande en su momento, probablemente el ejemplo que más pudo equipararse a sus contemporáneos de Mar del Plata o de la Capital Federal. El equipamiento respondía a un hotel urbano, nada haría pensar que se trataba de un hotel en medio de la montaña, lo que indica la relevancia del ferrocarril en el transporte de materiales, muebles, artefactos de iluminación y sanitarios, máquinas y otras mercancías; muchos de ellos importados. En el aspecto constructivo, connota el oficio de los alarifes en el acabado de los revestimientos de los muros, la aplicación de papeles decorativos, de guardas o molduras en yeso y la incorporación temprana de la luz eléctrica generada por una central propia.



Figuras 27-28-29-30

(En sentido horario) salón de lectura, teatro-cine, habitación y hall de la planta alta del Hotel (1920 ca.)
Fuente: S. A. Termas de Cacheuta, 1932, pp. 17, 67.

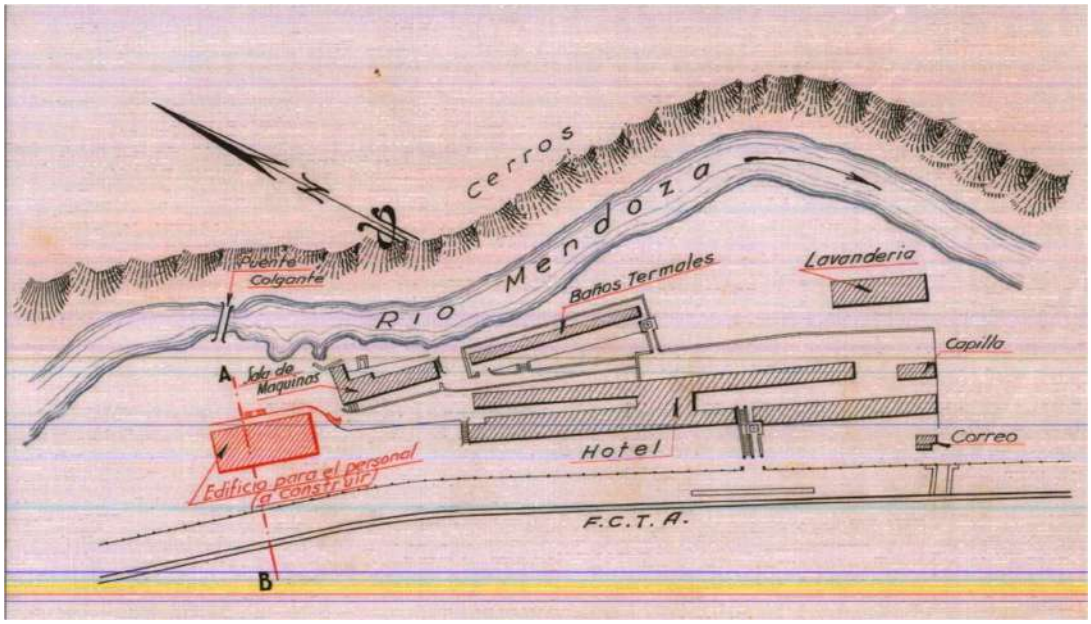


Figura 31

Planta general del balneario (1916).
Fuente: Archivo AHTER- INCIHUSA, CONICET. Plano “Hotel y Balneario Termas de Cacheuta”.

Respecto del edificio como mediador de un *mensaje* (Eco, 2000), su lenguaje formal refería a una arquitectura palaciega, inspirada en las *villas* de recreo del Norte de Italia: el edificio, con vistas al río –cuyas imágenes poblaron anuncios y postales de la época– presentaba una volumetría compacta, de cubiertas planas, con un juego de entrantes y salientes, logrado por el retranqueo alternado del muro de fachada, generando expansiones en la planta alta, cerradas por una baranda ornamental de hierro. Este sistema se combinó con planos ciegos con tres ventanas y balcones en voladizo, de manera que lograba una sucesión ritmada que le otorgaba a la fachada gran dinamismo, por los juegos de luces y sombras y la aparición de elementos decorativos. Estos recursos refieren a la idea de orden, estabilidad y permanencia, sobre todo en el predominio absoluto de la línea horizontal. Pero reconocemos también otros conceptos subyacentes, vinculados a la distinción, la elegancia y el refinamiento. El lenguaje denotaba la presencia de mano de obra inmigrante.[48]

En la relación del hotel con su emplazamiento, observamos que, desde los orígenes de la estación balnearia y a lo largo de su historia, la disposición de los edificios respondió siempre a una configuración aterrazada, producto de las grandes pendientes a sortear para alcanzar las márgenes del río Mendoza. El partido se extendía sobre el terreno en una tipología estrecha y alargada de crecimiento, ajustada al espacio libre subsistente entre la vía del tren y la ribera. Este esquema longitudinal respondía a un eje estructurante del conjunto: la ferrovía. Por otra parte, el propio edificio del hotel se configuraba como telón de fondo de un segundo espacio de relevancia, por lo que quedaban definidas dos calles como espacios emblemáticos, que articulaban la composición.

En una cota superior, la calle de carácter público, junto a la vía, que recibía y permitía la socialización inaugural de los visitantes. En el nivel inferior, una calle propia del hotel, que las sucesivas publicidades nombran como la “rambla de paseo”, y se instituyó como el espacio más importante al ser aglutinador de las prácticas de sociabilidad veraniega: charlas, caminatas, partidas de cartas, encuentros de té, lugar de celebraciones oficiales, sitio de juego y encuentro de niños y también con la función de extenso mirador. Además, vinculaba el cuerpo central del hotel con todas las actividades y usos que se ofrecían al aire libre (Figura 31).[49]

[48] La empresa de José Polizzi e Hijos se desempeñó en la construcción de la obra “durante tres años con más de 200 obreros, vinculando así su nombre a una de las más bellas instalaciones termales de la República”. Polizzi era un inmigrante italiano, arribado a Mendoza en 1910. Trabajó en la construcción de las bodegas Giol (en Gutiérrez), Brandi, Civit, Paganotto y Bernasconi. En la ciudad de Mendoza, construyó (entre otras obras) el Hotel Avenida, la residencia Fusco y la residencia Antuña (El empresario y constructor, 1928, s. p.), resueltas con gran destreza en la tradición ladrillera itálica, en cuanto a dominio de la técnica, proporciones y terminaciones.

[49] De ellas, destacan juegos de bochas, partidos de tenis, cabalgatas y la inmersión en la piscina descubierta, todas accesibles desde la rambla de paseo.

Es de destacar la condición colonizadora que alcanzó el hotel, en el sentido de generar arraigo de las personas al lugar; ya sea por la gran cantidad de empleados que demandaba su funcionamiento[50] (quienes tenían su residencia permanente en las mismas dependencias del hotel o en el poblado), como por la afluencia continua de visitantes, lo que provocaba un hormigueo incesante de personas, sobre todo en la temporada de verano. Por caso, la estación Cacheuta del FCT registró en 1914 9.823 pasajeros despachados y 16.283 pasajeros recibidos.[51]

Hacia 1916 "se registró un movimiento de 6.347 pasajeros, y el conjunto del año cerró con un promedio mensual de 2.531 personas. En total, en 1916 llegaron a Cacheuta más de 30.000 pasajeros, cifra que se reiteró también en 1919" (Lacoste, 2013, p. 248).

La estación termal constituyó un agente significativo para la generación de empleo y la promoción de actividades económicas de la población local, como por ejemplo, cultivo de frutas y hortalizas, cría de ganado vacuno, porcino y de aves de corral para consumo; cría de ganado mular y caballar para cabalgatas e instalación de tambo para la producción de quesos y leche, entre otros.

Durante la primera etapa de su historia, la única manera de acceder al hotel era por medio del ferrocarril. Para llegar a Cacheuta, el tren demoraba veinticuatro horas desde Buenos Aires y dos horas desde Mendoza: "La estación se ubicaba a unos centenares de metros del hotel, pero en temporada de gran afluencia de público, se detenía frente al mismo" (Lacoste, 2013, p. 247), lo que contribuyó a propiciar el uso de la calle pública del hotel como el gran espacio de socialización inicial de los recién llegados.

En la gestión lencinista de Alejandro Orfila (1926-1928) se mejoró el camino carretero de acceso al balneario: por Decreto N°103/27 se convinieron las especificaciones técnicas del viario a materializarse (que debía extenderse desde la estación Blanco Encalada del FCT hasta las termas, sorteando irregularidades del terreno por medio de dos puentes), junto con reformas edilicias, que el concesionario se comprometía a ejecutar, a fin de dar por resueltas "las divergencias existentes entre el Gobierno y la nombrada Sociedad Anónima" (Provincia de Mendoza, 1928, pp. 99, 100). Estas divergencias habían provocado una situación de "inacción" de la sociedad concesionaria, impidiendo dar el "debido impulso a la explotación, mediante mejoras que su regular funcionamiento reclama" (p.99). La norma, en vigencia, dio por cumplida la Ley de Concesión 519/13 y fue suscrita

[50] "Para dar una idea de lo bien atendido que está el hotel, debo manifestar que durante la temporada, en verano y otoño, ciento cincuenta y dos personas constituyen el personal de las termas; y en invierno alrededor de cincuenta y cinco personas" (S. A. Termas de Cacheuta, 1932, p. 30).

[51] A título comparativo, la estación cabecera de la ciudad de Mendoza registró en el mismo año 31.085 pasajeros despachados y 34.564 pasajeros recibidos. Tabla "Ferro Carril Buenos Aires al Pacífico. Pasajeros despachados y recibidos de las estaciones de la provincia de Mendoza durante el año" (Gobierno de Mendoza, 1915, p. 379).

por el Ministro de Industrias y Obras Públicas, Dr. José E. Aguilar y por César Negri, en representación de la SA Termas de Cacheuta.

Las nuevas obras en el balneario incluyeron un tinglado “para la guarda gratuita de automóviles”, un bar destinado a “clientela popular y chauffeurs”, un edificio “con esqueleto de cemento armado, con paredes y tabiques de bloques de cemento, con techo de chapa a canaleta”, para alojamiento “de enfermos pobres” (p. 101), un edificio de cuarenta y siete habitaciones y dependencias y una nueva instalación de calefacción para los pabellones principales del hotel, “que deberá extenderse progresivamente hasta ocupar la totalidad de las habitaciones” (p. 102).

A término del contrato (que se estableció por un lapso de 40 años), el concesionario debía entregar al Estado todos los edificios, instalaciones y demás obras realizadas, al igual que los muebles, útiles, usinas y enseres del balneario. Asimismo, se establecían tres categorías de alojamiento y pensión, “sujetas a tarifas diferenciales”: primera categoría, segunda categoría y tercera categoría, destinada a “enfermos pobres” (p. 104).

2.3. El desarrollo turístico y hotelero de Villavicencio

Una de las compilaciones más completas sobre la historia de este paraje fue realizada por Fernando Morales Guiñazú, quien se constituye en nuestro principal referente, con su obra *Villavicencio a través de la historia* (1943). Al igual que los otros enclaves montañeses abordados, la posta de Villavicencio se conoce desde tiempos de la colonia, por integrar uno de los puntos que jalonaban la ruta a Santiago (Figura 32), capital del vecino país de Chile; y por existir en el lugar vertientes de aguas termales y minerales que se aprovecharon al menos desde las primeras décadas del siglo XIX.

El título de las tierras de Villavicencio se remonta en su origen a la Merced Real que expidió el Capitán General de Chile, Rodrigo de Quiroga, en la cual donó al Capitán Juan Luis de Guevara 500 cuadras de tierra en Cuyo. Luego, en 1650, “según consta en el Archivo Judicial de Mendoza, doña Inés de Aguilar, viuda del capitán Guevara, vendió a su yerno don Juan Luis de Guevara las 500 cuadras” (Morales, 1943, p. 20). La propiedad estuvo luego a nombre de los descendientes. En 1704, Joseph de Villavicencio figura como el propietario de las tierras, de quien tomaron el nombre. Minero oriundo de Tenerife, sus pertenencias se asentaban “en San Lorenzo de Uspallata, de las que a fines de siglo XVIII había empezado a explotar, con buen resultado según parece, sus yacimientos de plata” (p. 24).

Figura 32

Fragmento del mapa de la provincia de Mendoza (1860 ca.), de Martín de Moussy.
Fuente: Proyecto “Puesta en valor del camino de Villavicencio-Alto del Paramillo. A doscientos años del Cruce de los Andes”. Proyecto institucional INCIHUSA: “Patrimonio Cultural de Mendoza. Registro, análisis y prospectivas de bienes culturales-ambientales como recurso de desarrollo local e innovación sociocultural”.
PUE CONICET N° 22920170100036CO

Morales Guiñazú afirmaba que poco se conocía sobre la historia de este hombre, excepto lo referente a su testamentaria, por la cual buscaba salvaguardar los bienes dejados en favor de su esposa, doña Luisa Serrano. Posteriormente en el tiempo figuran diferentes propietarios.

Ricardo Napp describió las aguas de Villavicencio,[52] en un capítulo de su libro *La República Argentina* (1876), redactado especialmente para la exposición internacional de Filadelfia. Este autor refirió:

> En la estrecha grieta de una roca formada en el esquisto arcilloso, una pequeña fuente, cuya temperatura es de 36°5C, y a diez metros sobre el nivel del arroyo que recorre el valle. Al bajar de la roca, las aguas se juntan en un pequeño recipiente natural, de donde corren luego a un segundo recipiente, situado en un nivel inferior. De allí, el agua se dirige a un lecho que se halla a tres pasos de distancia. En el segundo recipiente, conserva aún la temperatura de 34°5C, mientras que en el arroyo sólo tiene 18°C. Ya hay allí un bañadero, aunque de estructura primitiva, para uso de los bañistas (Napp, 1876, pp. 247, 248).

El autor especificaba que el agua era ampliamente utilizada como “medicamento interno”. Otros estudios relevantes son los del Dr. Abraham Lemos, de 1879. Ellos constituyeron los antecedentes para el “estudio completo de las aguas minerales de Argentina, por el Prof. Dr. Atanasio Quiroga”, por encargo del Ministerio de Agricultura-Sección Geología, Mineralogía y Minería, que finalmente no llegó a concretarse, pero representó un importante avance en el conocimiento y sistematización de las aguas termales y minerales del país (Arjol, 1935, p. 13). Iniciado el siglo XX, los análisis y descripciones de Enrique Herrero Ducloux (1907) dan una idea muy completa de la composición química de las aguas, su ubicación y condiciones de explotación, con algunos detalles respecto de sus propiedades curativas. Herrero tuvo a su cargo el relevamiento de los pozos de fuentes minerales y termales de toda la Argentina. Mauricio de Thierry desarrolla en su *Ensayo de Clasificación de las aguas minerales de la República Argentina* (1915), para el Ministerio de Agricultura, un completísimo estudio sobre las aguas minerales del país y su empleo en la “crenoterapia”, o “terapéutica hidromineral”:

> Se llama agua mineral o más bien agua medicinal, la que por razón de su temperatura superior a la del medio ambiente, sea por la cantidad o por la naturaleza especial de sus principios minerales y gaseosos o bien, en fin, que, en razón de su radioactividad y estado molecular especial de sus elementos constitutivos, tiene una acción fisiológica a menudo apreciable, pero siempre terapéutica, en un cierto número de estados patológicos. Un agua mineral fría o caliente es, entonces, un agua medicinal natural (de Thierry, 1915, p. 6).

Finalmente, en el ámbito local el Dr. Ulises Isola, responsable de la Oficina Química de la Provincia de Mendoza, realizó el estudio de todas las aguas minerales de la provincia, cuyos resultados fueron publicados “en un folleto de 214 páginas, que contiene un

[52] En la evolución histórica de la explotación de las aguas, tanto de las termales como de las minerales para tratamientos terapéuticos, aparecen estudios de base científica al menos desde mediados del siglo XIX: Martín de Moussy fue el primero en mencionar las aguas minerales de Argentina, en 1860 (Arjol, 1935, pp. 11, 12).

interesante estudio con descripción de las diversas vertientes minerales de Mendoza y análisis químicos y comparativos entre ellas con aguas similares europeas" (Arjol, 1935, p. 14).

Estos antecedentes dan cuenta de la relevancia que adquirió la temática de la explotación de las aguas minerales y mineromedicinales, consideradas tanto fuentes de salud como también generadoras de recurso económico, que se entendía podía aprovecharse, con equipamiento y servicios adecuados. Además, las investigaciones químicas de composición de las aguas se emplearon como argumentos de peso en las operaciones de propaganda de las mismas, característica que se verifica en el caso de Villavicencio, que incorporaba esta información en sus etiquetas: "Agua Mineral Villavicencio. Alcalina – Lítica – Antiúrica – Estomacal" (*Revista de Cuyo*, 1914, p. 11).

En 1910 el *Álbum Argentino* incluyó una descripción de las aguas minerales y balnearios de la provincia, donde Villavicencio aparecía listado en tercer lugar (luego de Puente del Inca y Cacheuta), bajo el título "baños de Villavicencio" (mientras que los otros dos hoteles son designados como "balnearios", lo que nos da una idea del desarrollo de los equipamientos e instalaciones existentes en cada caso). De todas formas, siempre se resaltó su cualidad beneficiosa para el tratamiento de diversas dolencias: "Las aguas de estos baños [Villavicencio] tienen notables cualidades curativas, especialmente para las enfermedades del estómago. Son muy recomendadas por celebridades médicas" (Gobierno de Mendoza, 1911a, s.p.).

Según Morales Guiñazú, la primera empresa registrada en el lugar data de 1902, cuando "los señores Pouget, Savoy y Tonon, tres franceses" se encargaron de mejorar "la mísera choza de barro y paja que hasta esa fecha sirvió de albergue a los viajeros", al construir "una modesta y limpia casita de material con techo de cinc" (1943, pp. 135, 136). Un año más tarde fue fundada la "Unión Villavicencio S.A." por el médico Lucio Funes y el farmacéutico J. Enrique Suárez, con el objeto de difundir las propiedades de las aguas y facilitar su venta como agua de mesa. Hacia 1917, Morales Guiñazú refiere al informe encargado por la Dirección de Minas, Geología e Hidrología (Ministerio de Agricultura), publicado al año siguiente. En él, especifica que la explotación pertenecía a la sociedad aludida previamente y daba cuenta de la existencia de un "hotel-pensión" (p. 124). Es posible que este primer hotel a que hace referencia el autor sea el que hemos relevado en *La Semana,* en un artículo titulado "Excursión a Villavicencio":

> (…) está situado en nuestras sierras andinas el balneario de Villavicencio, donde brotan los manantiales de dicho nombre que hoy tienen tanta reputación, así en el interior como en el exterior de nuestra República. Estas aguas minerales se explotan en buenas proporciones y están en venta en nuestros mercados, con muchísima aceptación. El paraje en donde está ubicado el balneario, ofrece la imponencia majestuosa de los cerros cordilleranos, y al igual que

> en Cacheuta y Potrerillos, muchas personas acuden a él en la estación veraniega (Excursión a Villavicencio, 1918, s. p.).

El texto refiere al reconocimiento que habían adquirido las aguas tanto en Argentina como en el exterior de la República. La revista, de amplia difusión en la sociedad, da cuenta del interés que despertaba el sitio y las bellezas que ofrecía, en una breve crónica que destacaba la calidad del agua para consumo humano. El objetivo de este texto es informar, más que apelar a una acción concreta del receptor, cualidad detectada en los anuncios publicitarios.

Por otra parte, relevamos un anuncio de 1916 que, análogamente al anterior, destacaba solamente el valor de las aguas, de lo que inferimos que el primitivo hotel no tenía suficientes comodidades para tomarlo como objeto referencial en los argumentos promocionales: “Baños «Villavicencio». Agua radioactiva, lítica, diurética, intestinal. La mensajería automóvil corre todos los sábados para volver el domingo. (…) Precio del pasaje por persona 10 pesos ida y vuelta” (Baños Villavicencio, 1916, p. 9).

La fotografía histórica permite confirmar que se trata, en efecto, de una construcción modesta, resuelta a partir de un basamento sobreelevado, para absorber los grandes desniveles del terreno. Desconocemos la cantidad de habitaciones que ofrecía el edificio o sus servicios, pero sí podemos acercarnos a su materialidad: estaba construido con piedra del lugar, sus caras exteriores terminadas con revoque cementicio y con una cubierta de baja pendiente, resuelta con rollizos de madera sobre los que se dispusieron caña y torta de barro, con una chapa sinusoidal como terminación exterior. Presentaba hacia el frente una galería sobre pies derechos de madera y una sencilla baranda constituida a partir de una barra de acero dispuesta en forma horizontal entre los soportes de la galería. Las carpinterías de puertas y ventanas eran también de madera (Figura 33). El dato interesante de la crónica es que aún no designaba a los visitantes como “turistas”, en coincidencia con otras publicidades de la época referidas a los hoteles montañeses.

La *Gramática de Casos* (Valle Gastaminza, 2002) nos permite sistematizar la información que provee la imagen. Se trata de una toma de carácter estático, donde todos los personajes se han preparado, es decir, no busca dar testimonio de una actividad espontánea, sino más bien mostrar el lugar y sus visitantes, a partir de concebir una toma que reúne de modo artificial a los actores y al sitio. Se trata en su mayoría de personajes masculinos, aunque también detectamos algunas damas y niños.

Figura 33

"(…) uno de tantos grupos de excursionistas y veraneantes (…)"
Fuente: Excursión a Villavicencio, 1918, s. p.

Figura 34

El hotel primigenio y la sección ampliada en segundo plano.
Fuente: *La Quincena Social,* 1922, s. p.

Figura 35

La sección ampliada del antiguo hotel de Villavicencio, en la década de 1920 (detalle).
Fuente: Col. Fajardo. Archivo Fotográfico. Biblioteca Nacional Digital de Chile. Disponible en: http://www.bibliotecanacionaldigital.gob.cl/bnd/629/w3-article-611846.html.

Las personas reunidas en la fotografía confirman que el lugar tenía un carácter más popular, en acuerdo con lo relatado en las crónicas históricas, lo que se desprende de la vestimenta de los personajes y lo rudimentario de la posada existente. En cualquier caso, el paraje debe haber resultado muy atrayente, aspecto que también está connotado en la imagen, donde las figuras de los actores y la construcción se recortan contra la silueta de los cerros. Llama la atención el alto basamento del edificio, que da una idea de los desniveles naturales de la geografía, cualidad que debió permitir el uso de la posada también en invierno, para prestar alojamiento a los viajeros: como en otros ejemplos relevados, el basamento impedía la acumulación de nieve contra las paredes del edificio y su consecuente inutilización.

Ahora bien, la "Unión Villavicencio S.A." funcionó con "graves dificultades financieras" (Morales Guiñazú, 1943) y fue en su momento más crítico cuando llegó a Mendoza Ángel Vélaz, hombre de negocios de Buenos Aires, [53] que acostumbraba a hacer todos los años sus curas de aguas termales en Europa, "y viéndose impedido de efectuarlo a causa de la guerra, había resuelto ir a estudiar, en sus fuentes, las aguas Villavicencio, de las que se había hecho consumidor habitual por haberlas hallado excelentes" (Morales, 1943, p. 136). Fue así como, por medio de un contrato de arriendo por diez años, saldó las deudas que había contraído la "Unión Villavicencio", para encarar obras de mejora en el hotel existente y dar mayor impulso a la venta del agua de mesa, "en Mendoza, en la Capital y en la República".

Es importante señalar que en este momento histórico se dio una particular medida del gobierno provincial, que buscaba expropiar "las fuentes termales, el terreno adyacente hasta veinte kilómetros de la misma, los edificios del balneario y las cañerías y maquinarias empleadas en el transporte del agua" (Luis, 2018, p. 139).

La propuesta de expropiación fue aprobada en Diputados, pero rechazada por el Senado en octubre de 1918. Si bien no se concretó, seguimos a Luis (2018) en afirmar que se trató de una iniciativa precursora que buscó extender el suministro del agua a capas más amplias de la población, con el consiguiente beneficio para la salud, por tratarse de un agua mineral; y para las personas con problemas digestivos, como "sistema curativo".

[53] "Ángel León Vélaz nació en 1838, en el pequeño caserío de Celigüeta, perteneciente al municipio de Ibargoiti, que se sitúa a 22 kilómetros al Este de Pamplona, en la comarca de Aoiz, Comunidad Foral de Navarra. Fue hijo del matrimonio compuesto por Joaquín Vélaz y Graciana Elia, y se casó con Mariana Eyherart -1841/1916-, natural de Saint Jean Pied du Port, Baja Navarra. El matrimonio llegó a la Argentina a fines de la década de 1860, y se establecieron en el pueblo de Pilar, en el Norte de la provincia de Buenos Aires. En ese lugar nacieron los 4 hijos de Ángel León y su esposa Mariana: Santiago, Prudencia, Ángel y María Encarnación Mercedes. Vélaz murió joven, en 1879. Un año más tarde, su esposa, ante la imposibilidad de hacerse cargo sola y por sí misma de la familia y del trabajo, retornó con sus cuatro hijos a su casa materna en Saint Jean de Pie de Port. El tercero de los hijos del matrimonio navarro Vélaz-Eyherart nació en 1872, y fue un empresario visionario, "dedicado al comercio y la producción en distintas provincias y territorios argentinos, como Buenos Aires, Mendoza, Patagonia y Chaco" (Echarri, 2015, p. 125).

En lo que respecta al edificio, hemos relevado su evolución en *La Quincena Social,* que exponía periódicamente en crónicas y notas gráficas todo lo referido al establecimiento termal y lo que en él acontecía. A partir de 1922 relevamos el edificio de la ampliación, que convivió con la construcción primitiva durante algunos años (Figura 34). Este nuevo edificio fue objeto constante de mejoras hasta la década de 1940, en que fue reemplazado por el que actualmente se encuentra en el lugar. Una publicidad del diario *La Palabra* daba cuenta de los adelantos alcanzados:

> (…) Villavicencio situado en medio de las sierras, es un paseo ideal para turistas y veraneantes. Con su hotel y baños, instalados de acuerdo con consejos médicos, es un lugar confortable para reponer las energías gastadas en la vida activa. Villavicencio acaba de ser reformado fundamentalmente por la nueva administración. La cocina y servicio en general, han sido especialmente reorganizados. Haga Ud. una visita a Villavicencio. Los caminos han sido arreglados recientemente y Ud. puede ir con su auto sin ningún riesgo, en dos horas (Hotel y Balneario Villavicencio, 1922, s. p.).

Este texto es muy revelador, en varios aspectos: nos da indicios de la mayor circulación del vocablo "turista", en consonancia con otras fuentes, a partir de la década del veinte. El discurso entiende al receptor como un *paradestinatario* (Roig, 1993), es decir, busca convencer al lector de lo enunciado en el texto. La circulación de la crónica en un importante diario de la época, alineado con el gobierno de turno, connota un interés desde la propia gestión provincial por el sitio, gestión que se caracterizó por un "discurso anti-oligárquico", por "exaltar la dignidad del trabajador y de sus conquistas" y por legislar en materia de acción social.[54] La aparición de la nota periodística en un diario garantizaba una difusión mucho más amplia que los avisos de la *Revista Mensual BAP* o *La Nación*, adoptados por los hoteles de montaña tradicionales para sus publicidades. Un aspecto llamativo es que el texto pone en valor la tarea de Vélaz, contra quien el Gobierno había interpuesto la demanda de expropiación. Pero lo más significativo se evidencia en la exhortación a visitar el lugar "en auto y sin ningún riesgo" celebrando, quizás tempranamente, la díada virtuosa que será explotada en la década de 1930: práctica turística y automóvil.

Retomando las mejoras a que fue sometido el complejo, sabemos que la ampliación se ubicó al abrigo de un faldeo de la montaña, en una zona de grandes pendientes. Para resolver este inconveniente, el edificio se construyó sobre terrazas a distinta altura que absorbían los desniveles, en un bloque con planta baja y un piso superior. *Tipológicamente*

[54] El lencinismo, como brazo revolucionario del radicalismo mendocino, destacó por incorporar a sus filas "sectores de la burguesía, fundamentalmente los nuevos industriales hijos de inmigrantes, (…) sectores medios y sectores populares con escasa influencia de elementos vinculados al clero, al ejército y a los círculos intelectuales". Como medida de gobierno planteó el intervencionismo estatal en la economía, y propugnó mejoras en el ámbito de la salud pública. "El movimiento popular de Mendoza impulsó un programa de reformas tendientes a favorecer a las masas y a los pequeños propietarios" (Lacoste, 1994, pp. 39-48).

(Waisman, 1993) respondió a un esquema alargado, constituido por una doble hilera de habitaciones a las cuales se accedía por sendas galerías, en el frente y el contrafrente. La planta presentaba un quiebre de su eje longitudinal, aproximadamente en la sección media, lugar donde se ubicaba una escalinata de acceso que conducía a la galería frontal.

En este tramo se ubicaba el comedor, que ocupaba todo el ancho de la planta. En el extremo Este, en el nivel del basamento, se ubicaron los cuartos de baño termales, evidenciado en la disposición y ritmo de los aventanamientos, buscando captar seguramente las aguas desde las mismas surgentes que relatan las crónicas del siglo XVIII y XIX. Y en el nivel superior se encontraban las habitaciones para alojamiento. Las abruptas pendientes de la ladera sobre la que se asentaba el edificio hacían que el extremo Oeste, más próximo al cerro, tuviese sólo un nivel (Figura 35).

El desarrollo edilicio del complejo coincide con lo expresado por Ángel Vélaz en un petitorio efectuado al Gobernador de la Provincia, respecto de una ley que gravaba la producción del agua mineral. En la carta, Vélaz explicaba las inversiones que había realizado en pos de una mejora de su empresa:

> El capital empleado en la explotación es de más o menos setecientos mil pesos suscriptos y pagados en acciones de «La Unión Villavicencio», fuera de lo cual tengo actualmente invertidos un millón cien mil pesos en máquinas, botellas, edificaciones, créditos que ha sido necesario acordar ampliamente para favorecer su mayor expendio, en la propaganda que ha sido necesario hacer con espíritu amplio, en ensayos para la fabricación de botellas, en los que llevo insumidos cerca de treinta mil pesos, útiles, muebles, etcétera, es decir, un millón ochocientos mil pesos que en breve con el valor de las obras proyectadas y comprometidas excederá de dos millones de pesos (Aguas de Villavicencio, 1922, s. p.).

Sabemos a partir del relevamiento de otras publicaciones periódicas, que el dinero y las inversiones se destinaron mayormente a equipar la fábrica de botellas y el centro de envasado y distribución ubicado en la calle Videla Correa de la ciudad de Mendoza, sin embargo, rescatamos el fuerte impulso que este empresario dio al desarrollo turístico del balneario, con mejoras edilicias y camineras, como veremos más adelante. Suponemos que muchas de las iniciativas en materia hotelera, en cuanto a servicios, actividades ofrecidas, espacios arquitectónicos e intervenciones en el paisaje, debieron gestarse en el Hotel Termal de Cacheuta, del que Ángel Vélaz era asiduo visitante, según examinamos en las revistas de sociedad de ese momento.

La tecnología constructiva se sirvió del ladrillo cocido (lo que queda en evidencia al observar los anchos de muros). El comedor incorporó, como recurso decorativo, piezas escuadradas de madera en sus muros, simulando un *pan de bois*. Además de estos adelantos, la construcción proponía una fuerte vinculación con el paisaje, a partir de galerías y balcones en todo el perímetro, dado que el edificio se ubicaba en la ladera de un cerro y junto a una profunda quebrada, demarcada por el curso de un arroyo cordillerano.

Las postales y algunas publicaciones de la época nos acercan no sólo su tecnología constructiva, sino también la imagen del comedor como espacio emblemático de sociabilidad, que por lo general identificaba al establecimiento, como analizaremos en los hoteles de la ciudad. El del Hotel Villavicencio presentaba un carácter rústico y austero: tenía un hogar a leños, muebles de madera, artefactos de iluminación logrados a partir de ruedas de carretas y una decoración sobria, pero con todas las comodidades (Figura 36).

Los adelantos provocados por la modernización tecnológica también se manifestaron en este edificio: si bien la única forma de acceder al sitio era por la ruta que vinculaba con Mendoza, fue posible incorporar materiales novedosos provenientes del comercio fluido con Buenos Aires e incluso importados desde el exterior, que llegaban a Mendoza facilitados por el ferrocarril. Por ejemplo, las galerías apoyaban sobre columnas artísticas de hierro fundido, a diferencia de los soportes de madera del primer edificio. Además, presentaba barandas de madera torneada industrializada, pisos calcáreos y cenefas fantasiosas también en madera, propias de la arquitectura ferroviaria. El cielorraso de las galerías estaba resuelto en pinotea, al igual que los pisos interiores (Figura 37).

Las cuatro imágenes (F34, F35, F36 y F37) permiten, por intermedio de la *Gramática de Casos,* identificar un cambio en la intencionalidad del discurso en torno del sitio y del hotel. Las imágenes 35 y 36 circularon como postales, de modo que fueron alimentando las RS alrededor de ambos. Si en la primera imagen detectada, proveniente de principios de siglo, se evidencia la precariedad del albergue y lo común de sus visitantes, las siguientes cuatro connotan el perfil del “nuevo” huésped a que el hotel aspiraba luego de las reformas: el “selecto grupo” fotografiado y los apellidos de renombradas familias de la sociedad de ese momento dan cuenta del cambio radical de la visión que el nuevo gerente y, poco a poco, el imaginario colectivo en torno del lugar comenzó a forjar, a partir del discurso vertido en los textos de difusión, en los artículos de las revistas de actualidad y en las imágenes de las postales promocionales.

Todos estos recursos apuntaron a reformular las RS ancladas a lo largo de siglos, que prefiguraron al lugar como poco apto para el disfrute de los baños y para la instalación humana con un mínimo de confort, aun cuando las crónicas históricas de los siglos XVIII y XIX reconocían su potencialidad.

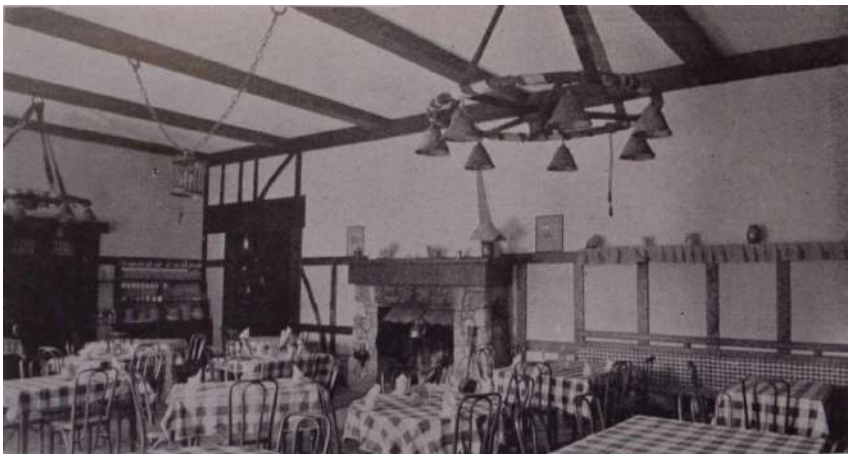


Figura 36
"Comedor del Hotel Termas de Villavicencio".
Fuente: Villavicencio, 1937, p. 8.

Figura 37
"Un selecto grupo de veraneantes, donde figuran las distinguidas familias Zapata, Orfila, Ceretti, Godoy, Marenco, Aberastain, Suárez Corominas y otras".
Fuente: En el Hotel de Villavicencio, 1925, s. p.

Figura 38

"La concurrencia, que se dirige al salón del lunch después de la ceremonia religiosa".
Fuente: Ecos del hermoso festival en Villavicencio, 1933, s. p.

Durante el gobierno de Orfila y por medio de un convenio con la Nación, se inició la construcción del camino carretero a las Termas de Villavicencio (Provincia de Mendoza, 1928, pp. 95, 96). La obra involucró presupuesto provincial, que afrontaba 40% del monto total, presupuesto del Ministerio de Obras Públicas de la Nación, también por un 40%, y fondos propios de la Sociedad Termas de Villavicencio, por el 20% restante. En el Decreto N°813/27, la sociedad administradora del hotel manifestaba a su vez, su propósito de construir, una vez terminado el camino, un nuevo hotel, que armonizara "con el estado de progreso de la Provincia, y que ofrezca a las corrientes de turismo, el adecuado confort de los mejores Hoteles" (Provincia de Mendoza, 1928, p. 95). El gobernador expresaba en el decreto:

> (…) Preocupado el Gobierno en fomentar el turismo en la Provincia como incuestionable vehículo de su progreso, de su mejoramiento y de mayor impulso a su riqueza general, cree de su deber realizar la contribución de referencia, como un acto gubernativo que contempla una situación de efectivo interés general, desde el momento en que está especialmente afectado el progreso de la Provincia con el mejoramiento de sus establecimientos termales, y por sobre todo, con el fácil acceso a los mismos, que es una de las que más facilitan la concurrencia a los mismos (p. 95).

La cita precedente da cuenta de la relevancia que comenzó a adquirir la actividad para el Estado provincial. En este caso, el receptor es considerado *prodestinatario* (Roig, 1993), en tanto comparte el punto de vista del enunciador. Los *metacolectivos* (Roig, 1993), aluden a una *función de apoyo* en el lenguaje discursivo, por medio de la enunciación de los efectos beneficiosos que la obra vial reportaría a la Provincia. Pero el tema planteado no termina allí, sino que alude también a la relevancia de la accesibilidad a los sitios de interés, en particular a los hoteles termales, dejando por sentado, tácitamente, que donde el ferrocarril no llegaba, el Estado debía hacerlo.

La construcción del nuevo edificio no se materializó hasta 1940, pero sí se realizaron intervenciones en el edificio existente, orientadas a mejorar la calidad en el servicio de la hospedería. No podemos asegurar que hubiese también una modernización de las instalaciones o un aumento en la capacidad de alojamiento,[55] pero sí se desprende de la fotografía histórica que el hotel *aggiornó* su expresión arquitectónica para adecuarlo a los gustos del momento: los muros exteriores se trataron con un revoque símil piedra París, todas las barandas de corredores y balcones fueron reemplazadas por herrería artística y se cerraron los balcones del extremo del edificio para ganar espacio para celebraciones, con mamparas ornamentales de hierro y cristal (Figura 38).

[55] Hacia 1935 el hotel ofrecía 26 habitaciones para alojamiento, según pudimos relevar en la revista *CITA,* 1935, p. 31).

Suponemos que la magia del balneario de Cacheuta despertó en Vélaz un propósito implícito de emulación, tomando al prestigioso balneario como referente arquitectónico, cualidad reconocible por los materiales y terminaciones propios de la modernización, que Cacheuta ostentaba desde principios de siglo gracias a la presencia del tren.

Queda claro que Vélaz tenía intención de cumplir su propósito de dotar al lugar de un mejor hotel, aunque desconocemos por qué motivos no fue posible concretarlo en este momento. En cualquier caso, es indudable que el tema se había instalado en la agenda, y tanto el Estado como los empresarios, vislumbraran prometedoras perspectivas para Mendoza, si la actividad se fomentaba convenientemente.

Las figuras 37 y 38 daban cuenta de la oferta de actividades de Villavicencio y encierran al grupo de potenciales destinatarios: hombres, mujeres, niños: la expresión acabada de la familia estaba representada por el distinguido grupo, presto a ocuparse del trajín propio del ocio mundano en la montaña. Por otra parte, la circulación de notas publicitarias, crónicas y fotografías en una revista de los altos círculos mendocinos, como *La Quincena Social*, operaba en una doble vía: garantizaba la difusión del enclave en círculos adecuados de la pirámide social y propendía al anclaje de RS, facilitado por una constante referenciación y prefiguración del destino, orquestada desde las mismas páginas de la publicación. La referencia a ciertos rituales, como el “lunch” y la “ceremonia religiosa”, sumado al atuendo que puede observarse en los participantes del festival reseñado, dan cuenta de las prácticas propias del grupo, lo que afianzaba su identificación con el naciente balneario (la figura 38 formó parte de una nota de difusión sobre la ceremonia de entronización de la Virgen del Carmen en una gruta del hotel, en el marco de una fiesta en beneficio de la Liga Argentina contra la Tuberculosis). Las postales de las décadas de 1920 y 1930 incluyeron dentro del repertorio representacional las ideas de comodidad, jerarquía de la construcción respecto del paisaje, buen gusto, modernización y rusticidad.[56]

Los anuncios publicitarios examinados en publicaciones periódicas dan cuenta de los servicios ofrecidos por el hotel y sus instalaciones: “Hotel y Balneario Villavicencio. Temporada 1924. Establecimiento dotado de todas comodidades. Buen servicio de cocina y baños. Mensajerías los días Miércoles y Sábados, a las 17, de la Agencia. (…)” (*La Palabra*, 1924, s. p.).

> En Primavera el Hotel Balneario Villavicencio es el preferido por los excursionistas y por los que necesitan tomarse una temporada de descanso. Reposo, alegría, belleza, confort, salud. Sus maravillosas aguas reponen el organismo. Los paseos por sus majestuosas montañas provocan admiración (*La Quincena Social*, 1924b, s. p.).

[56] Sostenemos que estas acciones propiciaron un cambio de mentalidad respecto del destino Villavicencio, lo que significó el surgimiento de nuevas representaciones sociales en torno del paraje, como analizaremos en detalle en el próximo capítulo, al menos entre 1920 y el momento en que se incorporó una nueva figura a la conciencia colectiva, con la construcción del icónico edificio de 1940.

> Hotel Villavicencio. Baños maravillosamente salutíferos. Belleza climatérica y panorámica. Higiene. Recreo. Reposo. Desde el 15 de octubre queda abierta la temporada de verano de este Balneario. Especialidad en alojamiento para familias. Hay servicio especial de automóviles (*La Quincena Social*, 1925c, s. p.).

Los textos evidencian un cambio en la modalidad de oferta del hotel a partir de 1922, sobre todo en lo que respecta al servicio de cocina y los baños propiamente dichos: desde ese momento, se verifica una intención explícita por exponer y valorar el edificio del hotel, cuestión que estaba negada en las publicidades de principios de siglo, al ponderar únicamente el valor de las aguas minerales para consumo y destacar brevemente los efectos de los baños. Explícitamente se incorpora el edificio hotelero y sus progresos al discurso promocional, luego de su remodelación, recurriendo a adjetivos calificativos como “moderno”, “confortable” y “con todas las comodidades”. La belleza del lugar y su clima benigno formaron parte de la construcción simbólica de este destino desde principios de siglo, al igual que las cualidades de las aguas para consumo, aspectos que se mantienen en los anuncios desde los orígenes de la empresa. A partir de la gestión traccionada desde el Estado y acompañada por el privado en la mejora del camino carretero, detectamos en los anuncios una exhortación hecha explícitamente al visitante a tomar la iniciativa de conocer el paraje, en su propio vehículo, a partir de recursos retóricos que proponían una invitación a la acción. En este caso, las argumentaciones se sustentaron en las buenas condiciones del camino carretero para llegar al hotel, en “no más de dos horas” y la disponibilidad del servicio de auxilio de la “Agencia”, donde debía darse aviso de salida, para acceder a asistencia en “cualquier dificultad que pudiese sobrevenir en el viaje” (Hotel y Balneario Villavicencio, 1922, s. p.).

El camino carretero, del cual el hotel y su enclave constituían una parada obligada en el itinerario a Chile, fue adquiriendo en ese momento mayor relevancia para la empresa encargada de la explotación, que dispuso un servicio de asistencia a los visitantes. Estas acciones cristalizaron en iniciativas mayores a cargo de las Direcciones Provincial y Nacional de Vialidad a partir de 1934, luego del aluvión que destruyó 120 km. de vías del FCT, lo que resultó en la reactivación del antiguo camino al vecino país por Villavicencio.

Parte 2
Acciones públicas e inversiones privadas en la ciudad.

2.4. Hotelería familiar hacia el cambio de siglo en Mendoza. Representaciones Sociales en torno del alojamiento y del turismo.

Hacia fines de siglo XIX la ciudad de Mendoza no era considerada un destino turístico. Su ubicación, en el itinerario que enlazaba Buenos Aires con las ciudades de Santiago y Valparaíso, en el vecino país de Chile, determinó desde sus mismos orígenes "una presencia de viajeros habitual" (Raffa y Pastor, 2012, p. 468), de paso, por la pujante ciudad. La llegada del ferrocarril a la ciudad en 1885 significó un profundo cambio, como hemos referido previamente. Respecto del naciente turismo, el tren acortó distancias, permitió un intercambio fluido de personas y mercancías y los desplazamientos adquirieron carácter estacional.

Pero esta dinámica de cambio se verificó exclusivamente en la cordillera, con los balnearios de Cacheuta y Puente del Inca. Por el contrario, el establecimiento de pequeños emprendimientos hoteleros en la ciudad de Mendoza respondió más bien a un proceso de larga duración: en el período colonial, "los pasajeros ilustres se alojaban en las casas de las familias distinguidas, los demás se ubicarían en fondas" de las que no existe registro (Ponte, 1999, p. 108). Recién hacia 1885 la ciudad comenzó a evidenciar "cierto aire de cosmopolitismo, gracias a la inmigración y el ferrocarril" (p. 108), que propiciaron una modernización urbana y edilicia, iniciada lentamente luego del terremoto de 1861. Los primeros establecimientos, pertenecientes a familias vinculadas al rubro de la hospedería, replicaron en algunos casos la arquitectura propia de la residencia modesta de fin de siglo XIX y principios del XX, con algunas variantes según su importancia. En otros, donde existía mayor disposición de recursos técnicos y materiales para la construcción, adoptaron tipologías con rasgos europeos y estilos arquitectónicos más perfeccionados.

Específicamente en relación con la producción de arquitectura residencial que, se asume, constituía la tipología más cercana al hotel, dado que en ese momento histórico los albergues no contaban aun con la especificidad propia de su actividad; el ferrocarril significó la introducción en el mercado local de materiales nacionales e importados. Como señalaron Cirvini y Manzini (2010), se incorporaron el cemento, el acero en perfiles, planchuelas y barras; cerchas, columnas metálicas y tejas y chapas de distinto tipo para las cubiertas. Pero las innovaciones no se dieron solamente en el plano de lo tecnológico o constructivo; los extranjeros aportaron, por una parte, su capacidad y conocimientos en el trabajo; en segundo lugar, introdujeron nuevos rituales y usos en relación con las prácticas del ocio. Como bien advierten Raffa y Pastor (2012), la inmigración provocó también una mutación de las celebraciones en el espacio público: "las fiestas conmemorativas de cada colectividad empezaron a formar parte del paisaje urbano mendocino" (p. 471).

En términos de construcción de la ciudad liberal, los parques se instituyeron como escenarios privilegiados de la sociabilidad al aire libre. Según Liernur (2004), la implantación de estos grandes equipamientos verdes fue un denominador común del período, en casi todas las ciudades argentinas. Y su función fue cambiando a lo largo del tiempo. Por ejemplo, el Parque 3 de febrero (de 1874) en Buenos Aires fue concebido por Sarmiento "como instrumento educativo y productivo". Análogas razones lo llevaron a crear en Mendoza una Quinta Normal y Escuela de Agricultura, proyecto que tomó fuerza en 1870 gracias a la sanción de la ley 432 de organización de la enseñanza agrícola, según ha investigado Liliana Girini (2006),[57] concretado cuatro años más tarde. Más allá de las peripecias institucionales y los cambios en su denominación, nos interesa el carácter que adquirió esta porción del territorio, ubicada al sur de la ciudad consolidada hasta el momento: el sitio se había convertido en una parada obligada del ocio dominical en las afueras, situación que se mantuvo hasta la década de 1920.

Cuando la Quinta se abría al público sus senderos se convertían en paseos "donde el tiempo parecía no transcurrir, porque las familias disfrutaban de los aromas, del contacto con la naturaleza y se identificaban con el trabajo del hombre" (Puig, 2006, p. 274). Puig sostiene que en el lugar se "sucedían los refinados y cautos *pic-nic* y hasta las poses familiares para que el fotógrafo se luciera con el verde paisaje de fondo o la cúpula del invernáculo" (Figura 39).

En el plano arquitectónico e incluso urbano, el cambio de mentalidad propiciado por la modernización estimuló, entre otras cosas, una lenta pero sostenida innovación que, junto con la irrupción del Estado en el mercado hotelero, en la década de 1920, significó un salto cualitativo respecto de la oferta existente en Mendoza. Esta innovación quedó manifiesta en una renovada concepción espacial, tecnológica y material; que se sirvió de saberes extranjeros y de modelos arquitectónicos adoptados del ámbito europeo. En este sentido se sigue a Ponte (1999) al entender a la ciudad como "ámbito privilegiado de la cultura material, donde puede manifestarse la espacialización y textualización de los conflictos, desigualdades y valores sociales" (p. 28).

[57] El predio se ubicaba al sur de la calle Colón, límite sur de la Ciudad Nueva, en zona de potreros sobre un campo completamente abierto, despoblado y estéril" y tenía por límites: al oeste la calle del Alto de Godoy (actual Belgrano), al sur el zanjón de Astorga (actual zanjón Frías), al norte calle pública (actual Pedro Molina) y se conectaba con la calle de San Nicolás (actual San Martín) por una franja de terreno de 15m. En enero de 1878 el Departamento Agronómico se separó del Colegio Nacional, inauguró sus propias instalaciones y fue elevado al rango de Escuela Nacional de Agronomía. Los viveros de olivos, nogales y árboles frutales "tuvieron tal éxito, que pronto la escuela proveyó pedidos de todas estas plantas, dentro y fuera de la provincia", apunta Liliana Girini (2006, p. 35).

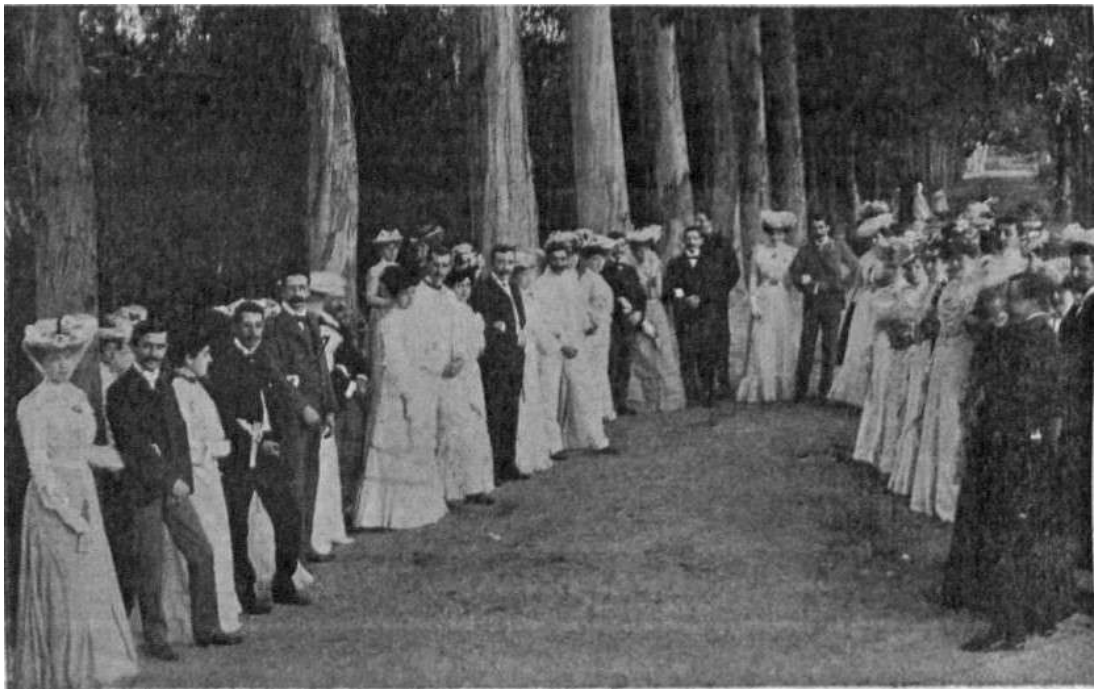


Figura 39

El selecto grupo de participantes del picnic en los jardines de la Quinta Agronómica.
Fuente: En San Juan y Mendoza, 1903, s. p.

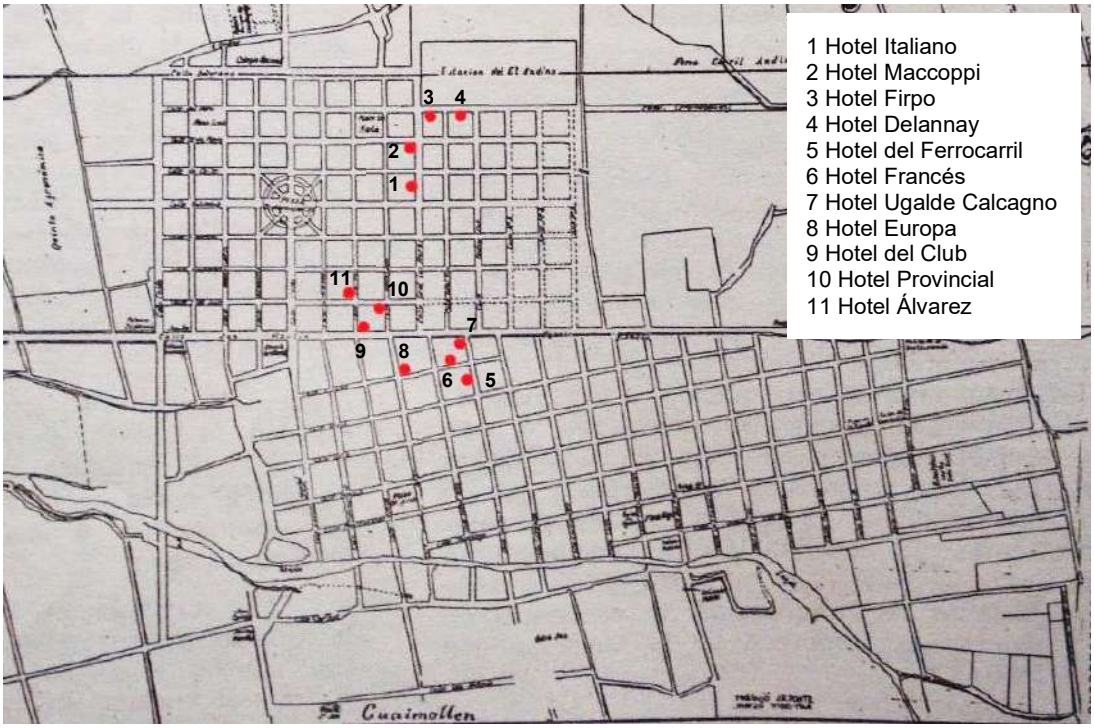


Figura 40

Plano de la ciudad de 1885 y ubicación de hoteles.
Fuente: dibujo del autor sobre un plano publicado por Ponte (2007, p. 180).

Como hemos referido previamente, la ubicación de la ciudad y su vulnerabilidad ante el sismo, fueron condicionantes continuos a la hora de resolver la materialización de los espacios necesarios para la vida doméstica e institucional. El fuerte temblor de tierra que sacudió la ciudad en 1861, “propició el traslado del centro urbano hacia el Oeste y el abandono político del hasta entonces núcleo fundacional” (Raffa, 2016, p. 25), traslado que se concretó en 1863. La preocupación central del gobierno del momento consistió en dotar a la “ciudad nueva” de las sedes administrativas del poder público (Casa de Gobierno y Cárcel Penitenciaria), religioso (iglesia Matriz) y de equipamiento para la salud, junto con la edificación de “una veintena de edificios escolares y la gestión para la construcción del ferrocarril a Buenos Aires” (p. 32).

Al considerar las pérdidas ocasionadas por el terremoto, se sigue a la autora en sostener que estas “no fueron sólo materiales, sino que arrastraron (y arrasaron) los valores de la civilización hispánica de la cual la antigua ciudad era su expresión más acabada” (p. 36). En consecuencia, los ideales de una nueva nación, producto del positivismo finisecular imperante; junto con la idea de eterno progreso, estimularon en la clase política local la adopción de la catástrofe como una “posibilidad de fundación de una nueva sociedad”.

Este cambio de mentalidad impactó posiblemente en los usos y costumbres referidos al ocio en general, y a la hospedería en particular: la modernización afectó no sólo la materialización de los albergues, sino también las prácticas y actividades que se desarrollaban en su seno. Por otra parte, el Estado asumió mayor compromiso en la legislación sobre determinados temas: respecto de la edificación, Ponte identifica un primer intento de regulación hacia 1889, que no pudo aplicarse por resistencias de los grupos conservadores, por considerarlo una limitación al derecho de la propiedad. El Municipio, sin embargo, “movilizado por sectores más progresistas de la elite gobernante, dictó una legislación edilicia en sus más variados aspectos y, hasta propuso, instrumentar mejoras en las condiciones de habitabilidad de la población”. Fruto de esta inquietud resultó la sanción del primer Reglamento de Construcciones que tuvo la ciudad en 1902, con “larga vigencia, dado que ayudó a definir, hasta 1927, por acción u omisión, la morfología urbana del período” (Ponte, 1999, p. 144).[58]

En cuanto a la modernización de la infraestructura urbana, “hacia 1888 funcionaban trescientos servicios domiciliarios de agua potable en la ciudad” (Luis, 2020, p. 121), en la

[58] Este reglamento apuntaba en gran medida a la estética de las edificaciones y contemplaba aspectos higienistas, como favorecer la iluminación y ventilación natural de las diferentes habitaciones. No se estipulaba específicamente la necesidad de construir con materiales sismorresistentes, aunque sí se aludía a la imposibilidad de construir en altura, con muros de adobe (Luis y Esteves, 2022, en prensa). Los muros de fachada debían ser de ladrillo o piedra asentada a la cal, por lo menos hasta un metro sobre el nivel de la vereda. En cuanto a los espesores para una sola planta, debían tener un ancho de 0,45 m a 0,30 m, con pilastra saliente de 0,10 m (Manzini, 2011, p. 44).

sección Oeste conocida como “pueblo nuevo”, provenientes de un acueducto ubicado en el Challao. Hacia 1907 y luego de una importante obra de captación, clarificación y traslado del fluido desde el Río Blanco, “la población comenzó a consumir agua potabilizada”. En relación con la red cloacal, “en 1926 se inauguraron las primeras conexiones de Mendoza” (p. 122).

Ahora bien, hacia fines de siglo XIX la cartografía histórica reveló seis hoteles existentes en la ciudad (Ponte, 2007). Luego de examinar la Guía de Mendoza[59] de 1890, se ajustó ese número a un total de once ejemplos. En el “pueblo nuevo” se ubicaban: hotel de Benito Álvarez (9 de Julio y Gutiérrez, esquina Suroeste), Hotel Italiano (Avenida Las Heras entre Chile y Av. Mitre), Hotel Provincial (Necochea y 9 de Julio, esq. Sureste), Hotel Europa (Buenos Aires y San Juan), Hotel Club Social, de David Guiñazú & Cía. (Gutiérrez Nro. 27), hotel de Pascual Firpo (Perú entre Av. Las Heras y General Paz), hotel de Fabián Delannay (Perú entre Gral. Paz y Av. Godoy Cruz), hotel de Juan Maccoppi (Av. Las Heras y 25 de Mayo); y en la “ciudad vieja” los hoteles Francés (San Juan entre San Luis y Entre Ríos), del Ferrocarril (San Luis entre San Juan y Rioja) y de Ugalde y Calcagno (calle San Luis Nro. 38-40) (Figura 40).

La prensa y otras publicaciones de las primeras décadas del siglo XX daban cuenta de seis edificios más: Bauer (antes Café Alemán), frente a plaza San Martín; Gran Hotel España, frente a la Alameda; Hotel Savoia (Av. Las Heras y Av. Mitre, esq. Sureste), Grand Hotel, luego Gran Hotel San Martín (Av. España y Gutiérrez, esq. Sureste), Hotel Nacional (Av. Godoy Cruz Nro. 345) y Hotel-Restaurant Recreo, luego Central (Av. Las Heras y 9 de Julio, esq. Nor-oeste).

Sólo un pequeño número alcanzó a destacarse por su relevancia arquitectónica o por sus servicios, y comenzó a formar parte del imaginario popular con la ayuda de algunas herramientas publicitarias, lo que contribuyó a su posicionamiento como modelo de hotel urbano de ese momento histórico. Por ejemplo, el hotel Bauer, fotografiado en 1910 en las celebraciones del Centenario, se diferenciaba por su buena cocina y el buen trato de su propietario; la imagen del Grand Hotel (1900ca.) circulaba en postales de época; y el Nacional (1910) se ofrecía en avisos en prensa, que resaltaban la comodidad de sus instalaciones y la experiencia de su dueño en el servicio hotelero. Como lo demuestran los textos relevados, los viajes hacia Mendoza se vinculaban con una estadía de carácter efímero: los visitantes llegaban en calidad de pasajeros en tránsito al vecino país de Chile o hacia Buenos Aires, o acudían a la ciudad por motivos laborales.

[59] La Guía de Mendoza de 1890 no fue pensada para uso de visitantes o turistas (en el sentido moderno del término “turismo”), sino para circulación dentro de la provincia, con información general del rubro comercial e industrial.

Las publicidades analizadas en revistas de actualidades daban cuenta de la buena cocina del local, de las cualidades de su orquesta o de las características del establecimiento. Por ejemplo, un anuncio del Grand Hotel refería: “desde el 1º de setiembre *Diners Concert* ejecutados por el Quinteto Verdi todos los días martes, viernes y domingos. Servicio especial para Banquetes” (*Nueva Era*, 1907a, p. 28). Un anuncio relevado en la misma revista, acerca del Hotel-Restaurant Recreo consignaba:

> Hotel-Restaurant «Recreo» de Augusto Tomasi y Cía. Cocina a la italiana y francesa. Vinos y licores extranjeros de las mejores marcas. Calle Las Heras 91. Amplios salones con piano para reuniones de familias. Servicio inapuntable. Única casa italiana de confianza en el ramo (*Nueva Era*, 1907b, p. 21).

Del nuevo Hotel Nacional, la *Guía de Mendoza* informaba:

> Nuevo Hotel Nacional de Pascual Firpo. Calle Perú frente a la Estación. Ferro Carril Gran Oeste Argentino. Mendoza. Este bonito establecimiento tiene todos los requisitos para satisfacer a todo pasajero. Excelente comida. Mucho aseo y tiene también baños fríos y calientes para el uso exclusivo de sus pasajeros (Pérez, 1890, p. 141).

Del Gran Hotel Italia, un anuncio destacaba su “amplias habitaciones, aireadas con higiene y confort, no tiene rival en otros hoteles análogos”. El texto daba cuenta de “un hermoso patio emparrado, lleno de plantas y espléndidos corredores. Y los cuartos de baños, calientes y fríos no tienen nada que envidiar a las mejores casas de Buenos Aires” (El Gran Hotel Italia, 1925, s. p.).

Una reseña de la *Revista Andina* describe el Hotel Savoia, que funcionaba “en una amplia casa, con hermosos jardines, piezas inmejorables, a pocas cuadras de la estación” y destacaba “la excelencia de sus comidas y el fino trato de su propietario”. Contaba con baños fríos y calientes y era, según la publicidad relevada, el preferido para los viajantes de comercio, dado que se encontraba “a un paso del centro para que pueda acudir allí la clientela a ver sus exposiciones de las diferentes casas que representan” (El Gran Savoia Hotel, 1925, s. p.). Además, resaltaba que era el hotel apropiado para la celebración de “banquetes, obsequios y homenajes” de toda clase.

Las crónicas sobre Mendoza indicaban las actividades ofrecidas y los avances en materia de hospedería:

> (…) Mendoza no ofrece al viajero tan sólo la visita de sus bodegas, el espectáculo civilizado de sus viñedos y las obras admirables de sus riegos, allá en la gran presa y partidor magnífico, entre bosques tupidos. Mendoza es además un gran centro de vida política, cabeza de una gran provincia, que mantiene una fuerte originalidad regional. Y hay en ella una vida de interés por la cultura (Posada, 1912, p. 396).

> La acomodación para forasteros es todavía muy limitada, pero los hoteles se están mejorando gradualmente para poder satisfacer la creciente demanda del público. (…) La ciudad tiene varios centros recreativos. Además de los Clubs, hay un teatro municipal en la Plaza San Martín, y hay varios conciertos y cinematógrafos organizados por compañías particulares (Lloyd, 1911, p. 698).

Las citas precedentes circularon en medios locales, los dos primeros textos tienen una intención promocional, en tanto provienen de anuncios publicitarios. En un primer

registro de análisis se desprende que el objetivo era dar a conocer los servicios del hotel. En segunda instancia, buscaban legitimar su autoridad en el rubro, para lo cual se servían de dos estrategias: caracterizar sus servicios (cocina, salones, comida, baños, patio) y apelar a su buen nombre y reputación. Para esto último, el argumento se sustenta en la opción de considerar al establecimiento apropiado “para familias”, o bien en enunciar la procedencia de su propietario. Es decir, iguala el buen nombre del hotel con el honor y reputación de su dueño. Como vemos, las RS en torno del alojamiento se alimentaban de imágenes simbólicas que apuntaban a destacar los espacios comunes y amenidades de los hoteles. Para una prefiguración más detallada de la imagen que el discurso construía, las fotografías que ilustraban los anuncios constituían un referente directo que lograba vincular al edificio y las cualidades del servicio y, por ende, del propietario. Como muchos otros rubros comerciales, numerosos hoteles estaban en manos de inmigrantes. Debido al éxito de los extranjeros en los rubros industrial y comercial, enunciar la procedencia de los propietarios se constituyó en una opción lícita a la hora de reforzar las argumentaciones de los textos publicitarios.

En las dos citas precedentes se buscaba ponderar las cualidades de Mendoza a partir de un conjunto de imágenes que, instituidas como símbolos, apelaban (como en el discurso analizado a principios de siglo) a su desarrollo industrial, a los adelantos de la ciudad y a su oferta cultural. Las condiciones intrínsecas de Mendoza eran valoradas por el común de la sociedad, es decir, circulaban ya algunas representaciones sociales, con amplia difusión en la capital nacional y posiblemente en el extranjero: la belleza y solemnidad de los paisajes de montaña, los beneficios de sus aguas termales, los caminos rurales forestados e incluso las bodegas eran parte constitutiva de una oferta; que ahora podría identificarse como “turística”. Sin embargo, estas actividades no eran explotadas como tales, según evidencian las publicaciones analizadas previamente.

Retomando el tema de este apartado, se analizan a continuación algunos de los hoteles más antiguos y emblemáticos de la ciudad, a saber: Gran San Martín (1900 ca.), Bauer (1898), Club Social (1890) y Delannay (1890). Del mismo modo, se describen luego los hoteles que surgieron en los primeros años del siglo XX: Nacional (1910), Mundial (1910 ca.) y Gran España (1914 ca.).

2.4.1. Hoteles de fin de siglo XIX

El **Gran Hotel San Martín** estaba ubicado en la esquina de Av. España y Gutiérrez, frente a la plaza San Martín. Fue uno de los hoteles más importantes de la ciudad hacia el cambio de siglo y perteneció primero a Emilio Lévy, luego a la empresa familiar Mascaro & Cía (desde 1920 ca.). Annie S. Peck relata en su crónica turística *La Excursión*

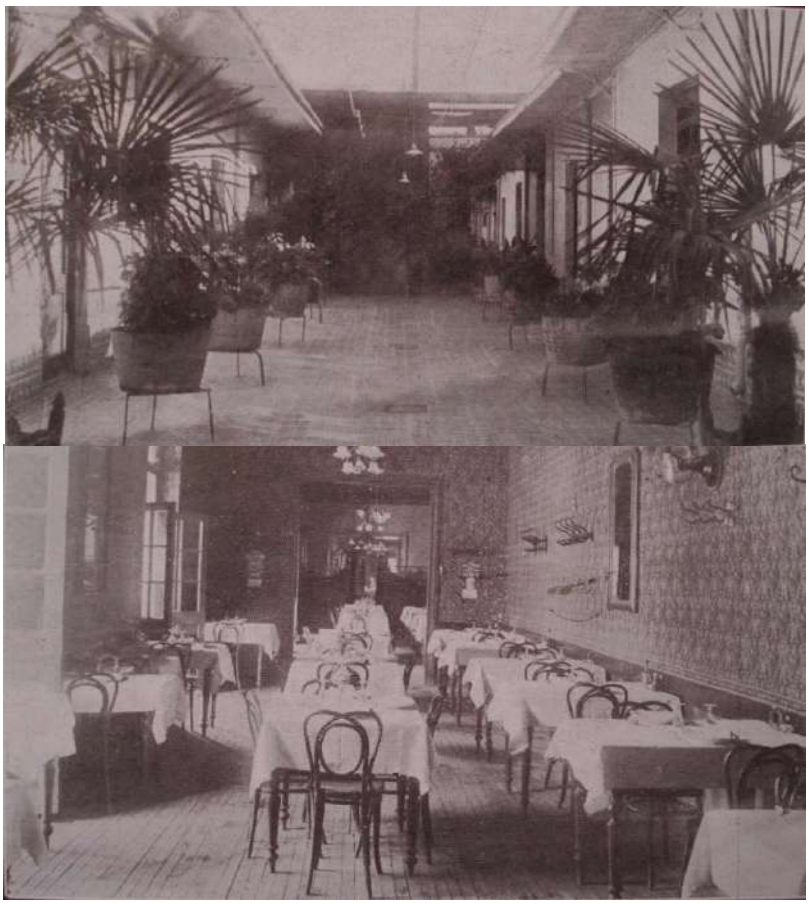
Sudamericana, sus impresiones sobre el hotel: “la mesa fue inesperadamente buena; la cena, servida en la amplia terraza, de siete a nueve en una agradable tarde de verano, fue un auténtico placer” y agrega que se disponía de “cómodos cuartos de noche” (Peck, 1914, s. p.), lo que da una idea de las prácticas usuales en el hotel. Las imágenes simbólicas a que alude su relato contribuyeron a alimentar RS en torno de este alojamiento en particular, sobre todo en lectores extranjeros, dado que el relato de Peck se escribió y publicó en inglés. Pero ¿qué difusión pudo haber tenido este libro? Usualmente los interesados eran viajeros, que acudían a relatos de experiencias previas, para conocer anticipadamente los sitios que luego serían visitados o, como en el caso de Mendoza, constituían una instancia intermedia para llegar a otro destino. Consideramos que la imagen presentada a continuación (que circuló como postal) ofrecía el complemento retórico perfecto para la *objetivación* (Moscovici, 1979) de las RS en torno de este alojamiento. Una única imagen reunía las cualidades necesarias para constituir una imagen mental, una prefiguración del hotel, es decir, contribuyó junto con el discurso, a transformar esas ideas o conceptos en *elementos icónicos* (Moscovici, 1988).

Arquitectónicamente, el Gran San Martín respondió a una concepción más bien ecléctica, propia de su momento. Por una parte, abrazaba un lenguaje historicista, con una fachada resuelta en basamento, desarrollo y coronamiento, fuertemente ligada al neorrenacimiento italiano. Pilastras adosadas en muros, guardapolvos en dinteles de aberturas y pretiles ciegos alternados con balaustres en el nivel de azotea constituían los recursos decorativos de la fachada; unificada con líneas horizontales por un extenso entablamento escalonado (Figura 41).

Tipológicamente, y siguiendo los preceptos de Waisman (1993), el hotel se organizó a partir de un esquema simétrico en torno a un patio cuadrangular. Hacia la calle, el tramo central del edificio quedaba retranqueado respecto de la línea de cierre de la parcela, generando un profundo atrio. Este atrio, separado del espacio público por una verja ornamental, oficiaba como “patio de honor”, propio del *hôtel particulier* francés. El acceso principal del edificio se definió con un vano en arco de medio punto, coronado por un frontis triangular y flanqueado por pares de columnas en ambos costados, con capiteles de orden compuesto. Tanto el portal de acceso como la galería frontal se encontraban sobreelevados respecto del nivel de la calle. La galería se cerraba en ambos extremos por sendos bloques de habitaciones. Hacia el interior, un profundo vestíbulo recibía a los visitantes y de allí comunicaba con el comedor y el patio posterior, al cual se abría el resto de las habitaciones de hospedaje.

Figura 41

Gran Hotel San Martín, 1900 ca.
Fuente: Archivo AHTER- INCIHUSA, CONICET.



Figuras 42-43

Patio y comedor del Hotel Bauer.
Fuente: *La Quincena Social*, 1925b, s. p.

Respecto de la tecnología adoptada, el análisis de la fotografía histórica permite confirmar que se trató de un edificio resuelto en mampostería de ladrillo cocido. Su situación de esquina le daba una vista privilegiada desde la plaza y permitió desarrollar compositivamente las dos caras del edificio que tenían contacto directo con el espacio público. Siguiendo a Zevi (1998), podemos "leer" en este edificio algunos conceptos, provenientes de sus cualidades arquitectónicas y espaciales: por ejemplo, del predominio de su fachada horizontal, lo vinculado a lo racional, al control y al orden. El recurso de líneas rectas que recorren la fachada expresa rigidez y fuerza, dinamizado en el acceso por la presencia del frontis, y en los guardapolvos de ventanas por la presencia de la curva. En cuanto a las *interpretaciones formalistas* la composición es absolutamente simétrica y equilibrada. La escala, muy vinculada con el ser humano, hacía al edificio más "amable", tanto en relación con el usuario como con la ciudad. El carácter del edificio, su ubicación privilegiada y su resolución lingüístico-formal; remitían sin duda, al uso residencial de jerarquía lo que, sumado a las crónicas, *comunicaba* eficientemente (Eco, 2000) la función para la cual había sido construido y el público a que estaba orientado.

El **Hotel Bauer** se ubicaba en calle Necochea casi esquina Av. España, también frente a la plaza San Martín. Hemos relevado en las fuentes tres empresas familiares que sostuvieron la propiedad del hotel: en sus inicios perteneció a Adolfo Bauer, un inmigrante alemán oriundo de Leipzig, llegado a la ciudad en 1894. La publicación *Impresiones de la República Argentina en el siglo veinte* (1911), lo posiciona como uno de los más antiguos de Mendoza.[60] En general, la arquitectura de este edificio no dista de la tipología residencial de carácter modesto del mismo período, lo que hace suponer que se trató de una casa originalmente, que fue adaptada al uso hotelero, función que mantuvo hasta la década de 1930. La publicación destaca sus cuarenta y dos dormitorios para alojamiento, su ubicación y buen trato.

Julio Delú & Cía. aparece como la firma propietaria del hotel desde 1920ca., junto con un cambio en su denominación por "Galileo", que mantendrá en lo sucesivo. Finalmente, desde 1925 la empresa figura a cargo de Francisco Magnone. De este período proviene una extensa reseña que calificaba sus comodidades:

> Tiene un espléndido comedor para familias, donde se sirven platos exquisitos para todos los gustos, contando la casa con cocineros especiales que atienden comidas a la italiana y a la francesa. El servicio de bar es de los mejores con que cuenta nuestra provincia, habiendo siempre en él las mejores frutas del año y los mejores y más frescos pescados, que traen los trenes de la vecina república de Chile. La langosta y las ostras chilenas que se sirven en «el Galileo», como dice la gente, son insuperables. Nada decimos de los «chopps», y «express». No tienen competencia con ninguna otra casa (Gran Hotel Galileo, 1925, s. p.).

[60] En un principio era conocido como "Café Alemán", pero "debido al aumento de la población y al desarrollo de las comunicaciones", el establecimiento fue reformado y desde 1898 prestaba servicios como hotel (Lloyd, 1911).

El texto alude, como en otros casos analizados, a la calidad de su gastronomía para legitimar la calidad del servicio casi especializado, según se vislumbra, en la cocina con productos de mar. La enumeración y la adjetivación constituyen parte de las *marcas de situación contextual* (Roig, 1993) que refuerzan el discurso. La reseña busca convencer al destinatario, atraerlo para que conozca el hotel, para lo cual las metáforas y la comparación resultan muy útiles. Finalmente, el argumento se refuerza con la opinión del público, lo que dice "la gente" que, en el caso de este anuncio, valida en buena medida todas las aseveraciones del emisor.

Respecto de su arquitectura, el hotel tenía dos accesos, uno por calle Necochea y otro por Av. Las Heras. Los dormitorios eran "amplios, aireados, higiénicos, con un hermoso patio lleno de sol y de plantas de toda clase" (Gran Hotel Galileo, 1925, s. p.). La *tipología* adoptada (Waisman, 1993) respondía a un esquema claustral en torno a un profundo patio, al cual se abrían las habitaciones. No se ha encontrado referencia al respecto, pero se asume que el hotel no ofrecía baño privado, según la costumbre de la época. La fachada, registrada en fotografías históricas en ocasión de realizarse los desfiles por las celebraciones del Centenario, respondía a la arquitectura neoclásica de vertiente italiana, organizada en basamento con un zócalo liso que llegaba al antepecho de las ventanas, alzado en ladrillo a la vista y coronamiento ciego compuesto por un entablamento liso, con cornisa escalonada. Las aberturas estaban destacadas con enmarques ejecutados en revoque y el tramo del acceso, descentrado del eje del solar, se jerarquizaba con una leve saliente respecto del plano del paramento. El vano de acceso presentaba un dintel en arco de medio punto que contrastaba con los de ventanas, que eran rectos. En los dos extremos de la fachada se distinguían sendas pilastras adosadas trabajadas con revoque símil piedra París.

El espacio más relevante era el comedor: estaba constituido por dos salones adyacentes y desplegaba una ornamentación que otorgaba sello propio al lugar, dado que usualmente se ofrecía para celebraciones y fiestas privadas.[61] La zona de servicio estaba separada del comedor por una *boiserie* de madera y las aberturas, ubicadas en uno de los laterales del local, comunicaban con el patio de piso calcáreo. Hacia el exterior, la resolución de la cubierta se planteó de manera que excediese el plano vertical del paramento y, apoyada en ménsulas de hierro forjado, generaba el espacio de transición (Figuras 42 y 43).

[61] En publicaciones de la época, relevamos festejos deportivos con personajes del fútbol y del boxeo, despedidas de miembros de instituciones locales y reuniones sociales, a las que la publicación sumaba "despedidas de solteros y grandes banquetes políticos", al tiempo que lo ponderaba como "el lugar preferido de escritores y periodistas" (Gran Hotel Galileo, 1925, s. p.).

En el análisis de las fotografías precedentes, observamos que la posición del fotógrafo, y por ende del lector-receptor, permite abordar toda la espacialidad desde un único punto de vista, por lo general central del espacio, lo que deriva de la sencillez del planteo arquitectónico. No observamos figuras humanas en las imágenes, lo que indica que la intención del anuncio se orientaba más a exhibir los escenarios de sociabilidad del hotel, que el modo en que ellos se ocupaban. Las imágenes connotan a su vez gran cuidado y buen mantenimiento de los espacios, reflejado en la disposición de los maceteros, limpieza, la higiene y orden del comedor; y el mobiliario u ornamento que conforma su espacio interior. Implícitamente, el número de mesas y sillas aproxima la cantidad de comensales que podía albergar y sin dudas, parte del mobiliario connota la posibilidad de incorporar bienes importados (caso de las sillas, marca *Thonet*).

El **Hotel del Club** o Club Social, ubicado en la esquina de la Av. San Martín y calle Gutiérrez, respondía tipológicamente (Waisman, 1993) al esquema de la casa pompeyana y es muy posible que, al igual que en el ejemplo anterior, se tratase originalmente de una casa adaptada para funcionar como hotel. Con toda la construcción a ras de línea de edificación, tenía el acceso por Av. San Martín, en el eje de la parcela (26,50 m x 50 m). Tras superar el zaguán, se accedía al primer patio, de planta cuadrada y galería perimetral, al que se abrían las habitaciones más relevantes. Del nombre del establecimiento se infiere que el edificio se destinó principalmente como sede social, por lo que sus salones respondían a actividades afines, como sala de fumar, sala de billar, comedor y sala de lectura, según los usos corrientes en la época.[62] El segundo patio presentaba habitaciones de menor jerarquía, organizadas también en torno de una galería. Este patio se abría hacia el Norte del solar a un patio de servicio más pequeño. Por otra parte, se relevaron dos locales para alquiler en el frente (Figura 44).

La particularidad del ejemplo radica en el agrupamiento de los locales húmedos en el planteo: cocina y baño se dispusieron “en bloque”, en tres puntos específicos del partido.[63] Se observa un cambio en las proporciones de la arquitectura que, en manos de alarifes italianos, buscaba mayor altura y esbeltez en los muros, con desarrollo de locales más bien alargados.

[62] Una crónica detallada aparecida en la revista *La Semana* presentaba al Jockey Club “en un hermoso local, amplio y de ventajosas condiciones para solaz y recreo de los socios”. El texto daba cuenta de las actividades sociales dispuestas en relación directa con la calle, en los locales del frente: la biblioteca y el salón de fumar. Ambos accesibles desde el gran hall, espacio cuadrangular con una claraboya central. Luego aparecían la sala de billar y de reuniones de los socios (Jockey Club, 1918, s. p.).

[63] Según Bórmida *et al.*: “la nueva valoración de estos locales domésticos, promovida por las investigaciones del siglo XIX en materia de higiene y la oportuna llegada por el ferrocarril, de los artefactos, posibilitaron el traslado del baño al primer patio, junto a los dormitorios” (Bórmida et al., 1990, p. 123), cualidad que se verifica en este caso para ambos patios; a diferencia de las casas más antiguas, que relegaban todos los servicios al fondo del solar, junto a las habitaciones de servicio.

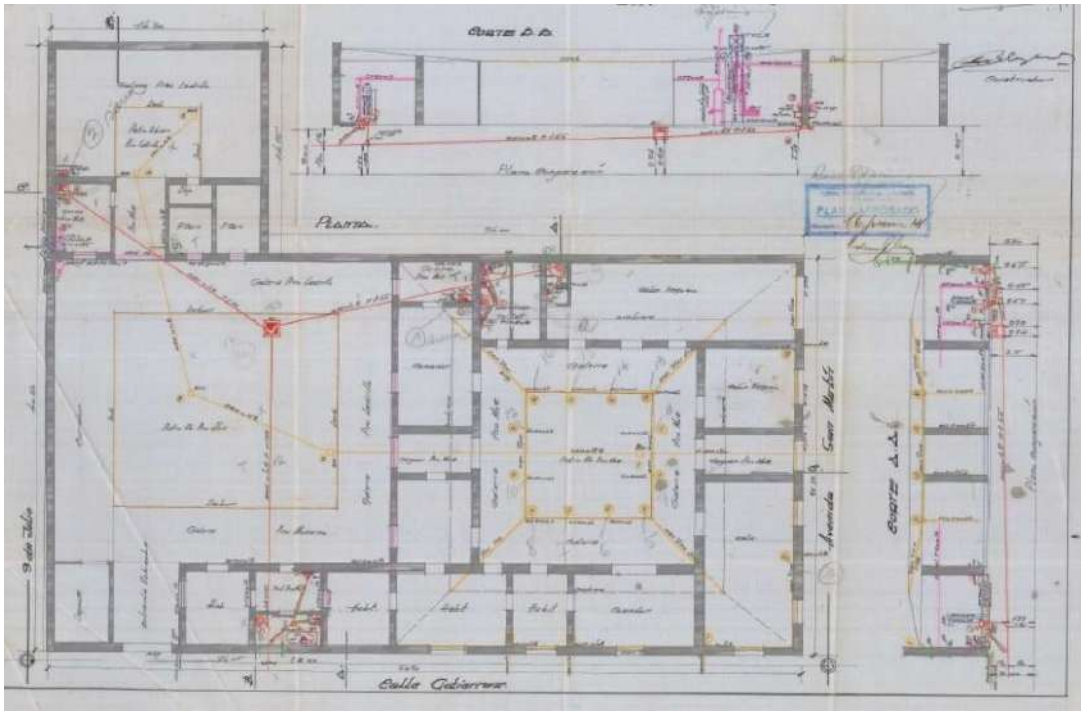


Figura 44

Planta Hotel Club Social, 1941.
Fuente: Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza.

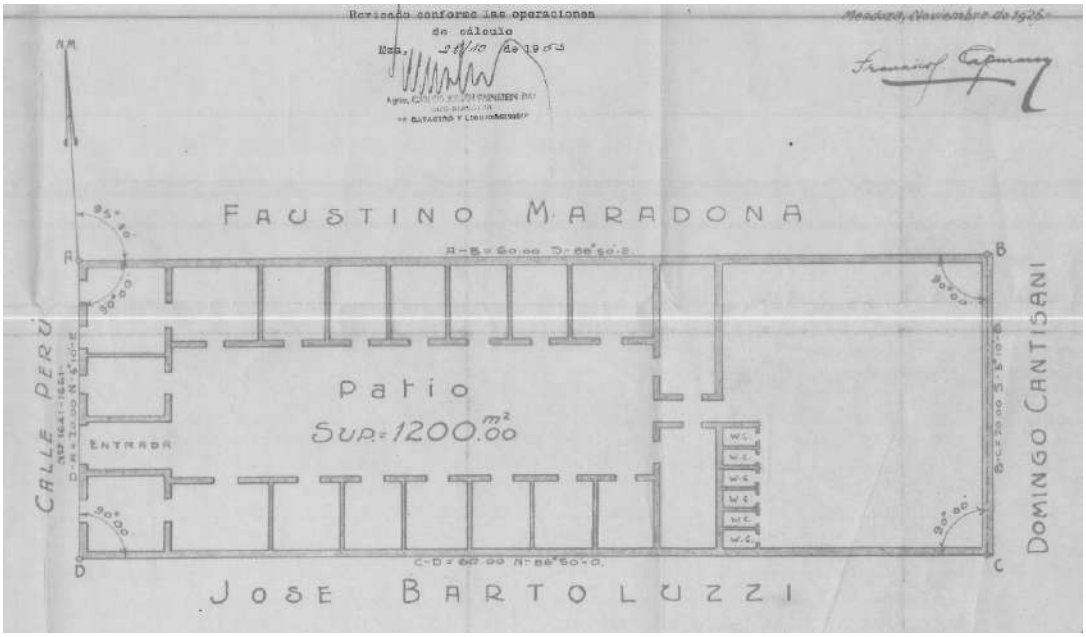


Figura 45

Planta del Hotel Delannay, 1925.
Fuente: Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza.

Respecto de la tecnología constructiva empleada, la documentación analizada revela que se recurrió al ladrillo cocido. Los mampuestos se dispusieron “de cabeza” en los muros más anchos, por el contrario, se observaron colocados “de soga” en tabiques más delgados que separaban locales de servicio. Las terminaciones diferenciaban la jerarquía de los espacios: el patio principal ostentaba tanto en la galería como en el piso, revestimiento de baldosas calcáreas. El patio secundario presentaba galería con piso de ladrillo y tierra apisonada en el sector descubierto.

Los techos se resolvieron con madera de pino o álamo, en rollizo o escuadrías, colocando encima un encañado y torta de barro, con cubierta de chapas de zinc. Los techos del primer patio desaguaban a canaletas y bajadas de chapa galvanizada, en correspondencia con las columnas en pies derechos de madera que soportaban la galería, mientras que en el segundo patio el desagüe era por desborde directo. En ausencia de fotografía o documentación de la fachada, es de suponer que el lenguaje respondiese, como en los casos previamente analizados, a la arquitectura del neorrenacimiento, con un alzado resuelto en basamento, desarrollo y coronamiento.

El **Hotel Delannay** articulaba en torno a un profundo patio todas las habitaciones, dispuestas a lo largo de las medianeras, en una parcela de 20 m x 60 m. Además, presentaba una serie de habitaciones frontales que se supone fueron destinadas o bien a cuartos de mayor jerarquía, o bien a oficina administrativa del hotel, o como locales para alquiler. Hacia el fondo y en sentido perpendicular al eje de la parcela, se observan dos locales (presumiblemente comedor y sala de estar) que delimitaban un zaguán hacia un segundo patio, donde se ubicaban los sanitarios con agua fría. Este segundo patio se reservaba en el corazón de la manzana para desarrollar arboleda o huerta propia.

Dada la ausencia de fotografías puede inferirse de su planta, que la fachada respondía también a la arquitectura historicista, organizada en basamento, alzado y coronamiento. El acceso principal estaba desplazado del eje del solar, y vinculaba el espacio público de la calle con el profundo patio principal, por medio de un zaguán (Figura 45). Los cuartos que daban al patio se abrían a un espacio de transición o galería, que se convertía en un ámbito destacado para la sociabilidad de los huéspedes, además del comedor y el estar.

Respecto de la tecnología constructiva empleada, y considerando que se trataba de un edificio concebido desde su génesis como hotel, el análisis de la documentación confirma que se resolvió en mampostería de ladrillo, posiblemente reforzada con perfilería de acero, como se observó en otros casos; con techo de estructura de madera en forma de rollizos o escuadrías, sobre el que se disponía el encañado y la torta de barro. Se

observan variantes en la resolución de los muros, con mampuestos colocados “de cabeza” (por ejemplo, en el muro de fachada), mientras que en tabiques divisorios entre habitaciones se colocaron “de soga”.

2.4.2. Hoteles de principios de siglo XX

El **Hotel Nacional** era propiedad de Miguel J. Ferrer. Fundado en 1910, en la esquina de las avenidas Las Heras y Mitre, un incendio “destruyó casi la totalidad del edificio que ocupaba, y obligó al Sr. Ferrer a establecerse de nuevo en el local que hoy ocupa en calle Godoy Cruz 345” (Nacional Hotel, 1920, p. 299). La relevancia de esta nueva sede radica en que fue concebida desde sus inicios como hotel y constituyó uno de los ejemplos más desarrollados en cuanto a su resolución y complejidad espacial. Caracterizado en la misma publicación como “el preferido de los viajeros que llegan a Mendoza” y poseedor de “todas las comodidades que reclama el confort más exigente”, el cambio de domicilio permitió a su propietario ampliar todas las secciones del hotel, ofreciendo mayores comodidades y mejores servicios. El hotel contaba con cuarenta y cinco habitaciones “lujosamente amuebladas, con departamentos especiales para familias” y con “catorce cuartos para baños con agua fría y caliente”. Destacaba su restaurant a la carta, calificado como “de los mejores servidos de esta plaza”.

Una reseña de 1925 ponderaba los “hermosos y amplios patios del hotel” y daba cuenta de la multiplicidad de espacios que ofrecía a los huéspedes: “(…) salas, comedores, hall, lugares de descanso y reunión” (Gran Hotel Nacional, 1925, s. p.). La reseña lo presentaba como “uno de los mejores hoteles” de la ciudad, su “confort, higiene, servicio, la presentación del personal y la inteligencia con que es dirigido el establecimiento”, reforzaban estas aseveraciones. Al finalizar, el texto destacaba las condiciones morales del propietario.

Las citas precedentes dejan en claro que el discurso se servía de las comodidades y servicios del hotel para su promoción, a partir de la enumeración y la descripción de las distintas secciones del mismo. Sustentaba su confianza en la persona del propietario-gerente, cuyas cualidades eran directamente asimilables al propio edificio. El discurso buscaba claramente captar al receptor, apoyado en la *función utópica* (Roig, 1993) que connotan las enumeraciones y calificativos empleados.

En el análisis de su arquitectura, se observa que la *tipología* (Waisman, 1993) respondía a un planteo en torno a una extensa circulación descubierta que, en forma de O, articulaba la planta (Figura 46). No se han podido recabar imágenes de la fachada, pero se infiere que su lenguaje remitía al neoclásico aportado por mano de obra italiana, con un desarrollo en basamento, alzado y coronamiento; edificada a ras de línea de cierre. El

tamaño inusualmente grande de la parcela (50 m x 56,50 m) permitió complejizar el partido, con dobles hileras de habitaciones y circulaciones perimetrales descubiertas.

El acceso, por medio de un zaguán en el eje de la composición, conducía a la circulación exterior y de allí se distribuía hacia los patios laterales, que comunicaban todas las secciones del hotel: el gran comedor como espacio relevante alineado con el eje principal, las tiras de habitaciones y los cuartos de baño generales. En cuanto a las áreas de servicio, el hotel contaba con cocina, lavadero, despensa y depósito de leña; accesibles por medio de espacios descubiertos de menor jerarquía, y ubicados por lo general en los laterales del solar, a lo largo de las medianeras. La disposición de las habitaciones para alojamiento repite un esquema observado en otros casos de hoteles montañeses, como los de Cacheuta y Villavicencio: adoptaba un muro vertebrador (que a veces coincidía con la cumbrera de los techos) a partir del cual organiza simétricamente habitaciones hacia uno y otro lado, comunicadas a galerías (o a patios, como en este caso). La fotografía histórica permite reconocer los aportes de la modernización arquitectónica en este edificio: los patios exhibían baldosas calcáreas con motivos geométricos, ménsulas de hierro y cristal afiliadas al *art nouveau* generaban el espacio de transición desde las habitaciones hacia el exterior; la galería presentaba cenefas ornamentales de madera y canalones y bajadas pluviales en chapa galvanizada, propias de la arquitectura ferroviaria. El comedor constituía el espacio más relevante del edificio y, con una luz de ocho metros libres, resolvía su techumbre con cabreadas de pinotea (Figuras 47 y 48).

En el cruce de la Arquitectura con RS, las imágenes presentadas en el anuncio confirman la *performatividad del discurso* (Roig, 1993), que alimentaba en el receptor una prefiguración del objeto real, mediado por ambos registros: el textual-discursivo y el icónico-figurativo. Como en otros casos analizados, tanto las imágenes como el texto connotan limpieza, orden, cierto grado de refinamiento (detectamos el uso de mobiliario importado); lo que puede vincularse a su vez con las prácticas permitidas o posibles y sus normas, que regían el comportamiento de los huéspedes, sobre todo en los espacios comunes (justamente los registrados por las imágenes o descriptos por la crónica). Ambos se combinan eficazmente para generar significados, lo que facilitó la *objetivación* de RS (Moscovici, 1979). Finalmente, la tecnología empleada en el edificio respondía al uso del ladrillo cocido reforzado con perfilería de acero y techos de poca pendiente apoyados en rollizos o escuadrías de madera, con caña recubierta por torta de barro y chapa de zinc como terminación exterior.

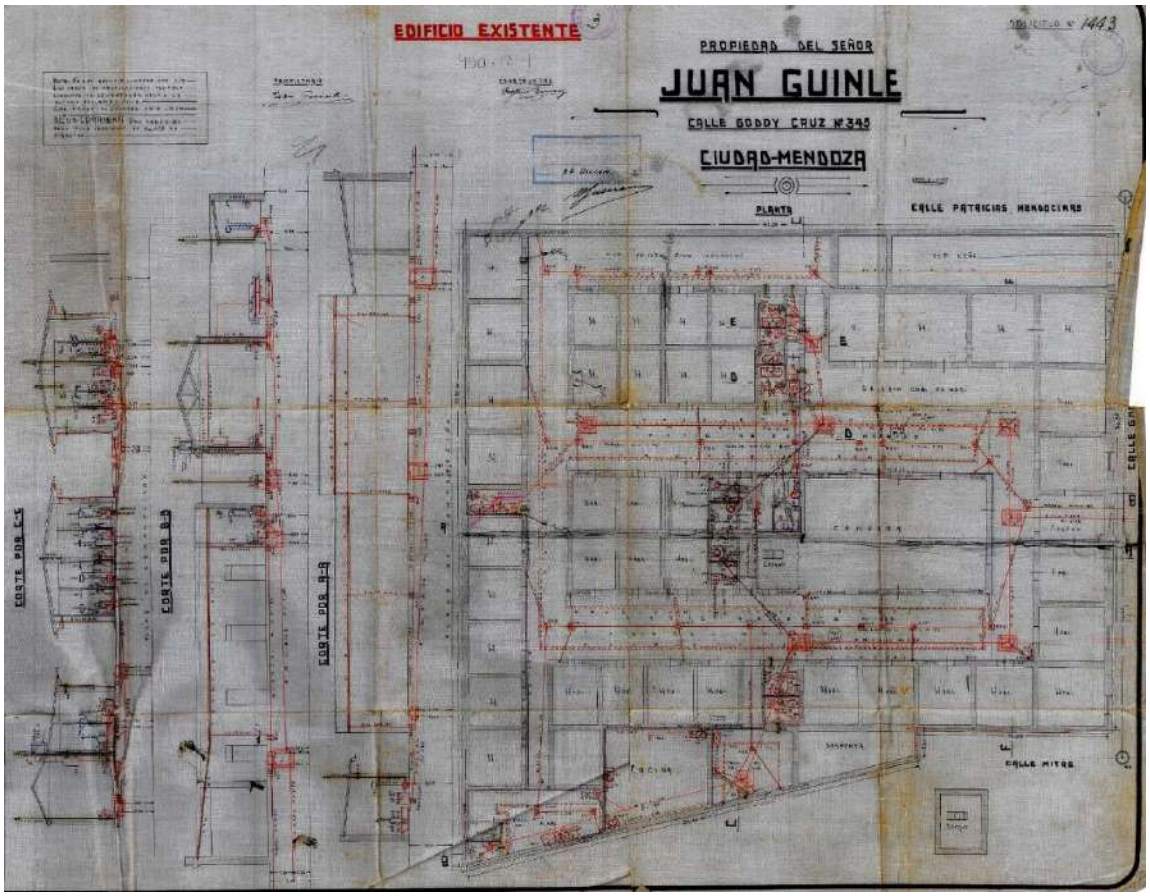
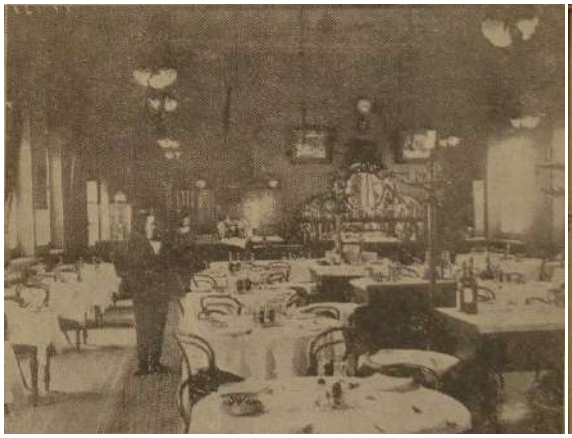


Figura 46

Plano sanitario Hotel Nacional, segunda sede, 1925ca.
Fuente: Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza.



Figuras 47-48

Comedor y patio interior del hotel.
Fuente: Nacional Hotel, 1920, p. 299.

El **Hotel Mundial** (luego conocido como Rex), constituye el ejemplo más modesto de los edificios relevados. Se ubicaba en una parcela irregular, extensa y angosta; cercana a la estación del Ferrocarril Pacífico, en el cruce de las avenidas Perú y Las Heras. Este sector constituía "el área más densamente poblada de la ciudad (…), donde se habían localizado los hoteles baratos, inquilinatos y el asilo de inmigrantes".[64] Es muy posible que este edificio también haya servido de alojamiento para los recién llegados.

La *tipología* del edificio (Waisman, 1993), organizado en torno a dos patios, permitió que todas las habitaciones tuviesen vistas hacia la calle, sobre el frente más extenso del solar. El planteo se completaba por tres locales comerciales para alquiler, dos en la esquina y uno más pequeño en el extremo Sur de la parcela. Los locales de servicio, ubicados a lo largo de la medianera, incluían depósito, despensa, cocina y dos sanitarios con agua fría, iluminados y ventilados a patios interiores (Figura 49).

No se ha podido relevar una fachada del hotel, pero la planta y los cortes permiten arriesgar que se trataba de un edificio construido en ladrillo cocido. El edificio presentaba sótano, lo que evidencia manejo de cuestiones técnicas referidas a submuraciones y estabilidad de los paramentos. El análisis de la documentación técnica confirma cierta destreza en el manejo de los mampuestos, tanto para lograr muros más anchos o angostos (colocando el ladrillo "de cabeza" o "de soga"), como también para generar las molduras y cornisas de fachada. El lenguaje respondió posiblemente a la arquitectura neoclásica italiana, aportada por constructores especializados.

La documentación en corte permite apreciar cubiertas de suaves pendientes, no visibles desde el exterior y resueltas posiblemente en torta de barro sobre encañado, apoyado en estructura de madera, oculta por cielorrasos suspendidos de lienzo. Todos los locales (interiores y exteriores) presentaban baldosas calcáreas. Es muy posible que la *horizontalidad* predominante en este edificio, con una fachada de desarrollo extenso sobre calle Perú (de casi 44 m) haya llamado la atención de los viandantes, aunque hacia el interior se "descubriesen" las verdaderas cualidades y servicios del hotel.

El **Gran Hotel España** fue construido sobre la Av. San Martín, en la vereda Oeste, frente al paseo La Alameda. El paseo se había remodelado recientemente y presentaba una estética que evidenciaba el gusto por lo francés, "en una representación material de la modernización y por extensión de la ideología liberal" (Raffa y Pastor, 2012, p. 470),

[64] Hacia 1903 se subdividió la ciudad en cuatro áreas, por razones censales, que constituyeron las bases de la organización por "secciones" urbanas de la ciudad actual. En ese tiempo, "el área más densamente poblada no la constituía ni la ciudad vieja ni la ciudad nueva, como tradicionalmente ha solido pensarse, sino la más próxima a la estación del ferrocarril" (Ponte, 1999, p. 145).

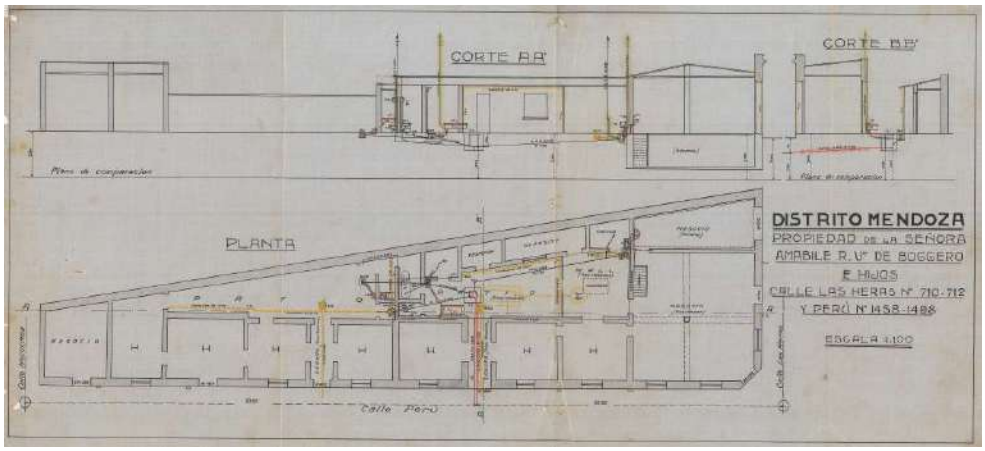


Figura 49

Planta Hotel Mundial, 1910.
Fuente: Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza.

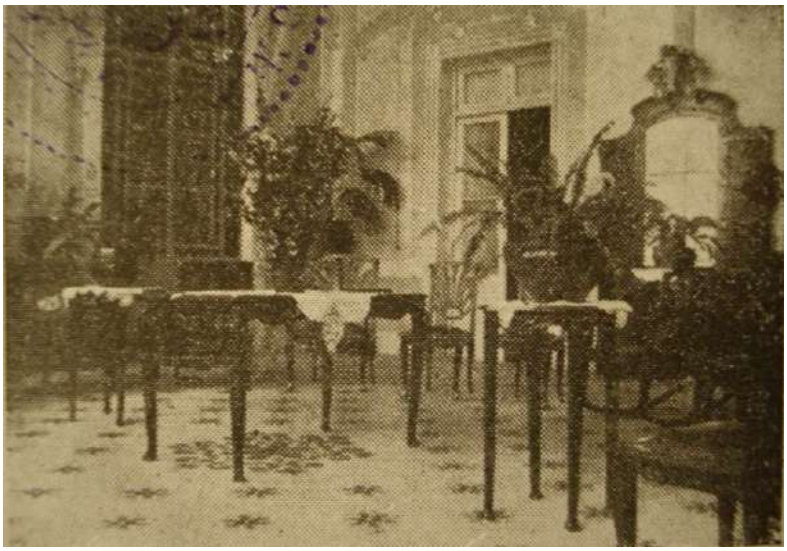


Figura 50

Vista del salón-hall.
Fuente: *La Quincena Social,* 1924b, s. p.

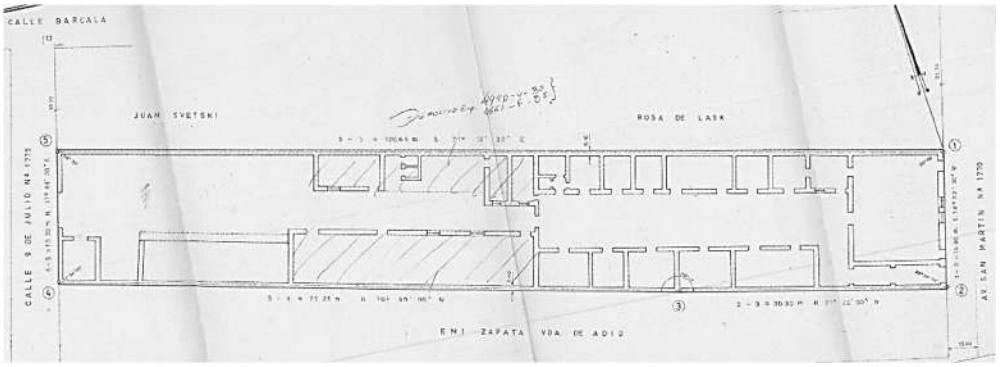


Figura 51

Planta Gran Hotel España, 1935.
Fuente: Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza.

luego de un período de letargo, en que el Municipio no había intervenido el lugar desde la erradicación del arbolado público en 1889 (Ponte, 1999). Una publicación de 1914 mostraba la fachada del edificio, con un alzado desplegado en basamento, desarrollo y coronamiento, de estilo neoclásico tardío.

Un anuncio de 1924 consigna que el hotel, propiedad de Hilario Ballester, se había instalado en un "edificio contra temblores, el más moderno de la provincia." Además, destacaba sus "grandes comodidades para pasajeros y familias", su amoblamiento "con todo confort" y sus "baños fríos y calientes" (*La Quincena Social*, 1924a, s. p.). La fotografía que acompaña el anuncio muestra el vestíbulo del hotel, con piso calcáreo de diseño geométrico y ricamente ornamentado (Figura 50). La relación del texto con la imagen cumple un rol similar a los casos analizados precedentemente: la fotografía lograba sintetizar los *atributos simbólicos* que el texto enunciaba: modernidad, orden confort, elegancia e higiene.

En el análisis de la documentación, el dato más llamativo lo constituye la superficie del solar, muy profundo y angosto (100,65 m x 15,80 m) de manera que tenía salida por la calle posterior, como se verificó anteriormente en el hotel Bauer. El *tipo* (Waisman, 1993) se vinculaba con la Av. San Martín por medio del gran salón-hall que abría directamente a la calle, a través de cuatro vanos siguiendo la métrica puerta-ventana-ventana-puerta. Un acceso separado en el extremo Sur de la fachada conducía al patio, en el que se enfrentaban dos extensas tiras de habitaciones. Los sanitarios (compartidos) se ubicaban al final de cada tira y en la mitad posterior del terreno, separados por un muro. Además, allí se encontraban los locales de servicio: depósitos, cocina, caballeriza, dormitorios de empleados y cochera (Figura 51).

Respecto de la tecnología empleada en el edificio, respondía al sistema "contra temblores", con estructura de hormigón armado.[65] El lenguaje es marcadamente historicista, propio de mano de obra especializada, con una cuidada resolución de la fachada en la proporción y ritmo de los vanos, demarcados por pilastras adosadas, trabajo del cornisamento y remate en un pretil ciego.

[65] Bórmida et al. (1990) afirma que la tecnología de hormigón permitió desplegar mayores alturas en las fachadas de construcciones de un nivel. Además, este sistema se diseminó también en las "casas chorizo" y otros edificios de mediana jerarquía, que exhibían en los frentes la solución con vigas de encadenado, a la vista: "los manuales empleados por los constructores italianos les proveían nociones básicas para su cálculo y ejecución, lo que permitió difundir esta mayor seguridad" (p. 122).

2.5. Turismo y Estado:[66] surgimiento del conjunto monumental Plaza Hotel, Teatro y Casino. Representaciones Sociales en torno del turismo en el lencinismo

Al indagar en la cuestión del turismo en la década de 1920, debemos considerar que, junto al desarrollo de la edilicia hotelera, se fueron consolidando otras actividades recreativas y culturales afines, como el casino, el teatro y el cine. Si bien no son exclusivos de este momento histórico (el hotel de Cacheuta contaba con un casino desde 1910), lo novedoso es que aparecen como resultante de una acción precursora de gestión del Estado provincial, que consideró estas actividades como parte de la oferta de la ciudad, entendida como destino. No pretendemos historiar la evolución del teatro en Mendoza para enmarcar la incorporación de una sala en la propuesta del entonces gobernador Lencinas, pero sí debemos abordar la cuestión de los juegos de azar en la ciudad, cuyo derrotero desde principios de siglo XX constituyó un fermento sobre el que maduró la propuesta, superadora por cierto, de la dirigencia política provincial. La cuestión del juego no se resolvió con la mera incorporación de un casino en el conjunto proyectado, sino que legisló sobre una temática de profundo interés para la comunidad y para los distintos sectores políticos que, en este como en tantos otros temas, asumieron posturas divergentes.

Al revisar los antecedentes de la cuestión, se revela que existían en Mendoza concesiones previas para el funcionamiento de los casinos, como el citado caso del balneario de Cacheuta (que contaba con casino propio); o bien permisos especiales para la implementación de salas de juego en las sedes de algunos clubes de elite (como el Jockey Club, Gimnasia y Esgrima y el Club Español). Aun así, los establecimientos clandestinos se multiplicaban en la ciudad y en algunos departamentos vecinos. La ley 144/1899 fue una de las primeras reglamentaciones provinciales destinada a regular el juego, específicamente decretando que la vigilancia de los lugares de diversión correspondía a la policía, para evitar “la ebriedad, las riñas y en general toda causa de escándalo” (Provincia de Mendoza, 1925c, p. 253). Hacia 1916, el asunto comenzó a tomar relevancia y desde la prensa se criticaba a la clase dirigente y a la policía por no implementar medidas más estrictas que ordenasen la actividad. Diarios como *La Época* y *La Tarde* revelaban la debilidad del Estado, en el control de una problemática social –el juego– que ya se había instalado en la comunidad (Gobierno, policía y tahúres, 1916, s.

[66] Adherimos a la definición de políticas públicas que refiere a un “propósito y acción de gobierno, expresada en políticas (públicas) y programas gubernamentales, frente a situaciones consideradas socialmente como problemáticas” (Salazar Vargas, 2012, p. 47). El autor identifica “tres instrumentos básicos que permiten abordar el modo en que las autoridades del sector público ejercen su poder”, a saber: las regulaciones con las que los gobiernos obligan a hacer lo que ellos desean, los medios económicos o incentivos o instrumentos de política económica, que implican repartir o retirar recursos hacia un objetivo preestablecido; y la información que opera sobre los sujetos influyendo sobre ellos a través de la transferencia de conocimientos, la comunicación de argumentos razonados y el convencimiento. Asimismo, consideramos al igual que nuestro autor de referencia, que las políticas públicas se soportan en determinadas posturas políticas, filosóficas, sociales e ideológicas. De allí que sean esas tomas de posición o posturas, por parte del Estado o de otros actores relevantes, los elementos que ayudan a calcular (o al menos hacer conjeturas) acerca de los posibles factores que fortalecen, debilitan y/o amenazan/apoyan la viabilidad y/o factibilidad de toda política pública.

p.). La crónica condenaba la falta de control policial, cuestionaba los propios fundamentos de la institución y asumía (desde la postura del matutino) una actitud moralizadora al detectar y denunciar la falta, posicionando a su vez al periodismo, desde el plano simbólico, como tutor de la conducta ciudadana: la figura del jugador, lejos de condenarse se posiciona, desde los *fundamentos del discurso* (Roig, 1993) como víctima, en un lugar de "debilidad" frente a la inclemencia de los "estafadores" (Un «jueguito» muy cómodo, 1916, p. 1).

Un llamado a licitación para instalar "un establecimiento modelo de Confitería, Bar y Casino, por arrendamiento de toda la planta a nivel, salones bajos y demás dependencias del edificio de las Tribunas del Lago de Regatas en el Parque General San Martín" (*La Época*, 28/07/1916), incrementó los recelos entre representantes del oficialismo (pertenecientes al Partido Popular) y de la oposición, en el momento en que la cuestión del juego se encontraba en su hora más álgida.

La situación tomó aun mayor visibilidad cuando un diputado interpeló al Ministro de Gobierno, para que diese las explicaciones correspondientes respecto de la inacción policial a que hacían referencia las crónicas, y del discutido llamado a licitación. Superada la instancia, se elevó un proyecto de ley, emanado del bloque radical, para la reglamentación del juego. El debate legislativo suscitado dio cuenta de las posturas antagónicas de los partidarios y los opositores al proyecto. El diputado Eduardo Teissaire, afín a la promulgación, afirmaba que esta normativa ya existía "en las provincias de Córdoba, Santa Fe, Buenos Aires y en la República Oriental del Uruguay", y su principal objetivo era evitar todo tipo de juegos, en los que se engañaba al público desprevenido (Provincia de Mendoza, 1916, p. 58). Esta mirada sobre un sector de la ciudadanía, caracterizada por la dirigencia como víctima; ingenua e indefensa frente al atropello de las casas de juego, buscaba justificar la intervención del Estado, que asumía un rol paternalista, posicionándose como protector de las garantías individuales.

En línea con el discurso precedente, *Los Andes* hizo propio el reclamo, como vocero de la comunidad (o al menos de su sector más desprotegido), condenando el juego y el escaso control; y al mismo tiempo celebrando la pronta legislación en torno del problema (La reglamentación del juego, 1916, p. 5).

A pesar del estado público que alcanzó la cuestión del juego y de la adhesión de los diarios de la época para condenar (desde una u otra vereda política) su escasa o nula regulación, el proyecto no tuvo posterior tratamiento legislativo. Es posible que cuestiones más urgentes, como la crisis económica imperante derivada de la Primera Guerra Mundial, sumado a la intervención nacional al gobierno de la provincia en noviembre de 1917, postergara su discusión parlamentaria. Como normativa vigente quedó un decreto

municipal, que establecía el pago de patentes “destinadas a beneficencia pública” (Las casas de juego, 1922, s. p.).

Con el advenimiento del lencinismo se dio por primera vez un fuerte impulso al turismo, entendido en el sentido moderno de la práctica. En 1922 se dieron las condiciones para debatir por medio de una única ley la cuestión del alojamiento, del juego y de la cultura (específicamente referida al teatro). El 10 de agosto de ese año, el gobernador Carlos Washington Lencinas envió un mensaje al Parlamento local que fundamentaba un proyecto de ley para la construcción de un hotel, un casino anexo y un teatro:

> Al someter a consideración de V. H. el proyecto de ley que acompaño, inspirado en el propósito de obtener por consorcio de la iniciativa privada y del Estado, la satisfacción de una gran aspiración de cultura, cual es dotar a Mendoza de un teatro que corresponda al grado actual de sus progresos de todo orden, al mismo tiempo que vinculado a otros establecimientos como un casino y un hotel, que concurrirían a la misma finalidad de intensificar la vida del espíritu, en sociabilidad, en arte, en intercambio de civilización (…).Porque de modo inexplicable, subsiste hasta hoy un fenómeno de absurda discordancia, en una ciudad ya enorme por su población, su edilidad, su tráfico, su cosmopolitismo, su refinamiento social, su cultura, por fin hasta su vinculación estrecha con las grandes capitales, de donde nos viene de continuo, los huéspedes insignes por sus prestigios sociales o económicos, a quienes estamos en el deber de brindar albergue digno de su rango a la vez que testimoniamos la delicadeza de nuestros gustos y nuestra condición de hombres del siglo (Provincia de Mendoza, 1925c, p. 5082).

Explícitamente, el mensaje abordaba la vetustez del Teatro Municipal, construido en 1870. En relación con los juegos de azar, sostenía que su regulación reportaría una importante fuente de recursos para el Estado. Por ello, argumentaba que parte de los beneficios obtenidos de la explotación, se reservarían “para aplicarlos a los servicios hospitalarios y de asistencia pública, de cuya atención y mejoramiento progresivo, depende la salud y el bienestar de la población”.

Entre líneas, el mensaje de Lencinas revela una actitud progresista, al referir a una aspiración cultural en primer término, que su gobierno buscaba alcanzar. La calificación que el propio mandatario hace de Mendoza es, entendemos, desproporcionadamente favorable, ya que la ciudad tenía problemas vinculados al aspecto sanitario,[67] de acceso a la vivienda de gran parte de la población, de malas condiciones en el habitar popular y con altos índices de desocupación (Jorba, 2011, pp. 45-50). Políticamente, de enfrentamientos del poder local con la prensa y con los opositores, que le valieron intervenciones del gobierno federal, aspectos bastante lejanos a la figura de ciudad cosmopolita y refinada que su discurso buscaba instalar.

En cuanto al hotel, el mensaje especificaba que era necesario un edificio que reuniese las condiciones de “capacidad, higiene, confort, modernidad y ubicación” que demandaban ciudades como Mendoza, “localidad de tránsito internacional y punto de

[67] Las obras cloacales en la ciudad de Mendoza, ejecutadas entre 1923 y 1928, avanzaron con excesiva lentitud, en palabras de Jorba (2011, p. 49).

atracción poderosa en el turismo por las bellezas circundantes, bondad del clima e influencia medicinal de sus termas próximas" (Provincia de Mendoza, 1925c, p. 5083). Las RS que detectamos en las citas precedentes, se sustentan en figuras simbólicas ligadas a la belleza del paisaje, al clima, al carácter de Mendoza como centro productivo y nodo estratégico en la vinculación con Chile y el Pacífico. En este sentido, Raffa y Pastor (2012) han indicado que "el peso del relato oficial sobre la visibilización de Mendoza y la profusión de imágenes, operaron como correlato de los discursos", lo que propició la conformación de "la imagen mítica de una Mendoza verde, pujante, del trabajo humano hecho ciudad" (p. 473). Lencinas se apropia, desde el plano simbólico, de una caracterización de ciudad propia del civitismo (aun hoy vigente, en palabras de Ponte).[68]

En cuanto a los hoteles, la condición paupérrima del alojamiento constituía la evidencia necesaria que justificaba una respuesta oficial: "No es preciso historiar la evolución de nuestros viejos hoteles, vetustos y feos, no obstante los recomendables esfuerzos de la energía y del capital privados, pues aún hoy evocan involuntariamente las páginas lacerantes de Cané o de García Merou" (Provincia de Mendoza, 1925c, p. 5084).

Por otra parte, y como era de esperar, la propuesta del Poder Ejecutivo reavivó la discusión en torno al juego en la Legislatura: las aguas estaban divididas entre quienes sostenían que el juego era un mal intrínseco a la sociedad moderna, y como tal debía regularse; y quienes esgrimían argumentos morales y apoyaban una prohibición definitiva.

Finalmente, el 4 de octubre de 1923 fue sancionada por el Senado y la Cámara de Diputados de la Provincia de Mendoza la ley N°832, que autorizaba al Poder Ejecutivo a licitar la construcción y explotación de un teatro, hotel y casino. De esta manera, se inauguró la fase moderna de la edilicia hotelera en Mendoza, con una acción precursora de promoción turística desde la esfera estatal: el hotel debía constituir "un establecimiento modelo y ofrecer por lo menos cien piezas dormitorios y treinta baños". Respecto del casino, debía emular los más renombrados ejemplos de importantes ciudades argentinas y del resto del mundo, como los de Mar del Plata, Tucumán, Montecarlo y Montevideo. Además, se previó que el concesionario entregase el 20% de las entradas líquidas al gobierno, para ser distribuidas a efectos de beneficencia, asistencia social y recursos para hospitales. El problema en torno de los juegos de azar quedó definitivamente resuelto: la ley establecía que, al quedar librado al servicio público el casino, con un aviso de treinta días de antelación por parte del concesionario; el Poder Ejecutivo estaba en condiciones de prohibir por decreto el juego "en todo el territorio de la Provincia, sin excepción de

[68] Para Ponte, la existencia de árboles en las calzadas mendocinas fue una idea importada de modelos foráneos, pero que resultó conveniente para un clima semidesértico como el mendocino. La insistente asociación de su conveniencia como único adorno de la ciudad, "no deja de ser una argumentación consubstancial con las ideas de la modernidad" (Ponte, 1999, p. 251).

lugares públicos, centros sociales y clubes, salvo los derechos adquiridos por las Termas de Cacheuta" (Provincia de Mendoza, 1925c, p. 5092).

Si bien la ciudad contaba ya con una oferta significativa de teatros y cines, el Teatro Municipal estaba muy deteriorado: se temía un inminente derrumbe en caso de sismo, lo que se agravaba por el hecho de no contar con medidas mínimas de seguridad, como la posibilidad de evacuar rápidamente el edificio en ocasión de un posible siniestro (Teatro Municipal. Edificio en peligro, 1920, s. p.).[69]

Estas circunstancias obraron en favor de la inclusión de un teatro "a la italiana" como polo cultural del conjunto, que debía consagrarse como lugar de reunión para la expresión de artistas locales y sede oficial de celebraciones patrióticas.

La prensa de la época celebró la iniciativa gubernamental: aunque con cierto recelo, *La Palabra* advertía que restaba aún mucho por hacer en materia de turismo. El potencial de Mendoza se apoyaba en la "belleza de la ciudad y sus alrededores", las buenas condiciones del clima, los hoteles termales, la proximidad a Chile y "otros factores en que ha sido tan pródiga Natura". Sin embargo, debían atenderse otras cuestiones, vinculadas sobre todo a la oferta de alojamiento en la ciudad:

> (…) Pocas iniciativas han surgido, sin embargo, y menos aún se han llevado a realización, para ofrecer al viajero aquellas comodidades indispensables que en otras partes se le brindan con prodigalidad. Hasta ahora, puede decirse, no han existido hoteles de suficiente confort en esta ciudad como corresponde a su importancia y como requiérese para albergar a quienes pueden venir a admirar tanta belleza natural como encierra Mendoza y que, como hemos dicho antes, encuentran en otras partes. De teatros y otros centros de diversión, estamos a la altura de una aldehuela (…). (Mendoza, centro de turismo, 1924, s. p.).

Los Andes ofrecía una visión más alentadora. El matutino expresaba que, en numerosas ocasiones, había advertido sobre la deficiencia de los edificios, con el consiguiente perjuicio que esto significaba por los "beneficios que podrían brindarnos la mente y el espíritu de esas corrientes humanas de tránsito obligado por Mendoza". La construcción del conjunto hotel, teatro y casino, venía a revertir esta situación:

> Mendoza ha servido sólo de puente, por culpa de una indiferencia administrativa que nunca tendrá justificación. (…) La presentación reciente de un proyecto a la Legislatura tendiendo a satisfacer una necesidad pública, es bajo todo punto de vista auspiciosa. El pensamiento del gobierno vale la pena que sea traducido en un hecho efectivo, y Mendoza podrá reparar, en beneficio de su cultura, la bochornosa inercia que hasta hoy se ha manifestado (La construcción de un teatro-hotel, 1923, s. p.).

En línea con el discurso oficial, la primera cita incorpora la palabra "turista", dando cuenta de la caracterización de los visitantes como tales. Esta concepción no radica sólo en una novedad taxonómica, sino que echa luz sobre la consideración del turista como sujeto relevante en la cadena productiva local, dado que su presencia reportaría un beneficio económico para la Provincia. El discurso connota que, junto con resolver el

[69] Patricia Favre refiere que, en ese momento, la provincia contaba con numerosos teatros y cines, como el Odeón, el Cine Centenario, el Palace Theatre, el Cine Avenida, el Orfeón Español y numerosos centros sociales y recreativos (Favre, 1997, p. 57).

alojamiento, existían otros factores que, de proceder convenientemente, podían orientarse a integrar una oferta atractiva, concepto que engloba a la ciudad en su totalidad como destino. La cita de *Los Andes* denunciaba la falta de acción del Estado al tiempo que celebraba la iniciativa oficial.

El terreno asignado para la obra fue el que había ocupado la penitenciaría, construida después del terremoto de 1861, y donde luego funcionó el Cuerpo de Bomberos: la manzana comprendida entre las calles Chile, Espejo, 25 de Mayo y Sarmiento, frente a la Plaza Independencia, corazón de la "ciudad nueva". El solar reunía las condiciones para albergar un nuevo e imponente equipamiento y completar otros de significación, también en el perímetro de la plaza, como el Colegio Nacional (1907-1910) y la Legislatura Provincial, luego de una obra de remodelación que había adecuado la antigua sede del Club Social al uso legislativo (1910).

El llamado a licitación se declaró desierto y el Estado resolvió celebrar un contrato con Mauricio Da Rosa, por el cual se comprometía a construir a su costo los inmuebles, por medio de una concesión "acordada por 30 años como máximo" (Provincia de Mendoza, 1925c, p. 5089). La empresa de los ingenieros civiles Perrone y Ayerza fue la encargada de la obra, el proyectista y director técnico fue Alfredo Israel y como subcontratista de obra gruesa para la ejecución del "cemento armado" se desempeñó la empresa Mauricio Kinbaum y Cía.[70] El comitente designó a Anunciado Virdó como inspector de obra, quien era integrante del equipo técnico de la Sección Arquitectura de la Dirección General de Obras Públicas de la Provincia.

El esquema general para el conjunto colocaba al hotel, con planta en U, ocupando el frente Este y Sur de la manzana, con la fachada principal sobre calle Chile y con vistas hacia la plaza Independencia. Hacia el Norte, en la esquina del solar, se dispuso el teatro y detrás del hotel se ubicó el casino; vinculando los edificios por medio de galerías semicubiertas, terrazas y escalinatas exteriores. El complejo contaba además con cancha de tenis, en la esquina Nor-oeste de la parcela.

El hotel ofrecía cien habitaciones y sesenta baños; dispuestos en departamentos de dos habitaciones con baño privado, dos habitaciones con baño compartido o habitaciones sin baño con opción de emplear sanitarios comunes. Los servicios incluían agua fría, caliente y calefacción. Constituyó el primer edificio hotelero en Mendoza desarrollado en planta baja y un piso superior. El desnivel del terreno hacia el Nor-este de

[70] Mauricio Kinbaum & Cía. era el nombre de la empresa especializada en cemento armado, dirigida por el ingeniero civil Mauricio Kinbaum. Sus oficinas se encontraban en Lavalle 1268, Buenos Aires. Además del Plaza Hotel, "construyó el edificio para la casa Bunge y Born, proyectado por el arquitecto P. Naeff" (Fallace, 2010, p. 131).

la parcela permitió incluir en el ala Este de habitaciones un entrepiso, de manera que completaba dos niveles sobre la planta baja.

La complejidad del programa arquitectónico incluyó salón para fiestas, sala de lectura, comedor general y comedor para niños, cocina propia con frigorífico, bar y lavandería. La tecnología “contra temblores”, que conformó un esqueleto de vigas y columnas de hormigón armado, permitió una importante innovación tipológica (Waisman, 1993): por una parte, resolver de manera eficiente la zonificación del edificio, con todas las áreas públicas en planta baja y las habitaciones en planta alta. En segundo lugar, las circulaciones se hacían por corredores cubiertos, a resguardo de las inclemencias climáticas; a diferencia de los antiguos hoteles donde la circulación se articulaba desde los patios. Finalmente, el desarrollo en dos niveles demandó bloques de circulaciones verticales tanto de uso público (que incorporó ascensor) como de servicio, garantizando una rápida evacuación del edificio en caso de sismo o incendio. Espacialmente, destacaba la doble altura del hall principal del hotel (Figura 52).

Respecto del lenguaje elegido, “todos los edificios se inspiraron en el clasicismo francés” (Bórmida y Moretti, 2005, p. 109) con base en los principios de simetría y ritmo en las fachadas, de gran sobriedad, donde alternaban vacíos y llenos en una composición armónica y serena. Los muros del hotel se trataron con revoque símil piedra París; las ventanas, enmarcadas con molduras aplicadas que contrastaban con la horizontalidad de la fachada, presentaban antepechos y guardapolvos rectos apoyados en ménsulas. El acceso principal, jerarquizado por una amplia terraza sobreelevada, concentraba la mayor riqueza decorativa: incorporó el orden gigante y “recursos estilísticos de la tradición grecorromana: frontis triangular, pilastras adosadas, arquitrabes, guirnaldas y festones” (Favre, 1997, p. 60).

Un pretil ciego alternado con balaustres coronaba la azotea, apoyado en una cornisa saliente con un friso sin decoración, que unificaba la línea de remate del edificio. Las líneas austeras, la profusión de elementos vinculados a la antigüedad grecorromana y la aparente simetría de la fachada, le otorgaban un carácter severo, pero armónico al edificio. El acceso monumental no tenía parangón con ninguno de los edificios hoteleros conocidos hasta el momento en la provincia, lo que alimentó el rasgo distintivo del establecimiento (Zevi, 1998).

El análisis de la fotografía histórica permite conocer la ornamentación y el carácter de los espacios interiores: el salón de fiestas, posteriormente conocido como “Salón de los Espejos” fue el espacio predilecto de la sociedad mendocina y de la clase política, tanto para las reuniones sociales como para los banquetes oficiales. Ofrecía un marco apropiado para las celebraciones, en un ambiente de lujo y confort. Por primera vez un hotel de la

ciudad igualaba la oferta de los balnearios termales de montaña, inaugurados hacia el cambio de siglo. El gusto por lo francés se evidenció en el Plaza Hotel: el Salón de los Espejos contaba con piso *parquet*, *boiseries* en el tercio inferior de los muros, grandes espejos alternados con paneles entelados en el alzado de los paramentos, estucos en columnas y apliques decorativos en yeso en el remate de los muros y en cielorrasos.

Como equipamiento del imponente salón, se emplearon arañas de cristal y muebles estilo Luis XVI. El hall de doble altura mantuvo el mismo carácter: estaba ricamente decorado con alfombras, muebles de estilo y lámparas con plafones de cristal. Una importante lámpara escultórica con figuras de querubines constituía el foco de atención en el centro del espacio, flanqueado por una escalinata palaciega que conducía al sector de habitaciones.

El comedor, más austero, presentaba papeles decorativos en muros, plafones de cristal opalino, muebles de madera y cortinas tipo visillo. Pisos de *parquet* y cielorrasos aplicados de yeso con molduras perimetrales completaban la ornamentación del espacio (Figuras 53 y 54). Las publicidades de la época dieron cuenta de los adelantos ofrecidos por el hotel y su oferta gastronómica. Una publicidad de 1925, a poco tiempo de la inauguración, señalaba: “Plaza Hotel Mendoza. 100 habitaciones con baño. Grandes salones de fiestas. Amplio, Moderno, Confortable y recientemente inaugurado. Ofrece comodidades y halagos hasta ahora desconocidos en Mendoza. Carlos Steidl, concesionario” (*La Quincena Social*, 1925a, s. p.). La misma publicación sumó comentarios prometedores en su edición de noviembre del mismo año:

> El Plaza Hotel con sus 100 habitaciones y cuartos de baños, ofrece a Ud. alojamientos confortables, y una mesa a la altura de las mejores de Sud-América. Sus espaciosos y artísticos salones constituyen el marco social en que se realizan los grandes bailes, conciertos y Té Danzantes que congregan a nuestra mejor sociedad. Sus departamentos están regiamente amueblados, y una calefacción eficaz y constante hacen su estada grata, alegre y deliciosa (*La Quincena Social,* 1925b, s. p.).

Junto con nuevos espacios, aparecían nuevas prácticas, como “tés danzantes”, “fiestas”, “grandes bailes” y “conciertos”. La implantación del conjunto hotel-teatro-casino fue ampliamente difundida por la prensa de la época y en publicaciones periódicas y el hotel se incorporó exitosamente al imaginario colectivo de la oferta mendocina.

Las medidas de fomento al turismo en el lencinismo fueron coronadas por la acción del gobierno de Orfila para la instalación de una Agencia de propaganda en Capital Federal,[71] que constituyó el antecedente de la Casa de Mendoza en Buenos Aires de la gestión conservadora, en el período siguiente. Orfila expresaba:

[71] Por Decreto N°854/26 se acordó con la Asociación de Turismo Andino y Sud Americano -ATAYSA, una subvención de $4000 m/n para la instalación de una agencia en la Capital Federal, “encargada de la propaganda y oficina de informes para el fomento del turismo en la provincia”, dado que el Ministerio de Industrias y Obras Públicas tenía expresa intención de “instalar una dependencia oficial encargada de facilitar la venida de viajeros (…)” (Provincia de Mendoza, 1928, p. 98).

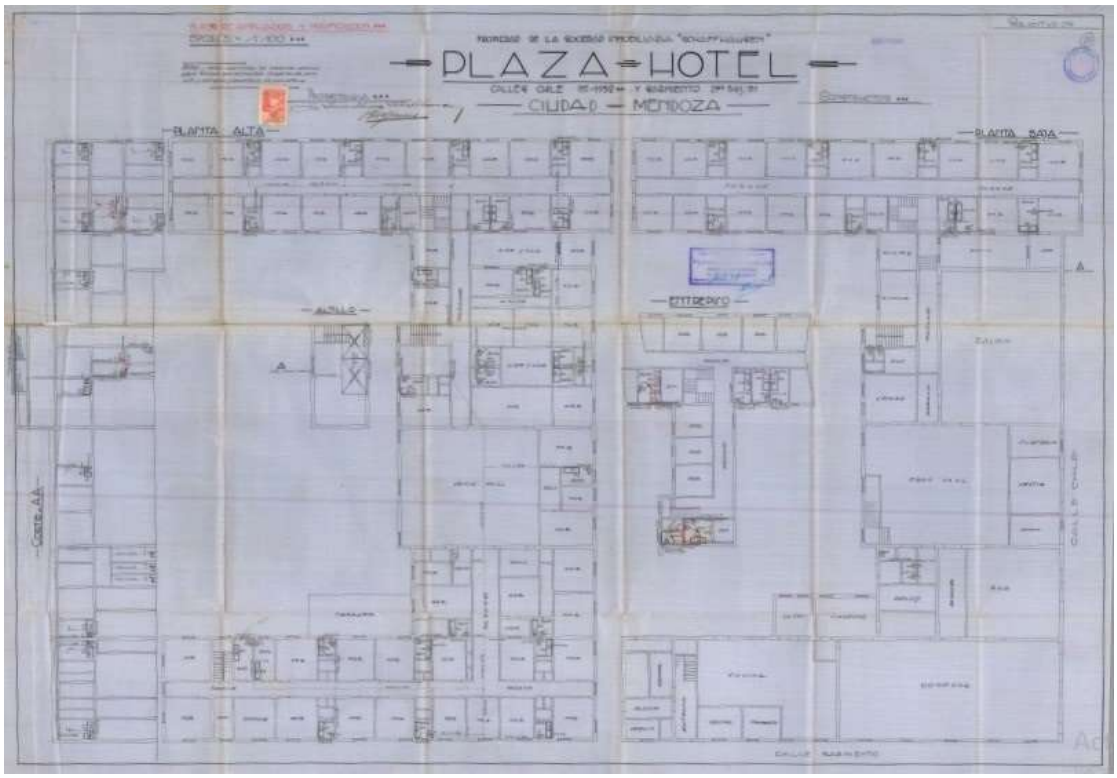


Figura 52
Corte y plantas del Plaza Hotel, 1935.
Fuente: Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza.

Figuras 53-54

Salón de los Espejos y comedor del Plaza Hotel
Fuente: *La Quincena Social,* 1925b, s. p. - El Casino de Mendoza. Centro de sociabilidad…, 1933, s. p.

> (…) no debe escapar a la acción del Gobierno, el problema del turismo, que es, dentro de las prácticas de la moderna civilización, una de las formas más eficaces de difundir el conocimiento de los pueblos, y aún más, un medio de acrecentar sus riquezas, como lo evidencia el hecho de que hay pueblos y ciudades, que si no deben su desarrollo comercial en absoluto al turismo, es éste en gran parte, la razón de su impulso y crecimiento (Provincia de Mendoza, 1928, p. 97).

La cita precedente comprueba que la cuestión del turismo adquirió peso propio en Mendoza, como hemos señalado a lo largo del texto.[72] Tanto la dirigencia política como los grupos de la sociedad civil con injerencia en el tema, ratificaron que la actividad constituía un aspecto insoslayable de la agenda, al percibir el impacto positivo que el turismo provocaría en la economía mendocina, justificado en las cualidades intrínsecas de Mendoza que, gestionadas convenientemente, reportarían aún mayores perspectivas en un futuro no muy lejano.

Respecto de la conveniencia de mejorar las vías comunicacionales, Orfila expresaba en el discurso inaugural del camino a Cacheuta:

> La tiranía del horario de trenes, por una parte, con su elevado costo en los últimos tiempos, y las limitadas comodidades que ofrecía a los enfermos y paseantes, por haber quedado a mitad de camino las obras originariamente comprometidas y que eran necesarias para darle la amplitud de vida que merecía, no permitieron, durante largo tiempo, al establecimiento progresar en la medida correspondiente a los beneficios que debían esperarse de él. Este camino, que trepa en la montaña, que se eleva en zig-zags, viboreando por entre sus cuchillas, y que abre al paseante un panorama de inestimable belleza y de viva atracción, que permitirá liberarse del apremio angustioso de los horarios, y que ofrece la ventaja de trasponer las distancias que separan al establecimiento de la ciudad en poco más de una hora, está destinado a transformar la fisonomía, hoy monótona, de las Termas. Y lo que es más que todo esto, con ser ello por sí solo un beneficio suficiente, transformará la fisonomía de la vida normal de la provincia, puesto que abre un horizonte nuevo al turismo (…). El turismo es vinculación espiritual, es acercamiento de los hombres entre sí, es conocimiento de las modalidades de una región, de sus condiciones climatéricas, de sus riquezas, de sus atracciones, de su vitalidad, y por todo esto, es difusión, es propaganda, es vehículo de mejoramiento social y económico, que se traduce indefectiblemente en beneficios morales y en beneficios materiales, porque de ese conocimiento, transmitido por el labio entusiasta del turista, se forman luego corrientes de brazos y de capitales, que vienen a engrosar el acervo económico de una región (Provincia de Mendoza, 1928, pp. 106, 107).

El texto del discurso da cuenta de la creciente competencia entre el transporte ferroviario y el carretero, aún incipiente. El texto posiciona al receptor como un *paradestinatario* (Roig, 1993), es decir, buscaba convencer a los oyentes de los beneficios del transporte carretero, en particular del impulso a una ruta turística. En cuanto a los *fundamentos del discurso*, encontramos que el empleo de adjetivaciones, para referirse a la montaña y al emplazamiento de las termas, buscaba prefigurar desde lo simbólico lo que "significaba" dominar el territorio montañés, a partir de múltiples dificultades tecnológicas y humanas, que la gestión había podido salvar exitosamente. Las descripciones contenidas

[72] En el mismo período, se sancionó la ley N°926/27 que reglamentaba las atribuciones de la Dirección General de Salubridad, entre las que destacaba la de controlar los establecimientos dedicados al rubro de la hospedería, por medio de "inspecciones de higiene". Su capítulo XI hacía referencia a la higiene del suelo y habitaciones en casas de renta, inquilinatos y hoteles, entre otros establecimientos. Como acción punitiva ante incumplimiento, la norma preveía el pago de multas y emplazamiento para adecuar el inmueble a las "condiciones debidas, bajo apercibimiento de desalojarlo por medio de la fuerza pública" (Provincia de Mendoza, 1928, p. 301).

en el pasaje final del texto, evidencian una construcción desde la dirigencia de lo que podía calificarse tempranamente como "nueva industria", es decir, instituir al turismo como actividad dinamizadora de la matriz económica de la Provincia. En este sentido, la *función utópica* adquirió capital importancia, en tanto aseguraba una alta performatividad o eficacia simbólica como *discurso de autoridad* (Roig, 1993).

Además de estas acciones concretas, la Provincia adhirió a una serie de exposiciones y conferencias, donde se difundían las cualidades de Mendoza en el rubro industrial, climatológico, referido a sus bellezas naturales y paisajes; ocasiones en que se encargó material gráfico y cinematográfico en estas temáticas, para su difusión. [73] Estas medidas cristalizaron en un proceso de cambio más profundo, acaecido en los primeros años de la década siguiente, como veremos en el próximo capítulo. En efecto, desde 1932 y con el advenimiento de las administraciones conservador-demócratas en Mendoza, el cambio de mentalidad comenzó a concretarse a partir de políticas públicas de instalación de equipamientos, de desarrollo de vías comunicacionales, de promoción del turismo, de fomento a la construcción de hoteles, de realización de ferias industriales y de instauración de festividades anuales.

Aun así, se hace evidente que comenzó a tomar forma una demanda cada vez más visible, en pos de posicionar a la provincia con argumentos más "elevados", como demuestran algunas de las revistas de amplia difusión en los círculos aristocráticos. En concreto, se argumentó a favor de incorporar en la naciente oferta cuestiones referidas a la Gesta Sanmartiniana, al arte local, la acción de pensadores e intelectuales y la producción literaria. Por ejemplo*, La Quincena Social* [74] publicó un editorial en su portada del 15 de agosto de 1925, con una crítica al modo en que se promocionaba a Mendoza, puntualmente a un artículo divulgado en el matutino *La Nación*. El descontento se sustentaba en que el texto y las imágenes presentadas referían solamente a "todo lo que la naturaleza ha hecho en favor nuestro y que el brazo del hombre ha sabido aprovechar y explotar". Al presentar a la provincia destacando su clima, sus balnearios, su producción hortícola y frutícola y acompañado de datos estadísticos, el crítico de *La Quincena Social*

[73] En mayo de 1926 el Gobierno provincial participó en la Exposición Vialidad y Turismo, organizada por el Touring Club Argentino en Capital Federal. En julio de ese año, se preparó el mismo material para ser presentado en las exposiciones internacionales de Filadelfia y Milán, con el objeto de "presentar una variedad de productos de industrialización mendocina, como así también una demostración gráfica y cinematográfica de todos los adelantos del suelo, de las bondades de las tierras y de los diversos aspectos panorámicos y naturales de la Provincia" (Provincia de Mendoza, 1928, pp. 149-157). En febrero de 1928 se designó la comisión para la preparación del material a presentar en la Exposición Iberoamericana de Sevilla, prevista para octubre del mismo año.

[74] Respecto *de La Quincena Social*, Gloria Videla de Rivero reseñó el propósito de la publicación, que buscaba la emulación espiritual y de superación social, "que refleje facetas de la poliédrica interior, historia tradicional y cultural, para los que aman y sueñan con las altas emociones que dignifican la personalidad moral de la sociedad". La autora destaca una nota de Arturo Roig, quien la definió como "uno de los más importantes documentos gráficos de Mendoza" (p. 168).

advertía que estas manifestaciones parecían inspiradas “por el espíritu de un bodeguero, de un dueño de mercado o almacenero, o por alguien que tuviera por alma un barril y por corazón una pera o un durazno” (Una crítica, 1925, p. 1). Para el cronista debía:

> (…) procederse en forma que despertara el interés de conocernos, del turista, el hombre refinado, de gustos delicados y sentimientos artísticos que sean un factor de progreso moral, […] bien pudo decirse algo de nuestro pasado glorioso, de nuestros sacrificios en nuestra gesta de nación libre, de la labor intelectual y de la obra de nuestros hombres destacados del pasado y del presente, de nuestro intenso despertar artístico y literario que se manifiesta en forma halagüeña y promisoria, de muchas otras formas espirituales que caracterizan a nuestro pueblo, como asimismo de la cultura y filantropía de nuestra sociedad (…) (Una crítica, 1925, p. 1).

La cita encarna el descontento del cronista, que interpela al lector a considerar el lugar que ocupaba la historia local, la producción artística y la cultura en general; como partes indisociables del progreso económico. Para el autor, estos aspectos eran más necesarios que el factor industrial para reconocer adecuadamente la moral espiritual de la sociedad de Mendoza, más allá de sus progresos en otros órdenes, que el cronista considera menos “elevados”.

Por su parte, la *Revista Mensual BAP* de circulación nacional, comenzó a incluir diversos aspectos de la ciudad como parte integrante de la oferta turística, dejando en evidencia que, si bien las representaciones sociales construidas en los primeros años del siglo permanecían, se incorporaban lentamente otras que contribuyeron a alimentar el imaginario de la ciudad como destino digno de visitarse:

> Sus calles amplias, bien trazadas y bordeadas de añosos y corpulentos árboles, nos hablan bien a la clara del culto que ese pueblo profesa por el árbol. (…) lo que llena de asombro es el gran Parque General San Martín, situado al pie mismo de los primeros contrafuertes andinos, y constituye uno de los paseos más bellos de la República. (…) Desde los portones, una gran avenida conduce al Cerro de la Gloria, en cuya cima se alza el monumento al ejército de los Andes (…). La ciudad, vista comercialmente, tiene las características de las grandes urbes, sus servicios públicos son de primer orden, las líneas de tranvías y ómnibus cruzan la ciudad por todas partes (…). Grandes casas de comercio se hallan establecidas, y numerosas sucursales de otras evidencian la prosperidad y la situación económica de esta ciudad (Mendoza, 1928, pp. 90, 91).

Las figuras simbólicas en las que se apoya el discurso repiten las evocaciones hechas hacia el inicio del siglo, como la belleza escénica de las montañas, el orden y limpieza de la ciudad y la cultura en torno del árbol. A este discurso hegemónico incorpora la figura del Parque San Martín y el Cerro de la Gloria, preanunciando la valorización que se hará en lo sucesivo de la Gesta Sanmartiniana como hito dentro de la historia local, nacional y continental, como explicaremos en los capítulos siguientes.

2.6. Conclusiones

El derrotero de la edilicia hotelera abordado en el capítulo permite confirmar que la modernización en Mendoza impactó no sólo en la resolución material de los hoteles, sino también en las representaciones que circulaban en torno del alojamiento; y en general de la provincia, en su prefiguración como destino turístico. En la montaña, la arquitectura en tanto objeto construido, adoptó un *estatus* superior al del texto escrito, en el proceso generativo de RS: el empleo de metáforas, calificaciones a partir del uso de adjetivos o la repetición de ideas o conceptos; contribuyeron en el **lenguaje escrito**, al alimentar la imagen simbólica que se tenía de un destino particular. En el caso de edificios y entornos construidos, el **lenguaje arquitectónico** permitió recurrir a elementos propios del campo disciplinar para transmitir el mensaje: la repetición de elementos, el orden, la simetría, la filiación estilística, los aspectos tecnológicos y constructivos, la materialidad y el carácter. Pero a partir de la interpretación de estos elementos en la interrelación con su entorno, este discurso se ampliaba: incorporó la armonía, el contraste, la escala, la (des)proporción: constituyó una forma particular de concebir el mundo; su mundo inmediato, ceñido al emplazamiento.

La revolución tecnológica contribuyó a forjar una serie de profundos cambios, tanto a nivel urbano como arquitectónico. El ferrocarril significó un notable adelanto, con actuaciones que replicaron las experiencias de los inmigrantes europeos: en el ámbito de la cordillera, de la mano de personajes ingleses, vinculados con las obras del tren; en el casco urbano de Mendoza, tuvo una notable presencia la comunidad italiana.

En estos dos ámbitos, la modernización tuvo un gran impacto a diferentes escalas: por una parte, contribuyó a modificar gradualmente la percepción de la montaña como espacio de sociabilidad y disfrute estético. El termalismo en un primer momento posibilitó el arraigo de poblados, con el surgimiento de actividades afines; como correo, telégrafo, pequeños comercios y emprendimientos agropecuarios, entre otras; que se verifican en los enclaves de Puente del Inca y Cacheuta.[75]

El valor que adquirió el trazado ferroviario como espacio emblemático es innegable: concebido como la calle “moderna”, este espacio se instituyó como zona de circulación, sector de concentración de servicios (asociados al tren o a la práctica del turismo) y a la vez constituía el espacio público de intercambio social. En otras palabras, hizo posible la existencia de un ambiente apto para la socialización, inmerso en un paisaje de excepcional belleza: encarnaba la singularidad de la calle suburbana como ordenador de las

[75] En este sentido, cabe aclarar que la primera parte del capítulo, que aborda el derrotero de la montaña devenida en destino turístico y los primeros hoteles termales, pone el acento en el Análisis del Discurso como estrategia de indagación; respondiendo por una parte, a la circulación de RS que, sobre la montaña, se gestaron en ese momento y, por otra, dada la escasa cantidad de edificios para analizar.

arquitecturas e infraestructuras, con una doble cualidad, como recorrido y como soporte de la edificación.

En el caso de Villavicencio, que no estuvo impactado directamente por el trazado ferroviario, se evidencia un proceso más lento, pero caracterizado por la presencia de los baños en un punto clave del itinerario en el antiguo camino a Chile, lo que configuró su condición de parada obligada en esta travesía. Las mejoras viales a partir de la década del veinte fueron fundamentales para acceder al lugar y propiciar el disfrute del paraje. En todos los casos analizados, el cambio de sensibilidad respecto de la montaña fue crucial para propender a las mejoras evidenciadas. Las tareas de difusión turística de los enclaves recayeron sobre las empresas concesionarias o encargadas de su explotación, que propiciaron una circulación sostenida de representaciones en avisos publicitarios y en notas gráficas y periodísticas, alimentando lentamente el acervo representacional referido al destino “Mendoza”.

En segundo lugar, los hoteles urbanos transitaron por un proceso similar, de lenta evolución, dado que no se consideraba a la ciudad como destino en sí misma, y los textos de promoción ponderaban los balnearios montañeses y las bellezas naturales de los parajes, en detrimento de lo que pudiese ofrecer la capital provincial. Aun así, se fueron conformando RS que contribuyeron con las visiones que se tenían de Mendoza, en torno a tres ejes: como centro productivo del Oeste argentino, como nodo de relevancia en el itinerario a Chile y como sitio privilegiado de balnearios montañeses con condiciones excepcionales para la explotación de aguas termales y minerales. La incorporación de la ciudad en el discurso promocional fue gradual, dejando al descubierto una doble concepción, primero de la hotelería como industria (inicios de la década del `20), luego del turismo como actividad promisoria para Mendoza (fines de la misma década), vinculado a su matriz productiva; visión que compartía tanto la clase dirigente como los actores privados involucrados.

Estos actores, como las publicaciones periódicas y la prensa, pusieron en evidencia la necesidad de legislar sobre la cuestión. Primeramente sobre el alojamiento, hecho que se verifica con la irrupción del Estado provincial en el mercado hotelero, cuando los balnearios y parajes de montaña ya estaban consolidados en su oferta. En segunda instancia, en relación con los juegos de azar, que concentraban el interés de gran parte de la población.

Específicamente desde la disciplina arquitectónica, se observó que, durante los primeros años del siglo XX, no existieron innovaciones significativas en las tipologías edilicias, pero la inauguración del Plaza Hotel introdujo una respuesta novedosa: la zonificación, una nueva concepción espacial de las circulaciones horizontales y verticales,

y por consiguiente una mayor complejidad tipológica y funcional del partido arquitectónico, caracterizaron esta obra y sentaron un valioso precedente de cara a futuras construcciones hoteleras. Respecto del lenguaje expresivo y formal, en todos los casos analizados se mantuvo en los historicismos o eclecticismos propios de su momento histórico. Respecto de los usos, el comedor se instauraba como espacio emblemático de sociabilidad; para la celebración de banquetes, despedidas, homenajes y reuniones de personajes de la política y del deporte; evidenciado en su calidad espacial y su ornamentación. A falta de éste, las galerías y patios se instituyeron, en los ejemplos más modestos, como sitios privilegiados de intercambio socia (sobre todos para los varones en los primeros tiempos).

La inmigración permitió la difusión de ciertos modos de construir, que resolvían las proporciones y armonía de la arquitectura y sus elementos (accesos, ventanas, azoteas, etc.), como también permitían el cálculo básico de elementos estructurales y el manejo de mamposterías en ladrillo cocido para generar espesores de muros según necesidades constructivas, funcionales y decorativas. La incorporación de materiales y elementos importados y de elementos estructurales novedosos favorecieron ese marco de inventiva y experimentación.

En relación con las prácticas, relevamos instancias precursoras de sociabilidad en las tertulias de almuerzo, té de la tarde y cena; o bien actividades propias de los círculos aristocráticos; como juegos de azar, billar, lectura y consumo social de tabaco y alcohol. Los hoteles de montaña incorporaron rápidamente actividades estrechamente vinculadas con su emplazamiento privilegiado en los valles cordilleranos; y en algunos casos ligadas a la existencia del ramal ferroviario: juegos de croquet, de bochas, de pelota, pic-nics, caminatas y cabalgatas a los cerros próximos, tenis y paseos en zorra y avistaje de flora y fauna nativa constituyeron una oferta muy atrayente; lo que configuró la apropiación inicial, colectiva y estética, del espacio de la montaña. En los hoteles de la ciudad se verificaron actividades similares, aun cuando no contaban con la amplia gama de usos devenida de su localización y del espacio exterior disponible, pero se ampliaron rápidamente, incluyendo otro tipo de prácticas colectivas; como reuniones, despedidas y homenajes. En este contexto, el Plaza Hotel inauguró una amplia oferta deportiva y recreativa, con cancha de tenis, el primer casino de gestión estatal de la provincia y un teatro. Los suntuosos salones del hotel se posicionaron como lujoso escenario de “tés danzantes”, conciertos, reuniones y bailes de la alta sociedad y la dirigencia política.

En la conformación del destino “Mendoza” detectamos dos momentos de emergencia: uno inicial, entre 1900 y 1920, caracterizado por una actitud pasiva, ligada a una concepción del visitante como mero observador de los paisajes y bellezas naturales existentes. Esta fase coincidió con una ausencia absoluta de medidas encaradas desde el

Estado, con la única excepción de la concesión del hotel y casino de Cacheuta (1913): no existía una intención manifiesta por conformar una oferta integradora, sino que las empresas responsables (la Compañía de Hoteles Sud Americanos, para los hoteles Puente del Inca y Cacheuta; o la Sociedad Termas de Villavicencio, para el caso de su hotel) asumieron de manera aislada la promoción de sus albergues.

Se hace evidente un segundo momento, a partir de 1920, impregnado del carácter modernizador que involucró un posicionamiento de avanzada: revela una actitud enérgica de la clase política, direccionada a fines concretos, donde la calidad de la oferta hotelera y el desarrollo de vías comunicacionales a parajes emblemáticos, fue considerada crucial para la atracción de visitantes. En ese momento, se hizo palpable una tendencia a considerar de forma integral la especialización en la oferta de Mendoza, comenzó a emplearse el vocablo “turismo” y se hizo evidente el acuerdo que operaba en la clase dirigente y en algunos actores sociales, sobre las cualidades de la provincia y los beneficios que podía reportar una mejora en la calidad del alojamiento y de los servicios, en pos de desarrollar una “industria”, vinculada específicamente a la hotelería (que a partir de 1930 se caracterizará como “industria del turismo”).

Estas actuaciones pioneras jalonaron el cambio de mentalidad respecto de las posibilidades económicas y sociales de la actividad turística, y sentaron un valioso precedente en el posicionamiento de Mendoza y, si bien en este ciclo se observaron los primeros pasos en la construcción material y simbólica de la provincia como destino, su afianzamiento se produjo con las medidas del ciclo conservador-demócrata, como veremos en el próximo capítulo.

3. CAPÍTULO III
El desarrollo del turismo en el ciclo conservador-demócrata (1932-1943)

3.1. Introducción

Con la crisis mundial de 1929 a 1933, la agricultura argentina se vio sometida a un proceso de estancamiento y caída de su producción. Argentina financiaba sus compras de bienes de capital mediante la emisión de acciones. Al no poder emitir más acciones porque sus precios estaban muy bajos, se suspendieron las inversiones en máquinas, equipos y construcciones. Al caer la inversión en activos físicos, se produjo el efecto multiplicador de dicha caída sobre toda la actividad económica y el empleo. Comenzaron los conflictos obreros que marcaron la caída del gobierno radical, que no aportó soluciones estructurales al conflicto internacional planteado, siendo víctima del primer golpe de estado. A nivel nacional "el impacto de la crisis se sintió en la caída de las exportaciones de carnes y cereales" y en "el aumento de la desocupación" (Korol, 2001, p. 21). En setiembre de 1928 llegó a Mendoza el interventor federal Carlos A. Borzani, terminando el gobierno de Alejandro Orfila con importantes cuestionamientos. En setiembre de 1930 se produjo la revolución que depuso al entonces presidente Hipólito Yrigoyen, momento en que se designó la última intervención federal a la provincia con el Dr. José María Rosa, investido por Uriburu desde Buenos Aires. Se convocó a elecciones provinciales con un nuevo padrón electoral, pero con el lencinismo proscripto. Ganó la fórmula Ricardo Videla-Gilberto Suárez Lago iniciándose el ciclo conservador-demócrata. Esta etapa tomó su nombre de la "Restauración Conservadora", o bien "Neoconservadora",[76] que se inició con la llegada de Agustín P. Justo en 1932 a la presidencia de la Nación.

La necesidad de sustituir importaciones generó una nueva actitud pública favorable a la diversificación productiva. De esta forma "se terminaba de poner en cuestión el esquema espacial nacional que había caracterizado el ciclo de «crecimiento hacia afuera»" (Gorelik y Ballent, 2001, p. 145) con desarrollo desproporcionado entre el litoral y el interior. Se inició entonces un período de "modernización radical del país y de su territorio liderada por el Estado y, en consonancia, (…) un momento de homogeneización en clave urbana de hábitos sociales en una escala nacional" (p. 147).

Mendoza no fue ajena a esta circunstancia y, en el contexto general de crisis internacional, se dieron algunos períodos de cierta estabilidad en el aspecto económico. El Estado provincial asumió una posición progresista, a partir de la implementación de una multiplicidad de medidas, que promovieron sobre todo la ejecución de obra pública, lo que significó grandes avances en materia turística, tanto desde la gestión, con la sanción de

[76] Esta denominación se debe a que la facción política que retuvo el poder en esta década retomaba algunos de los ideales conservadores previos a los gobiernos radicales, pero, a pesar de que buscaba restablecer algunas características del régimen conservador del período 1880-1916, presentaba variaciones con respecto a este. De la línea neoconservadora surgió el Partido Demócrata Nacional. En 1931 el viejo Partido Liberal mendocino decidió cambiar su denominación por el de Partido Demócrata, en consonancia con la estructura partidaria creada en Buenos Aires (Cueto *et al*., 1991, p. 4 y ss.).

legislación específica, como desde la implantación de equipamientos y el desarrollo inusitado de la edilicia hotelera.

La principal actividad económica de Mendoza, la vitivinicultura, no fue ajena a la situación de crisis aludida. Alberto D. Gago sostiene que, para atenuarla, se creó en Mendoza la Junta Reguladora de Vinos, y se tomaron medidas drásticas tendientes a reducir la producción, como erradicación de viñedos y derrame de vino (2004). El modelo agroexportador continuó su desarrollo a pesar de las crisis políticas en el país y en la provincia, de los avatares de los tiempos de guerra y posguerra; y de la deficiente y poco consolidada industria nacional. A partir de este momento, se inició una sostenida ampliación y crecimiento de la base económica provincial que superó rápidamente la crisis ocurrida en el radicalismo. Gago (2004) afirma que la vitivinicultura se consolidó, enriquecida por la incorporación de técnicas y saberes de los inmigrantes. Aparecieron otras actividades, como la minero-industrial, representada por el cemento y el petróleo, que evidenciaban mejoras sustanciales en la tecnología de extracción junto con el desarrollo de las industrias agroalimentarias; con frigoríficos que permitieron conservar y trasladar frutas frescas y hortalizas. La industria química permitió, a partir de los avances científicos y tecnológicos, la diversificación de alcoholes, aceites e insumos para la industria madre.

Respecto del turismo, el ciclo conservador incorporó, tanto a nivel nacional como provincial, una multiplicidad de agencias estatales que orientaron su accionar al impulso sistemático de la actividad, como también al desarrollo de equipamientos asociados y vías comunicacionales. La creación de la Dirección de Parques Nacionales en 1934, de las Direcciones Nacional y Provincial de Vialidad (en 1932 y 1933 respectivamente) y la Dirección Nacional de Turismo, en 1939, dan cuenta de ello.

En este sentido, tanto Vialidad Nacional como la Dirección de Parques Nacionales (1934) apuntaron a “orientar las corrientes turísticas desde la gran ciudad capital hacia el interior, redescubriendo y recuperando el territorio nacional, extendiendo la presencia del estado central en áreas de frontera” (Ospital, 2005, p. 79). Ospital sostiene que el Estado diseñó nuevas políticas para el territorio nacional y promovió la ejecución de obras. Según la autora, la acción política presuponía una reapropiación del espacio nacional y una revalorización de regiones aun no plenamente ocupadas o utilizadas. Se combinaban en estas acciones de gobierno las ideas de refundación del Estado junto a los nuevos enfoques económicos de la recurrencia y aprovechamiento de los recursos propios para enfrentar la coyuntura internacional posterior a la crisis (pp. 68-71).

Anahí Ballent (2005a) sostiene que, en su carácter de símbolo, la red vial remitió a un mito arraigado en la sociedad argentina: el anhelo de unidad e integración nacional. A partir de la Primera Guerra Mundial el turismo fue pensado en Argentina como un asunto

público y, por lo tanto, como objeto de políticas públicas. Como bien señala Melina Piglia (2012), la Dirección de Parques Nacionales "representó la concreción de un primer intento de política turística nacional sistemática, al implementar la organización y gestión del turismo desde una mirada técnica" (p. 61). Por su parte, Perla Bruno (2012) confirma la relevancia creciente de la Dirección Nacional de Turismo (1939), que coordinaba "todas las actividades turísticas desarrolladas por organismos e instituciones del país" (p. 58). En este sentido, la autora destaca la sanción de la ley 12.669/40, que establecía las pautas para la construcción de hoteles y hosterías de turismo distribuidos por todo el territorio argentino, aunque esta norma no tuvo el impacto esperado en Mendoza.

Estas acciones se orientaron a lograr un país "ideológicamente cohesionado, a partir de la multiplicidad regional" (Raffa, 2016, p. 223), lo que se evidenció desde el accionar de diversas asociaciones culturales, el surgimiento de juntas de historia y la celebración de congresos y reuniones en torno de la temática cultural.[77]

El Ministerio de Economía, Obras Públicas y Riego materializó "a través de sus oficinas técnicas los nuevos programas de salud, vivienda, educación y recreación", y los diseminó por todo el territorio de la provincia (Raffa, 2016, p. 222). En este contexto, la Dirección de Arquitectura de la Provincia (en adelante DPA) adquirió un rol protagónico en "el proyecto, dirección técnica e inspección de todas las obras públicas que le encarga el Poder Ejecutivo, correspondiente a edificios, monumentos conmemorativos, fiestas patrióticas; como también la reparación y modernización de los edificios fiscales existentes" (Giménez Puga, 1940, p. 189).

Siguiendo a Raffa (2020a), y según lo enunciado precedentemente, la distribución de arquitectura en el territorio provincial fue posible por el rol desempeñado por la Dirección Provincial de Vialidad (en adelante DPV). La autora explica que la construcción de puentes y caminos para vincular zonas rurales con los núcleos urbanos, se financió con fondos provinciales y nacionales, y destaca el empleo de "alrededor de 5000 hombres para la construcción de caminos en la provincia" (p. 29). Respecto del camino carretero hacia Chile, el primigenio trazado se constituyó sobre la histórica ruta de las postas (Camino Real), que recorría el territorio nacional de Este a Oeste, con su punto inicial en Buenos Aires y el final en Santiago. El uso de ese viario de alta montaña por el transporte automotor se inició en la década de 1920 y, para completar el cruce hacia Chile, se empleaban las infraestructuras del Ferrocarril Trasandino (Lacoste, 2013). Garcés Delgado en su capítulo "Mendoza y el ferrocarril" (1998), observa que en la década de 1930 y a partir de la Ley

[77] En Mendoza surgieron el Congreso de Escritores y Plásticos de Cuyo (1937 y 1938), el Instituto Provincial de Cultura y la Universidad Nacional de Cuyo (1939), se refundó la Junta de Estudios Históricos de Mendoza (1938) y se celebró el primer Congreso de Historia de Cuyo (1938) (Raffa, 2016, p. 223). Por su parte, el Centro Mendocino de la Capital Federal, reunía desde 1936 a los mendocinos residentes en dicha ciudad, con el objeto de pronunciar conferencias, ciclos de charlas y emisiones radiofónicas sobre política, personajes relevantes e historia de la provincia cuyana.

Nacional N° 11658 de Vialidad Nacional, fue posible un rápido desarrollo caminero y "las empresas ferroviarias tuvieron que agudizar la imaginación para defenderse de la dura competencia con el automotor" (1998, p. 194). La ruta a Chile se tomaba por Villavicencio, hacia el Norte de la capital, para luego enlazar por la cuesta de Paramillos para conectar con Uspallata, donde se encontraba nuevamente con la vía del tren.

Hacia 1937 se realizaron importantes inversiones para mejorar las condiciones de circulación para tránsito vehicular[78] en la porción más occidental y elevada del camino carretero, luego de un fuerte aluvión estival que, a partir de 1934, interrumpió indefinidamente la vía del Trasandino y perjudicó más de 100 km de esa ruta. Con este propósito, se adaptó el túnel de la Cumbre en el paso internacional al uso del transporte automotor. Pero esto constituyó una solución temporal, la única posibilidad de cruzar a Chile se mantenía por la empinada cuesta a través del camino por Cristo Redentor, a 4200 metros de altura, con curvas y contra curvas peligrosas, situación que se mantuvo hasta 1949 (Lacoste, 2013).

La funcionalidad del camino carretero demandó el dominio de saberes y tecnologías más avanzadas, como la construcción de túneles socavados en piedra, o bien, requirió de "técnicas de pavimentos de hormigón o asfalto", junto con importantes estructuras en hormigón armado para la resolución de puentes sobre ríos y arroyos, obras de alcantarillado y otros equipamientos menores. (Bianchi y Villalobos, 2019).[79]

Aunque se reconocía la existencia de condiciones alentadoras para el desarrollo de una "nueva industria, de inmensas perspectivas", como un clima sano y agradable, paisajes variados y magníficos, fuentes termales, distracciones, productos regionales, lugares históricos y una excelente red de rutas, su aprovechamiento se hacía dificultoso debido a las condiciones deficientes de los servicios hoteleros, la mala delimitación y conservación de los sitios históricos, los abusos en los precios de los productos regionales y la falta de una repartición que permitiese la aplicación de un "plan de turismo" (Gobierno de Mendoza, 1938, pp. 368-370).

La calificación del turismo como "nueva industria" afianzó las iniciativas iniciadas en el período anterior, en que la dirigencia radical-lencinista había vislumbrado la posibilidad

[78] El aumento de automóviles en la provincia demandaba combustibles y una red vial cada vez mayor. La fundación de Yacimientos Petrolíferos Fiscales en 1922 abrió las puertas de un largo camino de extracción y refinamiento de crudo en el país (que en Mendoza había tenido un importante antecedente con la Compañía Mendocina de Petróleo, a cargo de Carlos Fader) y se consolidó con la construcción de la destilería de Godoy Cruz, en 1937. Hacia 1940 la producción fiscal había registrado un notable incremento, por lo que la empresa resolvió construir una nueva planta de elaboración en Luján de Cuyo, de mayor capacidad, que fue inaugurada el 20 de diciembre de 1940 (Diario *Los Andes*, 1982, pp. 107-113).

[79] Esto fue posible gracias a la radicación en la provincia, de la Corporación Cementera Argentina S.A. (Corcemar) y de la Cía. Sudamericana de Cemento Portland, "Juan Minetti Ltda.", fundadas en 1931 y 1928 respectivamente. Ambas se instalaron en Mendoza para producir cemento in situ, motivadas por la presencia de yacimientos de piedra caliza y por las facilidades que proporcionaba el Estado provincial, que buscaba la incorporación de nuevas industrias al esquema productivo local (Moretti, 2014).

de posicionar a Mendoza como destino de jerarquía, incorporando esta actividad dentro de la matriz productiva provincial.[80] Esas acciones pioneras alcanzaron en la década de 1930 la madurez necesaria para decantar en medidas integrales, que abarcaron multiplicidad de aspectos y que operaron apoyadas sobre tres ejes: como vía de salida de la crisis económica, como modo de refuerzo de lo local, a partir de apelar a un sentimiento patriótico, y como alternativa para generar un vínculo más fluido con los grandes centros poblados del país, lo que derivaría en una mayor visibilidad en el extranjero.

La exaltación del pasado histórico de la provincia, relacionado con el General San Martín y la Gesta Libertadora, sumado a la construcción del Arco de Desaguadero, portal de acceso a Mendoza desde el Este, fueron las acciones determinantes que dieron el puntapié inicial en relación con el turismo en la gestión del gobernador Ricardo Videla (1932-1935).

El gobierno de Guillermo Cano (1935-1938) continuó los lineamientos generales de su predecesor (Raffa, 2020a). En este ciclo se destacó la concreción de diversas acciones que impactaron positivamente en el posicionamiento de Mendoza como destino turístico: por un lado, la creación de nuevos caminos y puentes y el mantenimiento de calles con apoyo financiero del gobierno nacional; por otro, la incorporación en el ferrocarril Pacífico del servicio de trenes rápidos “El Cuyano”, que unía Buenos Aires con Mendoza en quince horas, y, por último, la institucionalización el 3 de marzo de 1936 mediante decreto del Poder Ejecutivo de la fiesta anual de la Vendimia, “expresión tradicional del trabajo mendocino en forma tal, que uva y vino están identificados con el nombre mismo de la provincia” (Cano, 1938, p. 197).

Los gobiernos de Rodolfo Corominas Segura (1938-1941) y Adolfo Vicchi (1941-1943) completaron las medidas de sus antecesores en materia de obra pública (construcción de diques y aprovechamiento de aguas subterráneas). También encararon una campaña de alfabetización y acciones tendientes a la promoción de la política petrolera y turística. En sintonía con medidas implementadas a nivel nacional, como la reconstrucción de la Casa de Tucumán en 1934, que sentó las bases del desarrollo del turismo “de carácter patriótico y pedagógico”, en palabras de Piglia (2011b), la gestión local también intervino en el reconocimiento de bienes y sitios asociados con la Gesta Sanmartiniana. En setiembre de 1938, se inició la discusión parlamentaria de una ley que buscaba declarar Monumentos Históricos Provinciales a las “Bovedillas” en Uspallata y al Manzano Histórico de Tunuyán. Esta norma previó la asignación de fondos para

[80] Como antecedente del uso del vocablo “industria turística” podemos nombrar el ENIT, Ente Nazionale per l'incremento Industrie Turistiche, surgido luego de la Primera Guerra Mundial en Italia, en 1919. Miguel Khatchikian en su Historia del Turismo (2000), muestra en el capítulo 9 el nacimiento de los organismos nacionales de turismo, donde aparece el ENIT como organismo pionero que fusionó ambos conceptos.

“resguardar del embate del tiempo, de las fuerzas naturales y de todo aquello que conspire contra una máxima conservación (…), y sirvan de monumentos instructivos para el turista y el viajero” (Provincia de Mendoza, 1940, pp. 666-667).

Esto da cuenta del espíritu de la época, impregnado de la búsqueda del “sentir nacional” y la evocación de lo local. El discurso relevado expresa la necesidad de poner en valor todos aquellos aspectos vinculados con los personajes destacados de la historia nacional y provincial. El argumento buscaba que el receptor (los demás legisladores) hiciesen propia la “necesidad” de llevar adelante dichas acciones, junto con el deseo formulado en potencial, que todos estos bienes y sitios debían recibir en primer lugar el reconocimiento oficial, porque de esa manera se ampliaría luego al conjunto de la sociedad.

En la misma línea, fueron destacados por la Comisión Nacional de Museos, Monumentos y Lugares Históricos (CNMMyLH), por decreto N°107512 del año 1941, el campo y la capilla en El Plumerillo, las ruinas del templo de San Francisco, el solar de San Martín y la chacra de San Martín en los Barriales (Cueto *et al*., 1991).

Específicamente desde la disciplina arquitectónica, uno de los debates hacia el interior del campo disciplinar se planteó en torno de la Arquitectura Nacional: esta discusión, en palabras de Cirvini (2004), estaba enmarcada en una cuestión mucho más amplia, abierta desde el ámbito de la cultura, que admitió dos posiciones básicas. La autora habla de la “universalidad” de la cultura y de la “originariedad” como conceptos contrapuestos, determinada esta última por “la historia de los pueblos, la geografía y el clima de los países” (p. 21). Es interesante este segundo posicionamiento, porque supuso cuestionar, en el ámbito de la arquitectura, dónde residían las raíces, las fuentes, lo originario; en suma, dónde se encontraba nuestra identidad. Había que encontrar ese “algo” incontaminado, de donde asirse, para construir a partir de allí la identidad nacional.

En simultáneo, en este momento histórico se produjo en la Argentina el ingreso de la Arquitectura Moderna (AM). Para Jorge F. Liernur (2004) el “estilo moderno” no fue producto de una articulación de la arquitectura con movimientos sociales o artísticos de vanguardia (como había ocurrido en Europa), sino de la adopción de una clave modernizadora en lo técnico, cuestión que se verifica también para el caso mendocino, y que ha sido ampliamente abordado por la historiografía local (Raffa, 2020a).

Respecto del empleo del adjetivo “moderno”, nuestro referente sostiene que este vocablo ha servido para indicar genéricamente todo aquello que significara una ruptura con lo histórico. Pero ¿por qué se indican los años ’30 como punto clave? Principalmente porque en esos años, “se produjo un importante desarrollo conceptual y teórico en la disciplina en nuestro país, pero también porque la crisis económica y el cambio político

suscitado con la revolución de 1930", caracterizaron en cierto modo el tipo de construcción que se realizó en el período (Raffa, 2020a, p. 31).

En este capítulo, indagamos en el rol del Estado que, mediante la implementación de políticas públicas de fomento al turismo (en concreto nos centramos en las vinculadas a la edilicia hotelera), permitió ampliar el mercado hotelero de forma significativa, en el período analizado. A la consideración de la edilicia pública, sumamos el aporte de la edilicia surgida de la iniciativa privada, en el marco de medidas de mayor alcance, implementadas por el gobierno provincial, implantadas en todo el territorio provincial.

En segunda instancia, analizamos la acción de las asociaciones civiles, como el Touring Club Argentino (TCA), el Automóvil Club Argentino (ACA), el Automóvil Club Mendoza (ACM) y las empresas de transporte colectivo, que fueron muy relevantes a la hora de encauzar demandas a los agentes del poder político, concretamente en aspectos referidos a la mejora de vías comunicacionales, el aumento de las comodidades en los itinerarios, y a la difusión de nuevos destinos y nuevas prácticas. Estas asociaciones promovieron un acercamiento vertiginoso entre las prácticas propias del automovilismo y las del turismo. En consecuencia, la construcción simbólica y material del paisaje y del territorio, se instituyen como problemas a dilucidar en el marco del ingreso decidido de Mendoza, a las prácticas y modos propios del turismo moderno. El capítulo se cierra con una revisión de lo acaecido en alta montaña y los hoteles termales, que lograron en este período un posicionamiento indiscutido como destinos de verano e invierno.

Parte 1
Políticas públicas en turismo e inversión privada.

3.2. La creación de la Dirección Provincial de Turismo

Raffa (2020a) ha indicado que, durante la gestión de Ricardo Videla, apareció en el organigrama del Ministerio de Industrias y Obras Públicas, la Subsecretaría de Industrias, Propaganda y Turismo, “cuyas incumbencias estuvieron orientadas a promocionar a Mendoza como destino, complementando las acciones de las empresas de transporte y los hoteles” (p. 184). Al final del mandato de Videla, continúa la autora, se hizo mención del Departamento provincial de Turismo, antecedente de la Dirección Provincial de Turismo (en adelante DPT).

A partir de la sanción de la ley 1216/36, en la gestión de Guillermo Cano, se dio entidad administrativa a la DPT. El texto legal de la norma indicaba en su artículo 1°, que la misma quedaba equiparada a las restantes Direcciones del Ministerio, con un presupuesto de gastos y sueldos que quedaría definido en lo sucesivo por la ley de presupuesto de la Provincia (Gobierno de Mendoza, 1938).

En su artículo 2°, establecía como función especial de la DPT:

> (…) propender por todos los medios a su alcance a fomentar en forma orgánica la atracción de visitantes extranjeros y el conocimiento y goce, por los propios habitantes de la República y de Mendoza, de las bellezas y riquezas de la Provincia (Gobierno de Mendoza, 1938, p. 377).

Para este fin, la DPT debía dar a conocer, en forma sistemática y permanente, dentro y fuera del país “las bondades del clima, los panoramas, las virtudes de las fuentes minerales, la producción material, las glorias históricas; y las manifestaciones de la vida espiritual de Mendoza” (Gobierno de Mendoza, 1938, p. 377). Para ello, debía servirse de una campaña propagandística, empleando los talleres oficiales y demás elementos de publicidad del Gobierno de la Provincia y particulares, gestionar facilidades para el acceso de turistas a Mendoza, organizar viajes y excursiones colectivas, habilitar lugares y elementos de camping y práctica deportiva, y restaurar y adoptar todas las medidas necesarias para la conservación de sitios históricos y de todos aquellos que por su belleza, constituyesen atracciones naturales. A ello, sumaba la construcción de caminos necesarios para vincular eficazmente estos sitios, debía disponer de comodidades para que los turistas accediesen a hoteles, hosterías y sitios de turismo, organizar fiestas regionales como la de la vendimia, conservar y fomentar especies forestales, plantas, flores y todo aquel elemento de la naturaleza que contribuyese a realzar la belleza del suelo y los paisajes; facilitar la llegada a Mendoza de compañías de espectáculos, conferencistas, concertistas, personalidades y viajeros distinguidos, y fomentar las exposiciones, los museos, concursos de toda manifestación y el mejoramiento cultural.

Como vemos, la iniciativa estatal constituyó una acción de avanzada sobre el turismo, con un ambicioso plan que contemplaba una enorme multiplicidad de cuestiones, consideradas en ese momento necesarias para posicionar a Mendoza como destino

relevante. No podemos dimensionar correctamente el espíritu de esta norma, si no atendemos dos asuntos centrales: esta ley fue una de las primeras reglamentaciones a nivel nacional que legisló sobre la práctica moderna del turismo, de manera integral. En segundo término, sería imposible comprender el profundo alcance y la llamativa continuidad de la política turística de los gobiernos conservadores, sin considerar la perseverancia de uno de sus principales mentores: el ingeniero Frank Romero Day,[81] quien se desempeñó como Ministro de Industrias y Obras Públicas en las administraciones de Cano y de Vicchi. Escapa a los objetivos de esta Tesis examinar cuáles de las medidas alcanzaron el plano de las realizaciones, sí nos interesa especialmente analizar el impacto de la norma sobre la edilicia hotelera, aspecto que abordaremos en el próximo apartado.

El discurso precedente se apoyó en dos objetivos centrales: en primer lugar, facilitar la atracción de visitantes (locales, nacionales e internacionales), para el conocimiento de las riquezas y bellezas de Mendoza. En segundo término, postulaba la importancia de una adecuada campaña de propaganda para posicionar a Mendoza en el concierto turístico nacional. La comparación con acciones similares llevadas adelante por la Capital nacional, Mar del Plata o Córdoba (considerados destinos consagrados), sirvieron como argumento de refuerzo, que apuntaló las medidas contenidas en la pionera legislación local. A este respecto, el diputado Saturnino Torres Ibáñez expresaba en el tratamiento parlamentario de la norma:

> (…) quien se dispone a abandonar su centro habitual de residencia y ocupaciones, para tomar un descanso, lleva consigo, en la medida de su capacidad financiera, sumas grandes o modestas de dinero, que ha de gastar, en el lugar elegido para sus vacaciones, recreo o descanso. (…). Podemos apreciar, cómo en otras provincias, también se ha entendido que el turismo trae beneficios y hay que atraerlo. En Córdoba, es un hecho sabido que los turistas dejan varios millones de pesos al año, pero no es solamente el buen clima y bellezas de Córdoba quienes han atraído a tanto turista; lo ha sido, tal vez en mayor escala aun, la preocupación e intensa propaganda hecha en tal sentido, fuera de la provincia (…) (Provincia de Mendoza, 1936, p. 523).

Esta cita pone en evidencia que los dirigentes oficialistas eran conscientes de los beneficios que acarreaba el turismo, entendido en el sentido moderno del término, lo que revela el tenor de las apreciaciones vertidas en la discusión. La contrastación con otras ciudades del país buscaba reforzar su argumento y generar mayores adhesiones, a sabiendas que un sector del bloque socialista estaba en contra de la sanción de la norma. La fundamentación del discurso aludía paralelamente al fomento a la edilicia, uno de los puntos centrales que se buscaba instalar. El discurso utópico refiere en este caso a la

[81] Frank Edmundo Romero Day nació en Mendoza en 1893. Estudió Ingeniería Agrícola en la Escuela de Agricultura de Montpellier, Francia. Sus actividades en la labor pública fueron enriquecidas por numerosos viajes a distintas partes del mundo, como Brasil, Italia, Bélgica, Francia, España, Inglaterra, Argel y Túnez, pasando largas temporadas en Niza y Río de Janeiro. Luego de finalizada su primera gestión como Ministro de Industrias, emprendió un viaje con su esposa María Angelina Day, hacia Panamá, desde donde viajaron a Los Ángeles y por el Pacífico a Hawái, Japón, China y Ceilán. Continuaron por la India, el cercano Oriente y Egipto (Romero Day, 2011-2012, p. 28).

función liberadora del determinismo de carácter legal (Roig, 1993), en tanto su dialéctica se sustenta en la *posibilidad de ruptura de totalidades objetivas*. En este sentido, la norma estableció un punto de quiebre en las políticas públicas implementadas hasta el momento, en tanto entendía que sólo podían lograrse los efectos buscados (en corto tiempo), con el concurso de otras instituciones públicas y privadas del entramado social, lo que connota el carácter innovador del concepto. En efecto, en su artículo N°20, la ley contemplaba la creación de un Consejo Consultivo, presidido por el Director General de Turismo, que debía estar formado por miembros representativos de los municipios, ferrocarriles, DPV, Automóvil Club Argentino, Touring Club Argentino, Automóvil Club Mendoza, empresas de transporte automotor para pasajeros, gremio de hoteleros, empresas y agencias de turismo de la provincia, Círculo de Periodistas, Federación de Deportes y Unión Comercial e Industrial (Gobierno de Mendoza, 1938).

La norma previó para el funcionamiento de su oficina, una serie de gastos y personal, hasta tanto se incorporase la DPT a la ley de Presupuesto:

1 Director General de Turismo……...…$800
1 Jefe de Propaganda……...…$500
1 Auxiliar……...…$200
2 Dactilógrafos a 150 /u……$300
1 Chauffeur…….. $150
1 Ordenanza……...…$120
Gastos generales de la oficina……..… .$300
Movilidad y viáticos del personal…….……...$500
Movilidad y viáticos del Consejo Consultivo..$500

Delegación en Buenos Aires
1 Encargado……..……..…$500
1 Dactilógrafo……...…$150
1 Ordenanza……...$120
Alquiler de local incluido luz y limpieza..……$200
Gastos generales de oficina…… $300
$4640 x 12= $55680 (total anual) [82]

El gobernador Cano expresaba, en el mensaje que acompañaba el proyecto de ley, que la iniciativa tomaba, en parte, las ideas vertidas en el proyecto del senador oficialista Alfredo Godoy. Cano sostenía que se trataba de una ley novedosa en varios aspectos, y se apoyaba en la experiencia "propia y ajena", que buscaba "objetivos reales". El mandatario sostenía que la norma tenía importantes proyecciones y estaba "fundada en razonamientos lógicos y sólidos con una finalidad (…) práctica": "tenemos a nuestro alcance, en la propia casa, una mina rica y casi virgen. Su explotación nos resultará agradable y sus beneficios serán cuantiosos (…)" (Gobierno de Mendoza, 1938, p. 138).

[82] Gobierno de Mendoza, 1938, p. 385.

Las citas dan cuenta de la relevancia que la dirigencia otorgó a la legislación. Por primera vez se trataba una ley que, de manera integral, abordaba la cuestión turística y regulaba aspectos antes no considerados por el poder político, referidos al alojamiento, a la difusión de los sitios históricos provinciales, o a la propaganda turística en los centros emisores del resto del país (principalmente Buenos Aires y el Litoral). La fundamentación del primer mandatario en su mensaje a la Legislatura se apoyó en los beneficios que, por el carácter de la ley, reportaría en la economía local, sobre todo argumentando que regulaba aspectos muy concretos, alejados de teorizaciones. Ponderaba las cualidades propias de Mendoza que, según su consideración, estaban escasamente explotadas, y hacía un llamado a la acción a sus interlocutores, para que abrazaran con "entusiasmo y fe" la iniciativa. De esta manera, equiparaba el discurso a un asunto religioso, tal vez en la intención de expresar que no hacía falta más justificación para el tratamiento (y posterior aprobación) del proyecto, y buscando contagiar el carácter de "verdad incuestionable" que, desde su perspectiva, implicaba el tema.

Poco tiempo después de la presentación del proyecto, *La Quincena Social* ponderó:

> Muy plausible es el proyecto que acaba de presentar a la Legislatura mendocina el Sr. Godoy, en sus formas generales (…). Era necesario afrontar con un criterio substancioso y legal, el fomento del turismo a una región que posee privilegios de panoramas, de termas, de clima, de historia y de bellezas naturales (…). Si del turismo se quiere hacer una industria fructífera y un renglón económico de incalculable importancia, debe legislarse, reglamentarse y disponer de sumas de cierta significación para propaganda, cosa que no se contempla debidamente en el proyecto de referencia (…) (El fomento del turismo a Mendoza, 1935, s. p.).

Si bien el texto celebraba la iniciativa, lo hacía con una mirada crítica. Las RS alimentadas en torno de Mendoza como destino estaban fuertemente arraigadas en el imaginario colectivo. La postura coincide con otras que veremos más adelante, en tanto asegura que Mendoza poseía cualidades naturales excepcionales, pero su sola existencia sin ningún estímulo oficial, difícilmente podía atraer a las "corrientes de turistas".

Romero Day defendió con vehemencia la propuesta, sobre todo frente a algunas objeciones que levantaron algunos legisladores del bloque socialista, que veían muy elevados los gastos de la oficina y los sueldos del personal.

> No es posible aplicar una ley de esta naturaleza sin personal propio y éste ha sido considerado en una forma sumamente restringida. El señor diputado habla de pagar una agencia para hacer propaganda, pero no tiene idea aproximada ni remota de lo que cuesta comprometer los servicios de una agencia de turismo (…). El funcionario debe crear enteramente una Oficina, una organización nueva; un trabajo de creación, en el orden profesional, tiene un valor muy distinto del trabajo rutinario de oficina o profesional de cualquier índole que sea. Ese es un principio de sentido común, y aun jurídico y legal, al que se atienen los jueces, cuando van a fijar el valor de un trabajo cualquiera. (…) (Provincia de Mendoza, 1936, p. 531).

Este texto, que expuso argumentos muy convincentes, se apoyaba en la experiencia previa de Romero Day, como hombre de mundo y como hombre de la política,

con gestiones exitosas en la función pública.[83] Desconocemos si Romero Day tenía en mente el nombre del funcionario que propondría como director. En cualquier caso su argumento, basado en el parangón con un principio jurídico, buscaba legitimar las cualidades impuestas a este personaje, que debía reunir condiciones excepcionales para el desempeño de la tarea. Romero Day sostuvo su tesis, basado en el principio del sano control que debe existir entre los poderes del Estado, alegando que, en caso de que no desempeñase satisfactoriamente el encargo, podía entonces admitirse una equiparación de su sueldo con los salarios de los demás jefes de área, o incluso su reducción.

Además de lo establecido en el artículo 1°, las funciones de la DPT incluían:

a) Dictar una Reglamentación Provincial de Turismo, sujeta a la aprobación del PE, que determine las condiciones bajo las cuales deben funcionar los hoteles, hosterías, restaurants y establecimientos termales, acogidos a los beneficios de esta ley, y velar por su aplicación (…).
b) Coordinar la acción de las dependencias de la administración pública, para el mejor cumplimiento de lo dispuesto por esta ley.
c) Procurar la conservación de las bellezas naturales de la Provincia, curiosidades geográficas, monumentos, lugares históricos, etc. y fomentar la afición al turismo y camping.
d) Reglamentar los servicios públicos vinculados con el turismo, que se encuentren dentro de su jurisdicción, con el objeto de asegurar su buen funcionamiento, controlando la organización y tarifas de las empresas que los exploten (…).
e) Fomentar la institución de las curas de uva en los hoteles, hosterías, casas de pensión, restaurants, establecimientos que funcionen bajo el régimen de esta ley, a cuyo efecto queda autorizada para organizar directa o indirectamente la distribución comercial de la uva destinada a esos fines.
f) Establecer kioscos o estantes de exhibición y venta de frutas frescas y conservadas, uva, vino y productos de Mendoza, fotografías, postales, y folletos descriptivos de lugares de turismo, en sitios y caminos públicos convenientes, y muy especialmente en los hoteles y hosterías de turismo (…).
g) Estimular la creación y funcionamiento de organizaciones locales que colaboren en la obra del fomento del turismo, subdividiendo su acción en radios departamentales o vecinales.
h) Contribuir a la educación de los gremios interesados, de los empleados de la administración y del público en general, para la observación de las atenciones y cortesías que hacen grata la permanencia de turistas en el lugar.
i) Establecer complementariamente señalamiento de caminos y de sitios de interés.
j) Estimular y fomentar, en forma práctica, todas las iniciativas y obras que promuevan el turismo, y velar en todo momento por que se mantengan condiciones de seguridad, higiene, y agrado para los turistas; solicitando, cuando sea necesario, la colaboración de las demás reparticiones públicas provinciales y municipales.
k) Imprimir y difundir folletos, fotografías, carteles, afiches, guías y planos de interés para el turismo en Mendoza, pudiendo hacer concursos, e instituir premios para los mejores proyectos.
l) Producir y exhibir, dentro y fuera de la Provincia y del país, películas sobre Mendoza, sus bellezas, sus actividades y sus riquezas.
m) Organizar fiestas regionales.
n) Promover la visita de conferencistas y huéspedes distinguidos y atenderlos durante su permanencia en Mendoza.
o) Fomentar el consumo de productos provinciales, dentro y fuera de la Provincia.

[83] Romero Day fue diputado por Mendoza en el Congreso de la Nación (1924), actuando como presidente de la Comisión de Industrias y Comercio. En su actuación en el Congreso, resolvió “uno de los puntos más álgidos en su vida: solicitar la intervención al gobierno de Carlos Washington Lencinas” (Romero Day, 2011-2012, p. 21). Nuevamente en Mendoza, fue víctima de dos intentos de asesinato. Por este y otros motivos similares, decidieron junto a su esposa emigrar a Europa. Luego de cuatro años retornaron a la provincia y Romero Day retomó el manejo de las propiedades familiares, principalmente de la bodega, al tiempo que fue convocado para representar al país en la IV Conferencia Comercial Panamericana en Washington DC. Luego de su viaje, fue convocado por el Dr. Guillermo Cano para asumir como Ministro de Industrias, Obras Públicas y Riego. Su suegro, Enrique Day, se desempeñó en la misma administración como Ministro de Gobierno. Durante su ministerio se dio un fuerte impulso a las vías comunicacionales, con “400 km de nuevos caminos, otros 800 km reconstruidos y manteniéndose en perfecto estado de conservación más de 2300 km que componían la red vial” (p.24).

p) Organizar curas de uva en Mendoza y en el resto del país.
q) Ayudar a otras organizaciones locales pro-fomento del turismo (Cano, 1938, pp. 144, 145).

Como puede observarse, las medidas adoptadas abarcaron un amplio abanico de actividades, involucrando también a otras agencias del estado provincial y municipal.

La gestión de la DPT marcó un punto de inflexión en la construcción material y simbólica de Mendoza como destino turístico, y apuntaló específicamente a la edilicia de hoteles, como veremos a continuación. La jerarquía administrativa del personal asignado a la DPT gravitó en torno a dos figuras: el director y el jefe de Propaganda o subdirector, cargo que, como se muestra en el organigrama transcripto a continuación, adquirió vital importancia por la preeminencia que la legislación estableció para la impresión de folletos y para toda acción tendiente a mostrar a Mendoza en el resto del país y en el mundo.

En este sentido, hemos relevado un expediente, con la solicitud para la impresión de un folleto promocional,

> (…) para ser difundido entre los hoteles de la Capital Federal, estaciones de F.C. y de automóviles, consultorios médicos, etc. y muy especialmente para ser enviado al extranjero, en particular a los Estados Unidos, desde donde se reciben constantes pedidos de publicaciones de esta índole. Dicho folleto será editado en español e inglés, y en gran cantidad, debiendo la primera edición ser de por lo menos 40.000 ejemplares, para que pueda llenar los indicados fines (Expte. N° 1789-Di-1941).

La función del director no debía exceder un período de ejercicio de tres años, pero la realidad demostró que se desempeñaron por dos años consecutivos (la ley preveía que fuesen investidos por el propio gobernador) (Tabla 2).

Como parte de las medidas de promoción de Mendoza, se previó la instalación de una oficina de propaganda en Capital Federal, la *Casa de Mendoza.* La norma estableció que, además, el director tuviese facultad de instalar oficinas similares y nombrar agentes en otras ciudades del país, con la venia del Poder Ejecutivo.[84]

[84] Para la instalación de la Casa de Mendoza, se gestionó la cesión gratuita de un local del Ferrocarril Pacífico, en calle Florida, lo que demandó la provisión de un “letrero luminoso, decoración y amoblamiento”. Los motivos de la exposición debían ser variables, de manera de captar al público “cuando se haya habituado a ellos, para que no decaiga el interés” (Cano, 1938, p. 207).

Años	Gobernantes	Ministros de Industrias y O P	Directores	Jefes de Propaganda
1932 1935	**Ricardo Videla** Gilberto Suárez Lago	Emilio López Frugoni	----------	Tomás Burgos Terán[85]
1935 1938	**Guillermo Cano** Cruz Vera	Frank Romero Day	Román Corti Videla (1936-1937)	Juan Martínez de Rosas
1938 1941	**Rodolfo C. Segura** Armando Guevara Civit	José María Alurralde[86]	Francisco B. Correas (1938-1939) Antonio Mosquera Suárez (1940-1941)	Antonio M. Suárez Ángel M. Calzada
1941 1943	**Adolfo Vicchi** José María Gutiérrez	Frank Romero Day	Ángel Méndez Calzada[87] (1942) Antonio Mosquera Suárez (1943-1944)	s.d. Ángel M. Calzada

Tabla 2

Gestión de gobierno del ciclo conservador, que indica el ejercicio de los cargos de la primera magistratura provincial, del Ministerio de Industrias y Obras Públicas y la Dirección de Turismo. Fuente: elaboración del autor en base a la carpeta DPT-AGPM, Raffa (2020a) y *Guía General de Mendoza* (1940).

[85] Burgos Terán se desempeñó como Subsecretario de Industrias, Propaganda y Turismo, dependiente de la cartera de Industrias y Obras Públicas, previo a la creación de la DPT.
[86] La repartición se reorganizó como Ministerio de Economía, Obras Públicas y Riego en 1938 (Raffa, 2020a, p. 54).
[87] Ocupó el cargo interinamente, según la documentación relevada en los expedientes de la DPT, disponible en el AGPM.

3.3. Las leyes de fomento del turismo 1216/36, 1298/38 y 1401/41. Su impacto en la edilicia hotelera privada.

Como analizamos en el capítulo 2 de este escrito, hacia el final de la década de 1920 comenzó a esbozarse una política turística, con la construcción del Plaza Hotel, Teatro y Casino, y mejora en las vías comunicacionales, en especial a las zonas de montaña (Cacheuta y Villavicencio).

También llegamos a la conclusión que existía consenso respecto del "problema" que aquejaba al incipiente turismo, vinculado con la falta de medidas integrales de fomento y la escasez de alojamiento, cuestiones que fueron aludidas por la prensa y otras publicaciones periódicas. Hacia 1930, esta problemática fue abordada cada vez con más vehemencia por organizaciones de la sociedad civil, al tiempo que se observa una respuesta más enérgica del Estado, que culminó con la sanción de las tres leyes de fomento y su normativa complementaria.

Muchas de las voces denunciantes se alzaron en revistas especializadas, como las notas que regularmente publicaba la revista *CITA:*[88]

> Haciendo un recuerdo retrospectivo del intercambio general turístico dentro del territorio del país durante la temporada 1934-35, vemos con sorpresa que muchos son los que reclaman las fallas y faltas en el servicio ofrecido por los hoteles (…). Conviene decir que este problema de los hoteles es por definición «el problema» en el terreno turístico, sea donde sea (…). Por eso, al tratar de aconsejar nuevos circuitos, nuevos círculos, nuevos centros de atracción o de excursión, lo esencial es tener bien en cuenta los hoteles (Turismo y Hoteles, 1935, p. 6).

En otros pasajes, resaltaba la función de Mendoza como "lugar de tránsito del turista", y el modo en que tal caracterización estaba evolucionando: "los turistas que iban de tránsito quedan en ella admirados por sus atractivos naturales" (Mendoza: *Rendez vous* de turistas, 1935, p. 13). La revista afirmaba que, a excepción de la iniciativa privada, poco era lo que efectivamente se hacía en favor del turismo, no sólo en beneficio de turistas de otras provincias o del extranjero, sino también considerando a los propios habitantes como destinatarios de las prácticas: "un noventa por ciento de nuestra población desconoce en absoluto las bellezas que brindan al viajero nuestra Cordillera de los Andes, las Sierras de Córdoba, San Luis, etc. (…)" (El fomento del Turismo, 1935), p. 1). Por otra parte, se insistía sobre la ausencia de alguna oficina o entidad estatal que regulase la actividad (¿Se efectuará una peregrinación patriótica?, 1935, p. 8).

[88] La Compañía Internacional de Transportes Automóviles SA-CITA, impulsada por la empresa ferroviaria BAP, inició sus actividades en 1930, atendiendo problemas relacionados con el transporte de cargas y de personas. Paralelamente, se involucró con la cuestión del turismo, por medio de la publicidad que aparecía en las páginas de su revista, como también a través de editoriales que reflexionaban sobre el estado de los caminos, hoteles y destinos en general; y con reseñas de sitios y circuitos turísticos. La empresa transportaba pasajeros y encomiendas desde y hacia Capital Federal, San Juan y Chile, en un servicio combinado con el Trasandino (Mendoza. Evolución agrícola industrial del transporte, 1936, pp. 16-18).

Los textos dan cuenta del enérgico posicionamiento de la empresa, sustentado en un reclamo de mejora de la edilicia hotelera. En la identificación del otro, el discurso de la revista es en buena medida condenatorio, por lo que entiende al receptor como opositor, posicionándolo como *contradestinatario* (Roig, 1993), de manera más sutil en las dos primeras referencias, y explícita en los dos últimos casos, sobre todo al apelar al recurso de la interrogación retórica, que corría el eje del problema detectado, al campo de acción (en este caso, de inacción) estatal. Aun cuando la revista llegaba a un público común, resultado de la distribución en los medios de transporte y sedes de la empresa en todo el país, en este caso el destinatario tácito era la dirigencia política en su conjunto. Los *metacolectivos* se apoyan en una *función de apoyo,* detectada, como hemos referido precedentemente, en la visión de organizaciones y miembros de la sociedad civil, que se asían a un discurso en favor de la regulación de la actividad y de la falta de estímulo estatal.

La *función utópica* del discurso refiere una cualidad *crítico-reguladora* (Roig, 1993), dado que ponía en el eje de la discusión el tema del turismo como problemática a resolver. El discurso es, además, referencial y reiterativo, por lo tanto se transforma en *discurso performativo*. Al provenir de un órgano dedicado al turismo de forma directa, al estar involucrado con el transporte de personas y mercancías, este discurso se posiciona como *discurso de autoridad.*

En ocasión de celebrarse la Conferencia Comercial de Naciones en 1934, donde se trató un plan de fomento al turismo de escala latinoamericana, que redujese las trabas aduaneras en las fronteras (visaciones, impuestos, etc.), se propuso un carné duradero por seis meses, que facilitara la circulación entre los países suscritos. En este contexto, una nota de *La Quincena Social* exponía:

> (…) Mendoza había empezado una acción de intenso fomento turístico, justificado como en ninguna otra región argentina; pero en esta temporada, ha reinado un lamentable silencio, inexplicable si se piensa, que los frutos que la propaganda del ambiente previo que se hizo, se palpó en forma bien elocuente, con una apreciable afluencia de viajeros que llenaron hoteles y casas de pensión (…) ¿Qué hace falta, pues? Una acción oficial más dinámica y constructiva tomando como auxiliares al periodismo y a la radio, al afiche y al folleto (El carnet panamericano de turismo ¿Qué hace Mendoza?, 1934, s. p.)

Al año siguiente, un artículo aparecido en la misma revista afirmaba: “(…) Sólo hacen falta más hoteles confortables y económicos, y conocerse departamentos maravillosos como Tunuyán y San Carlos, para ir derivando las caravanas de turistas y los «camping club» hacia esos lugares de esparcimiento y de frescura. (…)” (Los departamentos veraniegos, 1935, s. p.). Además de repetir algunos argumentos vertidos en la publicación analizada previamente, *La Quincena Social* comienza a dar algunas pistas sobre una cualidad que, en este período, fue abordada sistemáticamente: pensar en turismo equivalía a repasar la extensión territorial de Mendoza. No podía gestionarse la

actividad sustentándola sólo en los balnearios o las bellezas de montaña. La diversificación productiva de Mendoza comenzaba a poner el foco en los territorios “particulares”, en los departamentos de la provincia y en sus bellezas y recursos. A tono con esta idea, el cronista fomentaba la incorporación de circuitos hacia los suburbios agrícolas, donde, por otra parte, se encontraban paisajes destacadísimos en cuanto a calidad estética.

El cónsul de Chile en Mendoza expresaba en la *Revista Andina*:

> (…) Ya la actividad oficial comienza a dotar a la provincia de espléndidas rutas para los automovilistas, de manera que lo único que restaría sería coordinar, para su mejor aprovechamiento todos los factores que favorecen a la región de Cuyo para el fomento del turismo, organizando los atractivos para los viajeros, preocupándose de su atención y de su estada agradable. El Automóvil Club y otras instituciones así lo han comprendido ya, como también las empresas del Ferrocarril Pacífico y el Trasandino. (…) El turismo internacional es el más importante y por razones de vecindad, como de vinculación histórica, el número de viajeros de Mendoza a Chile, o viceversa, va siempre en aumento (Bianchi, 1931, pp. 1, 2).

La cita da cuenta de la necesidad de legislar el turismo. Por otra parte, deja entrever la vinculación estrecha que debía operar, en su visión, entre vialidad y turismo, al tiempo que explicita las iniciativas de las organizaciones de la sociedad civil, que tenían injerencia en el tema y venían encarando (y reclamando al Estado) medidas de fomento concretas, como la demarcación de caminos y rutas; o la instalación de bombas de nafta en sitios específicos de los itinerarios. Tal vez el momento más relevante de este texto, lo marca la referencia del cónsul al turismo internacional, específicamente desde Chile, al entender que el país trasandino y Mendoza se encontraban en una situación de proximidad (histórica y geográfica) singular, situación menos palpable en otras regiones del oeste argentino.

En este marco de consenso (y de demanda) en torno de la regulación del turismo, y, entre otras medidas, el Gobierno provincial consideró necesario generar un encuadre normativo que posibilitara el fomento y ordenamiento de la actividad turística. Las leyes 1216, 1298 y 1401, promulgadas en 1936, 1938 y 1941, respectivamente, respondieron a este objetivo.

Si bien existía consenso en las Cámaras para la aprobación de la primera norma, sancionada en 1936, hemos relevado posiciones contrarias, fundadas en la pertinencia del tratamiento de esta ley en la coyuntura que apremiaba a la Provincia, sobre todo derivada de la situación económica, y en lo vinculado al escaso desarrollo caminero. Respecto de este tema en particular, aun cuando se aludió en los cuestionamientos a la ausencia de una política vial, lo cierto es que el problema fue abordado de manera vigorosa por la gestión conservadora, [89] como hemos referido anteriormente. Dentro de las voces opositoras, rescatamos la del diputado Carlos Contursi, que daba cuenta de las aristas más urgentes a atender, según su mirada, en la cuestión del turismo: en su opinión, el desarrollo

[89] Sugerimos revisar al respecto la acción de la DPV en Raffa y Luis (2020).

del turismo demandaba tiempo, y no era posible activar los resortes de la actividad con un conjunto de medidas aisladas (y apresuradas). En cambio, Contursi consideraba que la acción de mejora debía destinarse a las vías de comunicación: “Se dice aquí que no hay turismo porque no hay hoteles. No hay hoteles porque no hay gente y no hay gente porque no hay buenos caminos” (Provincia de Mendoza, 1936, p. 525). En la visión del diputado, la problemática central se ceñía a la presión presupuestaria que la sanción de la ley, imprimiría a la pauta de gastos que ya había sido aprobada.

Los otros aspectos contemplados por el proyecto de ley eran, a su juicio, secundarios. En la identificación del *otro*, Contursi buscaba captar a su audiencia, a fin de torcer voluntades y lograr votos en contra del proyecto. En los *fundamentos del discurso* (Roig, 1993) encontramos que la argumentación se apoyaba en el hecho que una cuestión de tal envergadura, como la que pretendía instalarse, necesitaba tiempo; y no debía tomarse a la ligera como el oficialismo pretendía. Contursi pone en tela de juicio el código vigente esgrimido por los diputados afines al proyecto, resaltando que la eficacia de la norma se lograría con medidas tendientes a mejorar y desarrollar las vías comunicacionales. La función utópica del discurso refiere en este caso a una cualidad *crítico-reguladora* (Roig, 1993). En este sentido, reforzó su postura dando cuenta de la incapacidad del sistema de transporte para direccionar de manera conveniente a los turistas de los grandes centros poblados hacia Mendoza:

> En cuanto al costo del pasaje ferroviario, un viaje a Mendoza cuesta 150 pesos, cantidad con la cual se va a Córdoba y se pasa unos días. Esta es una razón fundamental que debe tenerse en cuenta; hay que tratar por todos los medios el abaratamiento de los pasajes ferroviarios y de acortar las distancias. (…) Me parece que por ahora, antes que la creación de esas oficinas, lo que conviene es contratar con agencias de propaganda de la Capital Federal, de Rosario y otros puntos del país, un servicio de publicidad intensivo, que haga conocer los lugares pintorescos de Mendoza (…) (Provincia de Mendoza, 1936, p. 526).

En su alocución detectamos un punto de contacto con las acciones que el oficialismo buscaba implementar, la propaganda, minimizando los posibles efectos del paquete normativo que incluía otras múltiples medidas.

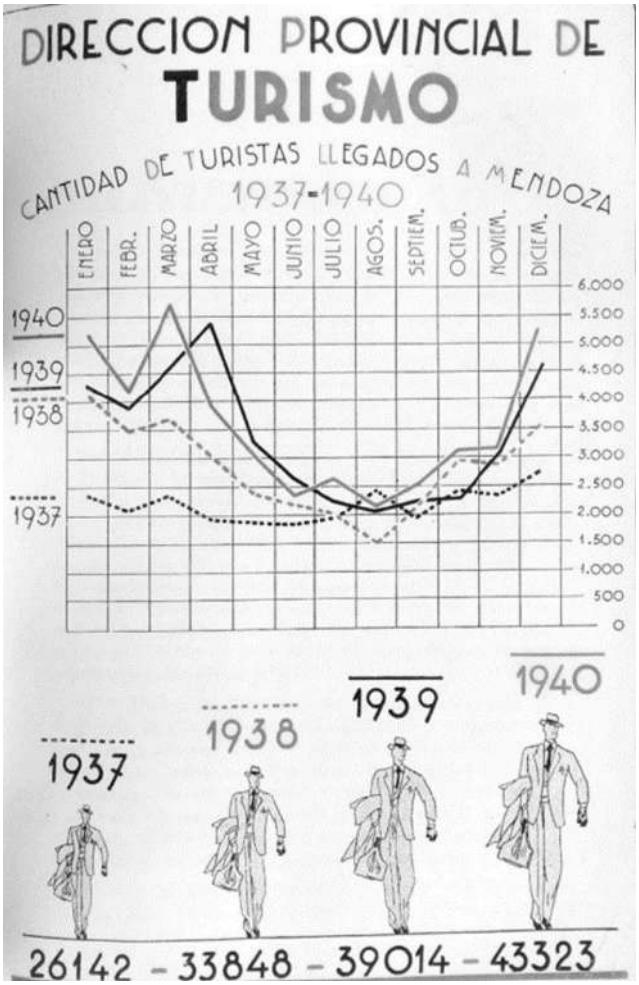
Específicamente en relación con el desarrollo hotelero, la ley 1216/36 perseguía tres objetivos principales: 1) vincular material y espiritualmente a los habitantes del resto del país con Mendoza; 2) generar recursos económicos a partir del turismo; y 3) fomentar la colocación de productos típicos regionales en el mercado nacional. Uno de los argumentos centrales fue la deficiencia de alojamiento: “los hoteles están improvisados en viejas casas, mal adaptadas, careciendo del concepto moderno de confort” (Cano, 1938, p. 370). Ante esto, y dado que se pensaba que la iniciativa privada por sí sola no podía acompañar el resto de las medidas que se esperaba impulsar, se juzgó indispensable el estímulo del Estado.

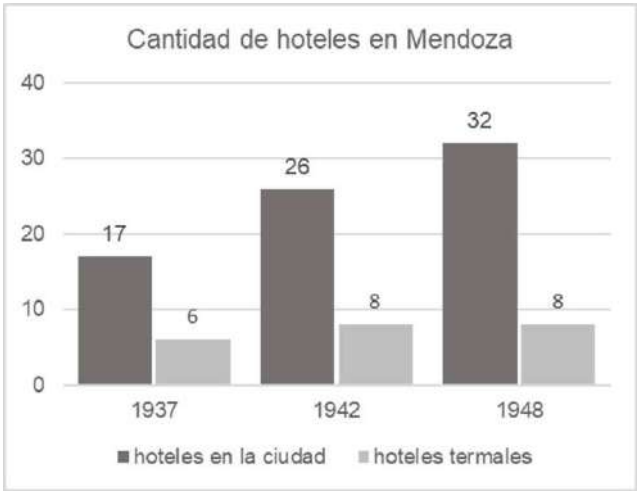
Durante las gestiones de Corominas Segura y Vicchi, se promulgaron las leyes 1298/38 y 1401/41, respectivamente, que tendieron a satisfacer mediante el estímulo al capital privado las nuevas necesidades de hospedaje, generadas por el aumento de la actividad turística.

En este marco, los nuevos hoteles lograron ampliar en poco tiempo el mercado del hospedaje en la ciudad, tal como lo evidencian las guías turísticas relevadas a partir de 1936, en las que destaca una marcada tendencia ascendente del número de hoteles inscriptos. Asimismo, el aumento sostenido de visitantes en el arco 1937-1940 confirmó, por una parte, la eficacia de estas primeras acciones de fomento (Figura 55). Por otra, visibilizó la necesidad de dotar a la oferta existente de mejores servicios en alojamiento. Los registros de hospedajes relevados en guías de turismo confirman que esta tendencia no se revirtió con el golpe de Estado del ´43: sabemos con certeza que las medidas de fomento sancionadas en la década del ´30 no fueron derogadas; y continuaron en vigencia al menos hasta la llegada del peronismo al poder en 1946 (Figura 56).

Las tres leyes de fomento del turismo permiten periodizar el desarrollo de la edilicia hotelera privada en Mendoza y avanzar en la comprensión de la arquitectura durante el período conservador,[90] tarea que se encara a continuación.

[90] Para ahondar en la edilicia pública vinculada al ocio y el turismo, sugerimos revisar el capítulo “Equipamiento para el ocio: el turismo como objeto político”, de la obra *Construir Mendoza. Obras y políticas públicas en el territorio (1932-1943)*, en la autoría de Cecilia Raffa (2020a).





Figuras 55- 56

Número de turistas llegados a Mendoza (arriba) - Cantidad de hoteles en Mendoza (abajo).
Fuente: Corominas Segura, 1942, p. 202 - Elaboración del autor.

3.3.1. La edilicia hotelera en el marco de la ley Nº1216/36

Esta ley caracterizaba tres tipos de hoteles:

a) Hoteles de ciudad, para residentes comunes
b) Hoteles, hosterías y restaurantes de turismo, ubicados en lugares pintorescos, “cuya clientela principal será de viajeros que pasean” (Cano, 1938)
c) Hoteles de fuentes termales, destinados a la atención de pacientes y sus familias

Asimismo, establecía que los nuevos hoteles que se construyesen estarían exentos por veinte años del pago de toda contribución, impuesto o patente municipal o provincial, siempre que se ajustasen a las condiciones de seguridad, higiene, comodidad y estética que determinaba la Reglamentación Provincial de Turismo. Expresaba, además, que todos los hoteles, hosterías, restaurantes y establecimientos termales que se inscribiesen según el régimen establecido por dicha Reglamentación gozarían de una rebaja del 50% de la patente anual que les correspondiere, además de incluir sus nombres, direcciones, tarifas y demás indicaciones útiles gratuitamente en la propaganda y guías oficiales de turismo (Cano, 1938, p. 379).

Las primas acordadas se fijaron en 33% del valor del edificio e instalaciones, no pudiendo exceder en ningún caso $50.000 m/n. El monto total destinado a este beneficio ascendía a $300.000 m/n.

Raffa (2020b) sostiene que la inversión hotelera estimulada por esta norma fue escasa. Entre junio de 1937 y diciembre de 1939 “se presentaron veintiún expedientes con la intención de obtener alguno de los beneficios reglamentados, entre ellos, ocho solicitaban fondos para reparaciones o ampliaciones y doce lo hacían para iniciar la construcción” (p. 116).

De estas solicitudes, se concretaron cuatro proyectos: el hotel termal en El Sosneado (1938), a cargo de la Sociedad Anónima Río Atuel Limitada, con una inversión de $228.000 m/n, el hotel Imperial en la ciudad de Mendoza (1937), el hotel Rex en San Rafael,[91] por un valor de $213.000 m/n, y el “suntuoso edificio del hotel de Villavicencio” (1940), que insumió $823.000 m/n (Vicchi, 1944, pp. 299-300). La sociedad concesionaria del Plaza Hotel adhirió a esta legislación para encarar una reforma de su edificio, del casino y del teatro, por un monto de $544.700 m/n (Cano, 1938, p. 246). Por otra parte, se detectó la construcción del Hotel España (1937), por una inversión particular. Los cuatro edificios situados en el oasis Norte son abordados a continuación.

[91] Ver Cremaschi (2015a) y Bianchi (2019).

El **Hotel Villavicencio** fue objeto de continuas mejoras por obra de su administrador, Ángel Vélaz, según pudimos confirmar en el capítulo precedente. El emprendimiento se vio favorecido por la reactivación de la antigua ruta nacional N°7 y la construcción de los caracoles para tránsito vehicular, entre 1935 y 1942 (por la Dirección Nacional de Vialidad), proyectados para vincular por la variante Norte, la ciudad de Mendoza con la localidad de Punta de Vacas. El aluvión de 1934, que había destruido más de 100km del ramal del FCT en alta montaña, operó en favor de estas acciones para alentar esta ruta alternativa que, pasando por Villavicencio, ascendía por la empinada Cuesta de Paramillos hasta Uspallata.

El "nuevo" Hotel de Villavicencio (1941) constituye uno de los ejemplos más sobresalientes de las obras analizadas, por su implantación, su escala y su capacidad para posicionarse como uno de los sitios turísticos más emblemáticos de Mendoza, hasta la actualidad. A ello contribuyó la difusión que durante años hizo de este hotel la *Revista Mensual BAP*, como también la propaganda encarada por la propia empresa, que incluyó una imagen a vuelo de pájaro del edificio, en las etiquetas promocionales, que circularon por todo el territorio nacional, como marca del agua mineral que se extraía del lugar. Entendemos que, en la rápida prefiguración alcanzada por la imagen contenida en la etiqueta, y sumado a su amplia difusión, las RS en torno del hotel se transformaron eficazmente en *representaciones hegemónicas* (Moscovici, 1988), operantes hasta el día de hoy.

Diseñado por los arquitectos Sánchez, Lagos y de la Torre, el hotel se ubicaba en un valle cordillerano, a 1700 m.s.n.m. Respecto de su filiación estilística, el edificio se inscribió dentro del pintoresquismo historicista, lenguaje ampliamente abordado por el estudio,[92] con clara alusión a la arquitectura normanda (Figura 57).

El edificio, replegado sobre la ladera de un cerro con imponentes visuales del valle y del arroyo por el que escurrían las aguas de una vertiente, se resolvió "con todas las comodidades que imponen el progreso y el confort más exigentes" en una planta baja y tres pisos superiores, con alojamiento dispuesto en 30 habitaciones con cuarto de baño termal privado, comedor de adultos y de niños, biblioteca, salas de entretenimiento, peluquería para damas y caballeros y sala de lectura. Poseía también consultorio médico,

[92] Las obras del estudio se vieron atravesadas por continuos idas y vueltas entre modernidad y tradición, "muy común en los estudios porteños que produjeron arquitectura en las décadas del veinte al cuarenta", en palabras de Alicia Novick y Mónica Rojas (2004). La primera producción del equipo, entre 1920 y 1930 se orientó al proyecto de residencias para usuarios de altos ingresos, todas desarrolladas en lenguajes historicistas. La segunda década de actividad incluyó equipamientos públicos además de la tipología residencial, sumado a casas de renta y algunos equipamientos para el ocio. Es en este período cuando incursionan en el lenguaje de la abstracción, desarrollando edificios racionalistas en altura, tanto de uso residencial como de oficinas; como también edificios públicos de corte clasicista (p. 30).

Figura 57

El nuevo edificio del hotel Termas de Villavicencio junto al hotel de la década de 1920 (al fondo). Fuente: Postal argentina- Hotel Termas Villavicencio (abierto todo el año) (s. f.), obtenido de https://www.todocoleccion.net/postales-america/postal-argentina-hotel-termas-villavicencio-abierto-todo-ano~x212964080

sala de fisioterapia y sala de ejercicios físicos. Contaba con los últimos adelantos tecnológicos: ofrecía teléfono, ascensor y un sistema de calefacción central para posibilitar la estadía en los meses de invierno. Las instalaciones sanitarias aseguraban la provisión de agua caliente y fría, común y termal, en todos los baños, y se proveyó de grifos de agua termal para la cura de bebida en planta baja, en los *offices* de las dos plantas de dormitorios y en un bebedero artísticamente trabajado, en los jardines.

El análisis de la imagen por medio de la *Gramática de Casos* (Valle Gastaminza, 2002; Fitz Canca, 2001) revela que el edificio se equiparó con el paisaje, en el sentido que no fue concebido como "telón de fondo" de las acciones humanas, sino como objeto a admirar. La imagen circuló como postal, lo que aseguró una rápida difusión de las RS en torno del nuevo edificio. Muestra en primer plano, el imponente hotel en contraste con la sencillez del anterior. En segundo término, da cuenta de la inmersión de ambos en el paisaje serrano, fuertemente intervenido por la mano del hombre. El *paisaje cultural* resultante (Tedeschi, 1972) hace alarde de una naturaleza "controlada" y muy atrayente desde el aspecto estético, logrado por las masas de árboles que amenizaban los jardines.

Esta imagen, alejada del concepto de la montaña "hostil" de los años anteriores, contribuyó a generar nuevas imágenes en torno del sitio, basadas en la percepción sensible. En palabras de Graciela Silvestri (1999), estas formas de entender y apreciar el territorio eran comunes para toda la Argentina, y se resumían a un limitado número de imágenes paisajísticas, las cuales, para ser legitimadas como "dignas embajadoras de nuestra tierra", debían cumplir con dos condiciones: ser "sublimes" y "naturales" (p. 112), cualidades que el paisaje "domesticado" de Villavicencio, supo asumir. Además, agregó una componente *simbólica*, por la cual el paisaje es apropiado por parte de un grupo social, "para asegurar su reproducción y la satisfacción de necesidades vitales" (Giménez, 2000). En efecto, el paisaje de Villavicencio se instituyó como *repertorio de geosímbolos*, en tanto alimentó y fortaleció la identificación con ese grupo, como portador de elementos dotados de "unidad y significación" (2001, p. 9): los bosques, las grutas de agua, los senderos, la cancha de tenis, el puente sobre el arroyo que transportaba las aguas del manantial (único elemento remanente del edificio antiguo) y, como hilo conductor de ellos, el hecho que cada componente estaba en su lugar para recrear escenarios apropiados de sociabilidad y ocio.

El hotel fue proyectado, según las publicidades de la época, respetando "el severo reglamento antisísmico[93] que impone la ciudad de Mendoza" y construido por la empresa

[93] Desde 1927, un nuevo reglamento exigía construcción sismorresistente, con un sistema en "cemento armado "armado", compuesto por vigas de fundación, vigas dintel y vigas de encadenado, lo que implicaba que un especialista controlara los planos aprobados y las características que debía cumplir. Limitaba la construcción de edificios en adobe a una sola planta y especificaba los espesores mínimos de muros de fachada e interiores, según la altura total del edificio, su material y capacidad portante: adobe, ladrillo común, ladrillo armado o "cemento armado" (Manzini, 2011, p. 45),

del ingeniero Emilio López Frugoni (SA Termas Villavicencio, 1940, p. 61). Además de la "moderna" cancha de tenis (1934), el entorno del edificio fue objeto de una intervención por el "ingeniero agrónomo y paisajista de Buenos Aires, José Raúl Neira" (Villavicencio en panoramas, termas y paisajes, 1934, s. p.). Al momento de su construcción, la *Revista Mensual BAP* ponderaba sus cualidades: "Una cancha de *tennis* inmejorable y una pileta de natación amplia y moderna completarán las dependencias de este hotel que se está instalando a 51 kilómetros de la ciudad y cuyo acceso se efectuará por caminos espléndidos" (Termas Villavicencio, 1940, p. 75).

Los planos de construcción y la dirección técnica de la obra fueron confiados al ing. Raúl E. Dubecq, representado por el ing. César Greslebin y por el ing. Alberto Agramonte. Los parques y jardines colindantes, en la margen opuesta del riacho, enlazaban terrazas circulares a distintos niveles por medio de senderos, escalinatas y espejos de agua, con espacios para la contemplación del paisaje serrano como glorietas, pérgolas y bancos. Los urbanistas Neira y Ezcurra proyectaron, además, la ubicación del estacionamiento y de un parador de servicios, ubicado unos metros más abajo del hotel, para lo cual habían tenido que viajar repetidamente a Mendoza y "estudiar las variaciones del paisaje en las diversas estaciones y su relación con el emplazamiento del hotel" (SA Termas Villavicencio, 1940, p. 63). Esto deja en evidencia la relevancia creciente que adquirieron los entornos "naturales" (incluso para los proyectos del Estado).[94] En consecuencia, se llevaron adelante importantes intervenciones para hacerlo menos "agreste" y más acogedor, funcional y estéticamente, en beneficio del visitante.[95]

Los adelantos que ofrecía el hotel lo parangonaban, en la mirada publicitaria, a los mejores de Europa: "no falta ninguno de los detalles existentes en los hoteles más modernos y supera a todos los europeos de estaciones termales en que «cada paciente tendrá su cuarto de baño»" (SA Termas Villavicencio, 1940, p. 61). Tan importante como el equipamiento del lugar era la posibilidad de acceder en vehículo motorizado, aspecto que, si bien fue gestándose en el período anterior, cristalizó con la concreción de esta obra. Prueba de ello fue la instalación de un surtidor de combustible en el parador previo al hotel, que permitió amenizar el primer jalón en el itinerario a Chile.

[94] La intervención emblemática desde una agencia estatal se dio, en el Parque General San Martín, por Daniel Ramos Correas: además de remodelar la explanada del monumento al Ejército de los Andes, en el Cerro de la Gloria, junto con el traslado de "Parque Zoológico" a una de sus laderas, intervino el espacio proyectando el Teatro Pulgarcito, el "Gran Anfiteatro" al aire libre (luego Teatro Griego Frank Romero Day) y otro teatro en la ladera del antiguo *Rond Point* (no construido), entre otras obras (Raffa, 2020a), lo que confirmó su preeminencia como destino urbano del ocio masivo.

[95] El proyecto en simultáneo del edificio y su entorno, fue una preocupación que, en general, adquirió eficiente respuesta por parte de las agencias estatales, en las obras vinculadas al turismo y al ocio, como lo demuestran los ejemplos de la DPA: tanto la refuncionalización de la hostería del Cerro de la Gloria (1938), la hostería del Dique Cipolletti (1940) y el Hotel de Potrerillos (1941), evidencian el trabajo de equipos técnicos especializados de esa agencia (o de otras, como la Dirección de Parques, Calles y Paseos) o, como en el caso del Hotel de Potrerillos, con un paisajista contratado para tal fin, tal el caso de Benito J. Carrasco (Raffa, 2020a, p. 205).

Los textos precedentes revelan que el discurso se construyó en busca de un *paradestinatario* (Roig, 1993), al que buscaban captar. Sin lugar a duda, las notas gráficas procedentes de la *Revista Mensual BAP* contribuyeron al posicionamiento del discurso como discurso de autoridad en la materia, dejando poco margen al receptor, para cuestionar la información y apreciaciones vertidas en los textos. Vemos que la comparación con destinos del extranjero se empleó como recurso legitimador de las propuestas locales, al igual que en la década anterior. Lo más llamativo de los textos recae en la profusa información técnica incorporada en las notas de difusión: los nombres y rubros de los profesionales, e incluso su modo de trabajar comenzaron a evidenciar, por una parte, la mayor especialización de los saberes involucrados en el proyecto arquitectónico. En segunda instancia, el hecho que esta información (que anteriormente era desconocida, o considerada poco relevante) también fuese empleada como recurso argumentativo del *discurso de autoridad* (Roig, 1993), da cuenta del cambio de mentalidad respecto del quehacer profesional al interior de la disciplina:[96] la Arquitectura se consolidaba "como campo disciplinar y profesional aumentando sus injerencias" (Raffa, 2020a, p. 22).

Además de sus comodidades, la nota resaltaba que el hotel de montaña buscaba por una parte "concordar" con el paisaje, por otra contemplaba el bienestar de los pacientes, "dando lugar a que la actual afición al *Terpsicore* no moleste con la música a los que deseen hacer una cura tranquila y dentro del mayor reposo", dado que la gran pista de baile, "mitad cubierta y mitad descubierta", estaba "completamente aislada del sector de habitaciones en los pisos altos" (SA Termas Villavicencio, 1940, p. 61). No hemos encontrado documentación técnica de este edificio, pero es muy probable que las habitaciones estuviesen articuladas a uno y otro costado de corredores y, según las crónicas, todas gozaban de vistas hacia el valle circundante.

El aspecto más logrado del edificio lo constituyeron las amplias terrazas que ofrecían, por una parte, "espacio adecuado para las caminatas de los enfermos", por otra, una vinculación muy sugerente entre el hotel y el lugar (Figura 58), lo que connotaba un modo particular de vivenciar ese paisaje próximo, por medio de la articulación de signos "para promover intencionadamente determinadas selecciones interpretativas" por parte de los destinatarios (Eco, 1981, p. 158), a partir de reacciones *sensomotrices*.[97]

[96] Al respecto, sugerimos revisar el texto de Silvia Cirvini (2004): *Nosotros los arquitectos: campo disciplinar y profesión en la Argentina moderna.*

[97] En el Country Club para el Jockey Club de Rosario (1939), el estudio Sánchez, Lagos y de la Torre indagó previamente en un programa similar al de este ejemplo, si bien en un lenguaje vinculado a la abstracción, pero con una búsqueda análoga de espacios para el desarrollo de áreas comunes (comedor, salón social, bar, sanitarios y solárium), de las que destacaba el escalonamiento de terrazas que generaban, al igual que en Villavicencio, secuencias de espacios semicubiertos y descubiertos en franco diálogo con el paisaje próximo (Country Club en Fisherton del Jockey Club Rosario, 1941, pp. 173-178 / Un Country Club en Rosario, 1938, pp. 57-65).

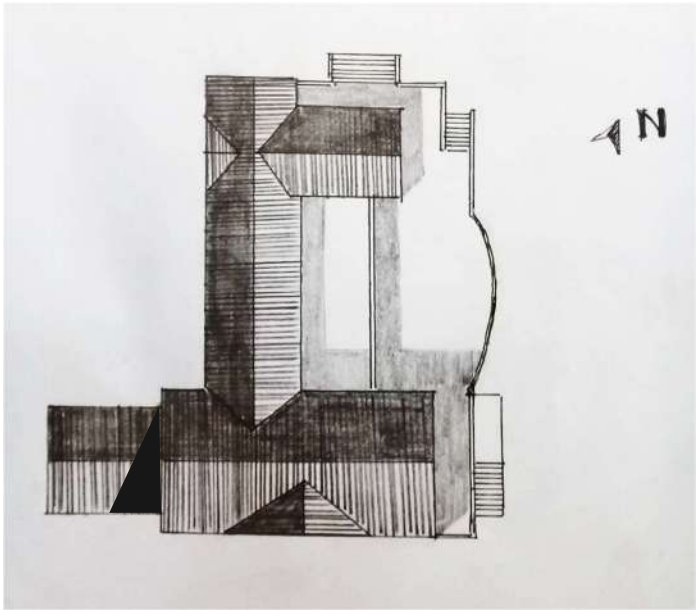


Figura 58

Planta de techos del Hotel Villavicencio.
Fuente: dibujo del autor.

Figura 59

Interior del hotel (1942)
Fuente: Corominas Segura, 1942, p. 194.

En efecto, la planta de techos del hotel definía una gran “C” que cobijaba las distintas terrazas, aportando dinamismo a la composición, al avanzar en bloques de diferente longitud y ancho que “miraban” al entorno circundante. Además, y al indagar en su expresión formal, el edificio respondía al principio de *unidad*, dada por la secuencia y ritmo de los aventanamientos, el tratamiento decorativo de la fachada y los balcones; y hacía alusión al *equilibrio* de las masas resultantes, dado por el ancho diferencial e igual altura de los dos cuerpos laterales, con una *escala* (Zevi, 1998) acorde al lugar, ceñida a una altura total, que en ningún caso superaba la de los forestales circundantes.

A diferencia de lo acontecido en el período anterior, donde el modesto edificio de la década del ´20 no había logrado insertarse al acervo representacional turístico local, el “nuevo” Hotel de Villavicencio alcanzó un rápido posicionamiento en los círculos de la alta sociedad. Los adelantos técnicos incorporados en el edificio, la decoración que, sin ser excesivamente refinada, otorgaba una nota de rusticidad a los ambientes (Figura 59); pero fundamentalmente los avances en materia de vialidad operaron exitosamente en favor de su incorporación a la oferta turística de Mendoza: gracias al automóvil y la mejora del camino de acceso se podía llegar con relativa comodidad y en corto tiempo.

La imagen del comedor circuló en una de las Labores de Gobierno de Corominas Segura que, si bien no buscaba un fin publicitario del edificio en sí mismo, tenía por objeto dejar plasmado para la posteridad las acciones en materia de gestión. Las Labores no tuvieron, posiblemente, gran difusión entre el público, pero dieron cuenta de la multiplicidad de acciones encaradas desde el gobierno provincial en todas las áreas y, en este caso particular, al haber publicado grandes fotografías interiores y exteriores del hotel, podemos vislumbrar su uso abundante como una referencia concreta a una gestión exitosa, tomando en cuenta que se trató de una inversión privada, estimulada por una ley de fomento. La fotografía no deja de ser parte de un discurso hegemónico, por lo que no resulta llamativo que circulara luego como postal del hotel, lo que contribuyó a la difusión y anclaje efectivo de RS.

Una publicidad aparecida a poco de inaugurarse el nuevo edificio, permite confirmar que ambos edificios convivieron por cierto período de tiempo: el sector antiguo quedaba como alojamiento del personal de servicio (lo que connota que aún se mantenían las prácticas de ocio de principios de siglo, donde las familias viajaban con el personal), con una tarifa menor, mientras que el edificio nuevo se instauró como el casco principal del hotel, donde se alojaban los patrones o los miembros de la elite turística.

Respecto de la oferta de tiempo libre, la publicidad daba cuenta de la existencia de “canchas de tenis, bochas, croquet y juegos para niños”. Además, se podían hacer cabalgatas. Para los adeptos al ocio mundano, alejado de la naturaleza, el hotel ofrecía té,

"*dinner danzant*", cena y almuerzo con orquesta permanente (Nuevo Hotel, Termas de Villavicencio, 2018, s. p.). Es posible que la existencia de ambos edificios permitiera en este momento de convivencia, ampliar la oferta, dado que el costo del alojamiento en la sección antigua, era menor.

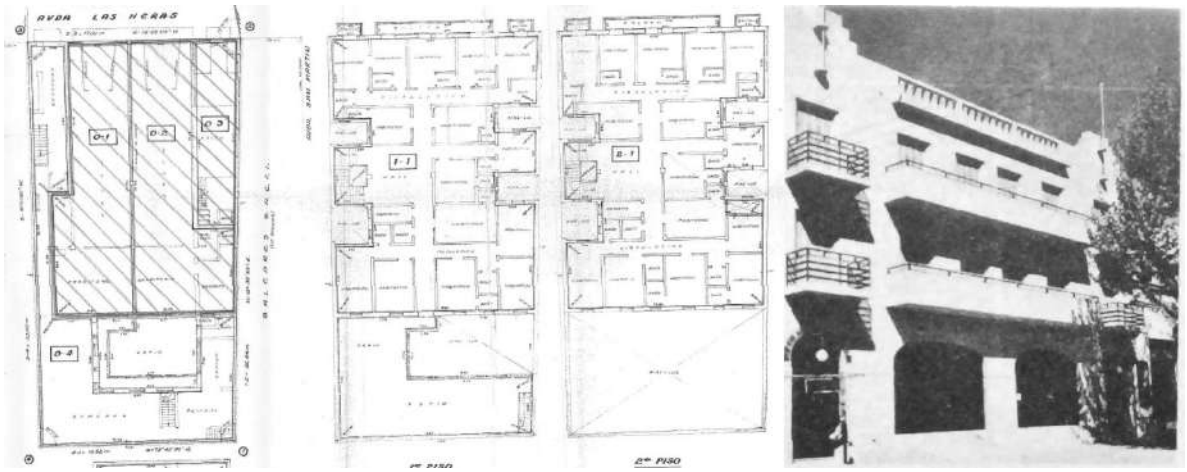
De los hoteles en contextos urbanos, el **Hotel Imperial** (1937) destacaba por su ubicación en una concurrida avenida de la ciudad, con anchas veredas arboladas, lo que permitía contemplarlo desde diversas perspectivas. El proyecto, con un total de 1.265,29 m^2 cubiertos y organizado en planta baja y dos pisos superiores, fue un encargo del empresario hotelero Macedonio E. Balbi al arquitecto Pablo Widmer.[98] Se resolvió ubicando locales comerciales en planta baja, en relación directa con el espacio público de la calle, con los espacios comunes hacia el fondo de la parcela y en los pisos superiores las habitaciones. La composición de la fachada, de disposición simétrica, se dinamizó por la presencia de balcones salientes en los dos niveles altos, escalonamiento de los parapetos superiores en correspondencia con los accesos y una modulación de las aberturas, plásticamente ordenadas, afiliada a la AM en una vertiente ligada al *Art Déco* (Figura 61). Ofrecía 30 habitaciones y 15 baños.

El partido, resuelto en una parcela de casi 33 m de profundidad, avanzaba en el frente hasta la línea de edificación, dejando una contrafachada libre, abierta a un patio posterior (Figura 60). El esquema circulatorio, en forma de H, vinculaba las habitaciones de los pisos superiores alternando pequeños patios internos, para garantizar la iluminación y ventilación natural de todos los cuartos. En el tercio central de la planta, hacia el costado Oeste de la parcela, se ubicaron las escaleras, el ascensor y un hall distribuidor por piso. Entre sus comodidades ofrecía "terraza, bar y restaurant" (Casa Flichman, 1936, p. 39).

La *Revista Mensual BAP*, destacó en avisos publicitarios, aparecidos entre 1937 y 1940, sus cualidades: "Imperial Hotel. Mendoza. Edificio nuevo. Sólida construcción de cemento armado, con todas las comodidades modernas. Regiamente amueblado (…). Precios módicos. En la planta baja: gran restaurant, bar, cervecería (...)" (1937, p. 39).

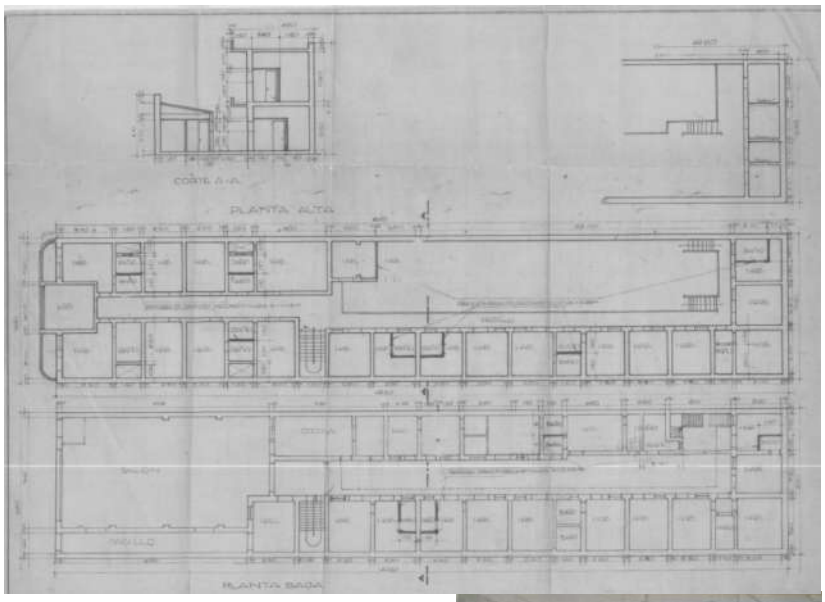
La publicidad relevada no hacía alarde de su lenguaje o arquitectura, en cambio, refería a la tecnología constructiva y a sus comodidades, complementando la fotografía de la fachada que circuló en los anuncios.

[98] Widmer se tituló como Ingeniero Arquitecto en la Facultad de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales de la Universidad de Buenos Aires (UBA), y comenzó su actividad profesional en Mendoza, en la década de 1920. Desempeñó distintos cargos en la administración pública en los años 30. Primero, fue director de Obras Públicas de la Municipalidad de Mendoza, donde colaboró, entre otros proyectos, en la restauración de la plaza Pedro del Castillo. Más tarde, trabajó como jefe de la Oficina de Arquitectura de la Dirección de Escuelas (DGE) (Durá, 2017, p.245). Su obra en la década de 1930 se mantuvo apegada a un lenguaje de abstracción, que osciló entre una vertiente modesta del *Art Déco* y el racionalismo.



Figuras 60-61

Plantas y fachada del hotel Imperial
Fuente: Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza (plantas) -Dirección de Turismo, 1942, p. 2 (vista).



Figuras 62-63

Plantas, corte transversal y fachada del Hotel España
Fuente: Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza y Dirección de Turismo, 1942, p. 4.

El discurso buscaba atraer al receptor, posicionándolo como *paradestinatario* (Roig, 1993). El empleo de adjetivos calificativos para reforzar la argumentación, como “sólido”, “moderno”, “grande”, “módico”, da cuenta del recurso retórico que apela a la persuasión del lector, presentando una combinación conveniente, fundada en una buena calidad del servicio y buen precio. Los *metacolectivos* evidencian una *función de apoyo*, al aludir al sistema constructivo-estructural como garantía de buen servicio hotelero, recurso empleado por otros establecimientos.

El análisis de la fachada del hotel, por medio de la *Gramática de Casos* (Valle Gastaminza, 2002; Fitz Canca, 2001), permite comprender la vinculación entre texto y prefiguración mental, dado que las cualidades que preanuncia el aviso, se verifican en la fotografía de la fachada: orden, simetría rigurosa, proporciones adecuadas entre las partes, y de toda la fachada como organismo autónomo en su relación con la acera y la calle. De allí podríamos asociar la imagen a las *interpretaciones fisio-psicológicas* enunciadas por Zevi (1998), como equilibrio entre llenos y vanos, serenidad, armonía y racionalidad. Las cualidades de la arquitectura, expresadas en la fotografía, junto con el texto promocional, contribuyeron a construir una imagen mental que generó RS en torno de este hotel, como de la calidad del servicio que prestaba

Siguiendo a Eco (2000), detectamos una *codificación* en su fachada que alude a la casa de renta, es decir, asocia el alzado del hotel a una configuración semántica propia de la arquitectura residencial, en este caso, urbana, con locales comerciales en planta baja, y las unidades de habitación en los pisos superiores. Arriesgamos que esta articulación de los elementos arquitectónicos buscaba generar un impacto positivo en el receptor, dado que la fachada recurrió a los vocablos propios de una arquitectura destacada, reconocible en el empleo de ciertos elementos, como el escalonado de la cornisa en correspondencia con los accesos, los balcones en voladizo y los grandes aventanamientos en planta baja; por otra parte existe una referencia simbólica a la *tipología* residencial, lo cual “acercaba” la escala del hotel urbano a un registro perceptual más vinculado a un carácter doméstico.

El **Hotel España** presentaba un lenguaje racionalista, con una fachada pura y sin decoración, compuesta en base a volúmenes cúbicos. Fue encargado por Gertrudis Bigorra de Cavallé. La *tipología* (Waisman, 1993) respondió al agrupamiento de habitaciones en dos tiras enfrentadas, alternadas con sanitarios (35 habitaciones y 9 cuartos de baño), en el sentido longitudinal del solar, dejando un profundo patio en el tercio central, a modo de circulación descubierta. El acceso a la recepción se hacía por un pasillo lateral, que corría paralelo a un espacioso comedor vinculado directamente con la calle. Al trasponer este

espacio, se llegaba a la escalera e inmediatamente detrás se abría el patio al que ventilaban todas las habitaciones (Figura 62).

La parcela angosta (9,75 m) y muy profunda (50 m) admitió, presumiblemente por requerimientos de iluminación y ventilación natural, el desarrollo del primer piso sólo sobre el costado Sur del terreno, de modo que las habitaciones en ese nivel quedaban orientadas al Este, conectadas por un extenso balcón.

Algunas publicidades relevadas en la *Guía Anual de Turismo Cóndor*[99] daban cuenta de los adelantos tecnológicos de este edificio: aludía a la construcción en "cemento armado", cuartos de baño con agua fría y caliente; y ponderaba su terraza y amplios patios (Casa Flichman, 1936, p. 39). Como en otras publicidades analizadas, el discurso posiciona al receptor como *paradestinatario* (Roig, 1993), dado que buscaba captarlo. Era, además, referencial y reiterativo, por lo tanto, se transforma en discurso performativo. Los fundamentos del discurso exhiben *funciones de apoyo*, dado que aluden a otro mensaje, considerado absoluto, por el cual una construcción antisísmica equivale a una construcción moderna y segura.

La fotografía de la fachada relevada en la *Guía de Turismo* de 1942 daba cuenta de un edificio recientemente construido. Destaca en el esquema compositivo de la fachada, el cuerpo central saliente respecto del plano del paramento, con los balcones laterales unidos a él para conformar una extensa marquesina que protegía las aberturas de planta baja (Figura 63).

Un plano vertical en hormigón armado, en el eje de composición, articulaba todos los elementos del nivel superior, y soportaba el cartel publicitario del hotel. El basamento del edificio estaba revestido en piedra pulida (presumiblemente mármol) y como único recurso decorativo aparecían las barandas conformadas a partir de planchuelas y caño de sección circular en el pasamanos y la carpintería en hierro de las puertas de acceso, geométricamente trabajadas. El recurso de la *simetría* de la fachada y el *equilibrio* de la composición (Zevi, 1998) aluden a la seguridad, la masividad (denotada en el predominio del lleno sobre el vano) y la fuerza, cualidades reforzadas en los anuncios que vinculaban esta imagen del hotel con su sistema constructivo-estructural. A pesar de estos adelantos, operados desde el plano simbólico y material, el hotel evidenciaba cierto primitivismo en la concepción del esquema funcional, dado que toda la circulación se ceñía a un patio

[99] Esta guía fue editada por la revista "El Volante de Cuyo", órgano periodístico del Centro de protección de choferes de Mendoza. La revista tuvo tiradas mensuales, se imprimió entre 1924 y 1952 y bregó activamente por el desarrollo del turismo en la provincia. La relevancia de esta guía de turismo radica en ser la primera publicación orientada a la difusión de Mendoza como destino turístico, en el marco de las prácticas del turismo moderno. La guía presentaba a la provincia desde diversos tópicos: clima, plazas y paseos, reliquias y lugares históricos, instrucción pública, datos geográficos y de población, reseña económica, platos y especialidades regionales, productos regionales y excursiones (Casa Flichman, 1936). El primer número de la guía se publicó el 15 de noviembre de 1934.

descubierto, propio de la arquitectura residencial –y hotelera– de fin de siglo XIX: a los valores "modernos" denotados en la expresión de su fachada, contraponía un esquema funcional ligado al pasado.

El **Plaza Hotel, el teatro y el casino** fueron objeto de una intervención que rápidamente operó en el imaginario construido en torno del conjunto, reemplazando velozmente las representaciones alimentadas desde la década anterior, propias del momento de su inauguración, por las nuevas imágenes que comenzaron a circular con ayuda de la prensa y las publicaciones periódicas. Respecto del hotel, no podemos asegurar que, en sólo diez años de existencia, hubiese perdido vigencia en la oferta local, pero sí podemos arriesgar que la gestión de su nueva administradora le imprimió un impulso que modificó, al menos en el interiorismo, el edificio historicista de la década del ´20. Durante todo el ciclo conservador (y buena parte de su historia), el Plaza Hotel encarnó la imagen del hotel urbano más tradicional de Mendoza, por diversos motivos (cualidad que la dirigencia política no tuvo intención en modificar): en primer lugar, porque era un edificio de propiedad estatal que se concesionaba, en segundo término, porque continuó siendo el edificio con más superficie y mayor capacidad de alojamiento y, finalmente, porque la presencia del conjunto edilicio en el tejido urbano había adquirido peso específico propio.

La Sociedad Inmobiliaria Schaffhausen, [100] al mando de Rosario Schiffner, asumió el gerenciamiento del conjunto desde 1930. Para ello, viajó repetidamente a Mendoza, con el objeto de supervisar las obras. *La Quincena Social* dio cuenta de una de sus visitas:

> La señora Condesa Rosario Schiffner de Zouloff ha visitado recientemente y por última vez, Mendoza. El objeto principal de su visita ha sido el de imponerse personalmente en el Hotel, Teatro y Casino de Mendoza, a fin de efectuar reparaciones, ampliaciones y dotarlos de las mayores comodidades de confort en beneficio de los que allí concurren (…). El teatro será también objeto de muchas innovaciones y se le pondrá a la altura de los más modernos de Buenos Aires (Breve visita de la Condesa Zouloff a Mendoza, 1934, s. p.).

La revista destacaba "las bellas perspectivas que se desprenden de sus manifestaciones respecto al Casino, Hotel y Teatro, lugares de verdadera expansión y de recreo moderno y elegante" (Breve visita de la Condesa Zouloff a Mendoza, 1934, s. p.).

Por decreto N°924/37, el Ministerio de Industrias y Obras Públicas de la provincia aprobó la obra nueva hecha por la Sociedad Inmobiliaria Schaffhausen, por valor de $335.704,60 m/n; así como la renovación del mobiliario, útiles e instalaciones por $208.995

[100] Enrique Schiffner era un próspero comerciante suizo, originario del cantón Shaffhausen, y había establecido una sucursal de la casa Mantels & Pfeiffer en Rosario, en 1882, dedicada a la venta de cajas fuertes, arados, semillas e implementos para el campo (Mercado, 2018, párr. 3). Una de sus hijas, Rosario Julia, contrajo matrimonio con el conde Sergueï Platonovitch Zoubov y, como socia mayoritaria, se encargó luego de la Sociedad Inmobiliaria que manejaba las inversiones y comercios de la empresa familiar. Juntos, desarrollaron un profundo interés por el arte, alimentado por continuos viajes a Europa, especialmente a Ginebra y París, donde residían gran parte del año (Brizzi, 2017). Es muy posible que, en estos viajes, se empapara de las últimas tendencias en arquitectura e interiorismo.

m/n, “sumas que se reconocen como nuevo capital invertido, a los efectos de la garantía establecida por el art. 10 de la Ley 832” (Cano, 1938, pp. 245, 246). Esta remodelación colocaba al establecimiento y sus servicios “en un rango superior, con el fin de atraer al turismo a la provincia, como parte del plan de fomento de esta industria nueva en Mendoza, en que se halla empeñado el Gobierno” (p. 245). El decreto consideraba que tal propósito se había conseguido ampliamente, y que, tanto el hotel como el casino se hallaban en la categoría de los establecimientos de primer orden, “seguramente los mejores del interior del país, lo que provoca el comentario auspicioso de los viajeros que usan sus servicios y sirve de propaganda a la Provincia” (p. 245).

Ahora bien, ¿en qué consistieron las obras de remodelación? En primer lugar, se reformó completamente la cocina del hotel, con la incorporación de más bachas y la optimización del sistema sanitario (provisión de agua potable y desagües). En este sector, se remodeló la cámara frigorífica y los sanitarios del personal. Estos trabajos demandaron, seguramente, el recambio de los pisos de estos sectores, y suponemos que involucraron también tareas de pintura. En la cocina, además, se reemplazó todo el mobiliario y equipamiento.

En el edificio del hotel, la reforma mayor se dio en las habitaciones, incorporando lavamanos en las que no tenían sanitario propio, y remodelando por completo el resto de sanitarios en ambas plantas, incluso los de acceso público en las áreas comunes de planta baja. Estas tareas involucraron el reemplazo de pisos y de artefactos sanitarios de todos los baños. Además, se reemplazó el equipamiento y mobiliario del salón de fiestas, del salón comedor, del hall principal y del bar del casino. En la azotea se mejoró y modernizó la lavandería, incorporando una instalación más eficiente y mayor cantidad de piletones de lavado.

El 22 de abril de 1937, Cano recibió al presidente Agustín P. Justo en la provincia, con un banquete de honor en el Plaza Hotel (*Revista Mensual BAP*, 1937, p. 78), oportunidad que sirvió a la Sociedad Schaffhausen para mostrar al público la reforma integral que había encarado.[101] En las imágenes relevadas se observa que todos los espacios comunes sufrieron una modernización estética, acorde a los postulados de la arquitectura racionalista, de manera que los salones y espacios comunes perdieron la ornamentación afrancesada que los había caracterizado desde sus inicios. Desde el vestíbulo de doble altura, que ahora lucía despojado de sus ornamentos y con un aire severo, hasta el Salón de los Espejos, con grandes cristales de piso a techo, y

[101] En el Teatro Independencia, se llevaron a cabo tareas de consolidación estructural, dado que un sismo (1927) había afectado una de las paredes laterales del escenario. Esta consolidación se concretó con la demolición y reconstrucción del muro, ejecución de vigas de encadenado y aumento de la cantidad de columnas de hormigón armado, todas ellas arriostradas solidariamente con la estructura preexistente. El responsable técnico de estas tareas fue el arquitecto Pablo Widmer (Reconstrucción y reparación del Teatro Independencia, 1930).

revestimientos en placas de mármol con la misma intención de componer planos de materiales y colores homogéneos, perdieron toda intención de decorativismo.

Igualmente, el comedor y el bar del casino hicieron alarde de una estética ascética y abstracta, con mobiliario y equipamiento acordes. El sistema de *códigos* empleado en este caso (Eco, 2000) connota una modernización general del hotel, que operó modificando las RS ancladas en el imaginario, para instalar un nuevo sistema representacional: el "tradicional" Plaza Hotel actualizaba sus servicios y su imagen, acorde al gusto y a las demandas de la época. En este caso, la remodelación no aplicaba sólo al plano meramente estético, sino que también se orientó a mejorar las comodidades de los huéspedes, optimizando los servicios existentes. Por este motivo, fue posible conciliar la idea de un edificio de carácter palaciego, que aludía antiguamente a la sofisticación, la elegancia y el confort; con el concepto de mejores y mayores prestaciones en cuanto a servicios e imagen, logradas a partir de la reforma integral, adjuntando a aquellos valores, los de vanguardia estética, modernidad, buen gusto y tecnificación.

La simple observación de las fotografías revela la estrecha vinculación que operó entre las imágenes difundidas por las publicaciones y los textos de las publicidades. En un plano de lectura más profundo, la *Gramática de Casos* (Valle Gastaminza, 2002; Fitz Canca, 2001) deja al descubierto la potencia representativa de las imágenes, respecto del objeto real. En muchos de los casos relevados, las imágenes eran presentadas de a pares o en pequeños grupos, por lo cual constituían un recurso poderoso para generar en el lector una imagen simbólica de lo que "significaba" alojarse en este hotel. Como veremos más adelante, las descripciones estaban cargadas de adjetivos calificativos, de manera que la dupla texto-imagen debió activar eficazmente sistemas cognitivos representacionales en los receptores.

La mayoría de las imágenes presentaba los espacios sin referencia a la figura humana, de modo que el protagonista era verdaderamente el espacio y sus cualidades más salientes, como mobiliario, equipamiento y dimensiones de los locales. En todos los casos, excepto la Figura 68, las tomas son estáticas y permiten abarcar la totalidad del espacio desde una perspectiva monofocal. Los espacios presentaban un mobiliario muy organizado, ajustado a una grilla con su ubicación precisa, lo que connota que nada había sido dejado al azar. En una segunda fase de análisis, arriesgamos que la idea imperante en las imágenes refería al orden y la pulcritud, derivadas del ascetismo planteado por el nuevo interiorismo. Junto con ello, podemos incluso imaginar las prácticas asociadas a estos espacios, seguramente reguladas por un conjunto de normas específicas.

Figuras 64-65-66-67-68-69

Hall principal (antes y después), bar (antes y después), salón de fiestas y comedor remodelados. Fuente: *Revista Andina*, 1932, s. p. (F64); El casino de Mendoza, centro de sociabilidad y distracción, 1934, s. p. (F66); Plaza Hotel de Mendoza, 1937a, p. 72 (F67); Plaza Hotel de Mendoza, 1937b, s. p. (F65-F69); Hotel, teatro y casino, 1937, s. p (F68).

Finalmente, los espacios transmitían conceptos asociados con la modernidad, la solemnidad y la elegancia, derivados de la uniformidad del color predominante y las texturas de los paramentos, pero también de la incidencia de la luz. El salón de fiestas, en ocasión de celebrarse el gran banquete de honor, mostraba un espacio fluido y transparente, activado por los reflejos de los múltiples rayos de luz que proyectaban los cristales, remitiendo a las ideas de brillo, distinción, elegancia y servicio de primer orden.

La *Revista Mensual BAP* asumió activamente la promoción del hotel, destacando sus "amplias comodidades, buen gusto y confort", posicionándolo como "uno de los mejores de la República" (Revista Mensual BAP, 1937, p. 76). Por su parte, *La Quincena Social* y la revista *CITA* expusieron sucesivamente los avances y mejoras operados en el edificio y su equipamiento: "El hotel sufrirá también transformaciones modernas en precios, servicios y facilidades para hacer más grata la estada de turistas" (El casino de Mendoza, centro de sociabilidad y distracción, 1934, s. p.), o refería a la calidad de su atención: "todo esto unido al personal correcto y seleccionado que actúa bajo la dirección experimentada y hábil del Sr. Balbi (…)" (Plaza Hotel, Casino y Teatro Independencia, 1936, s. p.). En suma, la difusión que recreaba las acciones sobre el conjunto, contribuyó a la objetivación y anclaje de RS: "la nueva administración ha introducido mejoras trascendentales, que, a no dudar, satisfarán las exigencias de los viajeros acostumbrados a las comodidades que brinda la vida moderna (…)" (Reformas importantes en el Plaza Hotel de Mendoza, 1935, p. 15.).

En todos los casos, los textos promocionales buscaban convencer al lector-receptor de las cualidades enunciadas, de manera que ubicaban al lector como *paradestinatario* (Roig, 1993). La temática común de todos los textos discurre en torno de la tarea de reforma encarada en el edificio y sus distintas secciones, y los elogios a la empresa concesionaria por tal iniciativa, junto con los beneficios que estas acciones reportaban para Mendoza. La tercera cita arriesga un poco más, al valorar el personal a cargo del hotel, tanto en la gerencia como en los puestos inferiores: este aspecto comienza a problematizarse en este período, donde se vislumbra la necesidad de contar con personal especializado, sobre todo en la atención de establecimientos de cierta categoría. La *organización axiológica* del discurso (Roig, 1993) se apoya en la enumeración, a partir del empleo casi exclusivo de adjetivos calificativos. Se vislumbra un llamado a la acción, en la primera cita este recurso es explícito, y en la segunda y la cuarta detectamos un *carácter performativo* del discurso, por el cual el propio discurso produce los efectos que nombra. Finalmente, advertimos una *función anticipadora de futuro* del discurso utópico, dado que el futuro está "producido" para mantener el *statu quo* del presente.

3.3.2. La edilicia hotelera en el marco de la ley Nº 1298/38

La ley 1298/38, a la par que ampliaba el plazo para acogerse a los beneficios de la primera ley, establecía que todos los hoteles, restaurantes, bares y hosterías que se construyesen en la provincia dentro de las reglamentaciones acordadas desde la DPT quedarían exentos por veinte años de toda contribución, impuesto, tasa o patente, tanto provincial como municipal (Corominas Segura, 1942, p. 299). Habilitaba, además, la construcción de hoteles por parte del Estado provincial y su explotación por medio de la venta, concesión o de forma directa a través de la DPT.[102] Estos edificios debían ubicarse en:

a) Lugares de interés turístico, en las cabeceras departamentales, donde existan aguas termales o medicinales y especialmente donde no hubiese establecimientos en explotación.
b) Preferentemente sobre caminos troncales o interdepartamentales (para el caso de hosterías).[103]

Este contexto, con mejores condiciones para el desarrollo turístico general, también fue favorable para la edilicia hotelera: promovió la adhesión de capitales privados que, aun sin suscribir directamente a los beneficios de las leyes de fomento, iniciaron la construcción de nuevos hoteles, por ejemplo, Maxim (1938), Palace (1940), Orelo Park (1940 ca.) y Rincón Vasco (1943) en la ciudad de Mendoza. O bien, facilitó la refacción o ampliación hoteles existentes, "(…) entre los que destacan el Colonial, el Nueva España, el San Rafael, el City, el Turismo, el Vasconia, el Parque (…)", según expresaba en 1941 el informe gubernativo de Adolfo Vicchi (1944, p. 300). Además, bajo el control de la DPT se inició un proceso de modernización y mejora de restaurantes y de hosterías ubicadas fuera del casco urbano, como "(…) Los Molles, Lunlunta, Borbollón y otros lugares de veraneo" (Vicchi, 1944, p. 300). La multiplicidad de alojamientos se evidenció no sólo en la cantidad, sino también en su jerarquía: a partir de este momento se hizo evidente que la cuestión del hospedaje involucraba diversas categorías, según las características y servicios que cada establecimiento estaba en condiciones de ofrecer. Esta cualidad se vislumbra en las guías de turismo de ese momento, que agrupaban los establecimientos según su rango y el costo por noche de la habitación.[104]

Se aborda, a continuación, el análisis de los principales edificios de este período.

---

[102] Al respecto, remitirse a Raffa (2020a).

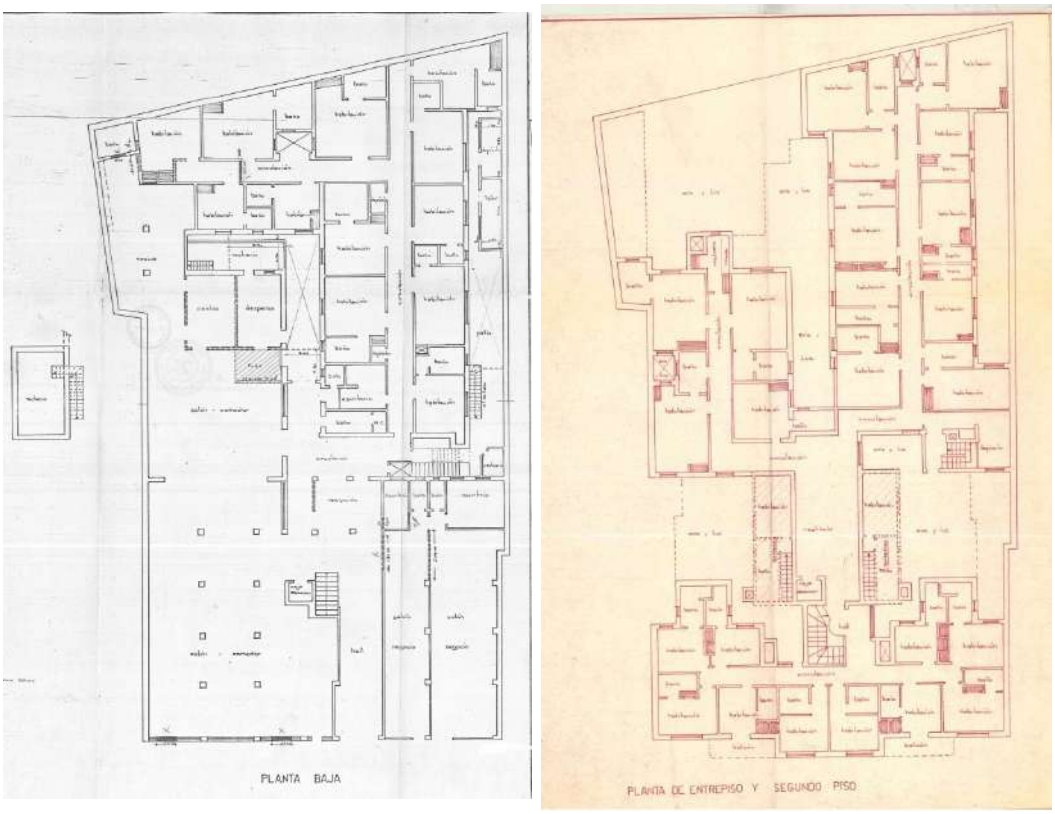
[103] En este caso puntual, el espíritu de este requisito residía en la posibilidad que las hosterías oficiaran como lugar de descanso al viajero y de aprovisionamiento de combustible, en acuerdo con el ACA, así como de los "elementos indispensables para el viajero" (Provincia de Mendoza, 1938, p. 293).

[104] Un avance de este aspecto fue presentado en las XXVI Jornadas de Jóvenes Investigadores. AUGM, en 2018, en coautoría con Cecilia Raffa, en la ponencia titulada *Arquitectura para el turismo (1936-1943). La construcción del destino Mendoza y el análisis de sus discursos promocionales.*

El **Hotel Palace**, en la Avenida Las Heras, próximo al Imperial, respondió a un encargo de Claudio Vicens. Algunos años más tarde, la propiedad figuraba a nombre de Antonio Di Caro, quien fijó su residencia familiar en uno de los pisos del establecimiento. El hotel ofrecía 80 habitaciones con calefacción central y 50 baños, vestíbulo, cocina, comedor-restaurant y bar. Hacia la calle desarrollaba dos profundos locales comerciales. Fue proyectado en planta baja y dos pisos altos, en una parcela de 21 m de frente y 42 m de profundidad, con un total de 2.284,03 m^2 cubiertos. La planta baja ocupaba casi por completo la parcela, sin retiro frontal ni retiro posterior del edificio, logrando iluminar y ventilar las habitaciones y áreas de servicio por medio de patios interiores. En este nivel destacaban, hacia el costado Este de la fachada, los grandes ventanales del restaurant, que planteaban una relación visual directa con la calle. Mientras que, hacia el costado Oeste, disponía dos locales comerciales para alquiler. Luego de trasponer el acceso se ubicaban el vestíbulo y la recepción, a continuación, desarrollaba un pasillo en L que, orientado en el sentido longitudinal de la parcela y con un quiebre hacia el Este, organizaba las habitaciones a ambos lados (Figura 70).

En el primer y segundo piso la *tipología* (Waisman, 1993) era similar al esquema de la planta baja, es decir, ocupando el tercio frontal, que daba sobre la calle, hasta colmatar por completo el terreno, sobre las superficies de los locales y el restaurant-bar. Luego, articulaba esta sección por medio de un amplio hall distribuidor con escalera y ascensor, hacia dos circulaciones paralelas con habitaciones a ambos lados, conformando sendos bloques separados entre sí y de los muros medianeros por patios alargados, que facilitaban la ventilación e iluminación natural (Figura 71).

El partido no ocupó, en las plantas superiores, el polígono resultante de la huella del piso inferior, lo cual generaba grandes terrazas a nivel del primer piso. Respecto de su filiación estilística, el edificio respondió a una variante regional del racionalismo, dada por el uso del ladrillo a la vista en la fachada, en grandes paños, alternados con planos revocados y blanqueados. . Con un rígido ordenamiento de los vanos, alternaba llenos y vacíos destacando en el tramo central de la fachada un bloque saliente de tres niveles, el cual, unido en su parte inferior a los balcones del primer piso, configuraba una marquesina que cobijaba el acceso al hotel y a los locales de planta baja (Figura 72). Balcones con sus extremos curvos y barandas conformadas a partir de planchuelas de acero, marcando líneas horizontales, completaban el repertorio abstracto de la fachada.



Figuras 70-71

Planta baja y 1º piso del Hotel Palace
Fuente: Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza.

Figura 72

Fachada del Hotel Palace
Fuente: Postal Dirección de Turismo, 1942, s. p.

El desarrollo del edificio en dos pisos altos sobre la planta baja (tres pisos en el tercio central) constituyó una innovación tipológica, a medio camino entre las construcciones más bajas y el hotel en altura, desarrollado en torre, incorporada hacia mediados de la década del `40. Esto expuso a su vez, un alarde tecnológico dado por el empleo del hormigón armado, tanto para la resolución compositiva de la fachada, con balcones en voladizo; como en la aptitud de su estructura portante, que debía responder adecuadamente a las exigencias del sismo.

En la revisión de las RS alimentadas en torno de este hotel, encontramos publicidades que permiten hacerse una idea de los valores simbólicos más relevantes vinculados con él: su ubicación céntrica, su reciente construcción según los códigos sismorresistentes vigentes y sus comodidades (*Revista Mensual BAP*, 1942, p. 62). La *Guía General de Mendoza* ponderaba, análogamente, su confort y carácter “moderno” (Giménez Puga, 1940, p. 630). Ambas publicidades hacían uso de los calificativos para describir este alojamiento. El discurso entendía al receptor como *paradestinatario* (Roig, 1993), dado que buscaba captarlo. Era, además referencial y reiterativo, por lo tanto, se transformó en discurso *performativo*. Los fundamentos del discurso relevado exhiben *funciones de apoyo*, dado que aludían a otro mensaje, considerado absoluto, por el cual una construcción antisísmica equivale a una construcción moderna, y una construcción moderna ofrecía adelantos vinculados al confort: agua caliente, calefacción y comodidad, entendida esta última en un sentido amplio.

Por su parte, el **Hotel Maxim** respondió a una oferta de menor categoría en la plaza hotelera local, y fue desarrollado en una parcela de 28 m x 10,20 m. En planta baja se resolvió un profundo local comercial, que se destinó a restaurant, con un depósito en la parte posterior del solar, que ventilaba a un pequeño patio. El subsuelo de este hotel ocupaba prácticamente la misma huella de la planta baja, y se instituyó en lugar de encuentro de grupos de escritores y personajes vinculados a la cultura (Cremaschi, 2015b).

En el costado Oeste de la parcela, se ubicaba el acceso al hotel, que fue concebido enteramente en planta alta, organizando las habitaciones en torno a dos patios consecutivos, centrados con respecto al eje longitudinal del solar (Figura 73).

Ofrecía 14 habitaciones y 5 baños compartidos (Dirección de Turismo, 1942). La arquitectura respondió al racionalismo, con una fachada plana, despojada de decoración, interrumpida por un extenso balcón cobijado por un alero en voladizo (Figura 74). El balcón, con ambos extremos curvos, ofrecía visuales desde las habitaciones frontales hacia la calle y, al mismo tiempo, jerarquizaba el acceso al local de planta baja.

Una publicidad de la época señalaba, al igual que en el ejemplo anterior, el carácter antisísmico de la construcción, confort, servicios y precios “módicos” (*Revista Mensual BAP*, 1942, p. 62). Al tratarse de un edificio de carácter modesto, interpretamos que el servicio de agua mencionado hacía referencia a la incorporación de lavamanos en todas las habitaciones (usual en los alojamientos económicos, dado que no contaban con baño privado). En este ejemplo, es llamativa la innovación arquitectónica en la referencia de la fachada a la AM, sumado al empleo de hormigón armado en la estructura (cualidad que se expuso como argumento publicitario); en contraste con la primitiva disposición de las habitaciones en torno a patios cuadrangulares, a la manera de las antiguas casas solariegas.

El **Hotel Rincón Vasco** respondió a una arquitectura historicista, en una vertiente asociada al californiano, con muros blancos, cubiertas inclinadas de suave pendiente con tejas españolas, detalles en piedra en el basamento de la fachada y barandas de madera tratada a la hachuela. Su situación de esquina en Avenida Las Heras y 25 de Mayo, le daba una visual privilegiada al edificio (Figura 75).

La imagen relevada transmite, simbólicamente, una localización muy vinculada al suburbio, de carácter bucólico, a pesar de tratarse de un hotel urbano. Este edificio desarrollaba en planta baja dos locales comerciales para alquiler, salón comedor en la esquina, accesible desde la calle, cocina, depósito y garaje. En planta alta se ubicó la recepción, 12 habitaciones con baño privado para alojamiento y maletero, con un total de 711,90 m^2 edificados. Entre sus comodidades ofrecía teléfono y calefacción central. El acceso se planteaba sobre Av. Las Heras, de marcado carácter comercial, en el costado Este de la parcela. Tanto el nivel inferior como el superior proponían un esquema que ocupaba todo el frente sobre ambas calles, sin retiro de la línea de edificación. Hacia la parte posterior, se dispuso un patio rectangular que permitía la iluminación y ventilación de todos los locales de la contrafachada (Figura 76).

La *tipología* (Waisman, 1993) elegida para el sector de habitaciones, resolvió a partir de un corredor central los cuartos a uno y otro lado, a partir de un planteo absolutamente simétrico en base a una doble crujía, por lo que los espacios resultaban de iguales superficies. El aspecto diferenciador lo daba la ubicación de las habitaciones con vistas hacia alguna de las calles, en contraposición con aquellas que lo hacían en la contrafachada, hacia el patio interno. La preeminencia planimétrica de la fachada se interrumpía en el nivel superior, gracias a la aparición de balcones en voladizo y una saliente curva sobre el acceso principal, lo que le otorgaba particular interés a la

Figuras 73-74

Planta 1º piso y fachada del Hotel Maxim.
Fuente: Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza - Cremaschi, 2015b, p. 269

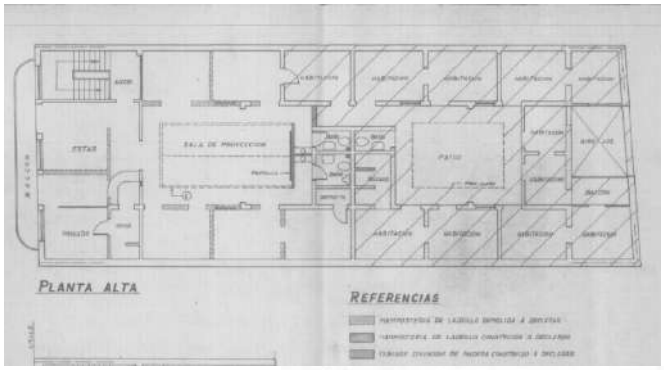
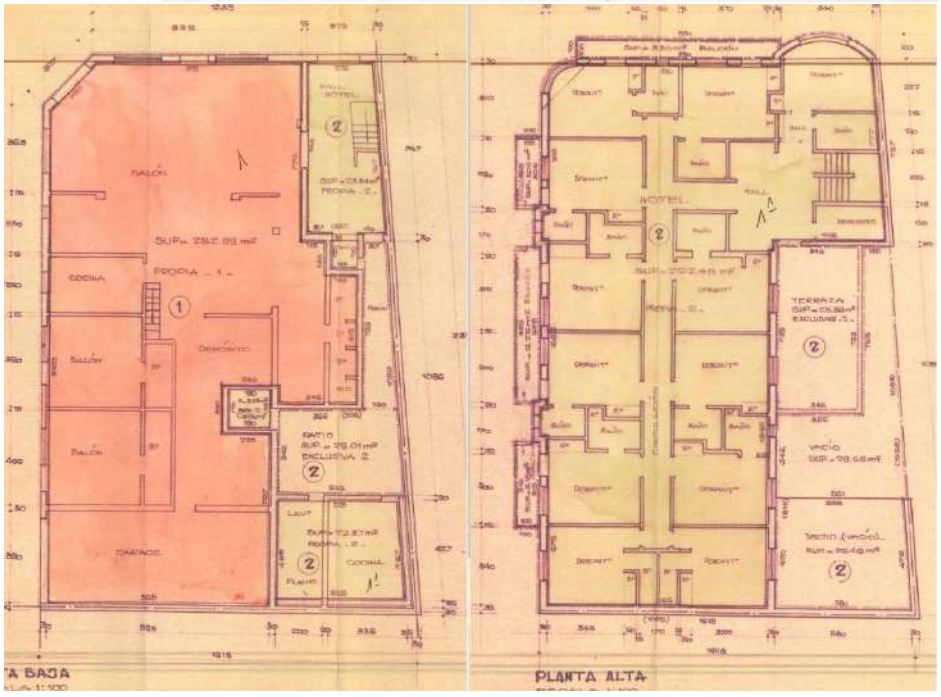


Figura 75

Fachada del Hotel Rincón Vasco
Fuente: Asociación de Hoteles, 1958, p. 27.



Figuras 76-77
Plantas del Hotel Rincón Vasco.
Fuente: Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza.

composición, generando sobre todo *puntos focales* en la esquina y en el acceso principal (Zevi, 1998), rompiendo la *monotonía* del plano vertical de los paramentos (Figura 77).

Respecto del discurso publicitario de este hotel, hemos relevado un anuncio en la *Guía de la Hotelería y sus Afines,* que ponderaba su aptitud antisísmica, su "moderna construcción", su confort (las habitaciones contaban con teléfono, baño privado y calefacción central) y proximidad a la estación del ferrocarril y la Avenida San Martín (Asociación de Hoteles, 1958, p. 35).

La cita publicada en la *Guía de la Hotelería* expone un aspecto común a otros ejemplos analizados, en relación con los *fundamentos del discurso*, que exhiben *funciones de apoyo* que aludían a otro mensaje, respecto de la obvia modernidad que se derivaba de un edificio antisísmico y, ligado a ello, su tecnología en la prestación de los servicios. El discurso posicionaba al receptor como *paradestinatario* (Roig, 1993), y era referencial y reiterativo, por lo tanto, se transformaba en *discurso performativo*. Pero ¿dónde reside la diferencia entre este ejemplo y los analizados previamente? Principalmente, que la alusión a una construcción "antisísmica" y "moderna" parecía no tener vinculación alguna con el lenguaje del edificio. Tanto los hoteles resueltos en un repertorio abstracto (como los hoteles Palace, Maxim, España, Imperial e incluso el mismo Plaza Hotel), y este ejemplo, afiliado al historicismo, legitimaron la calidad de sus servicios sobre la ponderación del sistema constructivo-estructural (como también lo hizo el Hotel Villavicencio). Es decir, no necesitaba abrazar un ropaje historicista o abstracto para ser "moderno" y "confortable", tal caracterización iba más allá de la filiación estilística o el gusto del propietario o, en última instancia, del proyectista.

Finalmente encontramos, en la lectura de la organización de los *elementos sintácticos* de la fachada (Eco, 2000), que se contrapone con el esquema racional de la planta, resultando una volumetría en apariencia dinámica, pero ofreciendo en realidad escasa articulación entre las partes del objeto arquitectónico, como también entre ellas y los bordes del solar. De allí que la composición de los alzados denota un mensaje, pero connota otro absolutamente divergente lo que, arriesgamos, se debe a la localización netamente urbana del edificio.

3.3.3. La edilicia hotelera en el marco de la ley Nº 1401/41

En un lapso de cuatro años (1937-1940), el número de visitantes llegados a la provincia (comparando valores absolutos) había aumentado en más de diecisiete mil personas, según podemos observar en el gráfico de la DPT (Figura 55). Estos números expresan que, en efecto, las leyes de fomento habían generado un movimiento inusual de turistas, los que demandaban cada vez mayores y mejores alojamientos.

Al respecto, las autoridades resaltaban que la falta de camas empeoraba con motivo de realizarse la Fiesta de la Vendimia, dado que la afluencia de viajeros era aún mayor. Ante este problema del mercado hotelero existente, se recurrió a las casas de familia para el hospedaje de visitantes, o bien se resolvió derivarlos hacia otros departamentos de la provincia o "simplemente sugerirles que el momento no era propicio para la organización de caravanas" hacia Mendoza (Vicchi, 1944, p. 300).

La ley 1401/41, buscó revertir la falta de hospedaje en Mendoza por medio de tres medidas fundamentales: 1) acuerdo de primas para la construcción de hoteles particulares; 2) construcción directa a cargo del Estado; y 3) garantía fiscal para los capitales invertidos en grandes hoteles.

Esta ley aumentó las primas otorgadas a particulares hasta un monto de $500.000 m/n por hotel, no pudiendo exceder este beneficio el 20% del costo total del establecimiento, considerando en el costo de la obra el valor del terreno de acuerdo con el avalúo fiscal y el precio de instalaciones y amoblamiento (art. 1°). Para la promoción de hoteles encarada por particulares o construcciones iniciadas por el Estado, se destinó un monto total de $2.000.000 m/n en beneficios. Se previó para ello la inversión estatal en títulos denominados "Títulos de Edificación de Hoteles", del 5% de interés y 1% de amortización anual acumulativa.[105]

Otro punto contemplado en esta norma fue la garantía del Estado provincial a los capitales que se invirtiesen en la construcción de grandes hoteles, con fondos provenientes de rentas generales, e instrumentada por medio de un control estricto sobre la administración de estos. Se aplicaría en el caso que el establecimiento hotelero no arrojase ganancias y ascendía a un valor de 5% del capital particular invertido, con el objeto de prever posibles compensaciones para el capital privado, en caso de "no obtener un interés prudente en algún período de tiempo" (Vicchi, 1944, p. 303). El art. 6º preveía un monto total de $5.000.000, para capitales aptos de suscribir a la garantía oficial, siempre que la inversión inicial de las personas o empresas interesadas ascendiese a por lo menos $1.000.000 m/n, para la construcción de uno o varios hoteles.

La novedad que incorporaba esta ley fue la promoción de hoteles de tipo medio, que debían reunir las comodidades del confort moderno, pero sin elevar las tarifas, de modo que se atrajese a la "gran capa social que constituye la clase media, profesiones liberales, burocracia, docencia, pequeños comerciantes, empleados particulares, pequeños

[105] Los "Títulos de Edificación de Hoteles" fueron imputados por ley 1.190 y desafectados al cumplimiento de la ley 1.351 para la edificación de barrios jardines, manteniendo la financiación de los mismos, establecida en las referidas normas. La amortización de dichos títulos se previó pagadera en anualidades vencidas y por sorteo cuando la cotización fuese a la par o sobre ella y por compra en mercado abierto o licitación cuando fuese inferior al valor nominal. Los títulos se emitían al portador, en valores de $100.000 m/n. Se establecía al Banco de Mendoza como agente pagador. Estas especificaciones figuraban en el Decreto Nº 179-F, de junio de 1941 (Vicchi, 1944, pp. 321-323), también citado por Raffa (2020a, p. 213).

industriales, cultivadores rurales" (Vicchi, 1944, p. 304), es decir, componentes del estrato social capaz de reunir las condiciones para tomar vacaciones anuales y realizar un viaje, lo que constituyó, al menos desde su concepción teórica, un antecedente muy significativo, de las medidas implementadas luego por el peronismo.

Esta ley fijó como objetivo central el aumento de las plazas para alojamiento, distribuidas en el territorio provincial, según la relevancia o preeminencia de la zona donde se instalasen los hoteles. Así, fijó la capacidad de la siguiente manera:[106]

- Primera zona (Capital, Godoy Cruz, Guaymallén y Las Heras): hasta 500 habitaciones.
- Segunda zona (alrededores de la capital, en un radio no mayor de 35 km medido desde la intersección de las Av. San Martín y Sarmiento): hasta 200 habitaciones.
- Tercera zona o zona Este (San Martín, Junín, Rivadavia, Santa Rosa y La Paz): hasta 100 habitaciones.
- Cuarta zona o zona Sur (Tunuyán, San Carlos, San Rafael y General Alvear): hasta 100 habitaciones.
- Quinta zona (departamento de Tupungato y zona cordillerana): hasta 300 habitaciones.

La construcción de dos hoteles, el Hotel Argentino (1941), por un monto total de $168.000 m/n, y el Gran Hotel (1942), por un monto de $1.400.000 m/n, fue el resultado inmediato de las primas otorgadas en el marco de esta tercera ley de fomento.[107]

Además, se inauguraron los hoteles Orelo Park (1941) y City (1941). No hemos encontrado evidencia que confirme que estos últimos, suscribieran directamente a los beneficios de esta norma, pero sin dudas el contexto facilitó su aparición en el mercado local. Se describen, a continuación, las principales características de los nuevos edificios.

El **Hotel Argentino** fue un proyecto del arquitecto Daniel Ramos Correas para Luis y Teresa Dorca y respondió a un lenguaje vinculado al pintoresquismo, de marcada tendencia ecléctica. Ubicado frente a la plaza Independencia, ofrecía 30 habitaciones con baño privado para alojamiento, con calefacción y agua caliente central, con un total de

[106] Estas especificaciones aparecieron en el Decreto Nº537-E, de junio de 1941 (Vicchi, 1944, pp. 312, 313). La justificación refería que Mendoza contaba con 125 habitaciones en hoteles de primera categoría, 492 en hoteles de segunda y en casas de familias inscriptas en la DPT, 325 habitaciones; lo que sumaba un total de 972 habitaciones, "insuficiente capacidad de alojamiento existente" en Mendoza (Provincia de Mendoza, 1941, p. 857).

[107] A ellos se sumó un proyecto para la construcción de una hostería en el distrito Río Grande (San Rafael- actual Malargüe), por una suma de $25.000 m/n, presentado por Jorge V. Velásquez, en un lugar denominado "La Vega", a pocos metros del camino a Neuquén. Para esta obra, el particular solicitaba la expropiación de un terreno con agua termal, de 10 a 15 has. La propuesta fue aceptada con carácter de "provisional" (Vicchi, 1944, p. 386) y finalmente no se concretó.

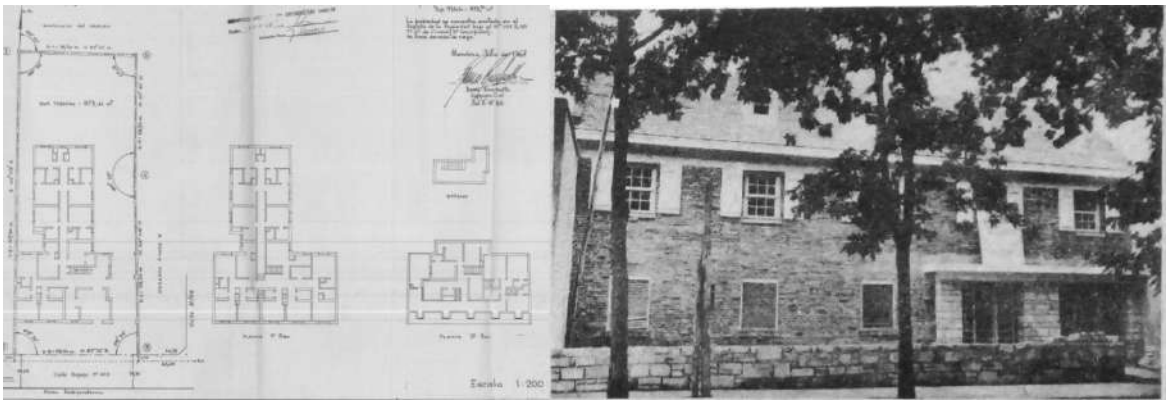
1.371,29 m^2 cubiertos. El retiro de la línea de edificación otorgaba un carácter suburbano, casi rural, al edificio; pese a encontrarse frente a uno de los principales espacios públicos de la ciudad. Por una parte, resaltaba el uso del ladrillo como material predominante de su fachada, con cinco aberturas rítmicamente moduladas en planta baja y primer piso. Destacaba, por otra, una cubierta de tejuela de pronunciada pendiente, de la que asomaban a su vez cinco ventanas del nivel de la buhardilla, en correspondencia con las aberturas de los niveles inferiores (Figura 79).

Esta rígida disposición de los vanos, sumada a una composición clásica de la fachada, organizada en basamento, desarrollo y coronamiento, se trasladaba también a la organización de su planta, con un bloque frontal que se tomaba a las medianeras, pero retirado de la línea de edificación, para luego desarrollar hacia el fondo de la parcela otro cuerpo, adosado al primero, con patios en ambos costados, a lo largo de un pasillo central que disponía las habitaciones simétricamente a uno y otro lado, a partir de un esquema de doble crujía (Figura 78). Las proporciones, el empleo de los materiales y su emplazamiento rememoran la arquitectura inglesa del *Arts & Crafts*.

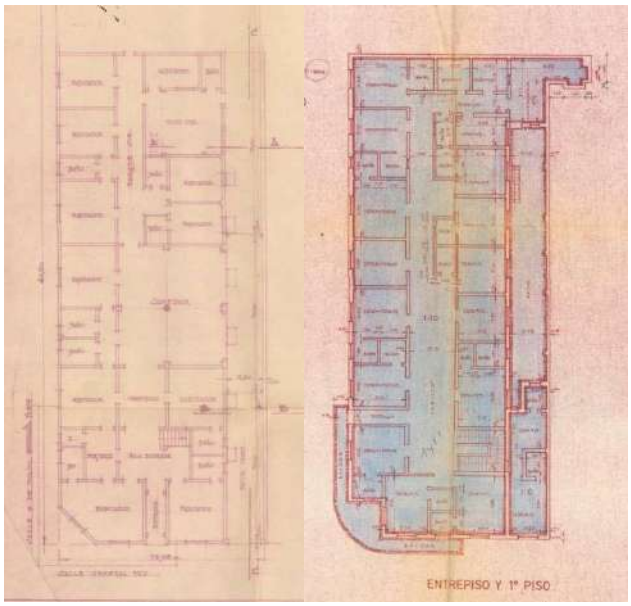
El acceso principal se hacía por el costado Este de la fachada, donde además se ubicaba un vano que conectaba con el jardín posterior, con ambas aberturas jerarquizadas por un enmarque en piedra natural y una marquesina a modo de placa delgada, en voladizo. Hacia la calle, destacaba un murete perimetral bajo, ejecutado en piedra labrada, que separaba el jardín frontal, del espacio público.

Por medio de la *Gramática de Casos* (Valle Gastaminza, 2002; Fitz Canca, 2001) examinamos el registro denotativo de la fotografía, que hacía alarde de los principios de orden, belleza, racionalidad e higiene. En el registro connotativo, encontramos que apelaba al carácter bucólico de su emplazamiento, acentuado por el retiro frontal y la presencia de árboles en su frente.

Ramos tuvo una oportunidad única de intervenir el espacio de la Plaza Independencia (llevaba adelante en paralelo la remodelación del emblemático espacio) y, al mismo tiempo, pudo delinear el frente construido como “borde” de ese espacio público. Arriesgamos que por esta circunstancia fue posible incorporar, tanto en la plaza como en el hotel, elementos comunes: el uso de la piedra en el murete perimetral, el carácter del jardín frontal, muy vinculado con los bosquetes de la plaza y el ascetismo del concepto, que liberaba toda la intervención de decorativismos innecesarios. La seguridad y serenidad a que refiere la construcción y la composición de la fachada, en el estudio de su *interpretación fisio-psicológica* (Zevi, 1998), activó seguramente mecanismos cognitivos en los receptores para alimentar exitosamente RS en torno de este alojamiento.

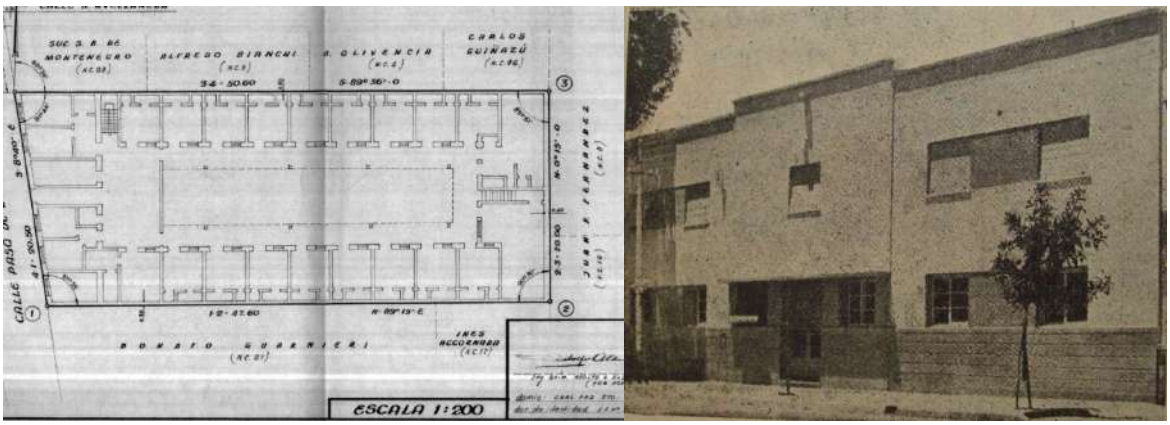


Figuras 78-79
Plantas y fachada del Hotel Argentino.
Fuente: Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza (plantas) - Dirección de Turismo, 1942, p. 3 (vista).



Figuras 83-84
Planta baja y 1º piso del Hotel City.
Fuente: Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza.

Figura 80
Axonométrica de proyecto para el Gran Hotel.
Fuente: Dirección de Turismo, 1942, p. 2.



Figuras 81-82
Planta baja y fachada del Hotel Orelo Park.
Fuente: Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza y Dirección de Turismo, 1942, p. 3.

El **Gran Hotel** anticipó una tipología de desarrollo en altura que no había sido explorada hasta el momento en la provincia, y constituyó un destacado proyecto para la calle Lavalle de la ciudad capital, arteria tradicionalmente vinculada a los cines y otros espectáculos, que ostentaba un perfil característico dentro de la ciudad.

La primera propuesta del hotel, presentada por la sociedad de Elcira Videla García de Schiappa de Azevedo, Jorge Alberto y Felipe Augusto Calle y Enrique Alberto Barvie, contaba con "subsuelo, planta baja y tres pisos; con calefacción y agua caliente central; y con un total de 75 habitaciones y 75 baños" (Vicchi, 1944, p. 383). Al año siguiente se presentó un nuevo proyecto, que ampliaba la capacidad del primero:

> (…) el edificio contará de dos subsuelos, planta baja, entre piso y cinco pisos, destinados a dormitorios: con calefacción central, aire acondicionado, teléfono y radio en todas las habitaciones; dotado de las necesarias dependencias e instalaciones de recepción, comedor, cocinas, lavandería, talleres, ropería, etc. Asimismo, se proyecta un «grill room», un «roof garden» y tres departamentos de lujo para familias. La construcción será totalmente antisísmica, los cinco pisos contendrán 90 habitaciones principales con baño y 15 habitaciones de segunda (Vicchi, 1944, p. 499).

La tipología de edificio en altura conquistó definitivamente con este planteo programático la resolución de un hotel en contexto urbano, logrando un mejor aprovechamiento de la parcela y mayor eficiencia a la hora de resolver sus instalaciones (calefacción central, distribución de agua fría y caliente, teléfono, etc.). Esta innovación sellaba definitivamente la relación entre edilicia hotelera y construcción en altura, en una escala y complejidad que nunca había sido abordada, con una superficie cubierta total de 7.862,68 m^2.

El lenguaje elegido para la expresión arquitectónica del hotel respondió al racionalismo, con fachadas despojadas de decoración, una modulación precisa y ritmada de las aberturas (Zevi, 1998) y algunas características propias de las obras ligadas a la AM: voladizos (en el remate del edificio, que denotaban un alarde tecnológico en el uso de hormigón armado; tanto en la resolución de los elementos de fachada como en su estructura resistente), composición de muros que, en la continuidad de su línea vertical, emergían a modo de planos sobre el nivel de la azotea, ventanas corridas en el bloque de planta baja (lo que propiciaba la relación visual interior-exterior) y la idea del *roof garden* o terraza-jardín.

El resto de la torre se articulaba en base a dos grandes volúmenes adosados y, si bien predominaba *el lleno sobre el vano* (Zevi, 1998) los elementos estaban plásticamente trabajados: a nivel del basamento, aparecía el bloque de las áreas comunes, el desarrollo del alzado se presentaba libre de decoración, y el remate de la torre, trabajado con planos horizontales y verticales. En la azotea, estos planos salientes emergían del tercio central del edificio, conformando el coronamiento, donde se ubicaba el letrero "Gran Hotel", con

preeminencia de la línea vertical en la composición de la fachada, que aludía a los principios de *persistencia e infinitud* (Zevi, 1998).

La imagen de este proyecto circuló en una guía turística editada por la DPT, y mostraba un edificio de escala monumental, en una situación de esquina en un sector comercial de la ciudad, de calles angostas, que generaba gran impacto en la percepción del espectador (Figura 80). Sin embargo, la imagen no muestra su entorno real y, en comparación con el proyecto, la escala del edificio materializado resultó menor.

La *sobriedad* de las líneas de composición, el *predominio absoluto de la recta* y la *preeminencia de formas cubistas* aluden a la decisión, la rigidez y la fuerza (Zevi, 1998), lo que dotaba al edificio de una imagen potente en su prefiguración representativa. Sin embargo, también es posible detectar cierta pérdida de carácter, como advierte Liernur (2004), por su alto grado de abstracción, lo que obligó a incorporar algunos elementos en el dibujo que vincularan la imagen con la figura del "hotel": el cartel con el nombre, es decir, la necesaria explicitación de la función y los parasoles a modo de toldos en el nivel superior del bloque de áreas comunes, sobre calle Lavalle, que connotan un uso vinculado al ocio.

Aludiendo nuevamente a Liernur (2004), encontramos que la monumentalidad, particularmente en este ejemplo, buscó dejar una marca propia en el registro visual de la calle y de la ciudad, es decir, instituirse como entidad "digna de ser recordada". La arquitectura adquirió en este ejemplo "el valor de monumento, de excepción en el tejido", a partir de ciertas estrategias compositivas identificadas por nuestro referente, que podemos detectar también en este hotel: la "distorsión proporcional, el empleo de rasgos clásicos, el apilamiento de masas, el uso de materiales lujosos y la repetición obsesiva de ritmos" (p. 275).

Este proyecto no se completó: sólo se construyeron dos subsuelos, planta baja, entrepiso y un piso alto. El inmueble permaneció deshabitado por varios años, hasta que fue comprado por el Estado provincial, que lo remodeló avanzada la década de 1970 para constituir la sede del Instituto Provincial de la Vivienda, función que alberga hasta la actualidad.[108]

El **Orelo Park Hotel** respondió a un encargo de Eugenio Orelo. Ubicado en calle Paso de los Andes, de la Quinta Sección de la capital, el edificio fue resuelto en una parcela de 50 m x 20 m, colmatando todo su perímetro y dejando libre el tramo central del solar, donde un amplio patio con una galería en sus cuatro lados vinculaba todas las

[108] Una comunicación personal con el arquitecto Juan Carlos Lemos (abril de 2019), quien tuvo a su cargo el proyecto de refuncionalización del antiguo hotel para adaptarlo como sede del Instituto Provincial de la Vivienda, reveló que los motivos que obligaron a frenar la obra estaban relacionados con la escasez de materiales de construcción (principalmente hierro) por el conflicto bélico en Europa.

habitaciones, rememorando las típicas casas mendocinas de principios de siglo (Figura 81). Con una superficie cubierta total de 1.178 m^2, el esquema se completó con dos cuerpos en planta alta, uno sobre el bloque frontal y otro sobre el bloque posterior. Ofrecía 36 habitaciones con baño privado y calefacción central.

Una nota de *La Quincena Social* a poco de inaugurarse el edificio, expresaba:

> En el centro aristocrático – Residencia ideal para familias. Típico patio mendocino. Departamentos de dos piezas, hall y baño y habitaciones modernas, todas con baño privado. Gran hall. Terraza solárium. Garaje anexo. Calefacción automática. Agua ablandada para todo uso. Cocina internacional. Abierto todo el año. (La Quincena Social, 1941, p. 32)

Esta cita da cuenta de los aspectos simbólicos que el discurso publicitario buscaba afianzar: la evocación del "típico patio" hace alusión a una tradición constructiva local, vinculada con la existencia de galerías en torno a patios, aún más, la idea del patio "verde" o ajardinado, con parrales que proveían de sombra. En la lectura de sus *códigos semánticos* (Eco, 2000), esta organización de la planta remite, como en otros ejemplos analizados, a una condición primitiva del habitar, dejando en evidencia cierta finalidad disruptiva en relación con la vocación modernizante de su fachada.

El discurso buscaba captar al receptor, por medio de una profusa descripción de los servicios y amenidades con que contaba el hotel, poblada de adjetivos calificativos. Por tanto, entendía al receptor como *paradestinatario* (Roig, 1993). Respecto de la *función utópica* detectamos un carácter *liberador de determinismo legal*, dado que la alusión a un elemento de fuerte raigambre en la cultura local, parecería contraponerse a lo que un hotel "moderno" debía simbolizar. Ubicado en un sector de la ciudad caracterizado por residencias de categoría, la publicidad hizo alarde de esta cualidad, como recurso distintivo de este hotel.

La fachada respondió a la AM, con una composición planimétrica en la que predominaba el *lleno frente al vano* (Zevi, 1998). Todas las aberturas a la calle se correspondían con los aventanamientos de los cuartos de huéspedes, y el acceso principal resaltaba por su posición central en la fachada, y por estar cobijado por una marquesina saliente. En la lógica compositiva, este tramo central se destacaba al estar avanzado y más elevado respecto del plomo general del muro y la línea horizontal del remate, donde el único recurso decorativo lo constituía una cornisa simple que perfilaba los planos. Además, un zócalo alto trabajado con una fuerte textura, en contraposición al acabado liso del alzado, permitía percibir la lógica clásica de la organización del paramento, repartido en base, desarrollo y remate (Figura 82).

La *expresión de la arquitectura* (Zevi, 1998) alude al orden y a la regularidad. La absoluta simetría expresa el control total sobre la forma arquitectónica; el ascetismo de su

fachada y la pureza formal podría referir a la idea de higiene, o a la claridad en su concepción, es decir, la representación mental por la cual todo lo superfluo debe evitarse (Eco, 2000). La calificación “apto para familias” simboliza el carácter de un establecimiento que buscaba diferenciarse por su confianza y buen nombre, a diferencia de “otros” que no presentaban este rasgo distintivo.

El **City Hotel** respondió a un encargo de María de las Nieves Puga, para un hotel ubicado en el centro comercial de la ciudad. Desarrollado en una parcela en esquina, en el cruce de las calles General Paz y 9 de Julio, la distribución de la planta resultó funcionalmente equilibrada, tanto en planta baja como en el nivel superior, disponiendo habitaciones para alojamiento en ambos. La única diferencia entre el bloque de planta baja y el de planta alta, es que el primero abarcó también las áreas comunes, como hall, portería, recepción, sala de estar, cocina y comedor.

El solar tenía 13,35 m sobre calle General Paz y 40,20 m sobre 9 de Julio, y el partido adoptado recostó toda la construcción sobre el frente de mayor desarrollo, es decir, sobre calle 9 de Julio, dejando una tira angosta sin construir a lo largo de todo el borde opuesto que, a modo de profundo patio, permitía la iluminación y ventilación natural de los locales ubicados en la contrafachada (Figuras 83 y 84).

Con un total de 577 m^2 cubiertos, este hotel ofrecía 28 habitaciones y 23 baños. Una publicidad de la *Revista Mensual BAP*, de 1942, destacaba su comodidad, reciente construcción y posicionaba a los viajantes y familias entre sus destinatarios (s. p.).

Si bien no hemos encontrado imágenes propias de su momento histórico, podemos inferir de la documentación arquitectónica, que las fachadas presentaban una concepción más bien planimétrica, y concentraba la articulación morfológica del edificio justo en la esquina, donde el bloque de planta alta evidenciaba la yuxtaposición de dos volúmenes, y el extenso balcón corrido con su vértice curvo oficiaba de alero a las aberturas de planta baja, incluso al acceso principal del hotel, de manera que la esquina se instituía como elemento *referencial* en la ciudad (Zevi, 1998).

Estos recursos permiten vincular el edificio con la AM, donde la curvatura de los voladizos y balcones se inscriben como vocablos característicos de ese lenguaje. La *sobriedad* de las líneas de composición y la *preeminencia de formas cubistas* aluden a la decisión, la rigidez y la fuerza; pero también a la eficiencia denotada por la posibilidad de iluminar y ventilar todos los locales, gracias a la presencia del patio posterior, que permitió adoptar un esquema de crujía doble, preocupación que no siempre encontró respuestas adecuadas en los planteos previamente analizados.

Lo expuesto hasta el momento permite concluir que, efectivamente, la década de 1930 representó un momento de profundos cambios en la edilicia hotelera. Por una pate, originado por las políticas públicas de fomento al turismo, con la sanción de leyes específicas. En segundo lugar y dentro del campo específico de la Arquitectura, por la consolidación de las corporaciones profesionales (al menos en el ámbito nacional), que contribuyó con la creciente difusión de ideas y obras, que circulaban en revistas especializadas. La actuación de arquitectos locales, posiblemente impactados por esas tendencias, sumado a una mayor especialización de sus quehaceres, con el aumento consecuente de injerencias (tanto en el campo técnico como político),[109] facilitó una renovación de las formas y tecnologías empleadas, aspecto evidente en muchas de las obras analizadas. Procederemos a analizar a continuación, la construcción del Sur de Mendoza como destino turístico.

3.4. Inversiones privadas y acciones públicas en la construcción turística del Sur de Mendoza

En 1928, un anuncio de la *Revista Mensual BAP* daba cuenta de un anteproyecto de hotel, a construirse en San Rafael, considerado “centro de una vasta región de brillante porvenir” (Progresos de San Rafael, 1928, p. 19). El artículo es revelador, dado que comenzaba a dar evidencias de la consideración de la ciudad sureña como destino turístico. De manera similar a lo ocurrido con la capital de Mendoza y el posicionamiento de la montaña y sus paisajes a inicios del siglo XX, en el caso de San Rafael esta caracterización apareció casi al finalizar la década de 1920, con el reconocimiento de la presencia de recursos susceptibles de explotarse turísticamente. De manera análoga a lo que sucedía en la capital provincial, la escasez de hoteles acordes a las nuevas necesidades y gustos era apremiante, situación que fue considerada por la revista como problemática.

El reconocimiento de la zona Sur de Mendoza había ido aumentando desde principios de siglo, principalmente por la existencia de afluentes termales (tanto en el actual territorio de San Rafael, como de Malargüe, departamentos que en ese tiempo componían una única unidad administrativa), reconocimiento que gozaba de consenso en amplios sectores de la sociedad.[110]

---

[109] Esta cuestión ha sido ampliamente abordada por Cirvini (2004), Raffa (2016, 2018a, 2020a y 2020b) y Raffa y Luis (2020).

[110] En la discusión del Plan de obra pública contemplado en la ley 1235, que previó la construcción de un parque en San Rafael, el diputado Santiago Castromán expresaba: “es una de las mejores ciudades de la provincia en cuanto a su trazado y ubicación. Tiene calles amplias, hermosas avenidas como la Mitre y San Martín. (…) tiene espacios muy lindos, como el río Diamante, y otros sitios donde la gente puede, en los días festivos, realizar sus «pic-nics» y fiestas, además de muchos lugares de recreo en sus alrededores (…)” (Provincia de Mendoza, 1939, pp. 1935, 1936).

Por citar algunos afluentes, nombraremos las fuentes minerales del Yeso, Pan de Azúcar, Cajón Grande Campanario, Sosneado, Aguas Amarillas, Cerro Bola y La Totora (en San Rafael), junto con las surgentes de El Peralito, Los Molles y volcán Peteroa-El Azufre (en el actual territorio de Malargüe) (Figura 85).

Respecto de la injerencia del Estado provincial en el fomento del turismo en el oasis Sur de Mendoza, encontramos un antecedente muy relevante en la gestión de Ricardo Videla: un proyecto de ley, tratado en la Cámara de Senadores en setiembre de 1935, buscaba declarar de utilidad pública y sujetos a expropiación los manantiales de aguas minerales existentes en los Molles y El Peralito, en las márgenes del río Salado.

Los fundamentos del proyecto de ley se apoyaban en la consideración de los manantiales como parte integrante del dominio público, por encontrarse a la vera de un curso de agua, sobre los que la Provincia ejercía absoluta potestad. El objetivo que la ley perseguía, consistía en la implantación de “un gran hotel sanatorium y de turismo”, para lo cual era necesario no sólo expropiar los terrenos de los afluentes, sino también “para la construcción de los baños, hotel sanatorium, canchas de sports y demás construcciones para el mantenimiento de las haciendas y animales indispensables para las necesidades del establecimiento” (Provincia de Mendoza, 1935, pp. 369, 370).

En segunda instancia, el proyecto buscaba llamar a licitación para la explotación de las aguas, que debía concretarse por medio de “uno o más edificios de hotel y balneario modernos, con capacidad total para no menos de 300 pasajeros e invertir en ellos no menos de $500.000 m/n”. El proyecto ponía en juego la capacidad del Estado de facilitar el acceso a un servicio público, en tanto debía preverse la “asistencia de enfermos, asistencia gratuita de pobres y las demás cláusulas referentes a la explotación que el Poder Ejecutivo considere útiles a fin de asegurar el máximo posible de beneficios para la salud y descanso de los pasajeros”, además, por supuesto, del fomento del turismo (Provincia de Mendoza, 1935, p. 370).

Los autores del proyecto, legisladores Julio César Raffo de la Reta y Carlos G. Puga, sostenían que la ubicación del futuro balneario estaba próxima al paso internacional a Chile, “por tres quebradas: Paso del Planchón, de Tinguirica y el Vado, que dan respectivamente a las provincias de Curicó, Linares y Molinas” de la república vecina. Además, agregaban que el gobierno de la Provincia había concluido un “magnífico camino” hasta las termas, y la Nación tenía prevista la construcción de un puente sobre el río Salado, lo que garantizaba el acceso al lugar.

Arriesgamos que la intención de este proyecto de ley buscaba recomponer quizás la oferta termal de Mendoza, dado que el aluvión de 1934 había inhabilitado gran parte del itinerario del Trasandino, y destruido parte del Hotel Termas de Cacheuta. La Provincia

sostenía un litigio con la empresa concesionaria y los servicios del balneario estaban paralizados, de allí que estas opciones del Sur eran apropiadas para ser integradas a la oferta del turismo termal. Los argumentos de los legisladores se basaban no sólo en la mejora de la oferta turística, sino en un deber del Estado, de asegurar a los más necesitados el acceso a un bien público; de manera análoga a lo que ellos entendían, era una de las funciones del Hotel de Cacheuta.

Este proyecto finalmente no tuvo éxito, pero el interés puesto en el lugar por la dirigencia del momento, culminó una fase de mejoramiento sistemático de ambos parajes, paradójicamente en manos de privados, como veremos en los apartados siguientes: en El Peralito se construyó el hotel Termas de Lahuen Có (según las fuentes relevadas, casi en simultáneo con la discusión del proyecto previamente aludido) y Los Molles había incorporado una oferta termal hacia 1930, con la mejora del camino y un hotel con baños, que aprovechaban las vertientes naturales de aguas calientes.

Las termas El Peralito (o Lahuen Có) estaban ubicadas en el valle del río Salado, sobre la margen derecha del río y en la zona cordillerana de las fuentes termales, cerca de Los Molles. Izuel rescata una publicidad de 1932 sobre este sitio, que ponderaba “la cantidad y bondades de sus aguas surgentes” y sus “cualidades curativas”. Además, refería a la “belleza panorámica del lugar” (Izuel, 2013, párr. 2). Ese año se inició la construcción de un modesto hotel, que atendía a los viajeros y ofrecía comida y alojamiento. Este edificio, que persiste actualmente, se componía de un bloque alargado, que alojaba hacia el Oeste la zona pública (comedor, estar) y hacia el Este las habitaciones para huéspedes y los cuartos de baño termales (Figura 86). Una publicidad de 1934 destacaba:

> Una temporada en estas termas, es retornar fuerte y fresco a su hogar o tareas. Las maravillosas bondades de sus aguas, la pureza de sus aires y sus espléndidos panoramas cordilleranos, hacen de «Los Molles» y «El Peralito» los lugares ideales para solaz y cura de sanos y enfermos. Vigorice el organismo y reponga las energías gastada por actividad o por dolencias. Salidas de San Rafael: martes y sábado a las 17 horas. (…). Este año el Sr. Vicente Zavattieri se ha hecho cargo de las afamadas termas «El Peralito» y «Los Molles». Su primera obra, que es de primordial importancia, fue dotarlas de comodidades y adelantos tan indispensables como: peluquería, fotografía, etc. Actualmente está en vía de ejecución la luz eléctrica, timbres y otras innovaciones que se distinguen por su funcionalidad práctica. Los mejores «Chefs» de cocina, verdaderos «cordon bleu» de la provincia, un inmejorable servicio de comedor, un cuerpo de bañistas, etc., son índice de un reajuste general y total reorganización para complementar las actuales comodidades en estos maravillosos establecimientos termales (*CITA*, 1934, s. p.).

El texto considera al receptor como *paradestinatario*, dado que el discurso buscaba captarlo (Roig, 1993). La cita estimulaba una acción concreta: por medio del uso del imperativo, exhortaba al lector a visitar el paraje y comprobar, desde la propia experiencia, las aseveraciones que constituían la línea argumental del anuncio. El discurso es, además, referencial y reiterativo, por lo tanto, se transforma en *discurso performativo*.

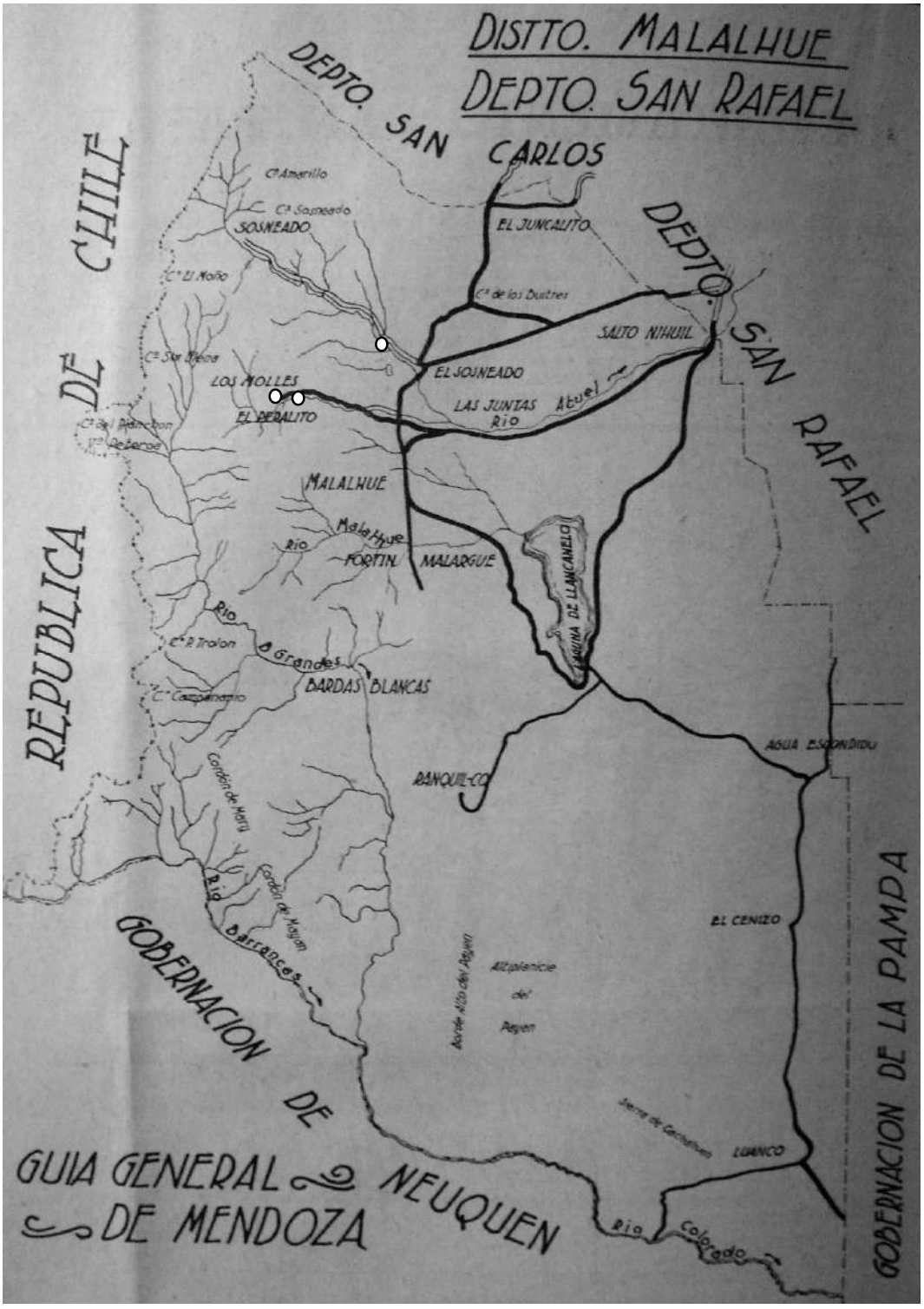


Figura 85

Mapa de recorridos turísticos en el Sur de Mendoza y afluentes termales de El Sosneado, El Peralito y Los Molles (destacados por el autor).
Fuente: Giménez Puga, 1940, p. 976.

Los fundamentos del discurso exhiben *funciones de apoyo*, dado que aluden a otro mensaje, considerado absoluto, que refiere a la bondad de las aguas termales sobre la salud humana, lo que, sumado al buen servicio hotelero (referido en las mejoras introducidas), resultaba en un programa de actividades altamente atrayente.

Algunos años más tarde se encargó de la concesión Víctor García, un reconocido corredor de turismo carretera, oriundo de General Alvear. Junto con su esposa, Esperanza Fernández, gestionaron el hotel "con gran éxito" (Nuestra historia, s. f.): se amplió el ala de habitaciones (a continuación de la existente) y se agregaron cuartos de reposo frente a los cuartos de baño.

García "mantuvo por muchos años la primera línea de colectivos que unía General Alvear, San Rafael y Los Molles, para el transporte de turistas hacia el hotel Lahuen Có" (Nuestra Historia, s. f., párr. 3). Sobre los servicios del hotel, Izuel relataba: "Siendo niña viajé varias veces con mis padres y lo que más recuerdo eran las empanadas, los chivitos asados y la sopa, todo riquísimo. A su muerte continuó su esposa ayudada por los hijos y a ellos le siguieron sus nietos" (Izuel, 2013, párr. 4).

Estilísticamente, el edificio se afilió al pintoresquismo historicista, con cubiertas a dos aguas en suave pendiente, resueltas a partir de rollizos de madera, tablas machimbradas y sobre ellas chapa sinusoidal de zinc. El acceso se hacía por una portada con arco rebajado, flanqueada por dos columnas y cobijada por un alero resultante de la prolongación de los planos inclinados de las cubiertas, que sobresalían respecto del plano del paramento. Toda la abertura del arco estaba revestida en piedra, al igual que el basamento de los muros de los cuerpos laterales. Sin ser un edificio lujoso, presentaba un aspecto rústico y familiar, acorde con el emplazamiento (Figura 87).

La secuencia de aventanamientos de los cuerpos laterales daba una idea de la rígida modulación de la planta, de manera que ninguna parte del edificio sobresalía más que el tramo central, que albergaba el acceso principal. La escala resultante era de muy bajo impacto, con predominio de la horizontalidad de la construcción, lograda por las techumbres de poca pendiente, y los elementos en piedra que promovían una conexión mimética con el lugar, pero al mismo tiempo manteniendo una cualidad destacable, dada por la mitad revocada y blanqueada de los muros de fachada. De allí que, a diferencia del ejemplo anterior, este edificio buscase destacarse de su entorno (Zevi, 1998). La F87 circuló como postal, lo que contribuyó a alimentar eficazmente RS en torno de este hotel. Suponemos que una destreza personal del concesionario, quien se desempeñaba como piloto de turismo carretera (Izuel, 2013, párr. 3), pudo contribuir al anclaje de RS, por la enorme difusión que activaba la realización de las competiciones, cuyo itinerario incluía este hotel como parada obligada del circuito (Nuestra historia, s. f.).

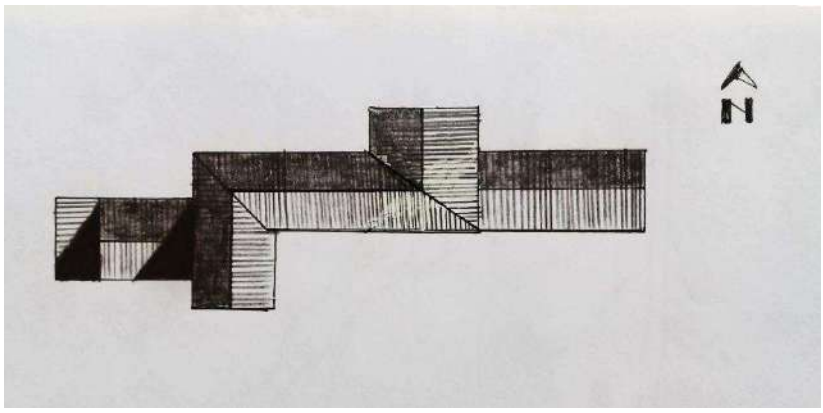


Figura 86
Planta de techos (hipotética) del primitivo Hotel Lahuen Có.
Fuente: dibujo del autor

Figura 87

Vista del Hotel Lahuen Có.
Fuente: www.todocoleccion.net

El segundo hotel que analizamos en la zona Sur estaba ubicado en el departamento de Malargüe, sobre las márgenes del río Salado, a 1700 m.s.n.m. Las **termas de Los Molles** eran conocidas por las propiedades de sus aguas, al menos desde principios de siglo XX (Empresa Explotadora Los Molles, 1930). La benignidad del clima y lo apacible del ambiente, hacían del lugar un sitio privilegiado para el disfrute de la naturaleza. La ubicación del primitivo hotel, a 200 km de la ciudad de San Rafael, y la precariedad del camino de acceso, dificultaban el arribo al paraje: "el viaje de ida se hace en automóvil desde San Rafael, empleando veinte largas horas en el recorrido" (Sangines, 1924, p. 32). La zona ofrecía al visitante "un conjunto de inesperadas y atrayentes bellezas naturales", como el Pozo de las Ánimas, la Laguna de la Niña Encantada, la Tumba del Indio y una variedad de lugares "que rivalizan para formar un conjunto de extraordinaria belleza, todo ello coronado con la majestuosidad de las cumbres nevadas y la tranquilidad del lugar" (Giménez Puga, 1940, p. 319).

El antiguo edificio (1916), según la visión de una cronista del diario *La Palabra*, dejaba mucho que desear a las necesidades de los viajeros:

> (…) Los baños que tan maravillosos efectos producen para la salud, son pozos de un sistema primitivo cuya data es muy antigua, el hotel es tan pequeño e incómodo, que bien podía ser calificado como un rancho al que los enfermos tienen que llevar todos los elementos de confort indispensables (…). Las incomodidades son llevaderas porque van compensadas con la hermosura del paisaje (Sangines, 1924, p. 32).

Según el relato de Julio Díaz, el hotel Termas de Los Molles fue construido por su padre, Fermín Díaz, en 1928 (EltreceTV, 2010), lo que significó el inicio de la explotación sistemática del lugar, con fines curativos y recreativos. La primera obra en beneficio de la explotación, llevada adelante por este pionero del turismo del Sur provincial, fue la mejora del camino (EltreceTV, 2010), consolidándolo en sus laterales por medio de la cimentación en base a pircas de piedra asentada y trabada sin mortero, para evitar desmoronamientos y el consiguiente colapso de la vía. Gracias a las mejoras introducidas, es que este hotel comenzó a explotarse exitosamente, a partir de 1930.

El nuevo edificio contaba con "las comodidades y el confort necesario en aquellas alturas", y ofrecía "amplios" comedores, "de ventilación y calefacción agradables y con amplias vistas a la montaña", dormitorios "cómodos y ventilados, disponiendo del número de camas indispensables, como asimismo de un moblaje adecuado" (Empresa Explotadora Los Molles, 1930, s. p.). El edificio de los baños se había construido sobre las seis vertientes naturales de aguas termales, constituyendo once piletas con temperaturas entre 36ºC y 48ºC. (s. p.) (Figura 88). La temporada de funcionamiento del hotel se prolongaba entre octubre y abril. Una publicación promocional, editada por la empresa concesionaria, expresaba sobre las piletas de baño:

> (…) se ubican en las mismas fuentes surgentes, con lo que ha conseguido una mejor temperatura y la garantía absoluta de sus efectos curativos. Tales piletas conservan los fondos naturales de los baños, en los que se encuentra depositado un extraño légamo que en su compleja y maravillosa composición posee, según opinión de eminentes facultativos, el secreto de más de una asombrosa cura (Empresa Explotadora Los Molles, 1930, s. p.).

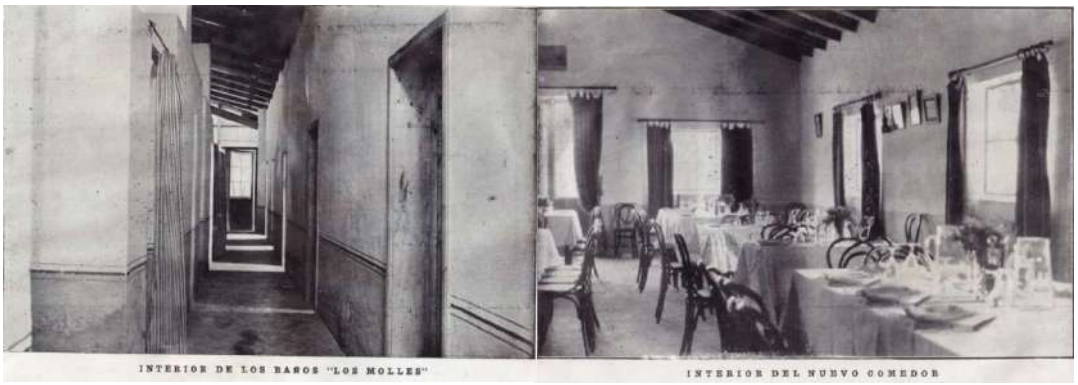
Entre los servicios del hotel, destacaba la comida, “sana y nutritiva”, lo que aseguraba al viajero un factor más que, “agregado a la vida a pleno aire y a los beneficios de las termas, es garantía de pronto restablecimiento para el más empedernido de los enfermos” (Empresa Explotadora Los Molles, 1930, s. p.). El servicio de comida era presentado en condiciones de “estricta y absoluta higiene”, controlada en todo momento por personal competente, que tenía por misión “hacer grata en todo momento la permanencia de los viajeros” (Figura 89). El hotel era ponderado como un establecimiento “modelo en su género”, y sus ventajas y real importancia, según la publicación, sólo era posible apreciarlas “residiendo una corta o larga temporada en el mismo” (s. p.).

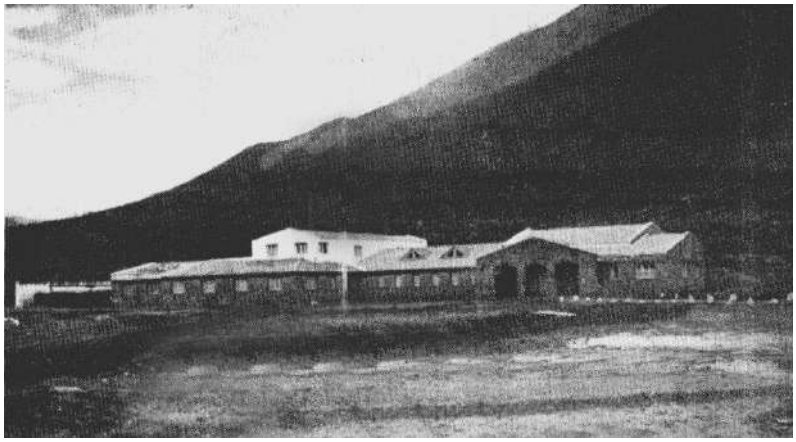
Las citas precedentes dan cuenta del carácter persuasivo del discurso, colocando al receptor como *paradestinatario* (Roig, 1993), al igual que en otros anuncios relevados precedentemente. Los *metacolectivos* se reconocen como *funciones de apoyo* en este caso, dado que sustenta gran parte del escrito en los beneficios de las aguas termales para la salud, discurso ampliamente difundido y aceptado en la época.

La *función utópica* se orienta a una componente *anticipadora de futuro*, en tanto el discurso se basa en una verdad que no se modifica, incuestionable a lo largo del tiempo. Es evidente, en cualquier caso, que la reforma introducida por su impulsor sirvió como argumento en sí misma que legitimaba el discurso de la empresa para la difusión del lugar. Estas acciones de mejora operaron, por una parte, para reforzar por medio de la contrastación los *fundamentos del discurso*. Por otra, sirvieron para dar sustento a la idea del carácter “imperecedero” del recurso termal, aludiendo en las crónicas y en la misma publicación de la sociedad concesionaria, al balneario existente “desde antiguo”, cuestión que distinguía a este hotel respecto de otros dentro de la oferta termal, y daba garantía de eficacia del efecto salutífero de sus aguas.

Respecto del edificio, la tecnología constructiva se sirvió de materiales del lugar, como la piedra y seguramente arena extraída del lecho del río Salado, para preparar los morteros. La piedra como elemento predominante se dejó a la vista en la mayor parte del hotel, mientras que en otros sectores (como la planta alta, o el edificio de los baños) se cubrió con revoque cementicio. Las estructuras de techos fueron conformadas por medio de tirantes escuadrados, generando cubiertas a dos aguas de chapas sinusoides, para minimizar la acumulación de nieve en época invernal.

En la conformación morfológica del edificio, predominaba la *línea horizontal* (Zevi, 1998), que remitía a lo constante y racional. Las aberturas dejaban entrever la disposición





Figuras 88-89-90
Vista del interior del edificio de baños (izq.) y comedor (der.), 1930 ca., y la mejora de 1940 ca.
Fuente: Empresa Explotadora Los Molles, 1930, s. p. (F88-F89) / Izuel, 2013, s. p. (F90).

Figuras 91-92
Fotografía familiar en el acceso principal (1950 ca.) y captura de vídeo del frente de uno de los comedores.
Fuente: s. d. (izq.) y EltreceTV, 2010, min. 06:57.

de las habitaciones a lo largo de extensos corredores, lo que daba una idea del *modo de vivenciar* estos espacios (Eco, 2000). A diferencia de otros edificios hoteleros en la montaña, observamos que éste no contaba con galerías, presumiblemente por la crudeza del clima y la fuerza de los vientos, aun en época veraniega. De manera análoga a otros edificios de montaña analizados, la piedra connotaba fuerza, arraigo al sitio, masividad y resistencia, frente al entorno hostil de la montaña.

La observación de las imágenes históricas permite confirmar que el hotel contaba con 20 habitaciones aproximadamente, distribuidas en sendos bloques, detrás y en un cuerpo lateral del bloque principal. En realidad, no se trataba de un único edificio, el anterior convivió con esta ampliación e incluso fueron agregándose otras construcciones. La historiadora María Elena Izuel confirma que, si bien Díaz realizó las obras de mejora, en realidad el campo era propiedad de Domingo Bombal, quien había entregado la zona en concesión a quien quisiera trabajar el hotel.

Emilio Chaumont se hizo cargo, hacia 1940, de la concesión y a cambio realizó refacciones, construyendo 25 habitaciones más con baño privado (Figura 90). José Teruel tuvo luego dos veces la concesión “y ayudado por sus hijas y uno de sus yernos, don Juan Tonidandel, amplió el hotel a 80 habitaciones con un hermoso comedor” (Izuel, 2013, párr. 12). La autora agrega que los baños termales estaban azulejados y tenían enfrente los cuartos para reposar. Existía, además, un consultorio atendido por un médico permanente, para controlar a los pacientes que querían tomar baños, junto con una farmacia.

Las imágenes precedentes dan cuenta de la relevancia que adquirió este hotel en el mapa turístico del Sur provincial. El análisis fotográfico (Valle Gastaminza, 2002; Fitz Canca, 2001) confirma que los recursos empleados en las fotografías publicitarias (las F88 y F89 provienen de una publicación promocional, la F90 de una postal), no difieren de los examinados en otros ejemplos montañeses: mostrar el hotel inmerso en su panorama, o configurar tomas que, desde un único punto de vista, permitían apreciar la totalidad del espacio. Al no incorporar la figura humana, el centro de atención se fija en la propia espacialidad y en los detalles del mobiliario y ornamentación de los locales. El comedor, sitio emblemático de sociabilidad, presentaba las mesas prestas a recibir comensales, connotando una ocupación o demanda “constante” del hotel. El orden, la higiene y el ascetismo de la decoración transmiten el ideal de un hotel austero, pero con todo el confort (Zevi, 1998).

Las fotografías históricas confirman el éxito de la empresa entre la década de 1930 y 1950 (Figuras 91-92). A ello se debió seguramente, la facilidad para acceder al lugar, también desde Buenos Aires: por medio de *tickets* combinados con el Ferrocarril Pacífico, se pusieron a disposición tres viajes semanales desde Retiro a San Rafael. Desde allí, los

pasajeros podían transportarse en ómnibus o por medio de un servicio especial de automóviles (Empresa Explotadora Los Molles, 1930, s. p.).

La F91 y F92 daban una idea del perfil del usuario del hotel, y las prácticas que se daban en sus espacios. Los usos relevados parecen confirmar que, en los primeros años de existencia, sirvió mayormente a personajes de género masculino, posiblemente por lo precario y alejado del lugar. Hacia 1950, comenzaron a circular fotografías familiares, incluso vehículos, lo que indica que estos nuevos destinatarios de las prácticas llegaban con mayor facilidad, debido a la existencia del camino carretero y definitivamente por la consolidación del uso del automóvil, acaecida desde la década de 1920 y con su apogeo en la de 1950, como veremos en el siguiente capítulo.

Las fotografías exponen dos situaciones corrientes en el hotel, la F91 retrató la llegada o salida de una familia al hotel, mientras que la F92 congeló el instante en que un grupo de huéspedes socializan en la entrada del comedor. En la primera fotografía podríamos arriesgar que la familia retratada provenía de una clase social media o media-alta, por la vestimenta de los personajes, mientras que en la segunda es más difícil asegurar la pertenencia, dado que llevan trajes típicos. Las sonrisas en los rostros y las poses descontracturadas podrían significar la captura de una instantánea en una situación espontánea, sin preparación previa. Las imágenes dan cuenta de los cambios en las modalidades del turismo que, como hemos anticipado, se vislumbran en los usos y en los protagonistas: las mujeres y los niños se incorporan paulatinamente a las prácticas turísticas, situación que alcanzará su máxima expresión en el peronismo, como veremos en el capítulo siguiente.

En ambas fotografías el edificio aparece como “escenario” de la toma y, dado que ambas imágenes provienen de archivos privados, refuerzan el carácter testimonial de las prácticas y los personajes involucrados en las mismas.

El **Hotel Termas del Sosneado**, finalmente, se ubicaba junto al río Atuel, sobre la ruta provincial Nº 220, a una altitud de 2180 m. s. n. m., a unos 60 kilómetros hacia el Noroeste de la localidad del Sosneado. En palabras de Martín Rostand (2014), el manantial, enclavado prácticamente al pie del volcán homónimo, “es seguramente reliquia de las grandes manifestaciones ígneas producidas en la región y se suma al importante inventario termal de la zona de influencia del río Atuel” (párr. 6).

Según Rostand, fue Alfonso Capdeville, fundador de la estancia El Sosneado, quien, en los orígenes de la explotación, instaló en el lugar algún tipo de infraestructura para utilizar ese recurso. De acuerdo con los antecedentes existentes, la realización de estas construcciones y el uso de las aguas termales “respondían al espíritu filantrópico de

don Alfonso, pues permitía el acceso libremente a todo aquel que necesitara beneficiarse con aquellas aguas curativas" (párr. 7).

En la década de 1930, la SA Río Atuel Limitada[111] adhirió a los beneficios de la primera ley, 1216/36, de fomento a la edilicia de hoteles. La norma expresaba que todos los hoteles, hosterías, restaurantes y establecimientos termales que se inscribiesen según el régimen establecido por la Reglamentación Provincial de Turismo gozarían de una rebaja del 50% de la patente anual que les correspondiere, además de incluir sus nombres, direcciones y tarifas gratuitamente en la propaganda y guías oficiales. Por medio de esta adscripción, fue posible la construcción del Hotel Termas del Sosneado.

La SA Río Atuel Limitada compró unas 350 has a la Sociedad Minera Argentina SA –SoMinAr, terrenos que incluían el sitio donde se emplazó el hotel y también la laguna del Sosneado. En abril de 1937, el Ministro de Industrias Romero Day, daba cuenta de una "gira" junto al arquitecto estadounidense Lyman O. Dudley, al Director Provincial de Turismo, al Director de Vialidad Provincial, al Director de Arquitectura de la Provincia y al sr. H. A. Williams Myrin, en representación de la SA Río Atuel. En la misma, los responsables de cada repartición y de la empresa se habían dedicado a estudiar las posibilidades de modificar el edificio existente en la estancia El Sosneado, para adecuarlo como hotel, y luego se habían trasladado hasta las termas (Cano, 1938, p. 147). En setiembre y por Decreto N°556/37, se declaró aprobada la ubicación y la propuesta edilicia para el hotel termal a construirse, por una suma no menor a $228.783,30 m/n, acordando una prima de $50.000 m/n, pagadera en cuatro cuotas de $10.000 m/n, y una última cuota de igual monto, al librarse al servicio público el edificio.

Junto con esto, el gobierno de la Provincia se comprometía, por intermedio de la DPV, a tomar las disposiciones necesarias para que el camino de acceso se mantuviese "en condiciones transitables para cargas de 3.000 kg durante el período de ejecución de las obras", y en condiciones definitivas de transitabilidad para cuando el hotel estuviese terminado (Cano, 1938, p. 272).

El edificio se asoció estilísticamente al pintoresquismo historicista, en una vertiente regionalista destacada por el uso de la piedra del lugar y techos a varias aguas de pronunciada pendiente (Figura 93). El hotel fue gestionado por la Compañía de Hoteles Sud Americanos, que atendía el servicio de los coches comedor y el bufete de las

[111] La SA Río Atuel Limitada estaba constituida, entre otros socios, por Pródromos Embirides y Edgardo Romero Day. Embirides "había desembarcado en la Argentina luego de la crisis de 1929, y desarrolló en San Rafael una próspera carrera comercial" (Rostand, 2014, párr. 12). Edgardo Romero Day era el cuarto y último hijo de Francisco Romero y María Mercedes Day. "Inició sus estudios de abogacía en la Universidad de Buenos Aires pero nunca los finalizó. Su gran pasión fueron los aviones y fue socio fundador de los aeroclubes de San Rafael, General Alvear, San Martín y Malargüe" (Romero Day, 2011-2012, p. 19). Tuvo durante años la concesión de la agencia Ford de San Rafael, fruto de su vínculo con Embirides (Rostand, 2014).

estaciones. El alojamiento se ofrecía por medio de la compañía en forma combinada con el pasaje de tren.

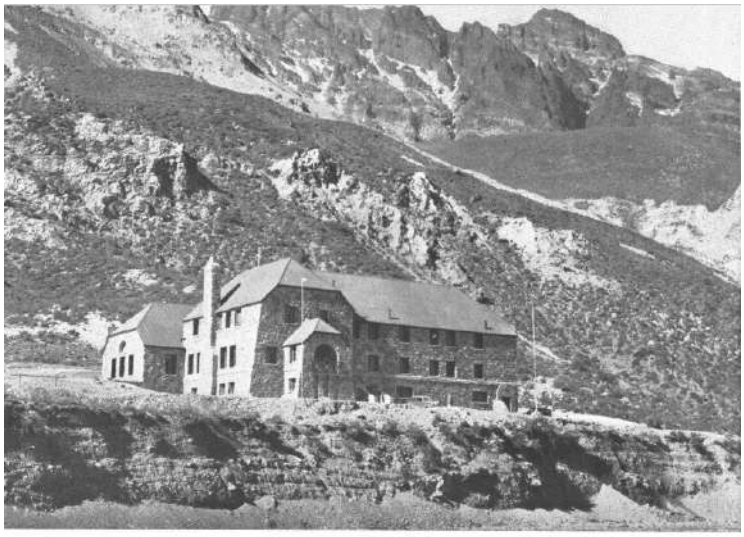
Su autor, Dudley, había proyectado varias residencias de fin de semana (incluso la suya propia) en la provincia de Buenos Aires (en Boulogne y en Maschwitz), demostrando gran destreza en el manejo de plantas articuladas, resultando en volumetrías dinámicas, acentuadas por el empleo de cubiertas a varias aguas, resueltas en teja, tejuela o paja, como terminación exterior.[112]

En un planteo que colocaba al hotel en el centro de la composición, Dudley dispuso de forma radial la piscina de aguas termales, la usina eléctrica que proveía energía al conjunto, tomando agua de un arroyo cercano, las casas para personal, edificio para la cochera y equipamientos menores (Figura 94). El edificio principal del hotel se organizó en tres niveles, a partir de un esquema en forma de C alrededor de un patio. Parte del subsuelo estaba destinado a los baños sulfurosos y contenía los cuartos para baños, con aguas termales bombeadas desde una vertiente natural, cuartos de reposo, consultorio médico, salón de espera, toilettes y dependencias de servicio. La planta baja estaba ocupada “por una entrada, el escritorio, la portería, un amplio *living room*, bar y comedor, office, cocina, despensa y lavadero”.

Tenía también “un ala de dormitorios y baños y una escalera principal que lleva al primer piso y a la sección de baños termales del subsuelo” (Dudley, 1939, p. 265). El primer piso estaba destinado a dormitorios y baños. La distribución en este sector comprendía un pasillo privado y un cuarto de baño cada dos dormitorios. En total, el hotel ofrecía 23 habitaciones para huéspedes. La singularidad del alojamiento radicaba en la posibilidad de “alquilar las habitaciones como habitación con baño privado, como dos habitaciones con un baño para ambas o como habitaciones simples dependiendo del cuarto de baño general” (Dudley, 1939, p. 268).

La propuesta arquitectónica ofrecía como novedad la posibilidad de incorporar “ensanches futuros de cualquiera de sus secciones independientemente”, como también de los servicios exteriores (piscina al aire libre, usina y garaje) (Figuras 94 y 95). Las fotografías del edificio revelan la imponencia y belleza del paisaje cordillerano, y la preeminencia absoluta del edificio con respecto al lugar elegido para su emplazamiento. Sin embargo, por el uso exclusivo de la piedra de la zona, y por el predominio del lleno

[112] Lyman Otis Dudley (Brooklyn, 1897) estudió en la facultad de Artes y Ciencias de Harvard y en la École Nationale des Beaux Arts de París. Realizó proyectos para Estados Unidos y Argentina, de los que destacan los edificios para el National City Bank of New York, Etam y Johnson. En nuestro país, trabajó en colaboración con el arquitecto Aberastain Oro, para numerosos proyectos en Mar del Plata. (Liernur ***et al.***, 2004, p. 220). Realizó proyectos vinculados al historicismo como también al racionalismo, en este último caso en obras diseminadas por el interior, muchas de ellas publicadas en números de la revista *Nuestra Arquitectura*, entre 1938 y 1944.



Una vista del hotel, desde el Rio Atuel. El establecimiento es propiedad de la Sociedad Rio Atuel Ltda.

Figura 93
Vista general del hotel, desde el río Atuel (1938). Fuente: Dudley, 1939, p. 264.

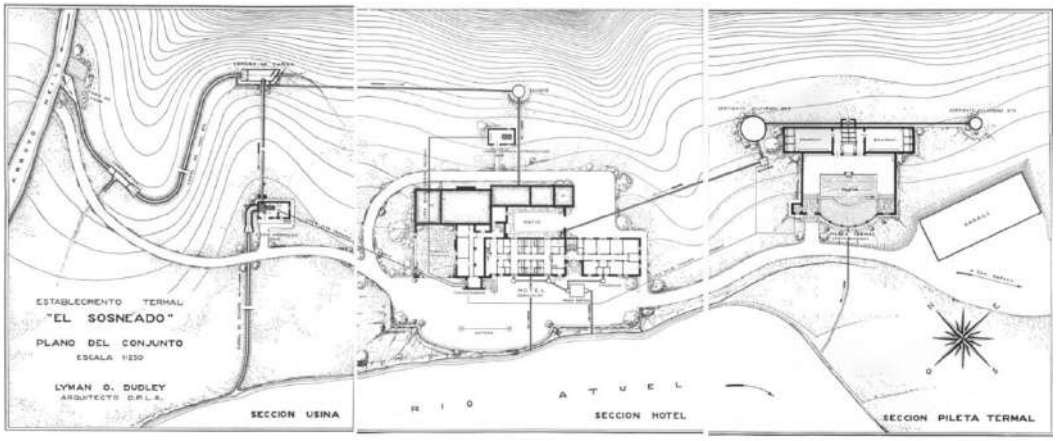
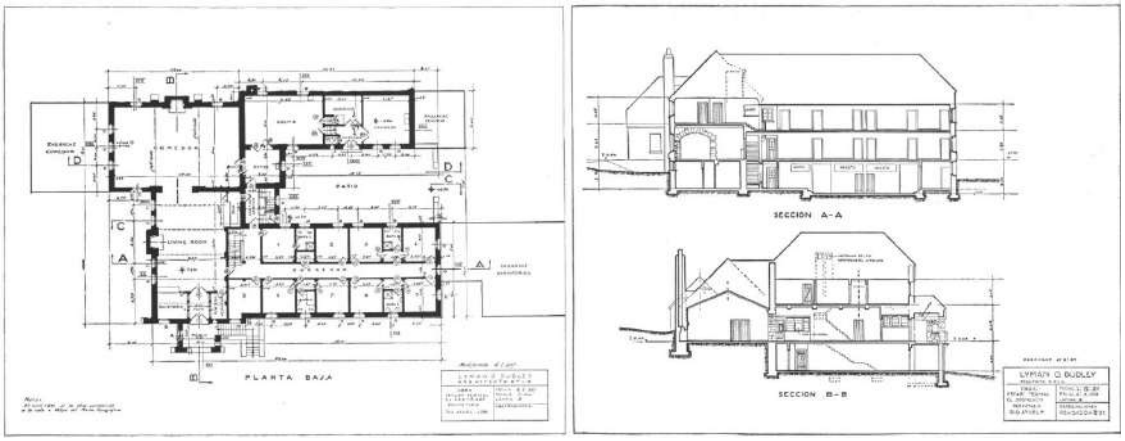


Figura 94
Planimetría del hotel Termas del Sosneado, la sección de la usina se ubicaba a 1,5 km al Oeste del hotel y la pileta termal a 150 m hacia el Este.
Fuente: Dudley, 1939, pp. 266-268.



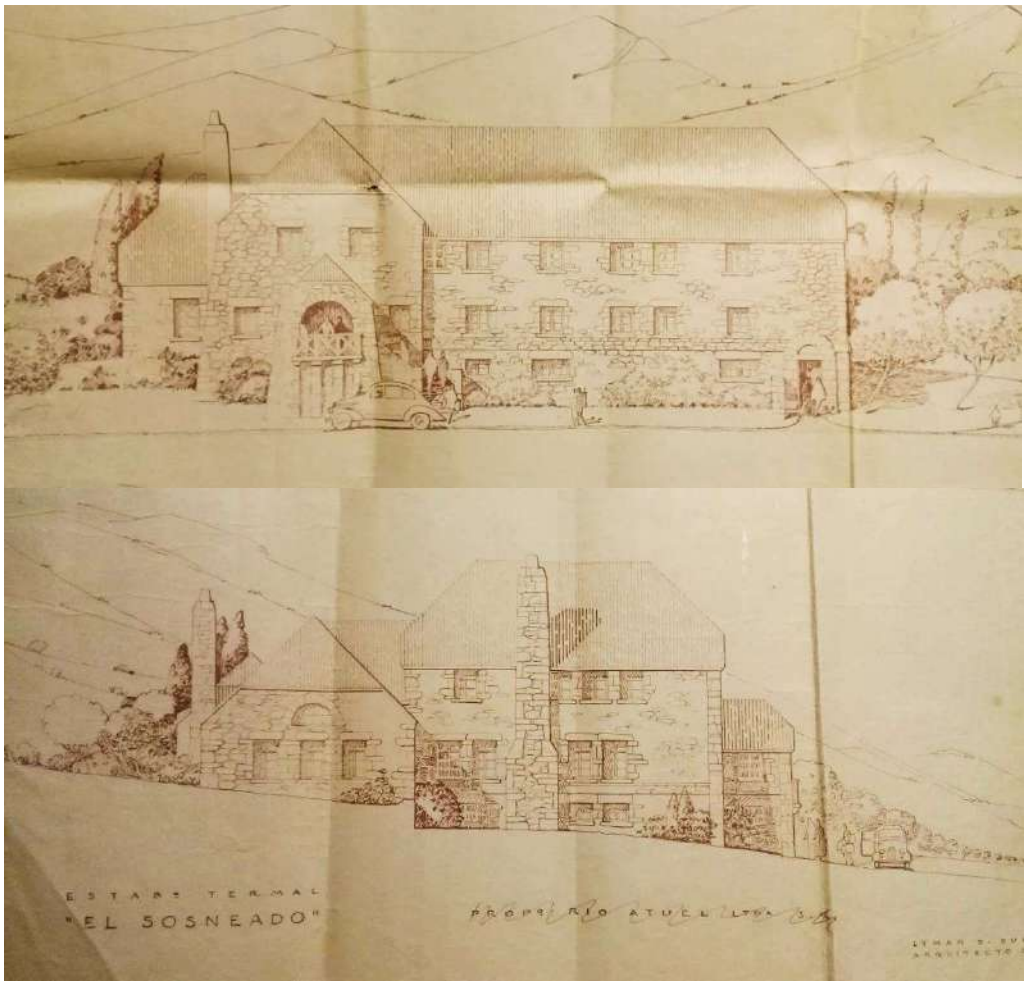
Figuras 95-96
Planta baja y secciones del edificio. En línea continua, las posibilidades de crecimiento de la planta.
Fuente: Dudley, 1939, pp. 265-270.

sobre el vacío, el edificio adquiría un carácter *mimético* (Zevi, 1998) con su entorno, resaltando únicamente los grandes planos inclinados de los techos. El *sistema de codificación* (Eco, 2000) de la arquitectura refería a un registro *semántico* que connotaba, desde el plano simbólico, un edificio capaz de soportar fuertes nevadas y de erguirse frente a la hostilidad de la montaña, transmitiendo los conceptos de fuerza, arraigo, masividad y estabilidad.

Si bien el proyecto de este hotel se concibió con un entorno próximo intervenido, con el objeto de hacerlo menos agresivo al visitante (cualidad que se desprende de las vistas del edificio y de algunas notas publicitarias relevadas en la prensa), la realidad demostró que fue muy dificultoso sostener forestación permanente en el lugar, a diferencia de lo ocurrido con otros valles de la cordillera (como Cacheuta, Potrerillos o Villavicencio), de lo cual deducimos que la incidencia de los factores climáticos naturales, sin atemperar, debió constituir una condicionante en el mantenimiento del edificio, y un factor de peso en la percepción *psicológica* de los visitantes (Tedeschi, 1972) (Figuras 97 y 98).

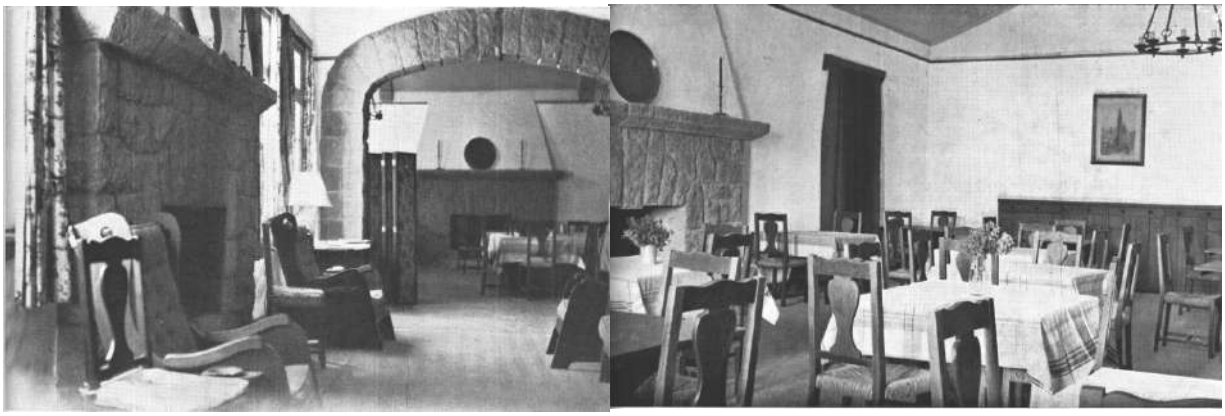
En cuanto al mobiliario del hotel, el mismo fue “proyectado y ejecutado especialmente para la obra, con un estilo rústico apropiado a la arquitectura del edificio y al ambiente que lo rodea” (p. 270) (Figuras 99 y 100). Como innovación tecnológica destacaba toda la red de distribución del agua termal en cañerías de fibrocemento con accesorios (llaves de paso y canillas) de madera dura, para “evitar el deterioro de las piezas debido al carácter incrustante y corrosivo del agua y la alteración de la composición química del agua curativa” (Dudley, 1939, p. 271). Además, el sistema de calefacción y la cocina funcionaban con la electricidad propia generada por la central instalada para servir al hotel.

Es posible que se hubiesen previsto, como en otros establecimientos de la cordillera, corrales para animales de granja y una huerta para el cultivo de vegetales y aromáticas. Respecto de las amenidades al exterior, el texto relevado especifica que se había instalado una estación de bombeo del agua sulfurosa, garaje general del establecimiento y una pileta termal al aire libre, “con su solario, vestuarios, administración y demás dependencias, incluso una playa de arena”. La empresa constructora Christiani y Nielsen, especializada en construcciones de cemento reforzado, fue la encargada de la obra, que se inició en diciembre de 1937 y fue inaugurada en diciembre de 1938. Las comodidades con que contaba el hotel incluían cocina eléctrica para 80 comensales, tanques intermediarios termoeléctricos para el suministro de agua caliente, instalación de luz, 50 radiadores eléctricos, bombas de agua, batería de 9 resistencias termostáticas para la graduación de temperatura de las aguas termales y servicios varios como limpieza por vacío, lavadero, planchado y refrigeración.



Figuras 97-98

Fachada principal y fachada lateral de proyecto del Hotel Termas del Sosneado.
Fuente: Decreto N° 556/1937. Expte. s. n. DPT. AGPM.



Figuras 99-100
Vista del comedor, el estar y la cocina del hotel.
Fuente: Dudley, 1939, pp. 271, 272.

Respecto de la construcción del edificio, se aprovecharon al máximo los materiales existentes en el lugar. Los cimientos y muros eran de mampostería “extraída del mismo terreno y asentada en mezcla de arena del río Atuel y cemento”. Las paredes “interiores y secundarias, tabiques, columnas, losas, dinteles, escaleras y tanques” eran de hormigón armado, confeccionado con arena y canto rodado del mismo río (Dudley, 1939, p. 272).

Como vemos, el hotel fue pensado para resolver la estadía en el lugar, con todas las comodidades, a pesar de la distancia a los centros poblados y las dificultades que esto acarreaba. Parte del discurso publicitario se apoyó en esta cualidad, destacando el empleo de materiales del lugar y la solidez de la construcción, capaz de hacer frente a los rigores del clima y el viento de la montaña. Una publicidad de la *Revista Mensual BAP* expresaba:

> El Sosneado. Termas Hotel. Departamento de San Rafael. Provincia de Mendoza. Ubicado en la Cordillera de los Andes a 2180 metros de altura sobre el nivel del mar. A inaugurarse en el mes de diciembre próximo. Las mejores aguas radioactivas y sulfurosas. Paisaje y clima ideales. Hotel moderno y confortable. Calefacción. Administrado por Compañía de Hoteles Sud Americanos Ltda. (…) (*Revista Mensual BAP*, 1938, p. 94).

Por otra parte, hemos relevado algunos folletos publicitarios del hotel, con una amplia oferta de actividades en el lugar, como en sitios cercanos:

> Con el propósito de facilitar el conocimiento del panorama de incomparable belleza que ofrece el Sur mendocino, la Dirección del Termas Hotel El Sosneado ha organizado con el auspicio de la Dirección de Turismo de la Provincia, cuatro excursiones, limitadas y económicas, cuya duración será de diez y siete días en las tres primeras y de veintiún días en la última. (…) La estadía en el propicio ambiente del Hotel dará la oportunidad de aprovechas las notables virtudes de sus aguas termales, sulfurosas-radioactivas, descanso reparador, desarrollo de paseos: Valle de las Lágrimas, Cueva del Indio, Salto de la Magdalena, Laguna el Sosneado, pesca en la misma de la famosa Trucha Salmonada, etc. Como broche final se conocerá la vieja e histórica Villa 25 de Mayo, las ruinas de su Fortín a las márgenes del río Diamante y se asistirá a una fiesta criolla. Contarán, los señores excursionistas, además con la cordial y segura colaboración de la Dirección del Hotel, para realizar excursiones extraordinarias a Malargüe, Pozo de las Ánimas, Laguna de la Niña Encantada, etc. (Termas Hotel El Sosneado. Donde renace la vida, 1949, s. p.).

El discurso relevado posiciona al receptor como *paradestinatario* (Roig, 1993), con fuerte carácter persuasivo, dado que busca captarlo. Es, además referencial y reiterativo, por lo tanto, se transforma en discurso performativo. Los fundamentos del discurso exhiben *funciones de apoyo*, dado que aluden a otro mensaje, sobre el que existía consenso común, sobre el beneficio de los baños termales para las afecciones del cuerpo y sobre la belleza de los parajes de montaña. Paisaje, clima y actividades se instituyeron como las temáticas más fuertes de las argumentaciones empleadas.

La adjetivación profusa en las publicidades permitía construir una imagen mental acabada de la oferta que el hotel proponía, instituyéndose como *discurso de autoridad* (Roig, 1993), reforzado por la alusión a la Dirección del Hotel y a la DPT, cuestiones que certificaban, por una parte, la veracidad de las aseveraciones vertidas en los textos, por

Figuras 101-102

Imágenes de la portada y del interior de un folleto promocional.
Fuente: Decreto N° 556/1937. Expte. s. n. DPT. AGPM.

otra, daban garantía de éxito en todas las instancias de sociabilidad propuestas. La *función utópica* del discurso refiere a una cualidad *anticipadora de futuro* (Roig, 1993), en tanto el discurso se basa en una verdad incuestionable, que no se modifica a lo largo del tiempo.

La construcción de la imagen mental del hotel fue apuntalada tanto por las fotografías, como por las ilustraciones de folletos de promoción, que reproducían los espacios interiores y exteriores del hotel, ahora en situación de uso, posicionando a los visitantes en el centro de la escena (Figuras 101 y 102). La *familia*, el *confort*, la *distinción* y posiblemente el *lujo* eran algunos de los ideales transmitidos en el folleto relevado. A ello, agregamos la *exclusividad* de las actividades propuestas, orientadas a un público muy específico, lo que se visualiza en las opciones de las excursiones, que no ofrecían en ningún caso estadías menores a 15 días, lo que ceñía el grupo de potenciales destinatarios a una clientela de altos recursos y buena disponibilidad de tiempo..

A continuación, abordaremos el caso de un edificio proyectado, aunque no ejecutado, a cargo del Estado Nacional: **la Hostería de Bardas Blancas**, proyectada en el marco de la ley nacional de promoción del turismo Nº12669/40. La localidad de Bardas Blancas se ubica a 66 km al Sur de la ciudad de Malargüe, a la vera de la RN nº40 y flanqueada por el arroyo Ranquil. En este paraje, último poblado antes de cruzar de Mendoza a la vecina provincia de Neuquén existía una hostería primitiva, que prestaba servicio de alojamiento y comida a los viajeros. La Dirección General de Arquitectura (DGA) del Ministerio de Obras Públicas de la Nación (MOP) desarrolló, por intermedio de su personal técnico, anteproyectos para hosterías de turismo a construirse en distintos puntos el país, en el marco de la ley nacional aludida precedentemente, que contemplaba la construcción de 25 hosterías (13 de ellas en territorios nacionales) y 7 hoteles en distintas ciudades de la República (Bruno, 2012, pp. 63, 64).

En febrero de 1943, la *Revista de Arquitectura* publicó en su número 266, en el marco de la celebración del IV Salón Nacional de Arquitectura y, entre otros trabajos, algunos de estos bocetos, uno de los cuales correspondía al de la hostería de Bardas Blancas.

La memoria del anteproyecto expresaba que se habían considerado "las condiciones climatéricas de la localidad como factores determinantes de la construcción" (Trabajos presentados al IV Salón Nacional de Arquitectura, 1943, p. 57). Por su condición de "paradero" y no de hotel de estadía, los autores habían decidido que el living fuese menos relevante en el planteo, en contraste con el comedor, espacio emblemático destinado a los viajeros.

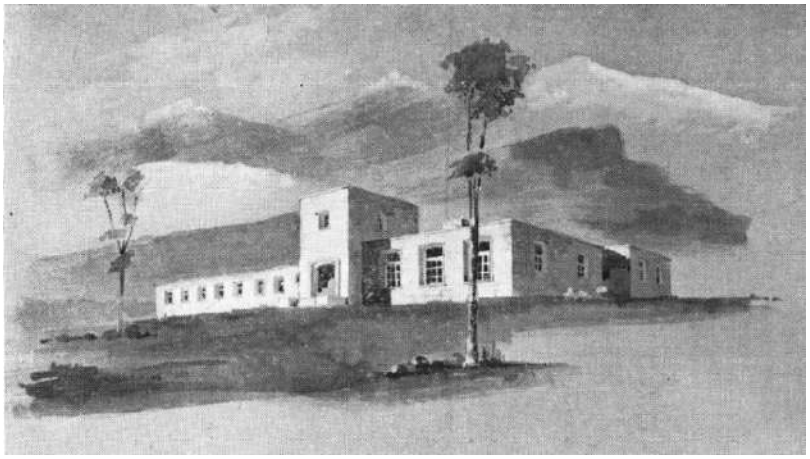
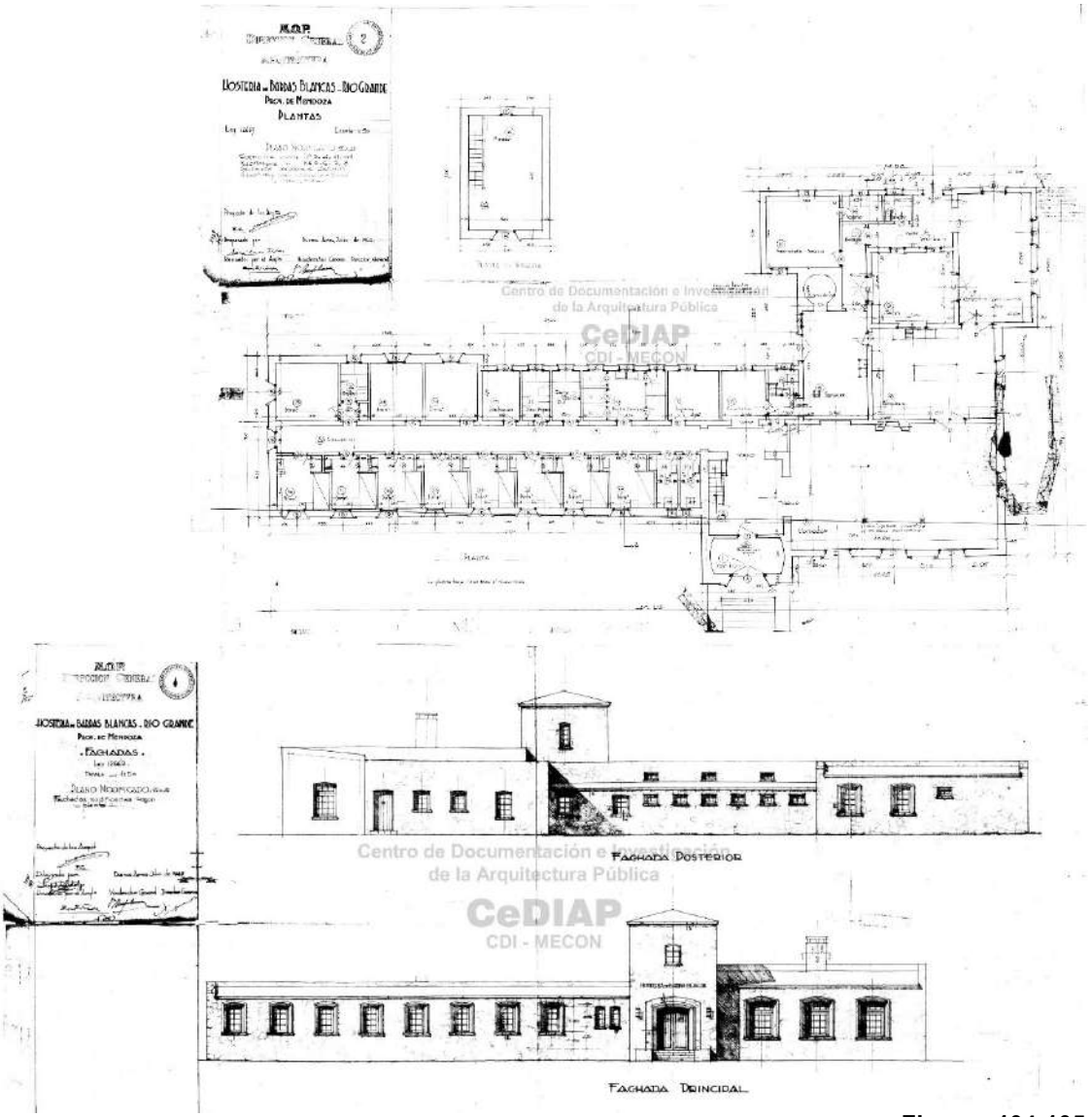


Figura 103
Axonométrica de la Hostería de Bardas Blancas.
Fuente: Trabajos presentados al IV Salón Nacional de Arquitectura, 1943, p. 57.



Figuras 104-105
Planta y alzado de la Hostería de Bardas Blancas.
Fuente: CeDIAP-AABE.

El edificio se había pensado con espacio destinado a "seis dormitorios chicos con dos cuchetas cada uno", otro "para cuatro cuchetas con baño privado" y uno de mayor capacidad, que podía tener hasta diez cuchetas (p. 57). Tanto los dormitorios como los ambientes de recepción estaban orientados al Noreste, de manera que tenían las mejores visuales del paisaje, que en ese punto era atravesado por el arroyo con el fondo de las montañas. Los autores declaraban que las formas de la arquitectura eran "absolutamente simples y rústicas" y estaban "a tono con el panorama, pedregoso y árido" (Figura 103).

La intención por responder a un requerimiento propio del lugar, en un contexto general de políticas públicas de fomento turístico, hacen de la propuesta (y de sus contemporáneas) un aporte valioso, dado que las fundamentaciones circularon en una revista de gran relevancia al interior del campo disciplinar, por lo que es muy posible que las aseveraciones vertidas por los proyectistas, alimentaran RS en torno de lo que "significaban" las hosterías de turismo en el elenco nacional, más allá de sus particulares localizaciones. Aún más, nos arriesgamos a suponer que los anteproyectos publicados, construidos finalmente o no (como en este caso), se instituyeron como modelos de "buena arquitectura" vinculada al turismo, con preceptos generales suficientes para atender necesidades bastante disímiles. El hecho que el nombre de los autores no figure en la publicación, pero sí su pertenencia institucional, da cuenta de la intención de los responsables de la agencia, de "mostrarse" como una oficina estatal eficiente, a tono con los problemas que aquejaban al país, y presta para ofrecer respuestas expeditas y fundamentadas, más allá de figuras o personalismos pasajeros.

El anteproyecto de la hostería en Bardas Blancas buscaba sin dudas mejorar y ampliar la capacidad de alojamiento y servicios asociados, en una zona muy alejada de los centros urbanos consolidados. La sola intención de implantar un edificio emanado de una agencia nacional, en una zona marginal, reporta desde lo simbólico una actitud novedosa, propia del período,[113] que buscaba transmitir la idea de la presencia del Estado como una realidad posible, hasta en los lugares más recónditos de la geografía nacional. La elección del sitio, a la vera de una ruta nacional, reforzaba la imagen del binomio turismo-automóvil como práctica deseable.

[113] Ver Raffa (2020a).

Parte 2
La construcción material y simbólica del paisaje. Asociaciones de la sociedad civil.

3.5. El paisaje y el territorio en el segmento 1932-1943: discurso hegemónico y materializaciones

El conservadurismo se caracterizó, tanto a nivel nacional como provincial, por la implantación de equipamientos e infraestructuras de múltiples escalas (Raffa, 2020a). En lo que respecta específicamente al desarrollo de vías comunicacionales, podemos afirmar que el continuo crecimiento del parque automotor fue uno de los factores decisivos que impulsaron la mejora de la red caminera provincial (Raffa y Luis, 2020): en 1914, la Dirección General de Estadísticas de la Provincia contabilizaba 18.106 vehículos matriculados, "de los cuales 286 eran automóviles y 30 motocicletas" (p. 148). Al finalizar la década de 1920, se evidenció un incremento notorio de vehículos, que "pasaron de 1.582 automóviles en 1922 a 9.445 en 1928".

En palabras de Raffa y Luis (2020), la extensión de la red vial se produjo "de forma complementaria a la comunicación territorial que había producido el ferrocarril" (p. 147).[114] Las autoras han observado que la construcción de puentes y caminos, a cargo de la DPV, fue una de las iniciativas más relevantes de la agencia estatal. Aunque la dependencia acusó un lento proceso de mecanización, derivado no sólo de la situación económica que acuciaban a la provincia, sino también por la modalidad de ejecución de las obras (que se contrataban "por administración"), las autoridades reconocían que existía una demanda progresiva de más y mejores equipos, "ante la creciente ampliación de la red caminera" (p. 154).

La concepción territorial de las políticas públicas en el conservadurismo ha sido ampliamente abordada.[115] Es interesante hacer notar que en el posicionamiento turístico de Mendoza convergían diversas problemáticas: explícitamente, se buscaba el embellecimiento de la ciudad, de manera que fuese "interesante para los viajeros observadores", de allí que era imperioso dotarla de "parques nuevos y mejoras en el Parque General San Martin" (p. 254). Sumado a ello, se dio especial relevancia a actividades colectivas, "como la cultura física del pueblo, mediante la construcción de canchas de deportes; piletas de natación y *stadium;* y la cultura general, en el proyecto de teatro al aire libre" (p. 254).

---

[114] Varios autores han investigado sobre el desarrollo de los medios de transporte, las vías comunicacionales y las transformaciones urbanas que trajeron aparejadas en Argentina, así como también sobre la creación de la agencia nacional que entiende en el tema. García Heras (1985) ha abordado los aspectos económicos de la difusión del automóvil en la Argentina en la primera mitad del siglo XX; Ballent (2005 y 2008) reparó en las construcciones simbólicas en torno de los caminos y en el vínculo ingeniería- Estado en la conformación de la DNV. Piglia ha indagado en la vinculación entre el ACA y el Estado en los años ´30 (2011a), en los orígenes de la política turística en argentina (2011b), en el rol de la Dirección de Parques Nacionales (2012) y en la tríada automóviles-ruta-turismo (2019). En Mendoza, la producción sobre la historia de las infraestructuras viales en el siglo XX está en desarrollo. Lacoste (2000 y 2013), ha analizado las vías comunicacionales en vínculo con la articulación económica, política y cultural entre Argentina y Chile, Ponte lo ha hecho desde la historia urbana de la Ciudad de Mendoza (2008). Recientemente, Raffa y Luis (2020) han abordado el derrotero de la DPV en sus primeros años, considerando la génesis de la agencia, su organigrama, injerencias y obras concretadas.

[115] Ver Raffa (2018a, 2020a y 2020b) y Raffa y Luis (2020).

Estas consideraciones dan una idea del espíritu de las políticas implementadas, concebidas de manera integral para propender al desarrollo material, que generaba puestos de trabajo de manera directa; pero también promovía el desarrollo espiritual y físico de la población, aspectos que fueron sistemáticamente abordados por las gestiones del período.[116] En este contexto, la cultura de la automovilidad adquirió una importancia fundamental. No sólo por el impulso dado por el Estado a las actividades, sino también –y en buena medida– gracias a la acción de asociaciones civiles que, fundadas en una confianza absoluta en la técnica, defendían la mejora y ampliación de la red vial y postulaban el ejercicio de ciertas prácticas, que promovían el intercambio social y turístico en estrecho contacto con los vehículos a motor.

3.5.1. Los clubes de automovilistas

La injerencia de estas instituciones fue muy relevante en el plano simbólico, dado que contribuyeron a la consolidación de la "cultura del automóvil", de la que el desarrollo vial, las asociaciones automovilísticas, el automovilismo y la práctica turística en vehículos motorizados, eran aspectos centrales (Ballent, 2005a). En Mendoza, además del Touring Club Argentino (TCA) y el Automóvil Club Argentino (ACA), tuvo cierta relevancia el Automóvil Club Mendoza (ACM), fundado en agosto de 1931, que perseguía facilitar el desarrollo de la vialidad y el turismo y fomentar el deporte mecánico en la región de Cuyo. El ACM contaba con 350 socios activos en 1940 (Giménez Puga, 1940, p. 587).

La importancia de estas asociaciones reside en el aporte que realizaron en pos de la mejora de las condiciones materiales de uso de los automóviles, y particularmente en "la difusión de un conjunto de hábitos, lugares, prácticas y valores" que ponían el foco en los nuevos vehículos a motor (Piglia, 2019, p. 12). Sus sedes locales[117] tuvieron, de forma análoga a sus pares nacionales, una importante tarea en la difusión de nuevas prácticas, junto con la exposición de demandas vinculadas, entre otras cosas, a la mejora material de los caminos y a aumentar las comodidades en las rutas troncales provinciales, como la instalación de surtidores de combustible en distintos puntos de los itinerarios (Figura 106): en enero de 1933, *El Volante de Cuyo* daba cuenta de la instalación, por parte de YPF, de

[116] Ver ley 1351/39 "Reembolso de las cantidades adelantadas en cumplimiento de la ley 1235/36", que reajustaba las partidas contempladas en el Plan de Obra Pública y legislaba sobre la emisión de Títulos de deuda pública interna (Tratado en Raffa, 2020a).

[117] La *Guía General de Mendoza* (1940) reseñó ambas instituciones. El TCA-sede Mendoza, estaba presidido por Leonardo F. Napolitano, quien se desempeñaba además como director periodístico de *La Quincena Social.* La institución tenía como propósito "agrupar a los turistas no sólo de la provincia sino de todo el país" (Giménez Puga, 1940, p. 574). Entre los beneficios que ofrecían a sus asociados, figuraban un seguro contra accidentes, franquicias policiales, por las cuales los socios recibían 24 a 48hs. de plazo para responder ante infracciones simples, oficina de informes sobre caminos, automovilismo, vialidad y turismo; descuentos en comercios del país, planos de caminos, rutas e itinerarios, oficina jurídica para asesoramiento de los socios, biblioteca, auxilio mecánico, campings y servicio médico permanente, entre otros (p. 575). La flamante filial del ACA ofrecía salón de lectura en su sede social, bufet, peluquería y estación de servicio (p. 588).

Figura 106
Portada de *El Volante de Cuyo*, que registró el momento de inauguración de los surtidores de combustible en localidades de alta montaña.
Fuente: Inauguración de los surtidores YPF en Uspallata y Puente del Inca, 1933, s. p.

sendos surtidores de combustible en Puente del Inca y Uspallata, con presencia de representantes de la prensa, de las instituciones automovilísticas y algunas familias de lugareños (Inauguración de los surtidores YPF en Uspallata y Puente del Inca, 1933, s. p.). *La Quincena Social* expresaba en una nota de portada:

> Gracias a las gestiones que en su debido tiempo y con empeñosa actividad llevó ante las autoridades de la provincia, la delegación local del «Touring Club Argentino», se ha iniciado la reconstrucción de los caminos de la campaña, adoptándose, para tales fines, el sistema recomendado en la actualidad como el más perfecto en suavidad y duración. Dicho sistema es el de hormigón sin armadura de hierro, en contrapisos de probada resistencia. Se inició el trabajo en el carril que une a Godoy Cruz con Luján, habiéndose completado hasta la fecha más de dos mil metros. Terminado este camino, se continuarán los trabajos en el carril que une a Godoy Cruz con Maipú, por lo que en breve tiempo será dotada una importante zona de la provincia con dos vías de comunicación al estilo de las que se construyen en Norte América y con las que tanto se galardonea.(…) Comprobado el fracaso del macadam, sistema de caminos generalizado hasta hoy en Mendoza, es oportuno sugerir la conveniencia de que toda obra caminera que en lo sucesivo se realice, sea adoptando el tipo moderno a que hacemos referencia. (…) En su totalidad (…) la red de caminos de la provincia se encuentra en pésimas condiciones. Debe, pues, procederse a un plan de reconstrucción completo y uniforme, tomando por modelo el tipo que es más bonito, más económico y más durable (…) (Caminos modernos, 1930, pp. 1, 2).

El texto precedente da cuenta de la injerencia que el TCA tenía sobre la agenda de la repartición estatal. Las “sugerencias” respecto de cuestiones técnicas en la ejecución de caminos, que la asociación civil efectuaba a la repartición estatal, daban los resultados esperados. La legitimación que fundaba el discurso del TCA partía de la contrastación con el caso estadounidense, tomado como referente indiscutido en materia vial de ese momento histórico. Por otra parte, se evidencia un tono de denuncia en el discurso, al remarcar el mal estado de la red vial y la obligación del Estado de atender el asunto.

El empleo del adjetivo “bonito” en alusión al viario, en el discurso relevado, expone un posicionamiento innovador de la asociación, que no asumía solamente un rol de peso en cuestiones técnicas o constructivas, sino también desde lo simbólico: el camino remitía a algo más profundo. Sostenemos que la connotación vinculada con el empleo de este adjetivo se sustentaba en la práctica del viaje, del desplazamiento de un lugar a otro, sobre una carretera que proporcionase ciertas comodidades al automovilista: un andar suave, una experiencia atrayente, la excitación de lo sensible. Todos los aspectos vinculados con el viaje tomaban especial dimensión: el movimiento, la velocidad, el transcurso del tiempo, la percepción del paisaje y sus colores, etc.

Desde el análisis del discurso propuesto por Roig (1993) entendemos que la cita posiciona al receptor como *paradestinatario*, dado que el discurso busca captarlo. El discurso es referencial y reiterativo, por lo tanto, se transforma en discurso performativo. Los fundamentos del discurso exhiben funciones de apoyo, porque alude a otro mensaje, considerado absoluto, en este caso la eficiencia y calidad del sistema norteamericano de construcción. La *función utópica* del discurso refiere a una cualidad *anticipadora de futuro* (Roig, 1993), en tanto el discurso se basa en una verdad que no se modifica, incuestionable a lo largo del tiempo.

Si bien el TCA había iniciado algunas gestiones con representantes del poder político, la constitución formal de la filial mendocina se dio por asamblea, en el local de la Liga Solidaria Argentina, en marzo de 1930. El presidente *ad hoc* de la asamblea, Rómulo Yegros, expuso, entre otras cosas, sobre "lo que atañe a la política de vialidad y de turismo que debe de seguirse en el país, consultando los intereses de las diferentes fuerzas activas que intervienen en el progreso general" (Delegación local del TCA. Lo tratado, 1930, s. p.). Su alocución refiere nuevamente a lo que, obligatoriamente, la construcción de caminos debía atender, sumado a la necesidad de involucrar a las instituciones de la sociedad civil con injerencia en el asunto, para contribuir con la tarea. El binomio red vial-práctica turística se constituyó como idea destacada de su exposición.

La nómina de conformación de la primera comisión directiva del TCA Mendoza, podría confirmar la tesis de la permeabilidad de conceptos entre la asociación y los organismos del Estado, en nuestro caso la DPV, que se hizo eco de varios de los reclamos formulados por el TCA.[118] Entre sus integrantes estaban Enrique Del Castillo como vicepresidente, quien además era el representante de la Sociedad inmobiliaria Schaffhausen, que administraba el Plaza Hotel; José Benito de San Martín en el rol de vocal, quien se desempeñaría como intendente de la Capital a partir de 1941; Emilio López Frugoni, también vocal, a cargo del Ministerio de Economía, Obras Públicas y Riego en la gestión de Videla y que luego asumiría como director de la DNV entre 1941 y 1943; Juan Carlos Alurralde, hermano de quien ocuparía la cartera de Economía, Obras Públicas y Riego, en la gestión Corominas Segura y Arnold Etchebehere, administrador del Hotel Villavicencio. [119]

[118] Del mismo modo, Piglia (2011a), postula la existencia de personajes "bifrontes" con actuación en el ACA y en paralelo en la DNV, donde sus vocales "eran funcionarios rentados del gobierno, pero también eran el nexo con las instituciones de las que procedían, (…) lo que les daba la posibilidad de impulsar y facilitar sus propios proyectos" dentro de la asociación (p. 160).

[119] Nómina completa: Presidente, Francisco Garaycochea; Vicepresidente, Enrique del Castillo; Secretario, Antonio Ordoñez Riera; Prosecretario, Pedro Rosas; Tesorero, Manuel Guerrero; Protesorero, Tte. Cnel. Arturo Malmierca; Vocales: Pedro Benegas, Jorge Vera Vallejo, Leonardo F. Napolitano, Heriberto Gibson, Pedro Elorza, Ambrosio Arizu, Ángel Funes, Pedro R. Benegas, José B. de San Martín, Tiburcio Zapata, Blas Bonahora Igarzábal, Jorge Calle, César Berri, Roberto T. Saravia, Enzo Berri, Emilio López Frugoni, Juan Carlos Alurralde, Alfredo Beltrán Plos, Luis Barbet, Arnold Etchebehere, Carlos Stondl, Vicente Vargas Videla, Diego A. Merlo, Carlos Bax y José S. Cortavarría (Delegación local del TCA. Lo tratado, 1930, s. p.).

La II Conferencia Nacional de Turismo en Mendoza, celebrada entre el 22 y el 29 de febrero de 1930, generó grandes expectativas. Según *El Volante de Cuyo*, revista editada por el Centro de Protección de Choferes de Mendoza, la Conferencia se llevaba adelante en simultáneo con las excursiones de la "Semana de Turismo", y daba cuenta del gran interés despertado por la excursión automovilística a Mendoza, proveniente de Buenos Aires, que contaba "con numerosos inscriptos" (La II Conferencia Nacional de Turismo suscita gran expectativa, 1930, s. p.). La crónica resaltaba las ventajas que se derivaban de la realización de la Conferencia:

> Plantear y dilucidar los problemas que más de cerca interesan al país, del punto de vista turístico, por medio de la acción concordante entre los representantes de la Administración Pública e instituciones particulares y comerciales. Conocer el criterio de los poderes públicos, especialmente en materia vial, provocando la mejora y construcción de carreteras en consonancia con los adelantos de las distintas regiones territoriales. Fomentar el uso del vehículo automotor en sus diversas facetas y el hábito del turismo, contribuyendo así al conocimiento de los pueblos entre sí y al intercambio material y espiritual de los mismos. Convertir el turismo en modalidad corriente, propendiendo a la creación de medios adecuados de comunicación y al establecimiento y difusión de alojamientos confortables en los sitios frecuentaos por los viajeros. Estimular los viajes a los centros o sitios pintorescos, señalando y perfeccionando rutas que faciliten el tránsito cómodo hacia los mismos. Propender a la rebaja equitativa de las tarifas ferroviarias, de navegación y aéreo-náuticas para el transporte de vehículos automotores y turistas y todo lo que se relacione con la mayor propagación del turismo en general. Abrir nuevas vías de riqueza y civilización, distribuyéndolas en todas las zonas del territorio de la República, a fin de que estas prosperen con unidad entre sí, aun de las regiones más apartadas. Proporcionar a propios y extraños el acceso fácil y confortable aun en los más agrestes paisajes de la naturaleza que son también bellezas dignas de ostentar. Conservar y cuidar la flora y fauna del país en toda su integridad, manteniéndolas en sus propis características, para que sirvan no sólo de esparcimiento ocasional sino también de elementos de investigaciones instructivas (La 2ª Conferencia Nacional de Turismo suscita gran expectativa, 1930, s. p.).

La cita precedente es elocuente respecto de varios aspectos que hemos ido trazando en el texto de este apartado: la vinculación vialidad-turismo, el trabajo mancomunado del Estado con asociaciones civiles, los beneficios económicos del desarrollo del turismo, la relevancia de la edilicia hotelera para la actividad, la distribución de equipamientos en todos los territorios del país, la valoración del paisaje, no sólo desde un aspecto meramente estético, sino como depositario de flora y fauna nativa y el fomento de la instrucción y la actividad científica a partir del estudio de recursos naturales locales.

En este contexto, una delegación del ACA-sede central llegó a Mendoza, para colocar una placa conmemorativa en el Cerro de la Gloria lo que, arriesgamos, sirvió como antecedente para la expedición hacia Chile en automóvil, que se hizo al año siguiente, con el objeto de "confraternizar con sus colegas de allende la cordillera" (La reciente excursión a Chile por el ACA, 1931, s. p.). A la sazón, se colocó un cartel señalizador que indicaba, a modo de hito, el punto fronterizo entre Argentina y Chile, sobre el itinerario entre Buenos Aires y Santiago, iniciativa que fue muy celebrada en ambos países.

Lacoste (1997) ha historiado el vínculo carretero entre Argentina y Chile: el primer cruce de la cordillera se hizo empleando el túnel del Trasandino, en marzo de 1923. En 1925 "siete autos realizaron la hazaña, y en 1926, no menos de ochenta" (p. 206). El autor

sostiene que la iniciativa privada se adelantaba al Estado en la apertura de nuevos medios de transporte que enlazaban el Oeste argentino con Chile, de lo que se desprende que, en el contexto que analizamos, la actividad de las asociaciones civiles sumada a la gestión de la DPV sazonó un caldo de cultivo favorable, que apalancó mayores acciones en torno del turismo y la vialidad, lo que confirma el interés despertado en amplios sectores de la sociedad y de la dirigencia política.

De la expedición a Chile en automóvil, uno de sus protagonistas, relataba:

> En ese tiempo (1927) ni hubiéramos podido pensar, en emprender un viaje automovilístico a través de la gran Cordillera: desde Uspallata hasta Puente del inca, no existían más que enormes precipicios que hacían imposible el tránsito de todo vehículo que no estuviese dotado de alas. La necesidad de facilitar el mutuo conocimiento, amistad e intercambio de dos grandes pueblos, de un origen histórico común y conscientes del brillante porvenir que les señalara el destino, condensaron en un esfuerzo común; la propaganda del Automóvil club de Chile y Automóvil y Touring Club Argentino, ante los pueblos y gobiernos respectivos, hasta verse vencida la mole inmensa, que atravesara en un esfuerzo titánico el general San Martín y su Glorioso Ejército de Los Andes (Cunietti, 1931, s. p.).

Como esta excursión, hemos relevado otras que, ponderando las ventajas del vehículo automotor, promovían el conocimiento de los parajes de montaña: el Cristo Redentor, la estancia de Uspallata, la laguna de Horcones. En todos los casos, los expedicionarios daban datos específicos sobre el hospedaje disponible, panoramas y lugares históricos a observar, tiempo de desarrollo de la travesía, estado del camino y exigencias a que se sometía al vehículo (referido por ejemplo al motor y las cubiertas) y sus cuidados (*CITA*, 1936), sentando precedentes para quienes quisiesen imitarlos. La cita transcripta resume el espíritu de ese momento, teñido por un sentimiento de panamericanismo, de confraternidad entre las naciones, del valor de la historia compartida por ambos países, y de la relevancia del ACA y del TCA para la consecución de un objetivo, también común: el fomento del turismo internacional. No menos importante resultaba la posibilidad de alcanzar este objetivo (y en general llegar a sitios de montaña a los que anteriormente se accedía sólo en ferrocarril) por medio del transporte automotor: el vehículo particular evidenciaba un decidido posicionamiento en las prácticas turísticas, sobre todo en el público masculino.

Respecto del ACA, fue muy relevante la construcción, en el radio céntrico de la ciudad, de un equipamiento destacado en la integración de Mendoza con el resto del país: la sede y estación de servicio del ACA, proyectada por el arquitecto Antonio U. Vilar.

Moretti *et al*. (2016) sostienen que el vínculo entre el ACA, YPF y la DNV, surgió de la necesidad de YPF de contar con aliados estratégicos para la venta de sus productos. En 1935, la petrolera suscribió un convenio con el ACA, para resolver, entre otras cuestiones, el problema de la distribución de naftas elaboradas por la compañía (p. 9). El convenio

YPF-ACA funcionó como un instrumento de demarcación territorial, por lo que la acción de la DNV en este juego fue fundamental (Figura 107). El plan se sustentó en la implantación de estaciones de servicio en ciudades y zonas rurales, localizadas sobre calles o rutas relevantes, de manera que el acceso a los productos de la petrolera estatal fuese más directo, al tiempo que debía enmarcarse en un contenedor (edificio) de particulares características. La sede de Mendoza fue inaugurada en abril de 1940, en el marco de actividades previstas dentro de la Fiesta de la Vendimia de ese año.

La revista *Nuestra Arquitectura* publicó, en enero de 1943, la obra de la sede social y estación de servicio de la ciudad de Mendoza, en un terreno en esquina, en la Avenida San Martín y Amigorena, próxima al "kilómetro cero".[120] El planteo, resuelto en una tipología en L, ubicaba en planta baja una extensa cochera sobre el frente en calle Amigorena, de poco tránsito, y detrás la zona de servicios: fosas, lavadero, taller mecánico, gomería y depósito. En la esquina, sobre Av. San Martín, se resolvió la bomba de nafta con las playas de acceso y salida. Hacia el Sur, ubicó el *hall* público que conducía a planta alta y las oficinas de la filial Mendoza. En planta alta dispuso las dependencias de la sede social, bar, peluquería y salón de lectura, con la previsión para ampliar el garaje en ese nivel, sobre la tira existente en planta baja sobre calle Amigorena. En el segundo piso, se plantearon los dos departamentos para jefes, "similares a los de Córdoba" (Estación de servicio, garaje y sede social Mendoza, 1943, p. 45). La nota destacaba el hecho que Mendoza constituía un centro receptivo de turismo proveniente de Chile, lo que evidenció en el programa de necesidades, una propuesta de ampliación. Para ello, dio cuenta de la adquisición de un terreno contiguo sobre Av. San Martín, que había permitido expandir incluso la bomba de nafta, con un acceso adicional desde esa importante arteria. La ampliación del edificio incluyó en planta baja la oficina de servicios y locales sanitarios, mejoras en la filial local e incluso la incorporación de una "futura oficina de turismo provincial e internacional" (p. 47).

La Quincena Social (1930) se instituyó como vocera de las acciones del TCA y del ACA, posiblemente derivado del doble ejercicio de Leonardo F. Napolitano, como director periodístico de la revista y como presidente de la comisión directiva del TCA-filial Mendoza. Desde la revista, se destacaban las cualidades locales (incorporadas ya al acervo representacional predominante) y el puente que las dos organizaciones podían alzar en favor del desarrollo turístico y vial:

[120] El kilómetro cero designaba en Mendoza, el punto en que la Ruta Nacional N°40 se dividía en dos: RN 40 Norte y RN 40 Sur, elegido por encontrarse la ciudad en la mitad del recorrido, coincidente en la trama urbana con el cruce de las Avenidas San Martín y Sarmiento.

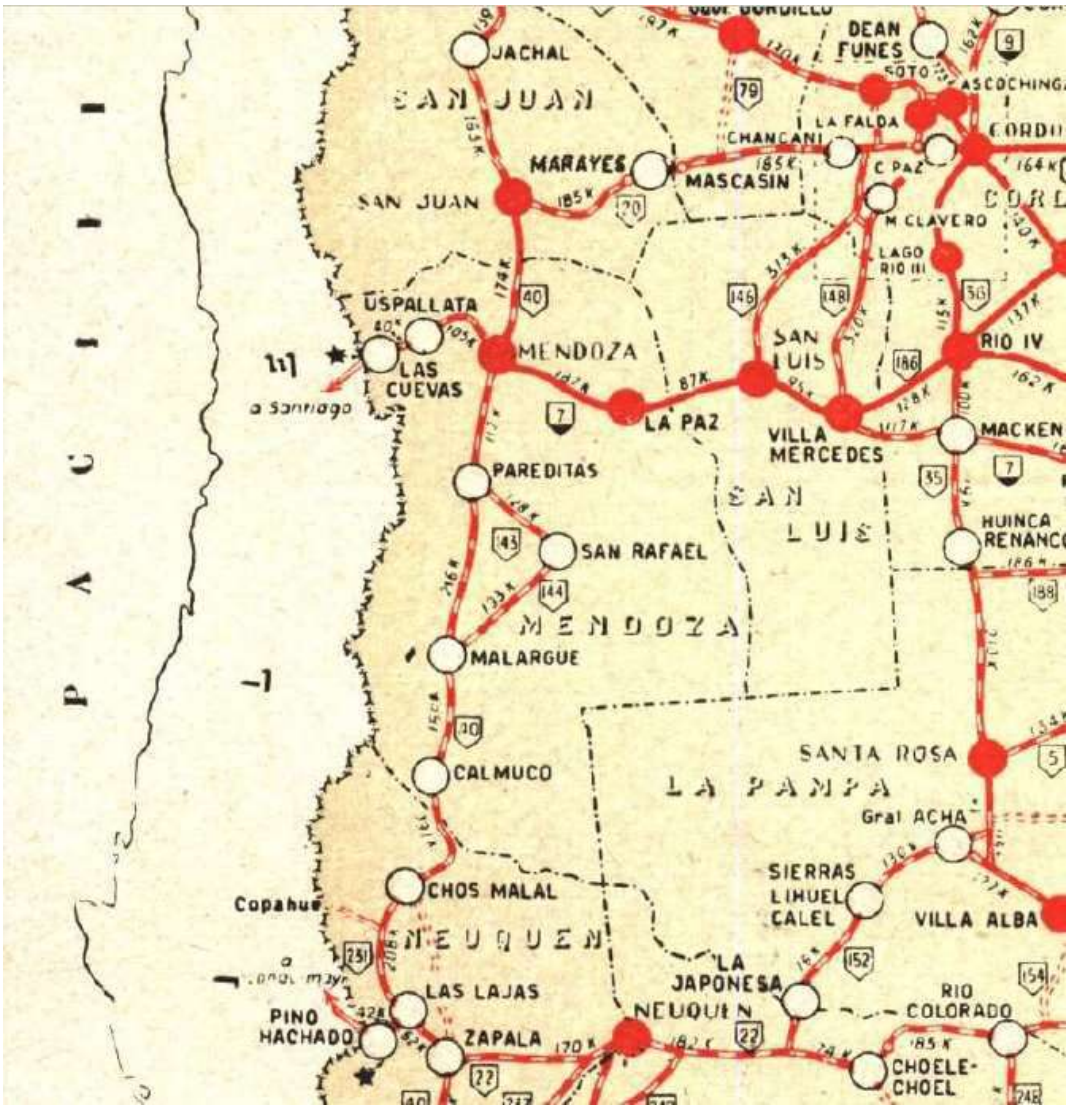


Figura 107
Sección correspondiente a Mendoza, de la red de estaciones implantadas por el ACA.
Fuente: Ubicación de las estaciones de servicio del ACA, plan ACA-YPF, 1943, p. 2.

> Las renovadas actividades del turismo que viene fijando su atención en la región andina, evidencian un simpático movimiento de opinión que ha tardado en producirse. El Touring Club Argentino y el Automóvil Club en una porfía generosa y patriótica se han empezado a preocupar y a comprobar que Mendoza con sus termas salutíferas, sus regios hoteles, sus paisajes y panoramas maravillosos en el valle y en la montaña, sus caminos, el desarrollo del alpinismo, las bellezas imponderables de Cacheuta, Puente del inca, Villavicencio, y el confort que hoy puede brindar nuestra capital andina al turista exigente y de buen gusto, hacen de nuestra región una magnífica estación de invierno (El turismo en la región andina, 1930, p. 1).

Sumado a las *representaciones hegemónicas* (Moscovici, 1988) que circulaban desde principios de siglo sobre Mendoza (referidas a sus afluentes termales, sus paisajes cordilleranos y la práctica de deportes de invierno), el discurso relevado da cuenta de otras cualidades que, lentamente, se iban sumando a ese acervo simbólico. Por una parte, la diversificación del turismo de invierno que, como veremos en el próximo apartado, allanó definitivamente la incorporación de la montaña ya no como objeto de contemplación o disfrute estético, sino como espacio relevante para la práctica de deportes y como sede de actividades turísticas, más allá del termalismo consolidado desde principios de siglo. En segunda instancia y asociado a este concepto, activó una prefiguración de la montaña, que adquirió impulso como repertorio de *geosímbolos* (Giménez, 2001), es decir, como escenario de hechos destacados de la historia y la cultura local. Esta condición traspasaba, al mismo tiempo, el ámbito local; para instituirse como referente de la cultura nacional, es decir, asumir una *forma objetivada,* con relevancia para todos los habitantes de la República y, por ende, digno de ser conocido. Finalmente, el hecho de considerar el desarrollo vial y el “confort que hoy puede brindar la capital”, en los discursos de promoción, dan cuenta del posicionamiento de las asociaciones civiles, que operaban en favor del desarrollo turístico, de manera complementaria a las acciones de gobierno.

En este sentido, la dirigencia local cobijó las demandas emanadas de las asociaciones civiles automovilísticas en relación con el turismo y las vías comunicacionales y, propendiendo a un desarrollo general del comercio y la industria, desplegó un vasto plan de acción en todo el territorio provincial. En el aspecto netamente publicitario, activó campañas de promoción a través de las guías de viaje, ensalzando los atributos de Mendoza y sus particularidades, con el propósito de diferenciar la oferta local, de la de otros destinos nacionales consagrados.

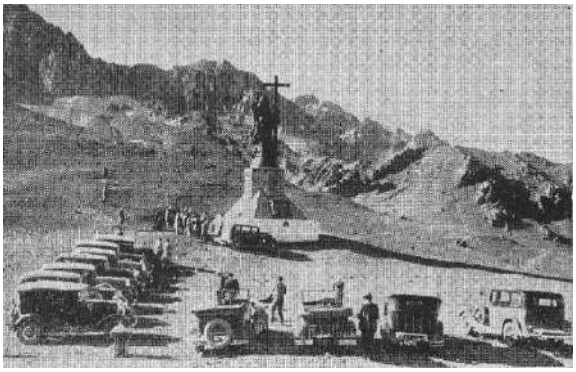
3.5.2. Las representaciones operantes en el discurso oficial

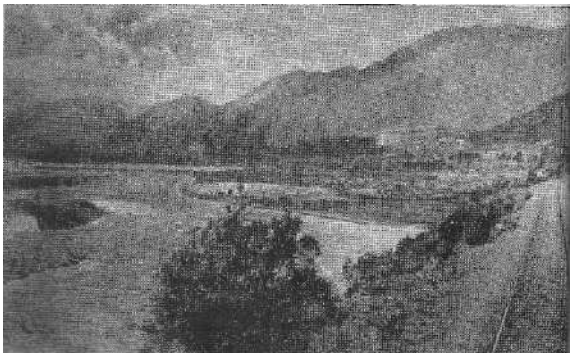
La construcción simbólica del paisaje, además de la labor concreta de extensión de la red vial llevada adelante por la DPV, se hizo patente en los textos de las guías de viaje emanadas de la DPT, álbumes de difusión o guías de viaje de asociaciones de la sociedad civil, que publicaban información suministrada por la repartición estatal.

La Guía Anual de Turismo Cóndor, publicada por primera vez en 1934, con información proporcionada por el Ministerio de Industrias y Obras Públicas de la Provincia, publicitaba excursiones que, en ese momento, vinculaban con localidades de montaña, balnearios montañeses y afluentes de aguas termales: ofrecía un mapa plegable de la ciudad de Mendoza (elaborado por la Dirección de Obras Públicas), con los itinerarios Mendoza-Uspallata-Cristo Redentor y Mendoza-Potrerillos. Entre las imágenes relevadas, destacaban los paisajes de montaña: la ruta internacional a Chile, el valle de Potrerillos, el Cristo Redentor y el camino de caracoles a las termas de Villavicencio (Figuras 108-109-110).

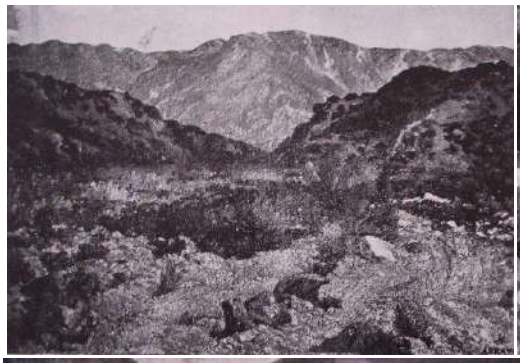
Las imágenes referidas a hoteles destacaban el hotel y balneario El Borbollón, Puente del Inca y sus baños termales y el antiguo hotel de Villavicencio. La guía no ofrecía imágenes de otros hoteles, aunque sí algunos anuncios de media página o de página completa de texto (llamativamente ninguno referido a hoteles de la capital provincial).

El *Álbum de Mendoza*, de 1939, fue otra de las publicaciones que estimuló el cúmulo representacional de Mendoza, concebida territorialmente, como destino turístico. Además de los textos descriptivos, destacaba la profusión de fotografías de gran tamaño, de sitios que habían sido “turistificados” para la ocasión, es decir, ensalzadas sus cualidades, para potenciarlos como destinos dignos de visitarse. Con reseñas en el aspecto geográfico, histórico, cultural, político, comercial e industrial; pretendía mostrar a la provincia como destino progresista y acreedor de múltiples y variados paisajes: a las emblemáticas fotografías del Parque General San Martín y la montaña (que mostraban valles y ríos cordilleranos, cascadas; práctica de esquí, camping, “alpinismo” y la ruta a Chile en invierno), sumaba imágenes del desierto lavallino (La Asunción y Lagunas del Rosario) y de las serranías de Luján de Cuyo (La Crucecita). Como factor de progreso enunciaba la labor de la Compañía de Electricidad de los Andes, y presentaba fotografías de los talleres tranviarios en Av. San Martín y de la usina de Cacheuta. El Álbum dedicó gran cantidad de páginas a la celebración de la Fiesta de la Vendimia, mostrando a las reinas elegidas desde 1936, y una galería de imágenes que revisitaban los desfiles en el Parque, como también la celebración de la coronación anual de la Reina de la Vendimia.





Figuras 108-109-110
Imágenes representativas de Mendoza, publicadas por la Guía Anual de Turismo Cóndor.
Fuente: Casa Flichman, 1936, pp. 10-22.



Figuras 111-112-113-114
Fotografías de las pinturas presentadas en la exposición de la DPT.
Fuente: Morey, 1939, s. p.

Pero lo que más llama la atención de esta publicación, es la construcción simbólica que expuso del paisaje mendocino, desde las artes plásticas: Fidel de Lucía, Roberto Azzoni, Antonio Bravo, José Alaminos, Rafael Cubillos, Vicente Lahir Estrella, Julio Ruiz, José Casucci, Julio Suárez Marzal y Fidel Roig Matons fueron los representantes de la "pléyade de artistas" que, bajo el aura protectora y auspiciosa de Fernando Fader, plasmaron en óleos y xilografías los valores tipificados de los paisajes locales.

Los nombres de las obras, que habían sido expuestas en una muestra realizada en la sede de la DPT y (algunas de ellas) en el XXVIII Salón Nacional de Buenos Aires, dan una idea del conjunto de figuras simbólicas que se buscaba difundir: "Paisaje de Benegas", "Río Seco", "Fundación de Mendoza", "Ovejas serranas", "Nieve", "Caserío de Lunlunta", "Poema de Cuyo", "Pan nuestro de cada día", "La Casita" y "Paisaje de Uspallata". Advertimos que el listado selecciona intencionadamente un conjunto de valores considerados "propios" y simultáneamente de carácter universal, que operaban en favor de la construcción representacional que identificaba a Mendoza (Figuras 111-112-113-114): el trabajo, la historia provincial (evocada en la fundación hispánica y en la Gesta Sanmartiniana), la montaña como representación del mundo natural y lo rústico como expresión de lo local, fueron configurando los *paisaje artísticos* a que alude Giménez (2001), alimentando las RS en torno de los paisajes que era "esperable" encontrar en Mendoza.

Seguimos al autor, en sostener que las pinturas publicadas se instituyeron como *símbolo metonímico* del territorio no visible en su totalidad, en segunda instancia, señalaban la diferenciación y el contraste entre los territorios en diferentes niveles de la escala geográfica, destacando su supuesta *personalidad* o *tipicidad*.

Por su parte, la guía de la DPT de 1942 presentaba en la primera página una fotografía del edificio de la agencia, en Av. San Martín, y seguidamente un plano que mostraba las conexiones de las "principales rutas del Litoral a Mendoza". Luego de exponer una nómina de hoteles urbanos, con información sobre tarifas, ubicación y servicios, ofrecía una reseña de la ciudad, con los lugares que "debían" visitarse: destacamos de ellos la Bandera de Los Andes, el camarín de la Virgen del Carmen, los museos de Bellas Artes y de Historia Natural, el Parque San Martín, el Solar de San Martín, la Alameda, la Biblioteca San Martín y la Universidad Nacional de Cuyo. Es interesante que algunas obras públicas de reciente ejecución se incluyeran en esta nómina: las Casas Colectivas, el hogar Madre Obrera y el balneario Playas Serranas.

En una doble página presentaba monumentos relacionados a la Gesta Sanmartiniana (monumento a Canota, grupo escultórico del Cerro de la Gloria y pórtico de

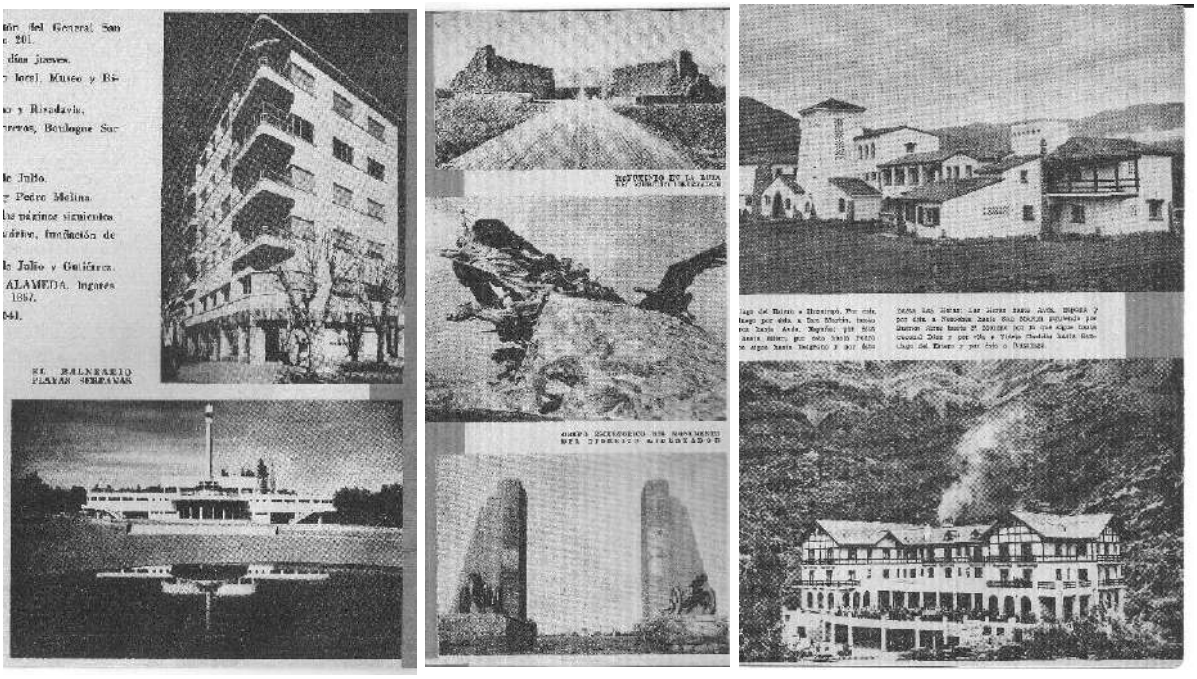
acceso al Campo El Plumerillo), junto a los hoteles de Potrerillos y Villavicencio, destacados en fotografías de media página cada uno (Figuras 115-116-117). Seguidamente expone otros sitios con aguas termales (natatorios en Cacheuta y El Sosneado), junto a fotografías del camino internacional a Chile y testimonios gráficos de la práctica de deportes invernales. Sin lugar a duda, las imágenes sugerían prácticas espaciales que, generadas por el poder político en nombre del nacionalismo, activaron desde la evocación una selección de paisajes particulares, para instituirlos como "característicos" del territorio provincial. Como ha advertido Piglia (2011b) el caso mendocino suscribía a un conjunto de principios que también observaba la administración central en lo referido a la gestión turística: en primer lugar, se propendía a una turistificación "de lugares previamente seleccionados como «bellezas», de acuerdo con criterios estéticos canónicos, y a su similitud con paisajes consagrados (…)" (p. 71).

En segundo lugar, se verifica que, con la ayuda de una adecuada promoción surgida del Estado, era posible convertir en atractivo turístico, tanto un atributo natural, un rastro de la historia nacional, un testimonio de la modernización, como también la propia obra de gobierno, actitud propia de la dirigencia del momento para legitimar sus políticas (Raffa, 2020a).

Como vemos, estas publicaciones presentaron al territorio mendocino como una red articulada de puntos de interés, de los que destacaron en los primeros años de la década sólo los destinos de montaña, para incorporar paulatinamente los destinos suburbanos y rurales (característica que ya se observa en el ciclo que analizamos). Una conferencia sobre el turismo pronunciada en el Centro Mendocino de la Capital Federal, por Laurentino Olascoaga, resaltaba su concepto social e interés económico:[121]

> (…) El turismo metódicamente organizado tiene una finalidad superior y completa, puesto que debe comprender a todas las clases sociales y profesionales, como difusión de cultura física y mental; el concepto moral tiene también una influencia poderosa (…). El descanso campestre en forma de «*week end*» o fin de semana, excursión y vacaciones al aire libre en la campaña bajo un cielo puro entre la serranía o el bosque tonificante, dan al hombre la salud y la felicidad que le hacen resistir con alegría y optimismo todas las contingencias y dolores de la vida. (…). Señoras y señores: una voluntad debe primar en el espíritu argentino: despertar el amor a la patria como sentimiento de lo bello y de lo bueno, porque como dice Platón: «si el amor crece de belleza, y si la belleza es inseparable de la bondad, él carece también de bondad», lógica reflexión con sus premisas y conclusión inamovibles. Es decir, que el amor a la patria traerá consigo lo bello y lo bueno, y es con estas normas que debemos guiar el progreso nacional; embellecer nuestras ciudades para atraer al turismo, y educar nuestro pueblo para captar el amor, de los demás pueblos y de la humanidad (…). (Olascoaga, 1937, pp. 31-41).

[121] El texto de la alocución fue publicado por la *Revista Mensual BAP* en dos números, correspondientes a setiembre y octubre de 1936, lo que garantizó la circulación de las RS aludidas, en todo el ámbito nacional.



Figuras 115-116-117

Edificio de rentas en la ciudad de Mendoza y balneario Playas Serranas, monumentos en el itinerario sanmartiniano y hoteles de montaña (Potrerillos y Villavicencio).
Fuente: Dirección de Turismo, 1942, pp. 4-9.

De manera análoga a lo que sucedía en el resto del país, en Mendoza la concepción que vinculaba las ideas de paisaje y nación tenía un desarrollo extenso (al menos desde principios de siglo, tal como analizamos en el capítulo 2 de la presente Tesis). Lo novedoso radica en que esta apelación, que se dirigió a los sectores medios, comenzó a integrar "cierto sentido común sobre el turismo". Piglia (2011b) observa que resultaba aún más novedosa "la amalgama de esta consigna con la mirada del turismo como actividad económica, y por lo tanto con el proceso de mercantilización de los lugares turísticos" (p. 60). El texto precedente revela cierta "romantización" del turismo, por la cual la práctica de la actividad propendía a la confraternización entre los pueblos y a un progreso, en apariencia, inquebrantable. A su vez, la referencia al descanso de "fin de semana", aludía a una práctica propia de los países del hemisferio Norte, que el expositor pretendía legitimar para Mendoza; a la vez que daba cuenta de la existencia de destinos turísticos "de cercanía"; a los que una franja cada vez mayor de la población, podía aspirar.[122]

3.5.3. Las empresas de transporte colectivo

Junto con las asociaciones civiles, las empresas de transporte colectivo también jugaron un papel importante en la comunicación -real y simbólica- de Mendoza hacia el interior suburbano y rural, como también interprovincial e internacional. En este período, destacan las acciones de la CATA y la CITA (Compañía Argentina de Transportes Automóviles y Compañía Internacional de Transportes Automóviles, respectivamente), que ofrecían servicio de transporte de personas, turismo internacional, embarques y despachos de aduana, servicio de cargas y encomiendas. Ambas empresas tenían secciones especiales dedicadas al turismo (Giménez Puga, 1940), con la edición de una revista (el caso de la CITA) y de folletos y guías promocionales (CATA). En cuanto a los itinerarios turísticos, la CATA ofrecía excursiones a Cacheuta y Potrerillos, Villavicencio, Uspallata, Puente del Inca y Cristo Redentor; y también a los alrededores de Mendoza, "abarcando los balnearios, fuentes termales, bodegas, viñedos, etc." (Giménez Puga, 1940, p. 367).

La CITA tuvo una importantísima labor de difusión de Mendoza como destino, con la aparición, a partir de 1934, de su revista mensual. Con llegada a un amplio público de Mendoza, como del resto de las ciudades que unía el itinerario del Ferrocarril BAP en el país, con Capital Federal a la cabeza, garantizó la circulación de RS en torno de Mendoza y su oferta turística. En 1935, la revista publicó un gráfico que, a modo de mapa, expresaba los puntos turísticos provinciales, enlazándolos por medio de líneas (que pueden ser asimiladas como caminos). El esquema (Figura 118) no presenta ninguna utilidad concreta,

[122] La sanción de la ley nº 1002/1932, referida al sábado inglés, promovió la mayor disponibilidad de tiempo libre durante el fin de semana.

dado que no informa sobre la terminación de los viarios (consolidado, pavimentado), ni sobre las distancias entre un punto y otro, ni sobre la existencia de accidentes morfo topográficos, como ríos, arroyos o lagunas. Pero operó en el sistema cognitivo del receptor, mostrando una gran variedad de sitios de interés, a lo largo y ancho de la geografía provincial. La imagen confirma que las RS que circulaban en torno de Mendoza, y que hemos examinado a lo largo de este apartado, tenían un correlato territorial, extendiendo redes (caminos) y puntos (sitios), conformando exitosamente una prefiguración mental que vinculaba la provincia con una gran oferta.

Quien hubiese seguido a lo largo de las publicaciones, cualquiera de los textos promocionales de la revista sobre Mendoza, (o cualquier otro texto que hubiese circulado en las revistas de la época), podía asumir rápidamente que esa dispersión territorial significaba diversidad de geografías, de territorios, de paisajes. Al Oeste, la zona de montaña (que el gráfico ayuda a incorporar cognitivamente, consignando las alturas de cerros emblemáticos), hacia el Sur, la vinculación con Neuquén "hacia los lagos del Sud",[123] al Norte la ruta a Chile por Villavicencio y hacia el Este el camino a la Capital nacional. La expansión hacia el Este y el Sur connotaba la presencia de zonas agrícolas de la provincia.

La avanzada territorial de la CITA se materializó eficazmente con la construcción de la primera terminal de autobuses que se implantó en el radio urbano de Mendoza, en una parcela en calle Primitivo de la Reta, entre Amigorena y Alem, con un ingreso secundario sobre calle San Juan.

Julio César Bac (2018), relata que, en ese momento, numerosas líneas de pasajeros de corta y media distancia, llegaban y partían desde diferentes puntos de la ciudad, dado que empleaban como cocheras los talleres o galpones que tenían las empresas prestatarias. Algunos años después la parada de todas las empresas fue trasladada a la Avenida Las Heras, desde calle Patricias Mendocinas, por lo que se formaban largas colas de vehículos que ocasionaban graves problemas de tránsito en la zona (párr. 5). Entre otras causas, esta situación animó a la CITA a construir su propia terminal.

[123] (…) Para hacer el camino del sur fue necesaria una gestión con el Gobierno de la Nación y Validad Nacional, que involucró la devolución a la segunda, "de una suma cuantiosa de la coparticipación federal (…), para que la Nación hiciera los dos puentes sobre el río Grande y Barrancas, sin los cuales el camino era imposible" (Provincia de Mendoza, 1941, p. 872). El espíritu de ese itinerario se fundaba en el hecho que toda corriente turística provocada hacia la región de los lagos y parques nacionales debía circular (siempre que no fuese en ferrocarril), a través de Mendoza. Raffa (2020b) sostiene que este itinerario tenía como objetivo principal "sumar a Mendoza como alternativa para llegar a los parques patagónicos que contaban con una gran promoción turística por parte de la Nación" (Raffa, 2020b, p. 113).

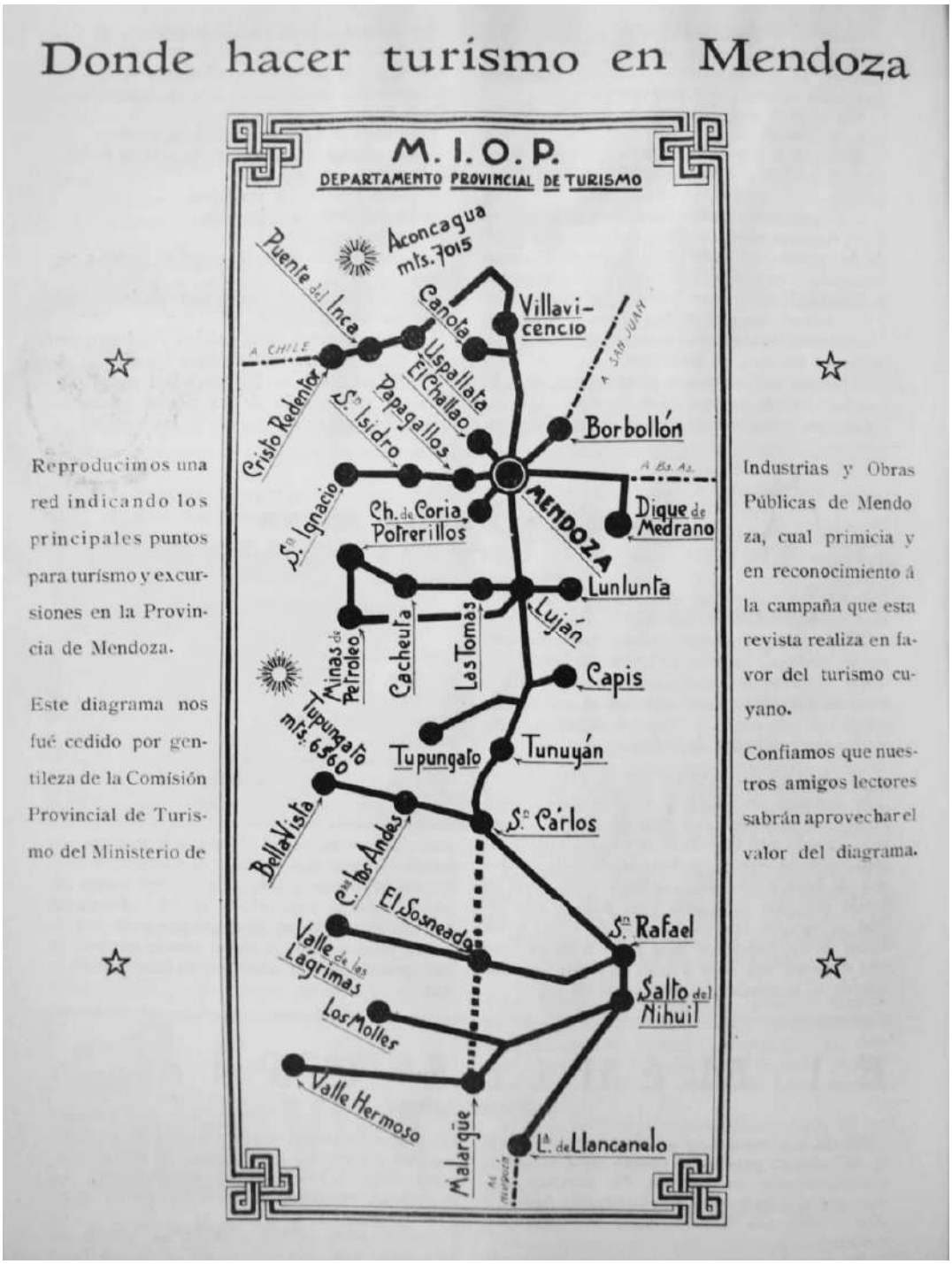


Figura 118

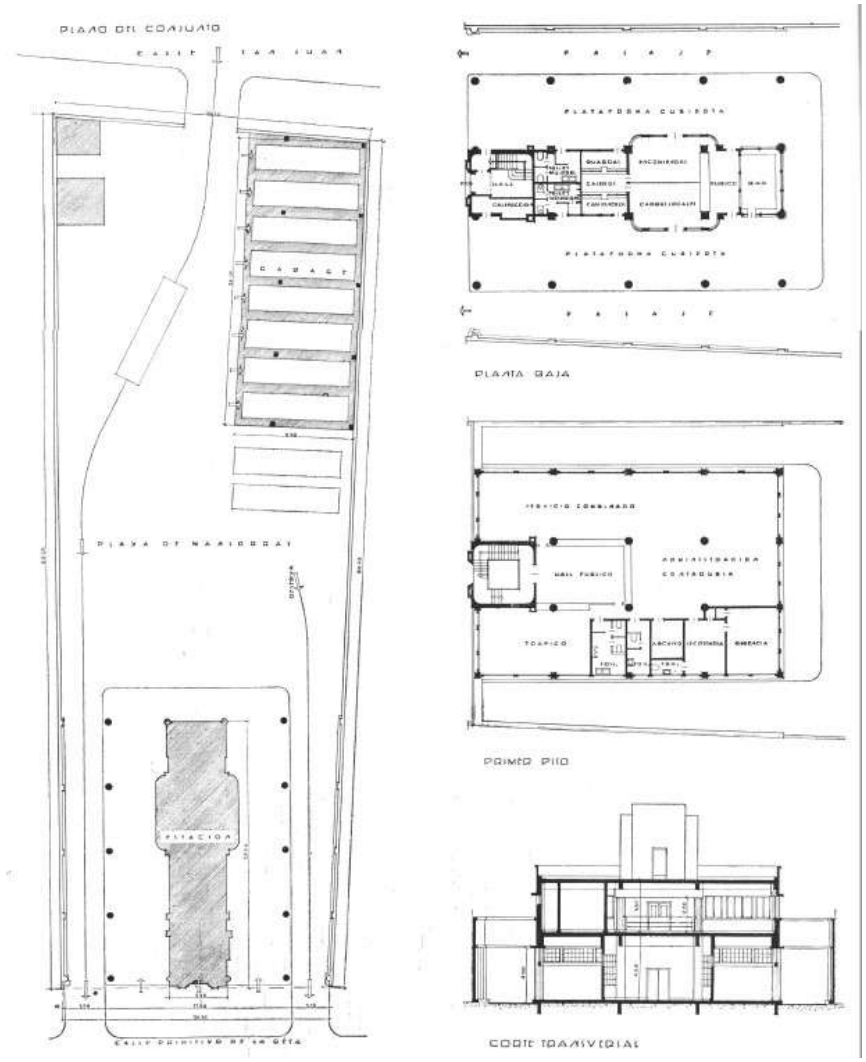
Esquema publicado por la revista CITA, que muestra los sitios turísticos de Mendoza.
Fuente: *CITA,* 1935, p. 30.

El proyecto fue encargado al arquitecto Lyman O. Dudley, quien adoptó una tipología que concentraba todas las funciones del edificio en el tercio central de la parcela, recostando el edificio sobre calle Primitivo de la Reta, de manera que generaba andenes de espera y calles para circulación de las unidades en cada costado del solar. En el centro del terreno, dispuso la playa de maniobras y en el frente sobre la calle posterior, San Juan, ubicó el estacionamiento de las unidades. (Figura 119). El proyecto fue publicado en la revista *Nuestra Arquitectura*, en mayo de 1941, y denota la concepción innovadora del planteo, al ajustar el esquema a la mayor eficiencia que demandaba la circulación y radios de giro de los ómnibus.

La terminal ofrecía en planta baja las plataformas cubiertas para los pasajeros, confitería-bar, sanitarios públicos, oficina de encomiendas y cargas locales, oficina de boletos y abonos y oficina de recaudación. En planta alta, se ubicaban las secciones administrativas de la empresa. Ambos niveles se articulaban por un bloque de escalera central, que emergía en el centro geométrico de la fachada, instituyéndose como punto focal de la composición.

El planteo se mostró respetuoso con su entorno al definir, en fachada, grandes vigas aporticadas que se anclaban al bloque central y llegaban ambos laterales del solar, con una altura análoga a la de las construcciones vecinas. El edificio, que se había retirado de las medianeras, se permitía crecer en una planta alta respetando el propio retiro interno, dado por las calles de circulación de colectivos, de manera que compositivamente, definía una “caja” de hormigón y cristal exenta, atada por una “cinta” horizontal a ambos laterales del solar (Figura 120).

El lenguaje del edificio adhirió al racionalismo, pero las cornisas remarcadas, el empleo de las grillas de *Glasbeton*, tanto en la vidriera de la escalera a la calle, como en la parte superior de los andenes de espera, el escalonamiento general de los volúmenes y el abocinado del vano central de la fachada, de triple altura, le aportan reminiscencias del *Art Déco*. El acceso principal se hacía al bloque circulatorio, en el eje de la parcela, por una abertura coronada con una marquesina en voladizo en hormigón, con la leyenda CITA en la parte superior. El interior del edificio mostraba el mismo concepto de austeridad de la fachada, con un ingrediente especial: la luz jugó un papel central en la composición, dado que las imágenes mostraban el ingreso de luz natural, pero a la vez la concepción del edificio como “faro” de la ciudad, que irradiaba su propia luz en horario nocturno. Los interiores, despojados, hacían alarde de la estructura, que quedaba a la vista en todos los locales.



Figuras 119-120
Planimetría y fachada principal de la estación terminal de la CITA.
Fuente: Dudley, 1941, pp. 12, 14.

3.6. La apropiación de la montaña: su construcción material y simbólica

Como hemos analizado a lo largo del capítulo 2 del presente trabajo, la montaña se instituyó como imagen referencial de Mendoza y, superada la connotación negativa como espacio "vacío", fue incorporando lentamente inversiones de capital económico y humano que facilitaron su disfrute. El paso del ferrocarril Trasandino posibilitó la implantación de los primeros hoteles de montaña, pero también el transporte de mercancías y personas, propició este cambio de mentalidad. La montaña se convirtió así en "espacio social y económico" (Lacoste, 2004).

Este cambio en la concepción de la cordillera como escenario de actividades lúdicas y recreativas, se hizo palpable sobre todo en las prácticas turísticas, que se transformaron paulatinamente y, además de la mera contemplación de las bellezas y singularidades del paisaje montañés, involucró la práctica deportiva, como el esquí y el patinaje. La montaña dejó de ser escenario de la sociabilidad aristocrática de fines del siglo XIX y principios del XX, para convertirse en objeto valorado, no sólo por sus cualidades estéticas, sino también por su adscripción a un hecho muy relevante de la historia nacional y continental, como el Cruce de los Andes. Así, por medio de la señalización de los hitos del itinerario del Ejército Libertador, se crearon jalones de un hecho que hasta ese momento permanecía sólo en el imaginario simbólico e histórico, pero sin marcas materiales en el territorio (Figura 121).[124]

Patricia Favre (2017) apunta que, en 1935 y durante el gobierno de Ricardo Videla, se erigieron un monolito y un mástil en el Puente de Picheuta (p. 149). Al año siguiente, la DPA encargó al escultor Juan José Cardona un modelo de cóndor para colocar uno en cada pilón del monumento a Canota, que evocaba la división en dos columnas, de la sección del Ejército Libertador a cargo del General Las Heras. Las placas, monolitos y monumentos debían desempeñar un papel pedagógico y servir como "una lección práctica de historia". El gobernador y los ministros donaron sus salarios para costear los monumentos (p. 150).[125] En la misma línea se encararon intervenciones en el Cerro de la Gloria, espacio emblemático mendocino que contiene el mayor monumento existente en el país en memoria de la Gesta Libertadora.

[124] En 1937, un informe presentado por el Ministro de Industrias y Obras Públicas, Frank Romero Day, daba cuenta de la labor realizada por la JEHM en el señalamiento de los sitios históricos, y auspiciaba que ese "primer trabajo" y los que "sin duda han de seguir", constituirían "un estudio completo sobre el magnífico caudal de lugares históricos que posee nuestra provincia" (Gobierno de Mendoza, 1938, pp. 309, 310). Los lugares que mencionaba este informe eran (cerro) el Pilar, la Carrodilla, las barrancas del río en Luján, el manzano de Tunuyán, el fuerte de San Carlos, la Consulta, la Aguanda, el fuerte de San Rafael, el fortín del Alamito y el fortín de Malargüe.

[125] Es posible que estas acciones surgieran de las recomendaciones de la II Conferencia Nacional de Turismo, celebrada en Mendoza en 1930, que sugirió la realización de un censo de lugares históricos de la República, entendiendo que los temas históricos "o de tradición nacional" eran factores relevantes en el turismo, dado que "propendían al nacionalismo" (Bruno, 2012, p. 57).

Figura 121

Itinerario de montaña presentado en la *Guía General de Mendoza* (1940), con sitios históricos destacados.
Fuente: Giménez Puga, 1940, p. 347.

La remodelación, junto con la implantación de un Parque Zoológico en la ladera Este del Cerro y la construcción de un gran teatro al aire libre (entre otras obras), fue parte integrante de un Plan de Mejoras para el Parque, concretado (sólo en parte) entre 1939 y 1941.[126]

La discusión parlamentaria de la norma, que contempló la construcción del teatro (luego Teatro Griego Frank Romero Day), dio cuenta de la relevancia simbólica que la gestión conservadora otorgó a las materializaciones en la montaña en general y en el cerro en particular, el más próximo a la ciudad de Mendoza y, posiblemente por este motivo, reflejo más visible de su posicionamiento ideológico respecto de la consideración de la montaña y la naturaleza. Las argumentaciones versaron sobre la conveniencia para el grueso de la población, de contar con un espacio adecuado para el esparcimiento, y para el desarrollo de la cultura física y moral, que sirviese no sólo para la celebración de la Fiesta de la Vendimia, sino para otros espectáculos considerados "útiles para la vida cultural del pueblo, como los conciertos al aire libre, los grandes espectáculos gimnásticos de la Dirección General de Escuelas y funciones de cualquier índole de carácter cultural" (Provincia de Mendoza, 1941b, p. 1028).

Algunos dirigentes del momento consideraban al Cerro de la Gloria como el "recinto sagrado" de la ciudad, sede del monumento al Libertador y su Epopeya y lo parangonaban con la Acrópolis griega. En la discusión parlamentaria, el senador Manuel Vásquez Gil expresaba:

> Mendoza es el centro de una potencialidad nueva, Mendoza es el cervical de la Nación misma, Mendoza es algo más que todas esas palpitaciones espontáneas de sus selvas y de sus ríos, Mendoza es la sincronización del alma nacional, y por ello, cualquier cosa que haga Mendoza debe será grandilocuente, como es grandilocuente su montaña. Nosotros, los hijos de esta tierra, no podemos hacer nada que no sea la expresión de lo magnífico como hicieron las viejas ciudades del Ática, y por ello debemos presentar, ante el presente y el futuro de la Nación, algo que sea la expresión de esa grandilocuencia (Provincia de Mendoza, 1941b, p. 1030).

La cita precedente expone con vigor la relevancia de Mendoza en el escenario nacional, aspecto que, como hemos referenciado previamente, se incorporó decididamente al discurso y las acciones oficiales. El discurso busca captar al receptor, posicionándolo como *paradestinatario* (Roig, 1993), apelando al concepto del patriotismo y reforzando el argumento por medio de la introducción del adjetivo "grandilocuente" vinculado con la figura de la montaña. Los *fundamentos del discurso* exhiben funciones de apoyo, porque aluden a otro mensaje, considerado absoluto, en este caso apelar al reflejo de un hecho histórico vinculándolo con la "obligación moral" de los mendocinos, como pueblo heredero de esta tradición histórica, de continuar con el sostenimiento de esos principios. La *función utópica* del discurso refiere a una cualidad *anticipadora de futuro* (Roig, 1993), en tanto el discurso

[126] Al respecto, sugerimos revisar el capítulo *Paisajismo Pintoresquista: El Parque y la Plaza*, en Raffa (2020a).

se basa en una verdad que no se modifica, invariable a lo largo del tiempo y que, por otra parte, se instituye como referencial con un fuerte componente identitario en favor de Mendoza en el repertorio nacional.

En esta misma línea de pensamiento, fue que se propuso la urbanización de los valles de Potrerillos y Uspallata, como acción material de la dirigencia política, que analizaremos en contraste con las prácticas que, poco a poco, fueron instituyendo las asociaciones de andinistas en el espacio montañés.

3.6.1. La urbanización de los valles de Potrerillos y Uspallata. Las asociaciones de andinistas

En julio de 1942 surgió una propuesta de urbanización del valle de Potrerillos, que buscaba coordinar las intervenciones puntuales iniciadas con la construcción del Hotel de Potrerillos (finalizado en 1941) y la instalación de un camping (1937), "primer ensayo encarado en el país desde un organismo público" (Raffa, 2020a, p. 192), para el fomento del turismo. El proyecto de ley, que contaba con 20 artículos, establecía en su artículo 3º "la urbanización y mejoramiento del inmueble con arreglo a un plan", que debía comprender: el aprovechamiento de los lugares y adyacencias de los hoteles existentes (en ese momento, convivían el nuevo Hotel de Potrerillos y el antiguo, llamado "Sierra del Plata", ambos gestionados por el Estado), la creación de un núcleo urbano destinado a residencias particulares de veraneo, la creación de un sector comercial, la construcción de edificios públicos (correo, policía, escuela, sala de primeros auxilios y salón de actos o "cinematógrafo") y la instalación de uno o más campings con todas las comodidades necesarias (Vicchi, 1944).

La discusión parlamentaria de la norma, que fue aprobada en Diputados en setiembre de 1943 (pero no recibió apoyo del Senado), permitió conocer los pormenores técnicos del proyecto, que fue encomendado al urbanista ing. Benito Carrasco. En palabras del urbanista, que se dirigió al Ministro Frank Romero Day en una misiva, explicando todo lo vinculado al proyecto, contemplaba una sección referida al "hotel y adyacencias, con golf, estacionamiento, accesos y plantaciones y jardines" (Provincia de Mendoza, 1942, p. 1673). Carrasco afirmaba: "utilizando piedras y tunas de la región, los arbustos más adecuados y las flores cultivadas como elementos decorativos se ofrece un paisaje agreste pero cuidado" (p. 1674), de manera que, al alejarse del hotel, se identificara más "con la naturaleza fuertemente salvaje".

Las expresiones dan cuenta de la valoración del paisaje local, en especial de la flora autóctona, y la ponderación de la intervención por medio de la "culturización" del paisaje agreste y natural de la montaña. Destacaban en el planteo una serie de cuatro miradores,

estratégicamente ubicados, “construidos en forma de hemiciclos, limitados con pircas de piedras rústicas”, de manera de atraer al espectador hacia esos puntos “de bellezas panorámicas”. Además de estos equipamientos, el proyecto planteaba la ubicación de una piscina de 600 m^2, dos canchas de tenis, pista de patinaje de 30 m y canchas de bochas. Hacia el Oeste del cerro colorado, el urbanista pensaba implantar una gradería con un gran espejo de agua, de 20 m x 60 m, que diera “realce al conjunto de la interesante formación geológica”.

El barrio de residencias, en palabras del urbanista, debía tener carácter de “ciudad jardín”, con una superficie de 6 has de desarrollo (que luego el proyecto de ley amplió a 20 has, distribuidas en 200 lotes), “de fácil acceso y separado de la carretera por una espesa cortina de álamos”. El trazado de la villa respondía a un sistema radial, con arterias convergentes a un núcleo central, donde se ubicaban los equipamientos comerciales. El espíritu del emprendimiento se apoyaba en un conjunto edificado de 32 viviendas rodeadas de jardines, con reservas en el frente de las parcelas de “por lo menos 5 m de ancho”, y con construcciones acordes al lugar: “colonial, californiano, etc., de volumen y altura proporcionadas al terreno” (p. 1675). Los lotes tenían una superficie entre 1000 a 3000 m^2, cada uno con derecho a riego y con conexión eléctrica, disponibles para una persona o familia[127]. Se previó el trazado de calles de 8 m de ancho, con aceras de 4 m a cada lado y forestación colocada cada 7 m.

La sección del *camping* respondía a un “principio de buena política social, que con tanto empeño desarrolla el actual gobierno”. Se propendía a fomentar “esa saludable práctica”, ampliando el lugar destinado previamente a esa actividad. La superficie total contemplada era de 10 has. Próximo a la zona de *camping* se previó el establecimiento un “barrio de negocios”, paralelo a la calle que conducía a la estación Potrerillos del ferrocarril. Con lotes retirados 10 m de dicha arteria, se proyectó su fraccionamiento en superficies de 10 m x 30 m. Además, la intervención de Carrasco contemplaba la plantación de dos mil pinos y un sitio dedicado a una capilla abierta, concebida con las mismas piedras del lugar, con un grupo de árboles preexistentes como escenario del conjunto.

Lo novedoso de la propuesta, radica en una urbanización concebida desde el momento inicial para el “fomento integral del turismo, deportes, esparcimiento, reposo, excursionismo y vacaciones” (Provincia de Mendoza, 1942, p. 1668), es decir, un planteo urbano destinado completamente al ocio. Se previó que los fondos necesarios para las obras fuesen “tomados de Rentas Generales, con imputación a esta ley”, para lo cual se

[127] La construcción debía alcanzar una superficie mínima de 100 m^2, “adoptar un estilo apropiado al lugar, debiendo someter los planos y materiales al PE” y dotar a la vivienda “con instalaciones modernas de agua, luz y cámara séptica” (art. 6°). La transgresión de las normas arquitectónicas fijadas por la ley, se sancionaría con multa de $200 a $2.000 m/n (Provincia de Mendoza, 1942, p. 1669).

autorizaba al Poder Ejecutivo a emitir títulos de deuda pública interna, por un valor nominal de $600.000, con las mismas características y garantías establecidas por ley N°1478/41.[128]

El proyecto debía quedar a cargo de la DPT, "bajo la dependencia y control del Ministerio de Economía, Obras Públicas y Riego" (Vicchi, 1944, p. 414). Romero Day defendió la propuesta fundado en tres razones: debía mejorarse la dotación de agua de riego del valle de Potrerillos, tomando agua del río Mendoza, que facilitaba el mantenimiento de las arboledas y cultivos y del precitado plan de urbanización. En segundo lugar, la opción del *camping* abría el panorama turístico a las "clases modestas", dado que no todos debían "alojarse en hoteles de primera ni aun de segunda categoría. El *camping* permite a una familia pasar una temporada de veraneo en las sierras de Mendoza por muy poco dinero" (Provincia de Mendoza, 1942, p. 1687), sumado a los beneficios que prestarían a la población de Mendoza, dado que "no todos los mendocinos tienen el privilegio de poseer propiedades, campos, o lugares donde pasar el verano" (p. 1687). En tercer lugar, la construcción del poblado tenía, en la visión de Romero Day, un "propósito práctico y utilitario". Para el Ministro, la Provincia ganaría porque la urbanización valorizaba la propiedad fiscal de Potrerillos y en concreto, más allá del ingreso derivado de la venta de lotes, el erario público ganaba por "valorizar un fundo que le pertenece" (p. 1688). Finalmente, Romero Day expresaba, en defensa del proyecto:

> Yo creo que existe el derecho de promover simultáneamente la economía general de la Provincia y las obras de carácter social. (…) La verdadera forma de luchar contra las dificultades económicas de los pueblos es promover una mejora en la economía general. Mejorar el standard de vida, a través de una mejora de la economía, se evitan después los gastos de los hospitales, de los hospicios (…). Yo creo que la mejor obra [de carácter] social es crear trabajo, y para eso tenemos que promover el progreso de Mendoza. Por ello es el turismo factor primordial y dentro de la evolución del turismo, un gran paso el plan de Potrerillos (Provincia de Mendoza, 1942, p. 1690).

La cita textual da cuenta de la convicción que lo guiaba en la concreción de la medida: resolver eficazmente el plan, simbolizaba una mejora de profunda significación social, que excedía lo meramente turístico, dado que, no sólo como consecuencia directa por la generación de empleo derivada de la obra, sino por instituirse como lugar de solaz para el grueso de la población; el proyecto representaba, en palabras de su mentor, algo mucho mayor de lo que se visualizaba a primera vista. Queda en evidencia la concepción innovadora del concepto y la jerarquía que el Ministro otorgaba a la salud espiritual y física de los potenciales usuarios, más allá del rédito económico que pudiese reportar.

Las labores de gobierno dieron cuenta de la incorporación decidida de Potrerillos en la oferta invernal: hacia 1941 resaltaban las características de la montaña mendocina

[128] La ley N°1478/41, promulgada el 5 de noviembre de 1941, autorizaba al PE a unificar las distintas leyes de emisión de título de la Provincia, y el régimen establecido para convertir o canjear los títulos en circulación en ese momento.

para la práctica de deportes, asegurando que existían pistas “magníficas” y que la cordillera contaba “con sitios donde las condiciones naturales para dichos deportes son óptimas, siendo tan solo necesario que se hagan accesibles y se doten de instalaciones y comodidades indispensables para el alojamiento y la práctica del deporte” (Vicchi, 1944, p. 245).

Respecto de la urbanización del valle de Uspallata surgió, en julio de 1942, un decreto por el cual se comisionaba al ing. Benito Carrasco para estudiar el anteproyecto del plan de urbanización. Como fundamentaciones de la propuesta, además de la belleza de los panoramas y la relevancia de los cultivos, se ponderó “la evocación histórica del lugar, que hacen de él un sitio especialmente adecuado para aprovecharlo como elemento de fuerte atracción turística” (Vicchi, 1944, p. 579), y su ubicación “sobre la ruta internacional a Chile y los países del Pacífico”.

El plan contemplaba mejorar los alrededores del Hotel de Uspallata, que estaba próximo a construirse,[129] la propuesta urbanística “debía ser presentada al Ejecutivo en un plazo máximo de tres meses” y contemplaba “el proyecto de plantaciones, la formación de un gran parque, (…) canchas y campos de deportes apropiados al clima y la topografía y el estudio de los caminos de acceso desde la ruta a Chile junto con una villa de residencias veraniegas” (Raffa, 2020a, p. 214), de manera análoga a lo planeado para Potrerillos. De esta manera, y como parte integrante de los “lugares de mayor atractivo de la provincia”, Uspallata quedó incluido en el listado de enclaves de montaña “sobre los que el Estado provincial hizo su inversión” (p. 214).

Como hemos analizado a lo largo de este apartado, la apropiación de la montaña se apoyó en una faz material y otra simbólica, lo que provocaba un mayor reconocimiento de sus cualidades ambientales, es decir, por la presencia de elementos relevantes de la fauna y la flora local, además de su valoración como escenario de hechos históricos. El deseo de dominio de la naturaleza, propio del positivismo vigente hacia el cambio de siglo, y que había encontrado en alpinistas europeos a los protagonistas de las primeras ascensiones a las montañas de los Andes centrales,[130] también despertó interés en los

[129] El hotel antiguo había surgido “de la transformación que la Compañía de Hoteles Sud Americanos hizo del edificio principal de la antigua estancia Uspallata”. Este emprendimiento “tenía la ventaja de estar ubicado sobre el camino internacional a Chile, por lo cual podía prescindir del ferrocarril, ya que los turistas llegaban a él en automóvil.” (Raffa, 2020b, p. 109).

[130] El berlinés Paul Güssfeldt realizó la primera ascensión al volcán Maipo en 1883. Siguió a esta hazaña el ascenso al Aconcagua. Si bien no llegó a la cumbre, sentó un valioso precedente que divulgó la existencia de la montaña en el mundo. La expedición del inglés Edward Fitz Gerald logró su cima en dos oportunidades, en 1897. La primera, por el suizo Matthias Zurbriggen y la segunda por los montañistas Walter Stuart Vines (inglés, quien además alcanzó por primera vez la cima del volcán Tupungato) y Nicola Lanti (italiano). La condesa rusa Nadine Vladimirnova Louguinine y su esposo, el alemán Konrad von Meyendorff, alcanzaron las cimas de los cerros Tolosa, Navarro y Gemelos, atraídos por las empresas científicas-deportivas de Güssfeldt y William M. Conway. Entre 1924 y 1925 comenzaron las ascensiones al cerro El Plata por el austríaco Hans Stepanek y el alemán Michael Gossler (Magnani, 2011, pp. 21-23).

locales, que se agruparon en torno de asociaciones de andinistas, que propiciaban la práctica del excursionismo en la montaña, el reconocimiento de picos emblemáticos y la ascensión y nominación de cerros “conquistados”, para ser incorporados a los nóveles circuitos de montaña.

Andinistas Argentinos-Compañía N°1, fue el nombre de una agrupación civil fundada en 1932, y reunía a un grupo de “aficionados al deporte de la montaña” (Giménez Puga, 1940, p. 586). La reseña de la agrupación afirmaba que el uso del vocablo “andinismo” ya estaba “generalizado en cada país sudamericano donde se practica” y era aceptado por la Academia Argentina de Letras. La institución planeó su programa de enseñanza con “trabajos teóricos y prácticos, físicos y morales de andinistas aficionados con la colaboración y eficaz ayuda de destacados hombres de alta montaña” (p. 586). Estaba formada por 36 andinistas divididos en cuatro patrullas, cada una con su guía y subguía de montaña. La agrupación aseguraba dos excursiones mensuales a parajes de la precordillera y cordillera, más un viaje de instrucción fuera de la provincia o el país. Al tiempo de la publicación de la *Guía de Mendoza* (1940), consignaba “más de 250 excursiones y giras de andinismo instructivo”, desde su fundación.

Por otra parte, el Club Alpinista fue fundado en abril de 1935 por Humberto Re, con el propósito de “practicar y difundir el alpinismo”. La reseña daba cuenta del “descubrimiento” de dos cerros en la cadena del Plata, habiendo solicitado a las autoridades del Instituto Geográfico Militar la denominación de los picos como Cerro Santa Elena y Cerro Agustín Álvarez, gestiones que resultaron exitosas. El Club, presidido por Adrián Ruiz Leal, realizó un estudio de “proyectos de refugios altos, caminos y sendas, canchas para deportes de nieve, etc.” (Giménez Puga, 1940, p. 587). Otro de los fines de la institución se orientaba a la observación de la flora y los minerales, documentándolos mediante la fotografía, o bien recolectando material para su estudio, respectivamente. El Club contaba hacia 1940 con 119 asociados, de los cuales el 85% eran nativos de Mendoza. La agrupación cambió luego su nombre a Club Andinista Mendoza (CAM).[131]

Los fines de la institución estaban guiados por la consideración de las ascensiones no como un fin en sí mismas, sino como medio, en el que prevalecía “el concepto de un mundo configurado por elementos culturales, religiosos y étnicos, por la pasión de explorar, por la vocación de aventurero, por el conocimiento de sí mismo y del universo, en un marco de profundo respeto por la naturaleza” (Magnani, 2011, p. 28), lo que deja en evidencia las nuevas representaciones que se construyeron en torno del espacio cordillerano.

[131] El antecedente de la primera institución de estas características lo constituyó un grupo de alumnos de la Universidad Popular que, congregados por el profesor Dr. Eduardo Carette, se interesaron no sólo por la práctica deportiva de excursiones a la montaña, sino también con fines de observación y estudio (Morey, 1939, s. p.).

Con motivo de la inauguración de la temporada invernal, el CAM previó una serie de actividades en el programa de festejos, que incluía la “bendición con nieve a los nuevos esquiadores”, brindis con copa de champán “en una mesa de nieve construida y ornamentada por los propios esquiadores”, luego el bautismo, “formándose un arco de triunfo por el que deben desfilar los debutantes”, el arco lo conformaban los esquiadores veteranos (Se inaugurará la temporada de Andinismo en Puente del Inca, 1933, s. p.). Queda en evidencia que las prácticas en la montaña sumaron un repertorio cada vez más amplio de actividades e interesados.

En este sentido, cabe ahondar en los poblados de la alta montaña y las dinámicas de cambio, que operaron en su seno, en favor de la difusión del turismo en sentido amplio, y del montañismo como actividad.

3.6.2. Los poblados de montaña

Un factor muy relevante operado en la “nueva” conquista de la montaña, lo constituyó el uso de la vía del tren por el transporte automotor, iniciado en la década de 1920. Para completar el cruce hacia Chile, se empleaban las infraestructuras del Ferrocarril Trasandino (Lacoste, 2013). Delgado (1998) observa que en la década de 1930 y a partir de la Ley Nacional N° 11.658 de Vialidad Nacional, fue posible un rápido desarrollo caminero y “las empresas ferroviarias tuvieron que agudizar la imaginación para defenderse de la dura competencia con el automotor” (p. 194). Como hemos referido al inicio de este capítulo, se realizaron, hacia 1937, importantes inversiones en el camino, para mejorar las condiciones de circulación para tránsito vehicular, luego del aluvión de 1934.

Por otra parte, los poblados surgidos en el itinerario del Trasandino se consolidaron: el aumento paulatino del transporte automotor particular y colectivo, les permitió cobrar renovado impulso en el escenario cordillerano. Debemos apuntar que luego del aluvión, al haberse interrumpido indefinidamente los servicios del FCT, el uso de la ruta por el automóvil contribuyó al cambio rotundo que se produjo en la modalidad de transporte para llegar a los poblados fronterizos y hacer el viaje hacia (y desde) Chile.

El poblado de Puente del Inca evidenció fuertemente esta segunda fase de ocupación permanente de la zona: hacia 1943 se instaló, hacia el Norte de la RN N°7, acodada en una suave curva de su traza, la Compañía de Cazadores de Montaña, sede de la Compañía de Esquiadores de Alta Montaña del Ejército Argentino. Puente del Inca afianzó su posición como centro estratégico para las expediciones de montaña, que venían desarrollándose, aunque tímidamente, desde principios de siglo. Dan cuenta de ello las numerosas publicidades que aparecieron en la *Revista Mensual* BAP y en la prensa, que

daban cuenta del amplio repertorio de actividades de ocio y deportivas, como “ejercicios con ski, patines, toboganes, etc. Atracciones diversas: saltos con ski, hockey en hielo, carreras”. El mismo aviso destacaba la presencia de un extranjero, Hans Pranstatter, como “profesor de todo lo que concierne a deportes de invierno” (*Revista Mensual BAP*, 1931b, p. 2). En otro anuncio, se ofrecía un paquete-excursión por nueve días, con pasajes ida y vuelta, incluidos en el precio final y algunas de las actividades recreativas: viaje a Los Andes (Chile) en tren, “excursiones en automóviles, caballos y mulas por los puntos más pintorescos e interesantes de la Cordillera” (*Revista Mensual BAP*, 1931a, p. 2).

Las citan exponen algunos cambios muy sugerentes, respecto de las prácticas previas: se incorporó el automóvil para los paseos en la montaña y se ofrecían excursiones a Chile. Hay que tener en mente, que luego del aluvión de 1934, el Hotel Puente del Inca vio mermada la afluencia de visitantes, por la suspensión de los servicios del tren. Más temprano que tarde, el vehículo motorizado fue posicionándose como medio de transporte para llegar al paraje. Otras consideraciones que podemos hacer de los anuncios relevados, es la comparación con destinos consagrados del exterior para legitimar la oferta local, y la presencia de un personaje proveniente de Europa como responsable de todas las prácticas deportivas que se daban al aire libre. Ciertamente, el hotel buscaba posicionarse también como destino de invierno: el interés por el ascensionismo a los picos de la zona y su posición privilegiada, que le permitió oficiar de centro de operaciones de las expediciones, obraron en favor de afianzar lentamente servicios renovados, derivados de mayores demandas de su clientela.

De manera análoga, Punta de Vacas experimentó una segunda instalación a fines de la década de 1930, que respondió a la búsqueda de una posición geográfica estratégica para Gendarmería Nacional. En ese momento fueron levantadas nuevas construcciones destinadas a oficinas del Correo Nacional, Policía de Mendoza y varias dependencias militares. La incorporación del conjunto marcó distancia del poblado primigenio, al disponerse de forma casi paralela al río de las Vacas, hacia el extremo Norte del terreno y con visuales francas hacia la traza caminera.

A mediados de la década de 1940, se produjo el aporte de un nuevo asentamiento de viviendas de personal del Ejército Argentino, emplazado entre los dos núcleos ya arraigados con anterioridad.[132]

El tercer poblado fronterizo, Polvaredas, surgió en el año 1943, al haber provocado el aluvión del ´34 la desaparición de la estación primigenia Zanjón Amarillo.[133]

[132] Fue el momento de aparición de una escuela primaria aparejada con la Ruta Internacional N°7. Las construcciones incorporadas a partir de esta década no conservaron el sistema constructivo original e introdujeron sistemas tradicionales de ladrillo y hormigón; y prefabricados.

[133] La localidad de Polvaredas se ubica a 2286 m.s.n.m. y pertenece el distrito homónimo del departamento de Las Heras. Se ubica a 47 km. del túnel internacional Cristo Redentor y se emplaza en una depresión natural, definida por el encuentro

Las primeras construcciones aparecieron con el nuevo trazado ferroviario: Polvaredas cumplió entonces las funciones de la estación desaparecida y ocupó, por razones de seguridad, la margen izquierda del río, a 4 km de la estación original (Lacoste, 2013). Allí el Gobierno Nacional ejecutó la variante Polvaredas, que implicó la construcción de tres túneles, denominados Jaula I y II y Casetón, y otras obras complementarias, como edificio de la estación, depósitos, talleres y viviendas; además de redes con una importante inversión de tiempo y mano de obra.

La estación de Polvaredas fue la más importante y compleja desde el punto de vista de los equipamientos necesarios para el funcionamiento del ferrocarril en el tramo cordillerano; y la más nueva dado su traslado. Allí se concentraba el centro operativo del ferrocarril en alta montaña. Lacoste (2013) observa que el FCT utilizaba locomotoras de adherencia para el tramo Mendoza-Zanjón Amarillo y de cremallera de allí hasta el límite internacional. Inclusive, en algunas oportunidades, los trenes empleaban dos o hasta tres locomotoras para trepar las duras pendientes. Ya que en este punto comenzaba el tramo más complicado de la travesía, un sector muy vulnerable a la nieve y derrumbes.

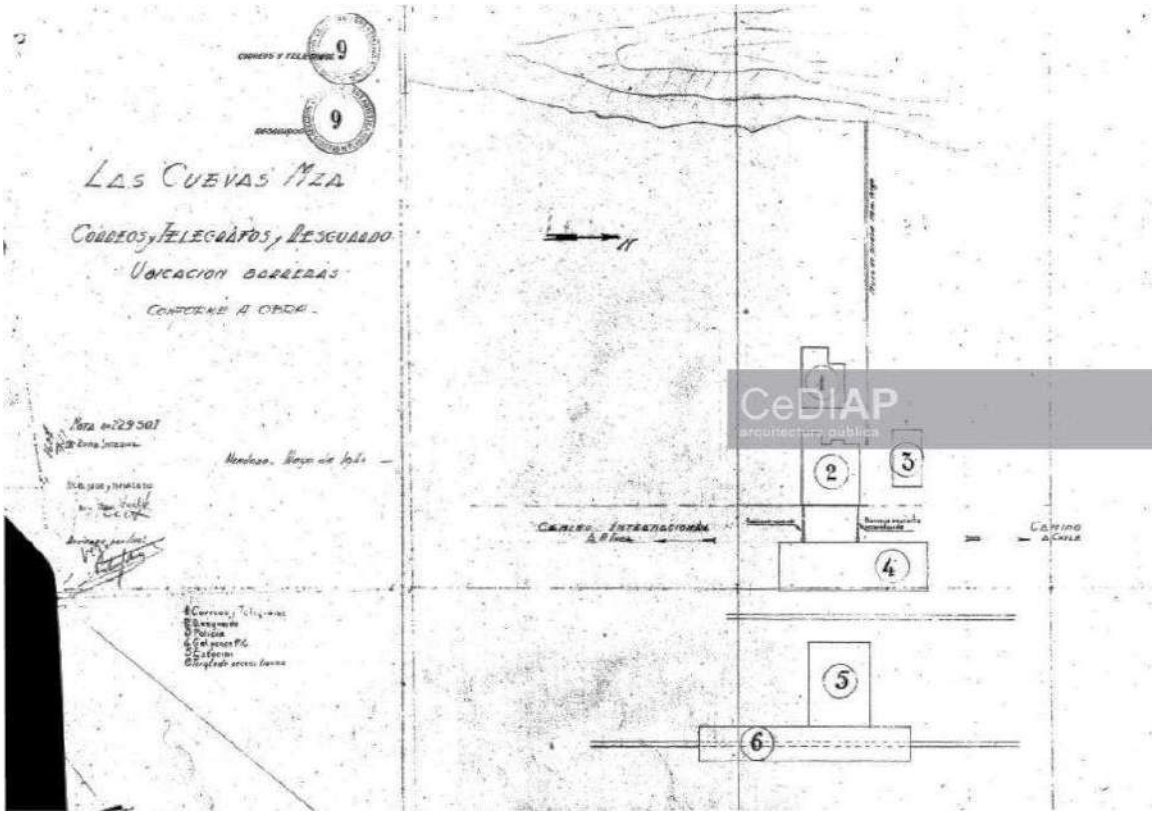
Finalmente, el poblado de Las Cuevas, último previo al cruce de la cordillera, evidenció cierto progreso en esta década. Se afianzó como centro aduanero y lugar de aprovisionamiento antes de pasar al país vecino, funciones que se sumaron en lo edilicio, a las arquitecturas preexistentes provenientes de principios de siglo. Además de la modernización del refugio de la década de 1910, se implantaron en el lugar, un edificio para sede de Correos y Telégrafos de la Nación, destacamento policial y algunas casas aisladas (Figura 122).

La documentación planimétrica muestra la disposición de las construcciones, subordinadas a la traza ferroviaria y carretera. Los edificios más relevantes, que albergaron las instituciones de control fronterizo, comprendían el edificio de Correos y Telégrafos (1), el refugio o Resguardo (2), la sede de Policía (3), galpones del ferrocarril (4), la estación (5) y el cobertizo de los trenes (6). Hasta ese momento histórico, ambos viarios operaban espacialmente de manera equilibrada, es decir, no se observa predominio de uno sobre el otro.[134]

En los poblados descritos previamente, y según lo observado en el capítulo 2 de este escrito, pudimos verificar los postulados de uno de nuestros referentes teóricos en términos del estudio del paisaje socialmente conformado (Raffestin, 2011): al *sistema*

de dos laderas montañosas. Su nombre alude al intenso polvo que levantan las corrientes encontradas de vientos. Históricamente, se conoce una primera ocupación de la zona, como sede del 4to. Campamento del Ejército de los Andes, al mando del general Las Heras en la Campaña Libertadora, ocupación de la que sólo quedaron testimonios intangibles.

[134] Esta situación se revirtió en la década de 1950 con la implantación de la villa Eva Perón, que concedió a la traza caminera predominio absoluto en el nuevo poblado, como veremos en el próximo capítulo.



CeDIAP
arquitectura publica

Figura 122

Plano “Las Cuevas, Mendoza. Correos y Telégrafos y Resguardo” (1941)
Fuente: CeDIAP-AABE.

territorial constituido por líneas (camino ferroviario y camino carretero), puntos (los poblados) y superficies (las áreas de influencia propia de cada nodo en relación con la expansión territorial que el turismo posibilitaba), podemos también superponer una capa de lectura vinculada a lo simbólico, donde queda en evidencia que el poder del Estado como agente con capacidad de movilizar los recursos necesarios (materiales y económicos), para provocar la apropiación, impactaba no sólo en la fase material.

Desde lo alegórico, al posicionar enclaves militares en la zona de frontera, delimitaba precisamente el área a donde llegaba la acción (léase control) del Estado. Por otra parte, activaba una multiplicidad de actividades, devenidas de esos asentamientos permanentes. A la práctica de deportes y del turismo, se sumaban todas las instalaciones de control del área fronteriza, las instalaciones de Vialidad encargadas de velar por la transitabilidad de la ruta, sumadas a las del ejército encargadas de ejercer la soberanía sobre el territorio nacional. Así se conformaba un paisaje *institucionalizado*, en palabras de Giménez (2011).

Entendemos entonces que, a los significados primigenios incorporados al uso social del espacio de la montaña, derivados de la acción de empresas privadas (vinculadas al ferrocarril), se sumaba ahora la labor del Estado, con sus dispositivos y agentes, dispuestos a impulsar una serie de modificaciones de ese mundo físico, labor que connotaba la intención del poder (en este caso político) de marcar su presencia, configurando al mismo tiempo, símbolos metonímicos de la totalidad del territorio, inapreciable por su extensión en su totalidad, según aprecia el autor, definiendo momentos sucesivos de conformación, ligados a lo prevalentemente utilitario y funcional o bien, a lo simbólico-cultural. La implantación de la vía del tren, a principios del siglo XX, respondía al primero de esos aspectos. La apropiación estética y salutífera devenida del termalismo, al segundo. Una tercer fase de interpretación podría vincularse nuevamente a lo utilitario, a partir de la incorporación del transporte motorizado, que traía a su vez aparejado un halo de consideraciones culturales sobre el mismo paisaje, pero con “nuevos” significados. Finalmente, la institucionalización del territorio abre una cuarta capa de lectura, superpuesta a las anteriores, donde surgían las agencias del Estado, con la consiguiente reelaboración de los aspectos culturales o alegóricos, en términos del poder real ejercido en los rincones más alejados de la geografía nacional, estableciendo nuevos flujos de mercancías y personas.

En este sentido, y volviendo a las propuestas de las asociaciones privadas, que pugnaban con las estatales en este juego de actores, desplegando sus intereses (y equipamientos) sobre el territorio, consideramos que la sede proyectada (no ejecutada) del ACA para un Centro Fronterizo en Las Cuevas, constituye un antecedente muy

interesante, que dio cuenta de ese interés por establecer una “nueva” marca en las proximidades de la línea de frontera. El número 162 de *Nuestra Arquitectura*, destinado al “Turismo Nacional y la Obra del Automóvil Club Argentino” fue elocuente en su impronta territorial, que puso en evidencia su compromiso con el desarrollo turístico y como facilitador de los viajes en automóvil, al incorporar las obras ejecutadas de 35 estaciones en distintas capitales provinciales y localidades suburbanas, más la documentación de dos proyectos en vías de desarrollo (uno de ellos era el aludido Centro Fronterizo).

Dicho proyecto respondía a una variante pintoresquista, con cubiertas de fuertes pendientes para impedir la acumulación de nieve (Figura 123). El esquema estaba organizado en planta de cruz latina, a implantarse próximo a la estación del ferrocarril trasandino en la localidad cordillerana de Las Cuevas. En el eje longitudinal, paralelo a la ruta internacional, se ubicaba el cuerpo principal del edificio, con una perforación en el centro que permitía vincular cuatro carriles en dirección a Chile y otros cuatro en dirección a Mendoza, delimitados a lo largo de este eje. La base de la cruz estaba destinada a dependencias del ACA, en los tres niveles de desarrollo, con salón comedor, dependencias y sanitarios. En los niveles superiores se accedía a los refugios para pernocte. En el testero se dispusieron policía, aduana, migraciones, correos y telégrafos y banco.

En ambos brazos de la cruz, se pensó en amplios andenes con refugios intermedios, destinados a columnas de sostén de las cubiertas, para la atención de dos carriles vehiculares en ambos sentidos de circulación, dejando los otros carriles para el transporte de carga: dos para los vehículos provenientes de Chile y dos para los que salían de Argentina (Figura 124). Esta disposición preveía la circulación de vehículos a sangre y de las haciendas fuera de este esquema, en una senda paralela a la primera, pero en una zona marginal al planteo. El extremo Sureste del brazo de la cruz albergaba servicio médico, sanitarios públicos y cuatro celdas para detenidos, con acceso directo desde la sede policial. Por el contrario, el opuesto, al Noreste, incorporaba un garaje para la policía y una cantina con sanitarios.

El cuerpo central fue concebido para alojar en planta alta departamentos para familias y la base de la cruz se pensó como alojamiento para el jefe del ACA, con refugios para casos de emergencia. En subsuelo se ubicaron sótanos con depósitos de provisiones, depósito general, archivo, usina y sala de calderas. Los cuerpos independientes de la cruz, ubicados a uno y otro lado de la ruta, albergaban garaje y estación de servicio del ACA, respectivamente, con departamentos para personal en la planta superior. Al analizar el planteo a la luz de las consideraciones de Zevi (1998) y Waisman (1993), observamos que la tipología de la propuesta, de carácter disgregado y fuertemente lineal, responde a la

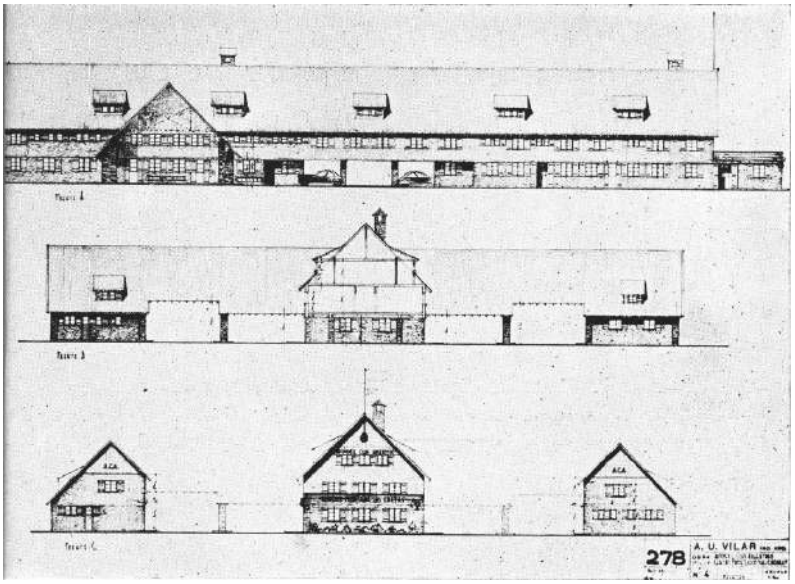


Figura 123
Alzados del proyecto del Centro Fronterizo (1943). Fuente: Centro Fronterizo Las Cuevas, 1943, p. 99.

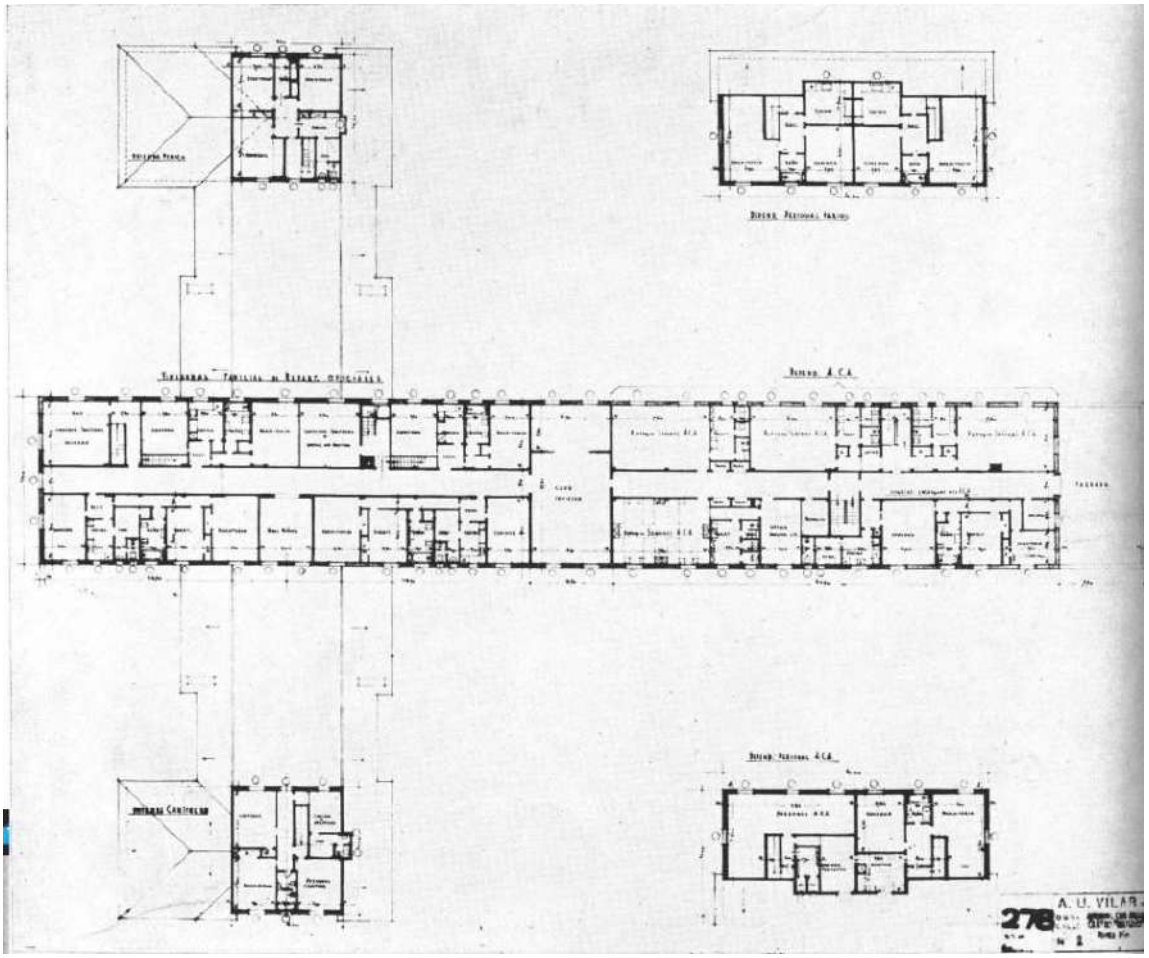


Figura 124

Planta alta del proyecto para el Centro Fronterizo. Fuente: Centro Fronterizo Las Cuevas, 1943, p. 98.

ubicación de los viarios bajo las alas del edificio, marcando la preeminencia de la infraestructura vial en el esquema. Podemos afirmar que, al igual que en otros proyectos de la institución, el resultado buscaba transmitir la idea de modernidad, vinculada estrechamente a las necesidades del transporte motorizado.

En términos del lenguaje formal y lo que el edificio *comunica* (Eco, 2000), sabemos que el ACA adhería o bien un lenguaje racionalista, o bien pintoresquista para sus obras (Moretti *et al.*, 2016), aspecto que no escapó a la resolución morfológica y estilística de este proyecto (que adscribió a la segunda vertiente), posiblemente por la ubicación del edificio en un entorno de gran potencia paisajística, rodeado de altas cumbres en el corazón de la cordillera. Por otra parte, la organización del edificio por bloques funcionales, según actividades afines (áreas administrativas, refugios, área de personal, proveeduría, estación de servicio), es otra de las características de los edificios que la institución, que también se verifican en este caso. El planteo alargado y poco vinculado con el entorno (no se observan balcones, galerías, terrazas ni escalinata exteriores), respondía al emplazamiento y, si bien las cubiertas de mucha pendiente atendían la acumulación de la nieve en invierno, el proyecto no desarrolló taludes o terrazas que garantizaran la accesibilidad en época de fuertes nevadas, cuando la altura de nieve podía superar los 2 m.

Finalmente, y en relación con la materialidad del edificio, la documentación revela la preeminencia del hormigón armado en el sistema estructural, con muros en mampostería de ladrillo y revestimientos en piedra y madera en los muros, mientras que las cubiertas, de estructuras madereras escuadradas, pensaban terminarse con tejuela.

La publicación destacaba que no se había ejecutado “hasta el momento una instalación similar en países extranjeros”, lo que deja en evidencia la intención publicitaria de la crónica, pero también de sentar un precedente con la resolución de un edificio que agrupaba un intrincado entramado de actividades, además de lo inusual de la implantación, a 3000 metros de altura. Una vez más, la arquitectura connotaba una respuesta eficiente, meditada, racional y muy adecuada a la hostilidad que ofrecía el emplazamiento, sin descuidar el aspecto lingüístico, que buscaba generar una obra icónica, de gran presencia visual por el extenso desarrollo de la fachada y la relación morfológica del edificio con el lugar.

3.6.3. El aluvión de 1934 y la reactivación del Hotel de Cacheuta

Hemos referido previamente que la catástrofe provocada por el aluvión de 1934 significó un punto de inflexión para el Hotel y Balneario Termas de Cacheuta, dado que marcó el fin del "ciclo de oro" del hotel. Sostenemos la hipótesis que la diversificación de la oferta turística de Mendoza, enmarcada por el aumento del parque automotor, las mejoras en la red vial provincial, la decidida acción del Estado en el fomento del turismo y posiblemente los cambios en las pautas de consumo, operaron sobre los gustos y preferencias del público, que encontraba una multiplicidad y variedad de recorridos, de actividades, de destinos hacia el interior suburbano, rural y de montaña, lo que impactó en los consumidores del "producto" Cacheuta. Si bien el interés por el Hotel y sus termas no decayó, el aluvión afectó sus servicios y la Sociedad Anónima concesionaria del hotel suspendió las actividades luego del desastre. En este contexto, la SA ofreció al Gobierno de la Provincia rescindir el contrato de concesión y someter a decisión arbitral las consecuencias legales y económicas de los hechos producidos, en virtud de no poder continuar la explotación, debido al estado de deterioro en que se encontraba el balneario.

El gobierno resolvió la recisión del contrato en 1936, pero sin aceptar la pérdida de las termas. Por su parte, la empresa concesionaria no consentía la obligación de reconstruir el balneario. En contra del Estado mendocino, operaba el contrato celebrado por la gestión Orfila, en nombre de su Ministro de Industrias José E. Aguilar, que había dado por cumplida la ley 519/1910 (Provincia de Mendoza, 1928, pp. 98-108), sin intervención de la Legislatura. Tras un extenso pleito, la Provincia fue condenada por un tribunal arbitral en 1937, debiendo pagar la suma de $4.617.277,27 m/n a la Sociedad Anónima Termas de Cacheuta. La concesión se celebró nuevamente consignando a Enrique Balbi como beneficiario, por Decreto N°460/1937, lo que permitió reanudar los servicios hoteleros previo acuerdo de "completar las obras de reparación y defensa de las construcciones que fuesen necesarias para el servicio de los baños termales" y de mantener el funcionamiento de todo el balneario "para una capacidad mínima de ciento veinte pasajeros, con alojamiento, pensión completa y baño termal" (Cano, 1938, pp. 253, 254).

En diciembre de 1941, por Decreto Nº1200-E se declaró alcanzado por los beneficios de las leyes 1216/36, 1298/38 y 1401/41 al establecimiento hotelero y termal de Cacheuta.[135] Para la dirigencia, fue crucial centralizar en el Ministerio de Economía, Obras Públicas y Riego "todo lo relacionado con la habilitación y marcha de los hoteles y hosterías de propiedad del Estado", en especial del establecimiento de Cacheuta (Gobierno de Mendoza, 1941a, p. 485), dado que aseguraba una "unidad de criterio y una mejor

[135] Esta norma consideraba las aguas termales como servicio público y a los hoteles de aguas termales, comprendidos dentro de la política de promoción del turismo.

coordinación de todos los factores" que hacían al fomento y desarrollo de la industria turística en la provincia. Entendemos que este decreto facilitó al concesionario, la adhesión a las primas ofrecidas por el Gobierno, para las reparaciones del edificio. Además, por Decreto Nº1223-E se prorrogó el contrato de concesión celebrado con Balbi (que administraba también los dos hoteles de Potrerillos), por un año más.

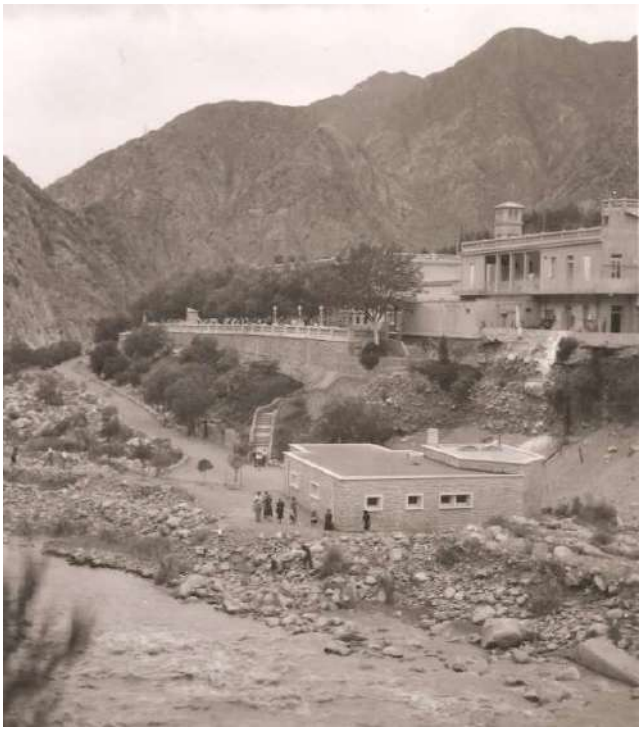
La remodelación el edificio se inauguró en 1948 ca. y estuvo a cargo de Ernesto Schiffrin y Pedro Ribes[136] (Moretti, 2017a). Incluyó el *hall* y las áreas comunes del hotel, el Comedor de Cristal, la piscina descubierta, los jardines circundantes y la sección de baños termales junto al río. La fotografía histórica confirma que el extremo Oeste del casco principal fue demolido, achicando la superficie original del edificio, posiblemente causado por los daños de la crecida, que impactó primero en ese sector. La edificación remanente del ala Oeste se empleó como zona de servicio, sin acceso de público. El edificio de baños desarrolló un tercio de la superficie original, algunas de las obras exteriores, como los terraplenes y rampas, aún no se habían concluido (Figuras 125 y 126).

Otros elementos que otorgaron en su momento algunos rasgos de distinción y confort, como el ascensor que descendía a los baños y se había instituido como un símbolo de modernidad del hotel, no fueron reconstruidos. Estas decisiones dan cuenta de las dificultades previas en la gestión de los administradores, derivadas de una gran superficie edificada, que debía sostenerse con los ingresos provenientes de una cantidad de público cada vez menor.

Las imágenes dan cuenta del cambio de imagen a que fue sometido el balneario, alejado de las prefiguraciones de un edificio distinguido, con un equipamiento notable y ricamente ornamentado, para acercarse a una construcción más modesta, con una escala menor y destinado a un público más amplio.

El edificio de baños fue resuelto enteramente en piedra de la zona, con una cubierta horizontal, implantado sobre la surgente misma de las aguas termales. El comedor incorporó el ladrillo a la vista y una relación más "controlada" entre el interior y el exterior, por medio de aventanamientos de menor superficie que los originales. Una gran playa hacia el extremo Este del hotel albergó un estacionamiento vehicular, dando cuenta del cambio en la modalidad de transporte desde y hacia el balneario, forzado por la suspensión del tren.

[136] Ernesto Schiffrin estudió arquitectura en la Universidad Nacional de Buenos Aires y egresó en la década de 1930. Se desempeñó en Mendoza como agente del Ministerio de Obras y Servicios Públicos de la Nación. En la década de 1940 trabajó en sociedad con Pedro Ribes (Moretti, 2017a). Ribes nació en Mendoza en 1907. Siendo niño su familia se trasladó a España, donde cursó estudios de arquitectura en la Real Academia de Artes de San Carlos. En 1932 y de vuelta en Mendoza, se matriculó como constructor en el Consejo Profesional de Arquitectos e Ingenieros (Moretti, 2015).



Figuras 125-126

Vista general del hotel, la piscina y la parte exterior del Comedor e Cristal remodelado (1948 ca.).
Fuente: archivo personal Sra. Eloísa Cantú de Bianchi.

3.7. Conclusiones

Lo abordado en el capítulo permite comprender la compleja red de relaciones que operaron en Mendoza, en su proceso de consolidación como destino turístico. La legislación específica generada en torno a la edificación de hoteles acompañó y promovió estos cambios y logró revertir el panorama del turismo en general[137] y del alojamiento en particular, cuestión caracterizada como problema desde la dirigencia política. La nueva normativa colocó a la Provincia en situación ventajosa, por la posibilidad de manejar sus propios recursos para el fomento de la actividad, por medio del Ministerio de Industrias y Obras Públicas (Economía, Obras Públicas y Riego a partir de 1938) y en lo específico desde la DPT y sus instancias de control. Las inversiones privadas, beneficiadas directamente por estas medidas, o indirectamente por un contexto favorable para el mercado hotelero, se destinaron a la implantación o remodelación de hoteles con diversas escalas, materialidades y lenguajes. Las obras encaradas evidenciaron una innovación arquitectónica, sustentada en la incorporación de nuevas tipologías edilicias, el uso de tecnologías constructivas de avanzada y un apego a ciertos lenguajes que los promotores emplearon en la difusión turística de los edificios.

A diferencia de lo analizado en el capítulo anterior, la creciente injerencia en el campo profesional de los técnicos involucrados, y su mayor especialización, le otorgó mayor visibilidad tanto al proceso proyectual, como a sus principales responsables y a sus resultados. En este momento, fue posible conocer las autorías de los proyectos y la adscripción de los profesionales a las revistas de difusión del campo disciplinar, lo que permitió trazar su adhesión a una u otra tendencia en materia de lenguajes arquitectónicos, como al empleo de nuevas tecnologías en las obras.

En relación con los lenguajes adoptados, se hace evidente (al menos en los hoteles de la ciudad) una intención de distanciamiento respecto de los lenguajes de los edificios provenientes de décadas anteriores. Por ejemplo, en ningún caso se recurrió a la expresión de la arquitectura italianizante, propia de fines del siglo XIX y principios del XX, tampoco se detectan referencias a los academicismos rigurosos, que fueron encarnados en la década del `20 por el Plaza Hotel y su teatro, más aún, este hotel suscribió a una modernización de su tecnología y de su interiorismo, absolutamente enfrentado con el estilo arquitectónico que le dio origen. Observamos en un 37% de los ejemplos analizados una recurrencia al pintoresquismo historicista en sus variantes neocolonial, neoplateresco,

[137] La discusión parlamentaria de la ley 1401/41 expuso que, desde 1937 hasta marzo de 1941, habían ingresado a Mendoza 170.000 turistas, lo que a razón de un gasto diario de 100 pesos, reportaba un ingreso medio de 17 millones de pesos, que circulaban “en las más múltiples formas de todos los sectores de la economía (Provincia de Mendoza, 1941, p. 866). La justificación sostenía que el ingreso a las arcas de la Provincia, derivado de la vitivinicultura, era de 60 millones de pesos anuales, por lo que un adecuado sostenimiento de las políticas turísticas efectivamente incidiría de manera positiva en la economía local.

californiano, romántico inglés e, incluso, centroeuropeo o normando, con uso predominante de materiales locales (piedra laja, piedra pizarra, maderas nobles, hierro forjado). Mientras que el 63% restante de las obras o proyectos abrazaron una filiación referida a la AM, en su vertiente racionalista, con el empleo de voladizos, amplios aventanamientos de cristal, barandas en acero, una rígida modulación de las aberturas y un predominio del ascetismo en su repertorio estilístico y formal. En el 100% de los casos analizados el sistema constructivo-estructural adoptó sistemas aporticados con vigas y columnas de hormigón armado, con mampostería en ladrillo cocido. A esta modernización tecnológica contribuyó en Mendoza el asentamiento de las primeras fábricas de cemento, como también la mayor burocratización estatal que, por medio de sus oficinas técnicas, asumió mayores responsabilidades en el control de la ejecución de las obras y el cumplimiento de los códigos de construcción, evidenciado en la multiplicidad de profesionales que observamos en los rótulos de la documentación técnica relevada.

En cuanto a la vinculación entre RS y arquitectura, entendemos que, desde el plano simbólico, los privados se sirvieron en lo discursivo del empleo de adjetivos calificativos, de manera análoga a lo ocurrido en el período analizado en el capítulo anterior, pero también activó una prefiguración de los hoteles por medio del empleo de fotografías de los edificios construidos, o de sus espacios más emblemáticos; lo que reforzó en el imaginario local y nacional, la amplitud de la oferta en alojamiento que comenzó a caracterizar a Mendoza. En este sentido, la adhesión preeminente a lenguajes vinculados a la abstracción pareció vehiculizar más eficientemente una serie de principios asociados con el confort, la comodidad, la mayor tecnificación edilicia e incluso la seguridad frente al sismo, cualidades que proliferaron en los anuncios relevados y que resumieron, en buena medida, la calidad general de los servicios ofrecidos.

En la montaña, Puente del Inca se consolidó como nodo turístico y sede predilecta para la práctica de deportes de montaña y ascensionismo a los cerros de la cordillera mendocina, situación impulsada por las asociaciones de montañistas surgidas al iniciar la década de 1930. En cambio, Las Cuevas evidenció su posición estratégica para albergar un centro fronterizo, en la ruta que vinculaba Buenos Aires con Santiago de Chile, a partir de la ideación de un destacadísimo equipamiento fronterizo por encargo del ACA que, si bien no materializó, sentó un precedente apreciable para la posterior actuación del peronismo, con la implantación en el lugar de la villa Eva Perón.

En el aspecto simbólico, el reconocimiento de la montaña como figura identificatoria de Mendoza, añadió el valor de instaurarse como escenario de la Gesta Sanmartiniana y como repertorio de *geosímbolos*, ponderando la relevancia de componentes destacados de la flora y la fauna provincial, dignos de ser estudiados y analizados científicamente.

4. CAPÍTULO IV
Turismo de masas y edilicia hotelera en el primer peronismo (1946-1955)

4.1. Introducción

Avanzada la década de 1940, la sanción de normas que regularon la jornada laboral e instituyeron las vacaciones pagas, delinearon los primeros pasos en el proceso de "democratización del bienestar" a nivel nacional, según han estudiado Juan Carlos Torre y Elisa Pastoriza (2001). En palabras de los autores, "la sociedad móvil de los años del peronismo fue una sociedad con una estructura de ingresos más igualitaria. Y, con más ingresos disponibles, los argentinos pudieron consumir más y en forma más variada" (p. 259). En consecuencia, se produjo un aumento marcado en los niveles de vida de la población, particularmente de los estratos populares. Junto con el desarrollo del turismo, surgió un interés de la dirigencia por fomentar el deporte y el descanso dominical, extendidos ahora a mayores capas de la población.[138]

Torre y Pastoriza (2001) sostienen que el turismo se caracterizó por la implantación de grandes complejos hoteleros en Mar del Plata y las sierras de Córdoba, destinos "preferidos" en el paisaje turístico del país, abriendo las posibilidades de acceso y disfrute turístico a estratos más amplios de la sociedad, en sitios que anteriormente estaban reservados a los miembros de la aristocracia y la dirigencia política.

Los pilares del turismo social peronista fueron colocados en 1945: "(…) el decreto por el que se creó el aguinaldo estableció un descuento del 5% con destino a la promoción del turismo entre los trabajadores y la construcción de colonias de vacaciones" (p. 261). Por primera vez se asignaron oficialmente fondos con ese fin. Por otra parte, aparecieron nuevos destinatarios de las prácticas turísticas y de ocio: los trabajadores o empleados, los estudiantes y los niños.

En este contexto, la oferta turística se amplió ya no sólo por las acciones de promoción en manos del Estado, sino que aparecieron en escena las asociaciones profesionales, que agrupaban a los empleados según los rubros comerciales y fabriles en los que se desempeñaban (Petroleros, Comercio, Ferroviarios, Bancarios, Obras Sanitarias, Luz y Fuerza, etc.), ofreciendo instancias específicas de intercambio y ocio entre sus afiliados.[139]

La concepción del turismo nacional, según los lineamientos del Primer Plan Quinquenal, tenía una faz económica y otra social: la económica se vinculaba con la posibilidad de acceder a hoteles económicos, por una parte, y de poder desplazarse a los sitios de veraneo a través de transportes acordes y con precios controlados, por otra (lo

[138] A fines del siglo XIX y comienzos del XX, se consolidó en Mendoza la práctica de deportes, con la fundación de los primeros clubes: Tiro Nacional Club (1886), Gimnasia y Esgrima (1893), Unión Club FFCC Oeste (1907), Mendoza Tenis (1921) y Sportivo Jorge Newbery (1921) (Giménez Puga, 1940, pp. 574-599). En la década de 1930, aparecieron otras instituciones deportivas, vinculadas con el ciclismo, la práctica de fútbol, boxeo y andinismo, como hemos analizado en el capítulo anterior.

[139] Respecto de la hotelería desarrollada por las asociaciones sindicales en los centros receptores del país, sugerimos revisar el trabajo de Pastoriza (2020).

que tácitamente implicaba la existencia –o la necesidad– de infraestructura caminera y ferroviaria). La faz social se derivaba del intercambio beneficioso entre turistas provenientes de distintas latitudes de la geografía nacional: a través del conocimiento del "otro" se reconocía la propia identidad y se reforzaba el sentido de pertenencia. El escenario propuesto para este intercambio eran las colonias de vacaciones y los campamentos (Presidencia de la Nación Argentina, 1946).

Los principales objetivos del plan de desarrollo turístico argentino consistieron en:

1. promover la "preservación de la flora y la fauna típicas del país,
2. facilitar a toda la población el conocimiento de los lugares más hermosos,
3. salvaguardar las bellezas naturales de la Nación y
4. procurar descanso y esparcimiento a las clases de bajos recursos (…)" (Presidencia de la Nación Argentina, 1946, p. 66).

Estos fundamentos dejan entrever una serie de conceptos más profundos (aspectos ampliamente abordados por Scarzanella, 1998; Torre y Pastoriza, 2002; Troncoso y Lois, 2004; Pastoriza, 2008a y b; Pastoriza, 2011; Piglia, 2011; Pastoriza y Piglia, 2012; Piglia y Pastoriza, 2017; Schlüter, 2008 y Cicalese, 2018): por una parte, el reconocimiento de la diversidad de recursos naturales en tanto insumos para el desarrollo de las economías regionales (más que por su relevancia intrínseca como partes constituyentes de ecosistemas singulares o áreas de biodiversidad destacada). En segunda instancia, la potencialidad del turismo como factor de creación de conciencia ciudadana y nacional, que promovía la igualdad de los derechos cívicos, legales, sociales, culturales y económicos. Luego, propender a la seguridad y resguardo de las áreas de frontera y finalmente, facilitar el acceso al ocio y al turismo, de capas más amplias de la población, tendiendo a la masificación de las prácticas. Sostenemos que, según las medidas implementadas, el gobierno nacional priorizó para Mendoza del segundo al cuarto objetivo, mientras que, a nivel provincial, ampliar el conocimiento y disfrute de los lugares de turismo a toda la población y propender al conocimiento de las bellezas locales y del resto del país, se posicionaron como los más relevantes.

El Segundo Plan Quinquenal (Figura 127) agregaba, a los propósitos del primero, el desarrollo del turismo internacional. En el ámbito del turismo nacional, buscaba el fortalecimiento del turismo escolar. El Plan fomentaba el desarrollo de centros y zonas de turismo existentes, al tiempo que buscaba posiciona nuevas zonas, en provincias o territorios de menores recursos económicos, o bien en aquellas "menos privilegiadas con respecto a los recursos naturales" (Presidencia de la Nación, 1953, p. 153), lo que podría explicar la ausencia de colonias de vacaciones u hoteles nacionales de este período en

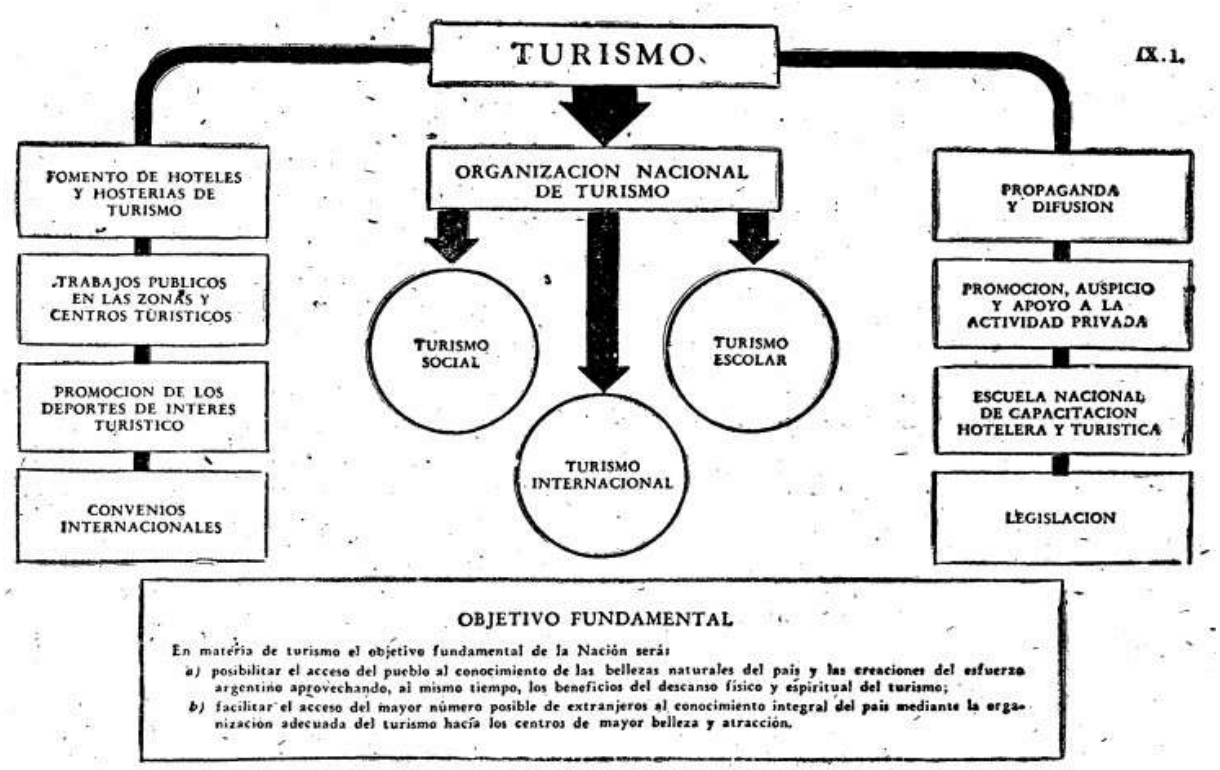


Figura 127

Síntesis gráfica de la conceptualización del Turismo, del Segundo Plan Quinquenal.
Fuente: Presidencia de la Nación, 1953, p. 151.

Mendoza, dado el profuso equipamiento hotelero e infraestructura turística existente en la provincia, proveniente de décadas anteriores.

Además, promovía el fomento, mediante el crédito bancario, a la construcción privada de hoteles de turismo, en sitios ya consolidados; y de hosterías en los caminos de acceso a dichas zonas.[140] Como novedad, proponía la creación de una Escuela Nacional de Hotelería y de formación técnico-profesional para el personal de empresas de turismo, a fin de "capacitar a sus alumnos en la atención y servicio del turista" (Presidencia de la Nación, 1953, p. 155), dando cuenta de la mayor especificidad que habían adquirido los distintos rubros vinculados con la actividad turística.[141]

El Plan otorgaba un lugar especial al *week end*, o "turismo local de sábados y domingos", que llenaba "las zonas periféricas de las grandes ciudades, como prueba que el objetivo fundamental de la Doctrina Peronista, que es la felicidad del pueblo, se cumple en todos sus alcances" (Presidencia de la Nación, 1953, p. 153). Esta aseveración da cuenta de la relevancia que el Plan otorgaba al turismo de cercanía, de corta duración, en las proximidades del lugar de residencia permanente de los destinatarios,[142] oferta que se sumaba a la práctica de las vacaciones pagas, previstas por la legislación laboral.

En Mendoza, las políticas en materia de turismo siguieron el mismo derrotero que se daba a nivel nacional, con la diferencia que la provincia no recibió del gobierno central grandes conjuntos o edificios, como sí ocurrió con Córdoba, Catamarca, Santiago del Estero, Mar del Plata o Chapadmalal. La promoción de los deportes, el fomento a la construcción de hoteles populares de turismo, las acciones sistemáticas de propaganda y difusión de sitios y enclaves turísticos, el impulso a las actividades industriales (de las que destacaba la Vendimia) y la exaltación de la figura de San Martín y su gesta, constituyeron las medidas más relevantes encaradas desde la esfera gubernamental para el posicionamiento de Mendoza como destino relevante.

La gestión de Faustino Picallo (1946-1949), otorgó un fuerte impulso a la Fiesta de la Vendimia y a la realización de ferias industriales, amplió el acceso a bienes culturales[143]

---

[140] A partir de 1947 un sistema crediticio denominado Préstamo Nacional Hotelero, otorgado por el Banco Hipotecario Nacional, incentivó la acción privada en materia de edilicia hotelera: la iniciativa era observada por la Administración General de Parques Nacionales y Turismo, que "evaluaba las propuestas teniendo en cuenta la localización de las construcciones, la conveniencia desde el punto de vista turístico y el estilo arquitectónico de los edificios" (Troncoso y Lois, 2004, p. 285).

[141] Esta iniciativa contó con algunos antecedentes en la década de 1940, pero se concretó recién en 1978, cuando se puso en funcionamiento la Escuela de Hotelería y Gastronomía del Gran Hotel Casino, dependiente de la Federación Empresaria Hotelero Gastronómica de la República Argentina (Garazi, 2020, p. 74).

[142] Si bien la práctica del *week end* no es exclusiva de este período histórico, su incorporación decidida al plan de gobierno como parte de las políticas sociales sí lo es, sobre todo al considerar que en las décadas anteriores se vinculaba con estratos medios-altos (que contaban con los recursos o el automóvil para ejercerla), mientras que el espíritu a partir de 1946, consiste en difundirlo a las clases trabajadoras.

[143] Durante su gestión se recibió la donación de la casa solariega de Narcisa Araujo de Guiñazú en Mayor Drummond, y se la acondicionó para albergar el Museo Emiliano Guiñazú, luego Museo Provincial de Bellas Artes (ley 1687/47). Entre otras medidas, se creó la Comisión Provincial de Cultura (ley 1678/47), que buscaba centralizar la administración y gestión de la Biblioteca Pública General San Martín, de la Academia Provincial de Bellas Artes, del Museo Emiliano Guiñazú, de la Banda de Música de la Policía, de los teatros pertenecientes al Estado y de cualquier otro organismo creado a los efectos de la ley. Se promovió la formación cultural por medio del otorgamiento de becas a estudiantes, ejerciéndose la vigilancia de

y promovió la práctica deportiva. Asimismo, facilitó el turismo de cercanía, con excursiones económicas a distintos puntos de la provincia (Potrerillos, Cacheuta, Lunlunta, Tunuyán, Villavicencio y Uspallata), a partir del establecimiento de la primera estación de turismo autorizada al efecto (Raffa, 2018b), por medio de un convenio con la *Empresa de Turismo Argentino,* de Avallone Hnos. SRL (ETA).[144]

La norma nº 1581/46 fue la primera en la gestión del peronismo provincial, que destinó fondos para la construcción de hoteles populares de turismo por el Estado, en Luján de Cuyo, San Rafael, Tupungato y Tunuyán (de los cuales se iniciaron los tres últimos). Además, la Legislatura autorizó la venta del Hotel de Uspallata al Instituto Argentino para la Promoción del Intercambio (IAPI), por el valor neto de su construcción (ley 1671/47). Entre otras medidas, se creó el *Fondo de Promoción al Turismo*, regulado por ley 1697/48.

Paralelamente, la Legislatura promulgó una serie de leyes referidas al mundo del trabajo que provocaron una mejora real del salario, lo que, sumado a la regulación de la jornada laboral, debió incidir en una mayor disponibilidad de tiempo libre, beneficiando y facilitando la práctica de actividades vinculadas con el ocio y el turismo. Entre ellas, fijó aumentos para empleados del Estado por ley 1632/47; estableció el salario mínimo y la jornada laboral máxima para empleados y obreros del servicio público, correspondientes a los tres poderes (ley 1633/47), implementó asignaciones por matrimonio y por nacimiento a empleados y obreros casados (ley 1635/47), y determinó montos máximos y mínimos de jubilaciones (leyes 1641/47 y 1724/48). Reglamentó la caja de jubilaciones y pensiones del magisterio (por ley 1656/47 y su complementaria 1751/48).

En la gobernación de Blas Brisoli (1949-1952) se implementó el segundo plan trienal de obras y servicios públicos para la provincia, en línea con el Primer Plan Quinquenal (1947-1951). Su administración fomentó la obra pública, vinculada a vivienda, construcción de edificios escolares, hospitalarios e irrigación, dio impulso a la construcción y mejora de vías comunicacionales e inició la construcción del nuevo centro de gobierno en los terrenos de la antigua Quinta Agronómica (AAVV, 1996). En materia de turismo, Brisoli suscribió un convenio recíproco con el gobierno de la Provincia de Buenos Aires, que promovía el intercambio de contingentes de ambas provincias, que se desplazaban en verano e invierno a la playa o la montaña, según proviniesen de Mendoza o Buenos Aires, respectivamente (Raffa, 2018b), experiencia que también repitió la administración Evans.

monumentos, paisajes y lugares históricos y promovió la creación de cuatro secretarías con función de asesoría a la Comisión: de Artes Plásticas; de Letras, Ciencias e Historia; de Música, Canto y Coreografía; y de Teatro, Cinematografía y Radio (Picallo, 1948, pp. 115, 116).

[144] En relación con los intercambios turísticos entre Mendoza y otras provincias, durante la gestión de Picallo y a través de un encargo efectuado a la sección Propaganda de la DPT, preparó una excursión de un contingente local a las provincias de Córdoba, Tucumán y Santiago del Estero, que se hizo efectiva en julio de 1947, con un total de 50 pasajeros que viajaron "en dos modernos ómnibus" de la ETA, cumpliendo el propósito de fomento del turismo masivo interprovincial (Picallo, 1948, p. 153).

Por ley 1837/49 se creó la Dirección Provincial de Aeronáutica, dependiente del Ministerio de Gobierno y Asistencia Social y se destinaron fondos para el fomento de cooperativas de transporte automotor de pasajeros, de las líneas urbanas con servicio en la Capital (ley 1928/50), lo que pone en evidencia la relevancia creciente que la movilidad ocupó en la agenda pública. En 1950 se alentó la instalación de campamentos de turismo social en Potrerillos, dando continuidad a las medidas pioneras del ciclo conservador-demócrata.

Se creó el departamento de Malargüe gracias a la norma N°1937/50, en base a extensas superficies en torno del distrito homónimo perteneciente a San Rafael, de modo que esta jurisdicción administrativa comenzó a tener peso propio y ganó mayor visibilidad para la gestión provincial, lo que incluyó también el fomento turístico de ese "nuevo" territorio.

Carlos Evans ocupó la primera magistratura provincial entre 1953 y 1955 y llevó adelante el segundo Plan Quinquenal Provincial, que seguía los lineamientos del Plan Quinquenal nacional, proyectado para el período 1953-1957. Durante su gobernación, se aprobó el convenio celebrado entre el Gobierno de la provincia y el Ministerio del Ejército para la urbanización del valle de Uspallata, con el asiento de destacamentos de Gendarmería Nacional, proyecto que se concretó sólo en parte.[145] Igualmente, se promovió la urbanización de Cacheuta, por medio de la venta de lotes fiscales (ley 2427/55).

La política de ampliación de los equipamientos sanitarios y escolares en diversas escalas se prolongó durante su gestión, dando continuidad a las iniciativas del gobierno de Brisoli. Dada la coyuntura y los problemas económicos[146] que comenzaban a hacer mella en la bonanza característica del primer gobierno peronista, Evans tuvo que recurrir a un saneamiento financiero y reorganización administrativa del Estado, con el objeto de direccionar más eficazmente los recursos (Cuadra, 1998). Específicamente en materia hotelera, Raffa (2018) explica que el Hotel Puente del Inca pasó a manos del Estado, en tanto el Hotel Termas de Cacheuta fue cedido al sector gremial.

Ahora bien, ¿cuáles fueron las novedades en el ámbito específico de la arquitectura? En términos generales, a partir de 1940 la arquitectura argentina fue manifestando un abandono paulatino de los rasgos de austeridad, abstracción y masa; para comenzar su búsqueda entre los valores de la elocuencia, materialidad y transparencia, según lo analizado por Jorge Francisco Liernur (2001). En ese momento, el

[145] Sugerimos revisar el apartado *El turismo sindical: Cacheuta y Uspallata,* en Raffa y Hirschegger (2018).

[146] La exclusión de la Argentina del Plan Marshall, que buscaba beneficiar a las economías europeas dañadas por la guerra, el aumento de la inflación, la retracción de los salarios y el ciclo de sequía (1949-1952) que ocasionó una crisis en el campo, han sido señaladas como parte de las causas que afectaron el avance industrial y comercial que, hacia el interior y hacia el exterior del país respectivamente, habían apuntalado las reservas y generado superávit fiscal (Gerchunoff y Antúnez, 2001, pp. 163-166).

trabajo profesional al interior del campo experimentó una transformación notable que se manifestó en el desplazamiento del modelo de la actividad liberal individual a favor de la instalación de un nuevo sujeto grupal, tanto en el ámbito estatal como en el privado. En este sentido, un organismo del Estado a nivel nacional cobró creciente relevancia: la Dirección Nacional de Arquitectura (DNA). Esta oficina centralizó la planificación, proyecto y ejecución de la obra pública del gobierno nacional y de los planes quinquenales, afirma Silvia Cirvini (2004, p. 248).

Asimismo, apareció una nostalgia por lo individual, lo primitivo, lo natural, lo privado, aspectos que fueron “especialmente promocionados por sectores nacionalistas” (Liernur, 2001, p. 240): la manifestación más elocuente de esta reacción fue la difusión masiva del gusto “rústico” y las referencias al organicismo y el regionalismo. Estas condiciones actuaron como caldo de cultivo de una arquitectura que, si bien surgió de un espacio de reflexión en torno de las particularidades de su cualidad “moderna”, también logró identificarse con las tradiciones y materiales locales. En paralelo, se hizo notoria la preferencia por materiales no industriales, lo que provocó un “redescubrimiento” del ladrillo visto o la piedra.

En lo que respecta a la temática desarrollada en este capítulo, indagaremos en el plan de acción del peronismo provincial, centrado en tres principios rectores: la *Montaña*, la *Gesta Libertadora* y la *Vendimia*, analizando en paralelo las realizaciones (del plano material y simbólico) que visibilizaron esas líneas de acción. A continuación, abordaremos la construcción de hoteles suscitada en el período, tanto proveniente del Estado como de los actores privados; contrastando con las representaciones sociales que, en relación con ellos, circulaban en el discurso turístico dominante. En la segunda parte, indagaremos en las propuestas y ejecuciones de la Fundación Eva Perón en Mendoza y, finalmente, nos adentraremos en el discurso promocional que alimentaba las representaciones en torno de Mendoza y de su carácter como destino, analizando publicaciones locales y del gobierno nacional.

Parte 1
La visión peronista del turismo. Edilicia hotelera pública y privada.

4.2. La visión peronista del turismo: el plan de acción fundado en la *Montaña,* la *Gesta Libertadora* y la *Vendimia*[147]

Hemos referido previamente que, vinculado a la promoción del deporte, se concibió un *Fondo de Cultura Física y Descanso,* orientado al fomento general de la disciplina, junto con la habilitación y mantenimiento de colonias populares de vacaciones y la construcción de estadios y centros deportivos en distintos puntos de la provincia. Si bien este proyecto de ley no llegó a sancionarse, da cuenta de la relevancia que la administración provincial otorgó a la cultura física y espiritual de la población, entendidas como parte integrante de un mismo paquete de beneficios. Picallo expresaba en uno de sus mensajes a las Cámaras legislativas:

> A fin de obtener la recuperación física del niño y el desarrollo de las vocaciones artísticas, se ha encarado la organización de las colonias de vacaciones para escolares, complementándose este proceso educativo con la práctica de gimnasia metodizada y científica, y coordinándose esta obra con la que se desarrolla en el orden nacional, de acuerdo con lo establecido por la Ley 12.552 (Poder Ejecutivo Mendoza, 1946, p. 26).

La cita pone en evidencia la relevancia que la dirigencia local otorgó al deporte en todas sus facetas, en este caso puntual como parte del proceso formativo de niños y niñas, e incorporado a la currícula escolar, lo que garantizaba que sus beneficios llegasen a toda la población de manera equitativa. También lo relacionaba con las actividades de ocio, equiparándolo con el desarrollo artístico, lo que da cuenta del posicionamiento de la gestión provincial, en línea con los designios del gobierno central, posiblemente en una búsqueda de legitimación de la medida. La argumentación recurría a fundamentos científicos para reforzar la decisión. El discurso tiene un carácter eminentemente *performativo* como *discurso de autoridad* (Roig, 1993), íntimamente ligado a uno de los preceptos del peronismo, que ubicaba a la infancia como destinataria privilegiada de las acciones de gobierno.[148]

Respecto del espacio que cupo al deporte en las estrategias de promoción turística de Mendoza, la gestión provincial enarboló el binomio práctica deportiva / ocio, concretamente, en lo referido a la **práctica de deportes de montaña** como el andinismo, el senderismo, el esquí y el patinaje sobre hielo. Estos deportes conjugaban los principios de desarrollo de la cultura física y el descanso, en estrecho contacto con la naturaleza, lo que quedó demostrado con la asignación de fondos para la instalación de un campo de deportes invernales en Puente del Inca, “integrado por un trampolín de salto, con diseño

[147] Raffa (2018) ha sido una de las primeras investigadoras en detectar los tres principios rectores de las políticas turísticas del peronismo a nivel provincial.

[148] Durante la gestión de Brisoli se continuó el fomento al deporte: mediante la contratación de “treinta y cinco profesores especializados”, se atendió a todos los niños inscriptos. Los resultados, “apreciados por el público a través de numerosas exhibiciones, han sido halagüeños, ya que se metodizó la actividad deportiva dosificándola de acuerdo a un concepto real de los procesos fisiológicos de los niños”, es decir, adecuando la gimnasia a la edad y las condiciones físicas. Además, la *Labor de Gobierno* daba cuenta de la realización de campeonatos interescolares de vóley y básquet, con la participación de más de 600 equipos (Oficina de Prensa e Informaciones, 1952, pp. 182, 183).

ajustado a las demarcaciones e indicaciones de la Federación Internacional de *Ski*, pista de hockey sobre hielo, *ski-lift* y pistas de deslizamiento" (Ministerio de Economía, Obras Públicas y Riego, 1948, p. 39). Con estas acciones, se completaba la oferta de turismo invernal que ya había consolidado el Hotel Puente del Inca desde principios de siglo, confiriendo renovado interés a los poblados de alta montaña en el itinerario del Trasandino, dado que cada uno de ellos habilitaba el acceso a rutas diferenciadas para senderismo y ascensionismo.[149]

Picallo otorgó mediante ley 1615/47, un subsidio de $3.000 m/n al Club Andinista Mendoza (CAM) para la construcción de un refugio en la zona de Vallecitos, instituido como nuevo destino turístico de invierno y verano, junto con el ya consolidado valle de Potrerillos, según veremos en los párrafos subsiguientes. El camino de acceso a Vallecitos se había concretado con fondos de la Nación, el subsidio al CAM permitía la incorporación de un segundo refugio en el lugar,[150] promoviendo el ascensionismo (la zona conduce a la ruta de acceso a los cerros del Cordón del Plata) y la práctica del esquí (Figura 128):

> A este respecto corresponde destacar la valiosa colaboración prestada por el Ministerio de Guerra al fomento de estas actividades. Por el Comando de Agrupación de Montaña «Cuyo» fue facilitado el ski-lift de funciona en Puente del Inca, para el transporte de los esquiadores y 150 camas con su equipamiento completo. Se ha construido un tramo de 32 kilómetros en el camino a Vallecitos, en Potrerillos, a cargo de la Nación, que asciende a las cumbres apropiadas para los ejercicios de esquí y se ha contado con el asesoramiento de dos oficiales destacados por el Comando, expertos en la enseñanza y organización de los deportes de invierno en la zona cordillerana, todo lo cual importa una colaboración eficaz del Ministerio de Guerra al desarrollo de estas actividades, que reconoce y agradece el Poder Ejecutivo (Gobierno de Mendoza, 1948, p. 82).

El discurso relevado posiciona al receptor como *prodestinatario* (Roig, 1993), es decir, comparte el discurso con el emisor. La cita da cuenta de la relevancia que el gobierno local prestó al fomento del turismo de montaña, enfatizando la colaboración de un ministerio nacional, como modo de evidenciar una relación aceitada con el poder central, y un conjunto de medidas que se ordenaba en la misma línea de acción, lo que convalidaba la iniciativa local.

[149] Las Cuevas permitía el acceso a la Quebrada de Matienzo, que era visitada por andinistas desde la década de 1920, Puente del Inca se había posicionado como el sitio predilecto para establecer la base de operaciones de ascenso al Aconcagua y a la laguna de Horcones, finalmente Punta de Vacas permitía acceder al valle del río Tupungato y desde allí al cerro homónimo.

[150] El primer refugio existente en el lugar, conocido como San Bernardo, se concretó gracias a la inversión del gobierno de la Provincia durante el ciclo conservador-demócrata (Vicchi, 1941, citado por Raffa, 2020a, p. 214), mientras que el subsidio al CAM posibilitó la construcción, en un lugar cercano al primero, de un segundo refugio (conocido actualmente como refugio Mausy).

Figura 128

Deportes de invierno en las pistas de Vallecitos.
Fuente: *El Volante de Cuyo*, 1951, s. p.

En relación con la colaboración de “oficiales” en las tareas, esta particularidad deja entrever la incorporación de personal especializado, sobre todo en lo vinculado a la enseñanza del esquí, que fue una actividad no sólo promovida en el ámbito turístico, sino también castrense, con la instalación de destacamentos del Ejército Argentino en alta montaña, dado que el esquí (y el ascensionismo) fueron practicados por personal apostado en las zonas de frontera,[151] abocado al resguardo de la seguridad nacional. La *función utópica* del discurso refiere a una cualidad *anticipadora de futuro* (Roig, 1993): el discurso se apoyaba en una verdad incuestionable, que no admitía modificaciones a lo largo del tiempo.

En los *fundamentos del discurso* (Roig, 1993) detectamos una intencionalidad del lenguaje orientada a una *función de apoyo*, dado que sostiene su argumentación sobre un mensaje que considera absoluto: esas cumbres (y no otras) eran las más apropiadas para la práctica del esquí; personal del Ministerio de Guerra era, en la visión del dirigente, el más idóneo para las tareas de equipamiento del destino turístico con mejores servicios, y para la organización de las actividades y capacitación en los deportes invernales.

La imagen ilustraba la tapa de la revista *El Volante de Cuyo*, número aparecido al inicio de la temporada invernal, con lo que podemos arriesgar que buscaba despertar el interés en los lectores (afiliados al gremio de choferes), y promocionar el destino. La toma da cuenta de la apropiación por los deportistas del espacio montañés, podemos arriesgar que la mayoría (sino todos) son varones. Según indica el cartel en primer plano, la pista estaba en las proximidades del refugio San Bernardo, de lo que se deduce que los visitantes llegaban hasta el refugio y de allí se desplazaban caminando a la zona de las canchas (no se observan telesillas u otro medio similar). Se advierte buena cantidad de nieve (corresponde con la época de la toma, junio) y podemos diferenciar equipos específicos para la práctica deportiva (como esquís, bastones, vestimenta acorde, botas, etc.). La imagen registra la pista N°3, lo que confirma la existencia de varias pistas, probablemente organizadas según las aptitudes de los esquiadores, acorde con distintos grados de complejidad.

La política de Brisoli continuó por el mismo andarivel: en su mensaje a las Cámaras en el momento de asumir el mando, sostuvo que los deportes de invierno debían intensificarse, dada su cualidad de “atractivo particular de la región”. Sumado a ello, resaltaba la fama de Mendoza como “centro privilegiado del andinismo y del esquí,

[151] Un artículo publicado el 21 de febrero de 1945 en *Los Andes* y el mismo mes en *La Quincena Social,* dio cuenta de la relevancia de las compañías militares en alta montaña, por ejemplo, el Cuerpo de Zapadores de Mendoza que, además de hacer expediciones a los cerros de la zona, estaban “ocupados en la construcción de puentes y caminos, adiestrados en el uso de explosivos y en la limpieza de campos minados”. En la montaña, además se encargaban de rescatar cuerpos de andinistas perecidos, o de realizar expediciones científicas (Napolitano, 1945, s. p.).

actividades que cuentan cada día con mayor número de aficionados foráneos y locales" (Gobierno de Mendoza, 1949, p. 69). Brisoli expresaba que se había iniciado el estudio de un plan destinado a "parcelar zonas montañosas para el deporte de nieve, para crear en ellas centros con vida propia, al igual que los de otras regiones similares de Europa y América, famosas por sus canchas de esquí" (p. 69). La fundamentación de esa medida residía en la "multiplicación de los sitios apropiados para la práctica del deporte blanco", de manera que pudiesen llegar a ellos, "con el mínimo de sacrificio económico, los jóvenes humildes, empleados y estudiantes" (p. 69).

Ahora bien, el fomento al deporte también tuvo una modalidad más "urbana", de la que podía apropiarse un número mayor de interesados, sobre todo si consideramos que la práctica del andinismo demandaba desplazarse hasta sitios específicos, permanecer en el lugar y contar con equipo adecuado, lo que la convertía –pese a los discursos oficiales y la propaganda turística– en una actividad restringida a un estrato de cierto poder adquisitivo. Nos referimos al automovilismo, al ciclismo y al turismo carretera, esparcimientos que contaron con amplia adhesión popular. En la visión del gobierno, el deporte tendía a "la formación de un pueblo sano y vigoroso al mismo tiempo que estimula las virtudes de disciplina y juego limpio", por lo que propició "en toda forma las múltiples manifestaciones que han permitido su impulso en la vastedad del territorio" (Oficina de Prensa e Informaciones, 1952, p. 203).

La *Labor de Gobierno* daba cuenta de la preferencia del público por las "justas mecánicas", para las que se instituyeron premios en efectivo. Se otorgaron, además, "subsidios a atletas y clubes", vinculados con el ciclismo y el automovilismo, y se acondicionaron las rutas para la realización de competencias (p. 203).[152] En 1951 se realizó la primera edición del Campeonato Infantil de Automovilismo "Eva Perón", por las calles del Parque General San Martín. Más adelante, durante la gestión de Evans, se concretó la construcción del Autódromo de Mendoza, en las inmediaciones del Cerro de la Gloria, respondiendo a una iniciativa promovida por el Automóvil Club Mendoza (ACM).[153] *El Volante de Cuyo*, en su edición de octubre de 1952, expresaba que, si bien la obra era muy relevante para el desarrollo de los deportes motorizados, también contribuía como atracción turística.[154]

[152] Cabe aclarar que las primeras competencias de turismo carretera en Mendoza se iniciaron en 1930, en el circuito "El Borbollón". En 1939 se inauguró el circuito "El Plumerillo", con 7.200 m de recorrido, donde se disputaba el Gran Premio Vendimia. En el ciclo peronista el Estado provincial fomentó estas actividades, mientras que anteriormente sólo respondían a la organización y patrocinio de asociaciones civiles.

[153] En 1955, por ley 2434 el Poder Ejecutivo concedió al Automóvil Club Mendoza (ACM), por el período de 10 años, la administración del autódromo provincial.

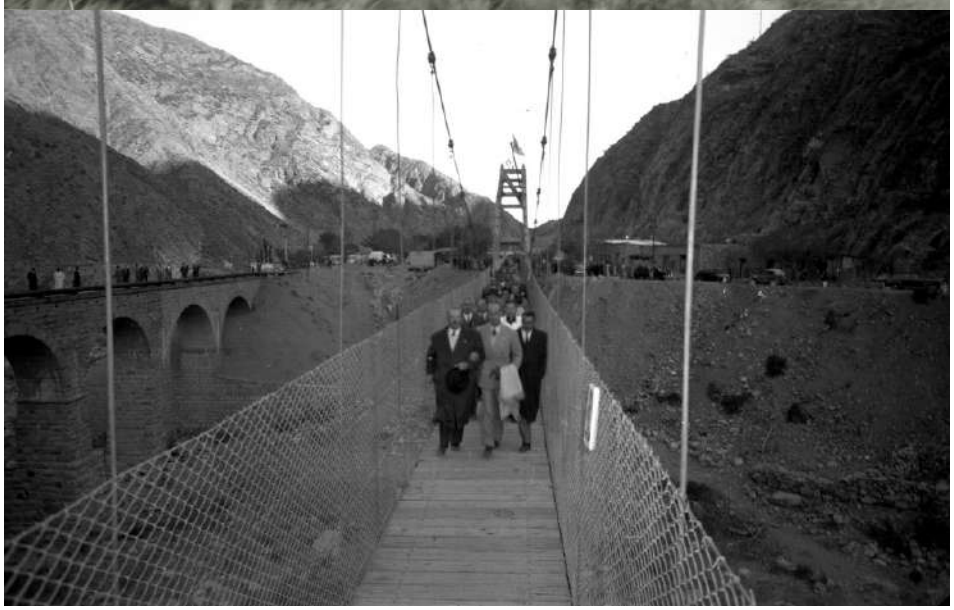
[154] El Autódromo contaría con dos circuitos: el primero con una longitud de 2.558,95 m y el segundo con 4.123,33 m, "ambos totalmente pavimentados con carpeta asfáltica, con 9 m de ancho". Las obras estuvieron a cargo de la DPV y de la Dirección de Parques, previéndose la construcción de un tercer circuito de 7 km, que bordearía el Cerro de la Gloria (Constituye una tangible realidad la construcción del Autódromo de Mendoza, 1952, pp. 10, 11).

En cuanto al desarrollo vial en relación con el turismo, el peronismo provincial ejecutó obras dispersas en el territorio que, directa o indirectamente, favorecieron la llegada de visitantes por medio del automóvil. Durante la gestión de Brisoli se construyó el camino de acceso a Valle Hermoso, en el departamento de Malargüe, de 50 km de extensión. La medida buscaba en realidad facilitar los estudios técnicos para el trasvase de los caudales de los ríos Cobre y Tordillo al Salado, lo que demandó también la construcción de un refugio de 3 plantas a 2300 m. s. n. m. para personal de la DPV y de Irrigación. La apertura de la carretera facilitó la integración turística de la zona, que se desplegaba hacia el Oeste, prolongando la traza que conducía a los baños de Los Molles y El Peralito (Oficina de Prensa e Informaciones, 1952, p. 206). Otra de las medidas de mejora de la red vial consistió en la construcción del camino de acceso al Manzano Histórico, en Tunuyán, por un monto de $300.000 m/n (p. 102).[155] Además se realizaron mejoras en la ruta a Potrerillos, con el asfaltado del tramo Blanco Encalada-Potrerillos por valor de $500.000 m/n (el tramo hasta Cacheuta, sobre el que se realizaron mejoras, se había finalizado en 1941).

Las tres operaciones encaradas por la DPV, que más impacto provocaron en los consumidores del turismo mendocino, fueron, en primer lugar, el mejoramiento y ensanche del camino a Vallecitos por Potrerillos. La obra demandó el tendido de tres puentes (uno sobre el arroyo El Salto, de 10,40 m de luz por 8 m de ancho de calzada; y dos sobre el río Blanco, de 6 m y 5 m de luz por 5 m de calzada) y la construcción de una playa de estacionamiento frente a las pistas de esquí, por un monto total de $102.806 m/n. La segunda operación consistió en el trazado y construcción de la ruta entre Potrerillos y Tupungato por La Ollada (actual paso de La Carrera, RP N°89) (Figura 129) que, en palabras de la dirigencia, no sólo contribuiría con la economía del valle de Tupungato, sino que se ofrecía también “como muy adecuado para la ampliación del radio turístico” de la provincia (Oficina de Prensa e Informaciones, 1952, p. 115).

La última acción consistió en tender una pasarela peatonal, conocida popularmente como “puente colgante” en la localidad de Cacheuta, paralela al puente ferroviario del tren Trasandino. La pasarela unía el sector de la antigua estación con el promontorio Norte, donde se ubicaban la escuela y el cementerio del poblado. El puente, de 112 m de longitud, fue desarrollado en tres tramos: con 1,6 m de ancho, cruzaba a una altura de 15 metros sobre el cauce del río Mendoza. La obra se finalizó por un monto de $172.553 m/n y fue inaugurada en 1953 (Figura 130).

[155] La DPA construyó en el lugar una hostería, en 1943 (Raffa, 2020a).



Figuras 129-130
Paseo familiar por La Ollada (arriba) y fotografía de la inauguración del puente colgante en Cacheuta, el 5/10/1953 (abajo).
Fuente: archivo personal Sra. Cristina Corino (1955 ca.) y Archivo Patrimonial de Mendoza [Sitio Web] http://www.archivopatrimonial.mendoza.gov.ar/galeria.php

La fotografía superior pertenece a un archivo privado y permite comprobar la incorporación de la nueva ruta por La Ollada como paseo de cercanías, mediante el uso del transporte motorizado. Una imagen similar (que sólo mostraba el paisaje) circuló en la publicación oficial *Agua, Vivienda, Salud*. Si bien no era una publicación destinada a la difusión masiva, seguramente la intencionalidad de la imagen fue dejar testimonio de la grandeza de la obra pública del período (reflejada metafóricamente en la imponencia del paisaje en el que la obra se insertaba). La imagen inferior muestra a las autoridades en el momento inmediatamente posterior al corte de cintas de la pasarela, podemos observar al gobernador Evans a la derecha (con traje claro) y toda su comitiva detrás. Se trata de una fotografía oficial, que muestra la belleza del lugar e implícitamente connotaba seguridad y la buena factura de la obra, dado que exhibía el momento en que toda la comitiva circulaba sobre el puente.

Hemos afirmado que el plan turístico del peronismo se apoyó en tres puntos. En cuanto a la **valoración de la figura de San Martín y de su gesta**, encontramos que una de las primeras acciones oficiales se orientó al fortalecimiento del Museo Histórico General San Martín, administrado por la Asociación de Damas Pro-Glorias Mendocinas, que recibió un subsidio del Estado provincial por ley 1645/47 para el sostenimiento de la institución cultural. Pero el antecedente de las grandes conmemoraciones en homenaje a San Martín se dio en 1947, con la *Semana Sanmartiniana*, que consistía en numerosas actividades, de las que destacaban las "peregrinaciones patrióticas (…), tomando por base el rico patrimonio histórico de nuestra provincia y fechas altamente propicias para el turismo invernal" (Picallo, 1948, p. 154), de modo que se sumaron a las actividades previstas en el calendario anual de turismo.[156]

La imposición del nombre *General San Martín* al emblemático parque urbano de Mendoza, y de *Avenida del Libertador* a una de sus principales calles, que conectaba los portones de acceso, ascendiendo hacia el Oeste, con el Cerro de la Gloria, constituyeron actos de gran peso simbólico. En esa ocasión, Picallo alegaba:

> Este acto de justicia de la memoria del Gran Capitán de los Andes alcanza a traducir una parte del perpetuo homenaje que le rinden los sentimientos profundos de este pueblo que, por los vínculos de la más pura afinidad, tienen en el gobierno de la Provincia un fiel y respetuoso intérprete. No hay un rincón de Mendoza que no esté saturado del recuerdo sagrado del «Santo de la Espada». No hay un pedazo de tierra mendocina que no conserve –como lo habrá de conservar hasta el fin de los siglos– esa especie de penetrante soplo de su espíritu. Aun después de ciento veinticinco años de ausencia corpórea, San Martín permanece redivivo en el hombre y en el paisaje de Mendoza. Corresponde a este suelo, más que a ningún otro en todo el continente, la gloria de hallarse identificado eternamente con el héroe (Picallo, 1948, p. 168).

[156] Las peregrinaciones se llevaban adelante desde 1943. En 1949 se hizo una peregrinación patriótica al sitio del Manzano (Tunuyán) donde se levantaría el monumento "Retorno a la Patria", comisionado al escultor Luis Perlotti.

El discurso relevado ubica al receptor como *prodestinatario* (Roig, 1993), es decir, que comparte con el emisor el punto de vista del mensaje, pero asume un fuerte carácter *performativo*, sustentado en la argumentación que aludía a lo terrenal y lo divino: el "suelo" que lo había cobijado y su "recuerdo sagrado", elevado a una categoría vinculada a lo religioso, situado en los escalones más altos de la exaltación simbólica. En este juego discursivo, la alusión al "pueblo de Mendoza" encierra un llamado a la acción, una exhortación que debía enardecer a todos los habitantes por igual, reforzado por la "natural herencia" que correspondía a los habitantes de suelo mendocino, como depositarios de la inspiración patriótica del héroe. Los *fundamentos del discurso* aluden a *funciones de apoyo*, dado que refieren a otro mensaje, respecto de la grandeza del personaje y de su vínculo inagotable con Mendoza, sobre el que existía un consenso amplio.

El mandatario se percibía (aludiendo a la figura del "gobierno de la Provincia" y, por ende, involucrando a toda la clase dirigente) como defensor de esta herencia sagrada, apelando a la relación recíproca entre "hombre" y "paisaje", es decir, buscaba por medio de una retórica reiterativa, reunir en una misma prefiguración al habitante y al suelo de Mendoza, sosteniendo que ni siquiera el tiempo podía socavar tal relación. De esta manera, su mensaje se instituía como como *discurso de autoridad* (Roig, 1993). Por el mismo motivo, observamos que la *función utópica* del discurso refiere a una cualidad *anticipadora de futuro* (Roig, 1993), en tanto se basa en una verdad incuestionable, ahistórica.

El traslado desde Francia, de los restos de la única hija de San Martín, su esposo y una de sus hijas, junto con la construcción de un mausoleo en la Basílica de San Francisco (ley 1650/1947), fue otra de las medidas que buscaron acrecentar el acervo sanmartiniano mendocino. Algunos años después, un grupo de intelectuales (entre los que destacaba el director-fundador de *La Quincena Social*, Leonardo F. Napolitano), solicitó a las autoridades provinciales la expropiación del terreno que albergó la casa donde había nacido Merceditas. El solar había sido identificado en la calle Corrientes de la ciudad de Mendoza, gracias a una serie de investigaciones en archivos y bibliotecas[157] y esta iniciativa buscaba convertirlo en un Museo Sanmartiniano (La llegada de los restos de la Infanta, 1951, s. p.).[158]

De todos los paseos públicos con que contaba la ciudad, el Parque San Martín se había instituido, desde la década anterior, como sitio predilecto de recreo de locales y

[157] Las gestiones se habían iniciado en 1940, impulsadas por una Comisión encabezada por el director del Archivo Histórico de la Provincia, Prof. Simón Semorile.
[158] El solar de la "casa natal de Mercedes San Martín y Escalada" fue declarado lugar histórico por la CNMMyLH, por Decreto N°368 de 1975. En 2019 se inició la construcción del "Museo de Sitio y Centro de Interpretación Casa de San Martín" (Así es el nuevo museo sanmartiniano de Mendoza, 2019, párr. 3).

turistas. Además, contenía en su borde Oeste el monumento al Ejército de los Andes, sobre el Cerro de la Gloria, sitio que se había instalado fuertemente en el imaginario colectivo turístico (y evocativo) de Mendoza. Diversos autores (a nivel nacional, Troncoso y Lois, 2004 y Ballent, 2005b; provincial, Raffa, 2018a) han referido a la aptitud del peronismo, para instaurar nuevos destinos turísticos o resignificar aquellos existentes, a partir de recursos retóricos, por medio de la apropiación simbólica y desde el ámbito de las materializaciones. En la Vendimia de 1947, Perón se hizo presente en el Cerro de la Gloria, acompañado de autoridades nacionales y provinciales para inaugurar el mástil que debía sostener la enseña patria en el lugar (Raffa, 2018b). La presencia del presidente constituía una acción más que elocuente para reforzar el carácter popular del paseo, que ya se había convertido en escenario de competencias automovilísticas y otras disputas deportivas. En este sentido, una nota publicada en *La Quincena Social* en 1949 sostenía:

> (…) Debe considerar, además, la perspectiva, la situación de desahogo que brinda a las clases humildes que, careciendo de medios, para veranear en lugares más apartados, se sostienen con la ilusión del paseo semanal, en días domingos y feriados, alternando así, la vida monótona de sus estrechos y tal vez, incómodos hogares. Vienen a buscar el merecido descanso, alegría, esparcimiento y muy especialmente para los niños que necesitan de tal refuerzo físico y espiritual, aspiración que es deber contemplar y favorecer bajo todos conceptos (Ávila, 1949, p. 2).

La cita deja al descubierto el carácter que había adquirido el parque como sitio de entretenimiento popular. La autora de la crónica no condena esta circunstancia, sino todo lo contrario: ensalza el paseo como la única alternativa con que contaban las clases más humildes de disfrutar de un sitio público de calidad, que promovía el contacto con la naturaleza, valorada benéficamente sobre todo para los niños. El discurso posiciona al receptor como *prodestinatario* (Roig, 1993). Los *fundamentos del discurso* exhiben funciones de apoyo, dado que aluden a otro mensaje, considerado universal, sobre el que existía consenso: a las clases trabajadoras se les debía un “merecido” descanso. En este punto, extiende el beneficio a los niños de condición humilde, en la seguridad que sus propios hogares no les proveían esa posibilidad (coloca en general a las clases humildes en situación de desamparo, lo que refuerza el argumento por el cual el parque es -y debe der- “su” espacio para recrearse sanamente. De ello se deduce que la *función utópica* del discurso refiere a una cualidad *anticipadora de futuro*, en tanto el discurso se basa en una verdad que no se modifica a lo largo del tiempo.

En ocasión de celebrarse la clausura del “Año Sanmartiniano” (proclamado por ley 1775/49) en diciembre de 1950, las figuras de Perón y su esposa dieron sobradas muestras de este proceso de resignificación retórica y simbólica en diversos sitios (Figuras 131, 132, 133 y 134): en el Teatro Independencia al finalizar el Congreso de Historia Sanmartiniana;

en Tunuyán, al inaugurarse el monumento "Retorno a la Patria"[159] y en Uspallata, en el Hotel de la Confederación de Empleados de Comercio (actual Hotel Uspallata), donde Perón y Eva Perón se alojaron para recibir el Año Nuevo (Ecos de la clausura del Año Sanmartiniano, 1950).[160] Respecto de las celebraciones, una nota de *La Quincena Social* expresaba:

> La presencia del primer magistrado de la nación, general Juan D. Perón y su esposa Doña Eva Perón, (…) ha puesto en nuestra provincia, un sello de emoción y de regocijo popular exteriorizado en mil expresiones, testimoniadas al general Perón, a su esposa y los integrantes de la comisión oficial, desde el momento en que descendieron del avión que los condujo aquí para ramificarse a todos los momentos en que actuaron. (…) La parada militar fue otro espectáculo emotivo, especialmente el paso de nuestros granaderos que pasearon su gallarda figura como envueltos en la sombra gloriosa de su ilustre creador. (…) (El Presidente de la Nación y su esposa, huéspedes de honor, 1950, p. 3)

El texto ilumina sobre varios aspectos de la visita de la comitiva oficial a Mendoza. Primero, hace alusión a "mil emociones", refiriendo a la adhesión popular que, en la visión del cronista, despertaron los personajes. En segundo lugar, refiere al medio de transporte en que llegaron a Mendoza, lo que constituyó todo un gesto: la primera visita presidencial del mandatario y su esposa se había hecho en tren, en esta oportunidad lo hacían en un avión comercial de Aerolíneas Argentinas, que había sido recientemente creada.[161] El tercer momento del texto alude al desfile militar, para lo cual se habían trasladado desde Buenos Aires, los granaderos del Regimiento de Granaderos a Caballo, que constituyó todo un suceso, según pudimos relevar en las fuentes. La mención a este cuerpo del Ejército no hacía más que reforzar la evocación permanente de la figura de San Martín, aspecto que adquiría particular significación en Mendoza, por su vínculo con la gesta libertadora.

Al igual que en el caso anterior, el discurso posicionaba al receptor como *prodestinatario*, posicionándolo en un plano de acuerdo con lo que el mensaje revelaba, reforzado por el uso del posesivo "nuestro". La *función utópica* del discurso refiere a una cualidad *anticipadora de futuro* (Roig, 1993), en tanto el discurso se sustentaba en una verdad incuestionable, que no se modifica a lo largo del tiempo.

Estos textos, sumados a la profusa documentación fotográfica, que reafirmaba las aseveraciones del mensaje, servían sobradamente para la difusión de los eventos, y se

[159] La ocasión fue propicia para reflotar las gestiones en vistas de concretar un paso a Chile por el Portillo, idea que había concebido el doctor Antonio Scaravelli en 1934. El mismo Scaravelli enarboló la causa de la construcción del monumento en el Manzano, presidiendo la Comisión Pro Monumento y participando en todos los actos previos a la inauguración (según hemos relevado en las fuentes, por lo menos desde 1940), con encendidos discursos cargados de alegorías patrióticas. En 1950, aprovechó la peregrinación de febrero para insistir respecto de la ruta por el Portillo que, además de paso internacional al vecino país, se instituía como itinerario turístico por la belleza del paisaje montañés (Discurso del Dr. Antonio J. Scaravelli, 1950, s. p.).

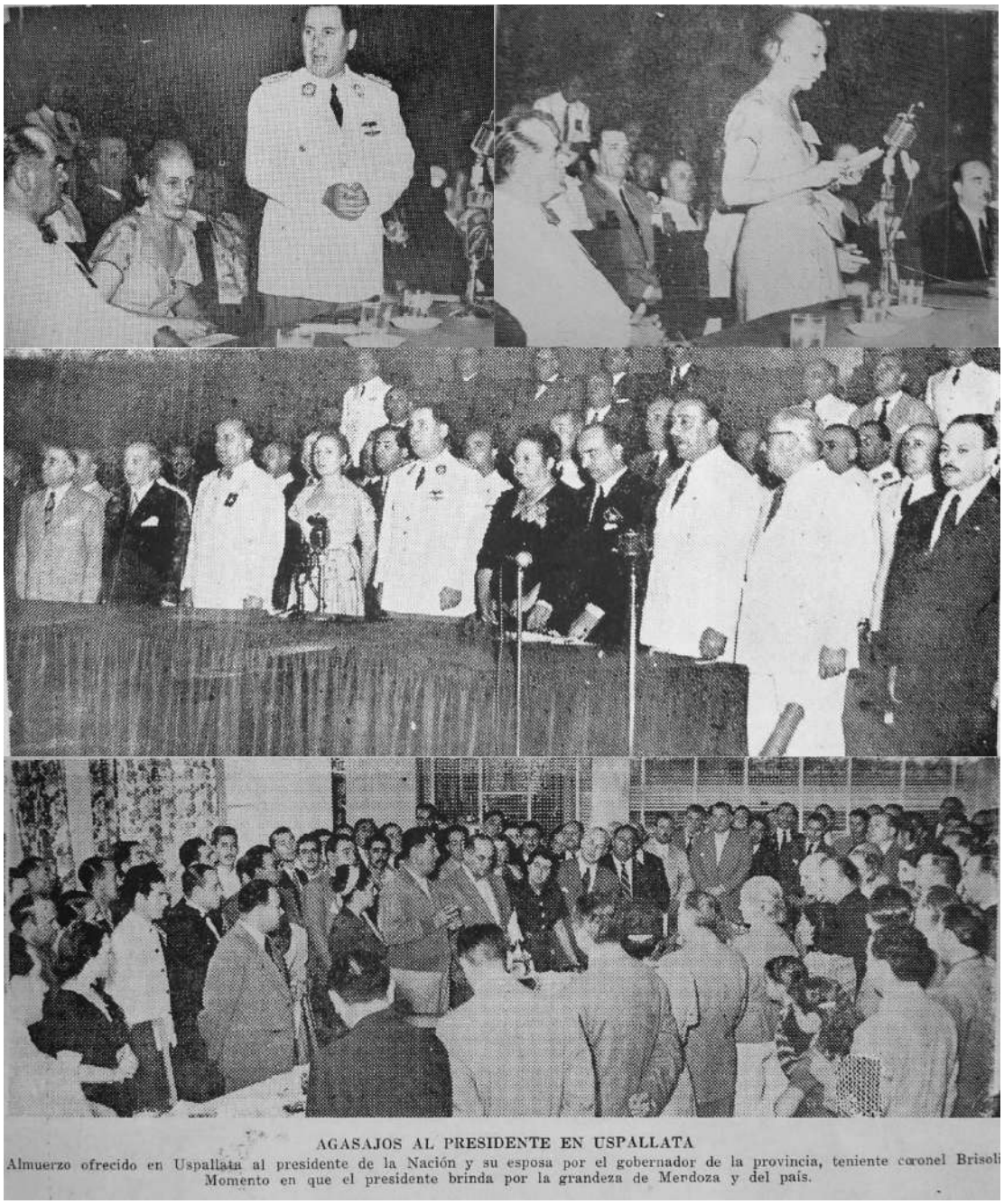
[160] Debe aclararse que, en favor de esta reconfiguración simbólica basada en actos oficiales y reuniones con autoridades y representantes gremiales locales, existieron múltiples oportunidades para dar gestos que dieran cuenta de los cambios que impulsaba el gobierno. Perón y Eva Perón visitaron Mendoza en 1947, 1949 y 1950, Eva lo hizo en 1948 y el presidente volvió en ocasión de inaugurarse la villa de Las Cuevas, en 1952.

[161] Al respecto, ver Piglia (2018).

instituyeron como signos que referenciaban a una respuesta codificada, que promovía determinadas *selecciones interpretativas* (Eco, 1981): los actos eran multitudinarios, contaban con amplia adhesión popular (lo que se traducía en apoyo al modelo de gestión), servían a la fusión conmemorativa del personaje histórico y retroalimentaban la propia posición ideológica de la dirigencia política. La retórica adoptada por el primer mandatario colocaba a San Martín como principal figura identificatoria, a partir de la idea de "continuidad" de su obra: San Martín había luchado por la independencia política, Perón lo hacía por la económica. Como bien ha explicado Raffa (2018b), Perón tomaba de la figura de San Martín dos atributos, en aras de su propia exaltación simbólica: la de "general" y "conductor" de la "nueva Argentina de masas" (Philip, citado por Raffa, 2018b, p. 188).

Como vemos, la declaración del Año del Libertador en 1950 inspiró un sinnúmero de actividades conmemorativas en distintos puntos de la provincia, y alentó a las juntas de historia y grupos afines a rescatar los sitios vinculados con el pasado sanmartiniano, que fueron incorporándose rápidamente a las guías de turismo como puntos de interés turístico.

El mismo año se inició la construcción de la Biblioteca Pública General San Martín, en el solar histórico de la Alameda. En 1951, la CNMMyLH declaró lugar histórico el Batán de Tejeda (el sitio que ocupó la sastrería de los trajes militares del Ejército Libertador), por Decreto N° 5135, y se reforestó el Campo Histórico El Plumerillo, la antigua maestranza del Ejército de los Andes. Esta iniciativa local fue encabezada por el Ateneo Tradicionalista General Gerónimo Espejo, con el apoyo del Comando Agrupación de Montaña "Cuyo" y la Dirección de Forestación, Urbanismo y Parques de Mendoza: se plantaron más de 200 árboles, entre ellos 70 cedros y cipreses, y en el costado Este del solar una cortina de 100 álamos, "como fondo al paisaje del campamento". Concurrieron delegaciones militares, de instituciones culturales, funcionarios nacionales y provinciales y miembros de la Comisión Directiva del Ateneo (Reforestación del Campamento Histórico «El Plumerillo», 1951, s. p.). Asimismo, la CNMMyLH declaró lugar histórico al puente sobre el río Picheuta, a 22 km de Uspallata en la ruta hacia Chile, por Decreto N° 10188/52.



AGASAJOS AL PRESIDENTE EN USPALLATA
Almuerzo ofrecido en Uspallata al presidente de la Nación y su esposa por el gobernador de la provincia, teniente coronel Brisoli
Momento en que el presidente brinda por la grandeza de Mendoza y del país.

Figuras 131-132-133-134

Fotografías de las actividades llevadas a cabo por Perón y Eva Perón en Mendoza, con motivo de la clausura del Año Sanmartiniano y luego en Uspallata (diciembre de 1950).
Fuente: Ecos de la clausura del Año Sanmartiniano, 1950, pp. 11-14.

Paralelamente al interés por el héroe y su gesta, otras acciones buscaron posicionar a Mendoza en el panorama de actividades de interés turístico y también comercial: **las exposiciones industriales y,** particularmente, **la Fiesta de la Vendimia**, fueron especialmente promovidas por la gestión peronista provincial. En 1946 se entonó por primera vez el *Canto a Mendoza*, conocido popularmente como *Marcha de la Vendimia*, que retomaba en sus versos algunas nociones que alimentaron parte de la narrativa hegemónica[162] vinculada con Mendoza y su industria:

A Luján, Las Heras, Rivadavia y Tunuyán;
A Maipú, Lavalle, Tupungato y Godoy Cruz,
San Carlos, Guaymallén, mi canto ofrendaré,
A Junín, La Paz, San Rafael y San Martín.
Mendoza,
tierra del sol y del buen vino…
Mendoza,
la de los andes infinitos…
Mi tierra,
la de las dulces mendocinas…
Mendoza,
la que acunó la libertad. (el subrayado es nuestro)
Un rumor de acequias va arrullando a la ciudad,
que prestó también su colorido a mi cantar.
Con General Alvear y Santa Rosa son,
por igual, orgullo y esperanza provincial.
Mendoza… Mendoza… Mendoza…[163]

La canción, compuesta por Egidio Pittaluga, con letra de los hermanos Horacio y Guillermo Pelay fue interpretada ese año por un coro de 200 voces, y se oficializó en la Vendimia de 1954.[164] El uso sistemático de esta canción como cortina musical de la Fiesta de la Vendimia y de todas las actividades vinculadas a ella, sentaron las bases para la

[162] Por ley provincial N° 1627/47, se declararon monumento y lugar histórico respectivamente, la iglesia y Calvario de la Carrodilla, sede de la Virgen de la Carrodilla, patrona de los viñedos, acrecentando el acervo turístico y patrimonial vinculado con la Fiesta de la Vendimia (la declaratoria nacional llegó en 1975 por Decreto N° 368-1975).
[163] Obtenido de http://www.mendoza.edu.ar/canto-a-mendoza/
[164] La primera grabación estuvo a cargo de Hugo del Carril, en esa versión no aparecía aún el nombre del departamento Malargüe, que no había sido creado (Sosa, J. citado por Gazzo, 2021, párr. 13). El antecedente de este *Canto* se remonta a la Vendimia de 1936 y a las celebraciones subsiguientes, donde se instituyó un premio anual para la mejor canción referida a la fiesta, que debía reflejar en su letra y su música el espíritu de la conmemoración que año a año se hacía en torno del trabajo agrícola y la cosecha de la uva.

objetivación eficaz del concepto que refiere al *clima benévolo* de Mendoza, de lo que derivaba la buena calidad de sus vinos (y tácitamente expresaba la posibilidad de desarrollo de la agricultura en general). En segundo lugar, apuntaba a la relación indisoluble de Mendoza con la noción de *montaña*, entendida como producto turístico, devenida en repertorio de *geosímbolos* (Giménez, 2000), al constituir un escenario privilegiado de hechos destacados de la historia y la cultura local. Finalmente, la tercer idea fuerza contenida en la canción, evocada desde un plano simbólico, vinculaba su jerarquía histórica con una valoración de carácter universal, por haberse instituido en sede de gestación de la *libertad latinoamericana*. La amplia difusión y adhesión popular de la canción aseguraron el anclaje definitivo de las representaciones a las que ella aludía.

En 1947 se celebró la “primera Vendimia bajo la égida peronista” (Raffa, 2018b). Asimismo, las exposiciones industriales adquirieron en este período particular relevancia. En el contexto nacional, tal como ha indicado Claudio Belini (2009), la producción industrial cobraba una creciente relevancia en la matriz económica, orientada hacia una industrialización que requería –según los propósitos del plan peronista– el aliento del mercado interno. Belini (2009), afirma que la promoción a la actividad industrial se orientó hacia aquellas actividades que emplearan materias primas nacionales y estuviesen orientadas al mercado interno; y hacia las manufacturas que elaboraran artículos de primera necesidad o de interés para la defensa nacional.

Junto con la vendimia de ese año, se celebró la “Exposición de las Fuerzas Productivas”, montada en el Parque General San Martín con *stands* y pabellones de ministerios y reparticiones provinciales y nacionales, entre las que destacaron la Secretaría de Industria y Comercio, el Ministerio de Agricultura de la Nación, la Dirección de Parques y Turismo de la Nación, la Superintendencia General de Irrigación, DPV, la Universidad Nacional de Cuyo, Dirección de Control y Fomento de la Producción, Dirección de Industria y Comercio de Mendoza, el Instituto de Investigaciones Económicas y Tecnológicas, Dirección de Minas de la Provincia y DPA. La exposición tuvo por objeto “mostrar ante los ojos de propios y extraños la potencialidad industrial y económica” de la provincia (Picallo, 1948, p. 165).

La reseña explicaba que las industrias participantes habían asumido el armado de los *stands*, o bien se habían dispuesto *stands* colectivos, “construidos por el Gobierno para posibilitar participación de aquellos sectores, a los cuales su capacidad económica les era más conveniente la exhibición en conjunto de sus mercaderías” (p. 165). La organización recayó sobre el Ministro de Economía, Obras Públicas y Riego, Dr. José G. de Paolis, con miembros representantes del rubro industrial y comercial; y con presencia de funcionarios

provinciales.[165] La muestra se extendió entre abril y la primera semana de junio y, debido al éxito de público, reabrió en la primera quincena de febrero de 1948. Se destinó una superficie de 90.000 m^2 para exposición, que contó con "trencitos internos para el transporte de los visitantes, cantinas, hosterías, teatro, baños, red interna de teléfonos, sala de primeros auxilios, cuerpo de bomberos" y sistema de iluminación propio (Aspectos culminantes y expresivos de la exposición Vendimia, 1947, s. p.).

El Estado comenzó a destinar mayores recursos económicos para la organización de la Fiesta de la Vendimia. Según el informe contenido en la *Labor de Gobierno* de Picallo (1948), los gastos imputados a la Vendimia de 1947 ascendieron a $205.383 m/n (Tabla 3). Al año siguiente, la Exposición-Feria contó con la participación de 79 expositores, 30 de los cuales emplearon los *stands* levantados por ellos mismos. Se mejoró la ornamentación, que incluyó fuentes de agua con juegos de luces, y se habilitó un teatro con capacidad para 1.000 espectadores. Para la realización de la feria se destinaron $126.172 m/n, mientras que las recaudaciones devengadas de las "módicas" entradas cobradas al ingreso al evento, sumaron un total de $116.570 m/n (Gobierno de Mendoza, 1948, p. 86). En paralelo, las celebraciones vendimiales fueron adquiriendo relevancia creciente en la promoción turística de Mendoza. En 1949, Brisoli resaltó la "magnificencia de la presentación escénica, la perfección artística de los actos, el orden de su desarrollo y el entusiasmo de la inmensa multitud concurrente" (Gobierno de Mendoza, 1949, p. 69). Esto explica por qué, las nuevas representaciones visuales en torno de la Fiesta de la Vendimia, en línea con el proceso de resignificación aludido previamente, encarnaron uno de los objetivos centrales del peronismo a nivel local. Los grandes escenarios, que adquirieron proporciones monumentales, junto con el interés por mostrar los avances en materia de trabajo y producción industrial, constituyeron las acciones en materia de difusión que más impacto popular generaron en el inconsciente asociado a esta festividad (Raffa, 2018b; Raffa y Marchionni, 2011) (Figura 135).

El gobernador evaluaba que, tanto la Vendimia como la feria de industrias de los dos últimos años, se habían instituido en "motivos de singular atracción turística, como elementos valiosos de experiencia para mejorarlos paulatinamente", a los fines de lograr para ambas el máximo interés que atrajera a las corrientes turísticas en primavera y en verano (p. 83).

[165] Entre los integrantes de la comisión, figuraban: Director General de Economía, Dr. Juan Enrique Guillot, Director-Presidente del Instituto de Investigaciones Económicas y Tecnológicas, Ing. Agr. Mario C. D. Ceresa; Gerente de los Ferrocarriles BAP, Carlos Grier; Gerente de la Compañía de Electricidad de Los Andes, Ing. Norman W. Ferguson; Gerente de Maltería y Cervecería Los Andes, Alfredo Pose; Gerente de la SA Bodegas y Viñedos Arizu, Sotero Arizu; Gerente de la SA Ángel Cavagnaro Ltda., Santiago Cavagnaro y Gerente de la SA Luis Cremaschi Ltda., Ítalo Cremaschi (Aspectos culminantes y expresivos de la exposición Vendimia, 1947, s. p.).

Este antecedente sentó las bases organizativas y expositivas de la Feria de América, la más importante del ciclo peronista, por las partidas de dinero destinadas a su concreción, por la afluencia de público y por las implicancias sociales y culturales que su realización trajo aparejada: Raffa (2018) sostiene que fue uno de los principales hitos "modernos" del arte, la arquitectura, la música y el diseño en Argentina a partir de su innovadora y lograda planificación integral y de la reunión de profesionales conectados con las vanguardias del momento. La Feria se inauguró durante la gobernación de Evans, el 14 de enero de 1954 y demandó la construcción de 93 pabellones y casi 20 dependencias, incluyendo la Torre Alegórica, un teatro al aire libre y puestos de comidas. Los países americanos que tenían representación (y pabellones) fueron Brasil, Chile, Ecuador y Paraguay (Quiroga, 2012).

Como exposición continental, buscó fomentar la producción regional y afianzar las relaciones comerciales e internacionales de Argentina con los países vecinos, además de ensalzarse como evento de atracción para visitantes y locales. Los pabellones proyectados para la Feria enarbolaron los preceptos disciplinares propios de su momento histórico (Figura 136).[166]

Retomando la relevancia de la Vendimia como celebración del pueblo, Brisoli dio cuenta, en *Agua, Vivienda, Salud*, de la necesidad de contar con un espacio adecuado para los festejos, dada la amplia convocatoria de público. Por ello se juzgó oportuno destinar "terrenos incultos, próximos al Cerro de la Gloria", para plantar jardines con el equipamiento adecuado, que consistía en una "plataforma fija de hormigón armado, con camarines y dependencias que permiten la erección de cualquier tipo de escenario para la fiesta mendocina" (Oficina de Prensa e Informaciones, 1951, p. 37). El lugar tenía capacidad para 200.000 espectadores, playa de estacionamiento para 5.000 vehículos y caminos de acceso y salida que permitían una rápida evacuación.[167]

La ponderación de la festividad, como celebración de profunda significación popular, fue una de las estrategias discursivas más empleadas, al igual que el contraste con otras festividades análogas del extranjero, al que los miembros de la dirigencia apuntaban sistemáticamente. Las expresiones "majestuoso escenario", en el que participaban "más de mil actuantes" y la calificación "espectáculo cuyas características lo hacen único en el mundo" (Oficina de Prensa e Informaciones, 1951, p. 145), dan cuenta de ello.

[166] Para profundizar en estos aspectos, revisar Raffa y Marchionni (2011) y Quiroga (2012).
[167] Durante la gobernación de Evans, ese sitio se destinó a la construcción del Autódromo de Mendoza.

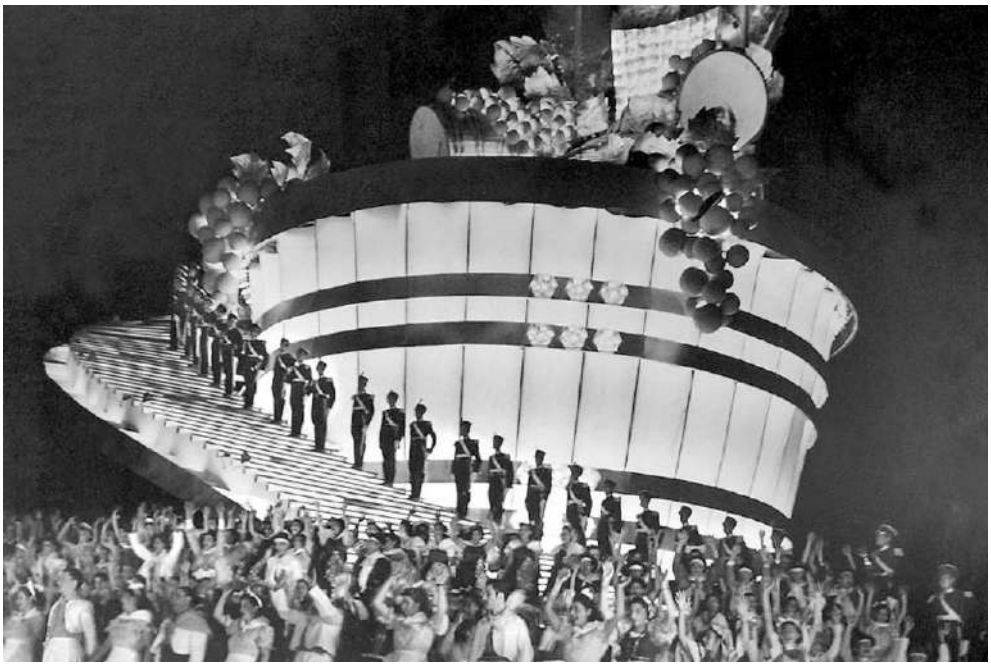


Figura 135
Imagen que plasmó el momento del homenaje a San Martín en la Vendimia de 1950 (nótese la escala monumental del escenario).
Fuente: Vendimia inolvidable de 1950, 2021, s. p.

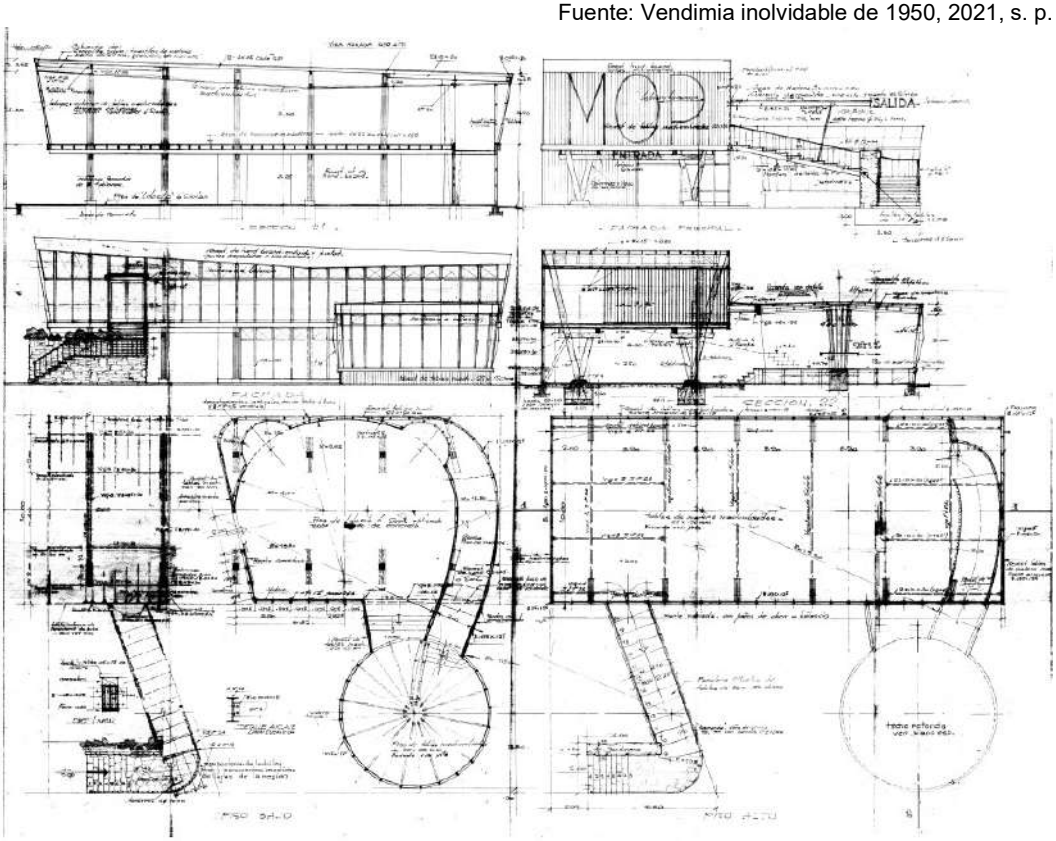


Figura 136
Plano general del pabellón 24, perteneciente al Ministerio de Obras Públicas de la Nación.
Fuente: Bianchi, 2022, p. 110.

En otros pasajes del texto, la publicación oficial sostenía que las mujeres que participaban en la elección de la Reina de la Vendimia habían sido, en los últimos tiempos, trabajadoras de viñas o de bodegas, gravitando "poderosamente para que los festejos tradicionales" llegaran al "seno del pueblo" (Oficina de Prensa e Informaciones, 1952, p. 225). Es llamativa la alusión a lo "tradicional" de los festejos, vocablo que podría remitir a la figura de la antigua burguesía vitivinícola; puesta en juego, en este discurso, con las "trabajadoras de viñas", lo que sin dudas planteaba desde la resignificación de la festividad, los "nuevos" valores que asumía la Fiesta, enraizada en lo "popular", mediante la alusión al trabajo del proletariado rural (Figura 137). El discurso analizado se convirtió en *discurso de autoridad* (Roig, 1993), con un gran componente reiterativo, lo que propició la circulación de *representaciones hegemónicas* (Moscovici, 1988). En la misma línea, el periódico oficialista *Voz Cuyana*[168] destacaba el rango de popularidad adquirido por la fiesta, a la vez que la calificaba como la "más famosa y jerarquizada de las festividades argentinas" (La eficiente labor de la Dirección Provincial de Turismo, 1951, p. 3).

Al analizar los montos asignados encontramos que, hacia 1949, se autorizó una partida especial proveniente del gobierno nacional para solventar gastos, independientemente de lo que había establecido el presupuesto general de la Provincia (ley 1809/49) mientras que, en 1952, los fondos fueron aún mayores, lo que confirma la creciente relevancia que la Vendimia alcanzó para la dirigencia de ese momento: en comparación con los $205.383 m/n de 1947 y los $500.000 de 1949, el monto destinado a la Fiesta de 1952 triplicó la erogación, ascendiendo a $1.600.000 m/n (Figura 138).

La circulación de la Fiesta como celebración identificatoria del trabajo de Mendoza, ocupó un lugar destacado en los "nuevos" medios de difusión masiva: los noticieros cinematográficos del momento, que exhibían las novedades acaecidas, documentales breves o propaganda del gobierno, y que eran proyectados en las salas antes de las funciones de cine, incluyeron secciones dedicadas a la Vendimia y a las ferias industriales, lo que abrió nuevos caminos en la expansión de representaciones en torno de la festividad en particular, y de Mendoza en general: en 1947, el documental *Fruta Argentina*, encargado por el Ministerio de Agricultura de la Nación, dedicó una sección al cultivo de uva de mesa para exportación, también a la Vendimia y la exposición industrial de ese año, mostrando cortos referidos a las celebraciones principales (bendición de los frutos, carrusel, elección de la reina). Asimismo, dio cuenta de las actividades que el presidente y su comitiva realizaron en Mendoza. En el *filme*, Mendoza se presentaba como "el gran emporio argentino de producción frutícola" y "una de las regiones más progresistas del país".

[168] Publicación quincenal, surgida en marzo de 1951 y dirigida por F. Boggero y E. Marengo, "consagrada al servicio de la Patria" y aspiraba "a ser el órgano luchador y defensor de los problemas cuyanos". El último número (26) apareció en diciembre de 1952. (Oviedo, 2010, pp. 255, 256).

Construcción del palco escénico de la coronación					$80.600 m/n
Iluminación de la Fiesta de la Vendimia					$55.518 m/n
Ornamentación palco escénico de la coronación					$8.000 m/n
Instalación de seis bombas de agua con sus correspondientes equipos para juegos de agua (palco escénico y coronación)					$23.265 m/n
Construcción del escenario y altar para la bendición de los frutos					$38.000 m/n
				TOTAL	$205.383 m/n

Tabla 3
Gastos imputados a la Fiesta de la Vendimia de 1947.
Fuente: Elaboración del autor en base a los datos consignados en Picallo (1948, p. 22).

Figura 137
Vista del Carrusel de las reinas, durante la Vendimia de 1954 (nótese la torre alegórica de la Feria de América en el lateral izquierdo).
Fuente: Feria de las Américas, de Mendoza al Mundo, 2022 [Fotografía]. Facebook

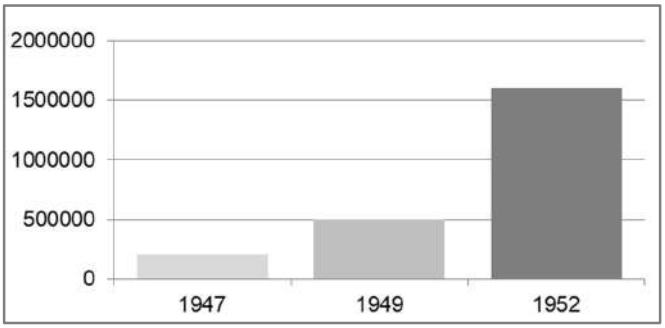


Figura 138
Gastos imputados a la realización de la Fiesta de la Vendimia.
Fuente: elaboración del autor en base a los datos relevados en las *Labores de Gobierno* y las normas sancionadas en el período.

En 1953, *The Vintage Festival* dejaba entrever, en inglés, la retórica simbólica vinculada con Mendoza y su producción. El documental presentaba las montañas nevadas, los canales de riego e inmediatamente grandes parcelas cultivadas con viñas, con la cordillera de fondo. A continuación, mostraba campesinos trabajando en la cosecha de la uva. Recién en la mitad del *filme* aparecían imágenes de la ciudad y luego segmentos que mostraban el desfile de carrozas por las calles de la ciudad y el acto de elección de la reina, con una clara intención propagandística (fue encargado por la Secretaría de Prensa y Difusión de la Nación). *Sucesos Argentinos* fue otro de los noticieros cinematográficos que dedicaron cortos publicitarios referidos a Mendoza. En su edición N°791, la Feria de América ocupó gran parte del relato, haciendo alusión a las mejoras en materia de conectividad ferroviaria con la incorporación del servicio rápido “Aconcagua” entre Buenos Aires y Mendoza.

En el discurso inaugural de la Feria, Evans apelaba a la “consigna de unidad continental” y a los “nuevos derroteros de progreso trazados en los planes de gobierno del excelentísimo presidente de la Nación”, que permitían contemplar las “realizaciones asombrosas de la ciencia, la mecánica y las artesanías”. Asimismo, calificó a la Feria como una “fiesta del trabajo”, que se presentaba ante el mundo “como el advenimiento de una segunda primavera americana” (s. d., 1954b, min. 4:15-5:39). Es evidente que el discurso oficial se sustentaba en un progresismo en apariencias ilimitado y en un clima de optimismo generalizado, de confianza en la técnica y de unidad de los pueblos del Cono Sur americano.

El discurso relevado, con fuerte carácter persuasivo, posicionaba al receptor como *paradestinatario* (Roig, 1993). Al provenir del primer mandatario, se instituyó como *discurso de autoridad*. La *función utópica* del discurso refiere a una cualidad *anticipadora de futuro*, dado que apoyaba sus argumentaciones en una verdad en apariencia incuestionable, basado en la idea que el progreso alcanzado era solamente un punto intermedio de un recorrido que no encontraría límites. Los *fundamentos del discurso* aluden a funciones de apoyo, dado que refieren a otro mensaje: el avance de Mendoza respondía a un contexto favorable, derivado de la actitud paternalista del gobierno central, que disponía lo necesario para lograr las metas trazadas.

En este marco, analizaremos de qué manera la edilicia de hoteles jugó en el posicionamiento de Mendoza, como destino relevante.

4.3. Edilicia hotelera pública y privada en el contexto del *Estado de Bienestar*

Picallo entendía al turismo como factor de prosperidad y buscó facilitar su desarrollo, sobre todo extendiendo los beneficios de la práctica turística a las clases trabajadoras. En su visión, debía dotarse a la provincia de hoteles "baratos, accesibles a los artesanos y aun a los propietarios ahorrativos, preparados para disfrutar de sus vacaciones anuales en el ambiente de montaña, restaurador de energías físicas y de la sana alegría de vivir" (Picallo, 1948, p. 149).

En materia de equipamiento turístico, se implementó durante su gestión un control sistemático de hoteles, pensiones, residenciales, restaurantes, confiterías y anexos. Además de las cuestiones referidas a la higiene de los establecimientos, se buscaba contener los aumentos injustificados de precios. La medida se ejecutó no sólo en la capital provincial, donde se concretaron 1700 inspecciones, sino también en los departamentos de "campaña" (donde se hicieron 425 inspecciones), con el objeto de verificar el cumplimiento de las disposiciones legales vigentes, emanadas de la DPT. [169] El alojamiento, como en la década anterior, resultaba insuficiente: en la Vendimia de 1947, se incorporaron 430 casas de familia a la oferta que, luego de ser registradas, fueron habilitadas como alojamientos de emergencia.

Además, se realizó una gira por "todo el departamento de San Rafael durante 8 días", luego por General Alvear y Malargüe, con el objeto de registrar y organizar todo lo concerniente a los establecimientos hoteleros. La iniciativa dejó en evidencia la creciente relevancia del departamento de San Rafael como destino turístico, por ello se juzgó conveniente la instalación permanente de una delegación de la DPT, cuya concreción no hemos podido verificar.

Respecto de la especialización de los servicios hoteleros, su *Labor de Gobierno* dio cuenta de la necesidad de establecer ciertos criterios para sistematizar la oferta hotelera: todos los establecimientos debían publicar sus tarifas, en acuerdo con el art. 6 de la ley 1298/38 y se procedió a la clasificación de los establecimientos, según los servicios ofrecidos, por categorías,[170] "en asocio con la Inspección de Concesiones, para lo cual se procedió a confeccionar planillas comparativas enviadas por la Municipalidad de la Capital

[169] El registro de hoteles de la ciudad Capital ascendía a 37, en los departamentos a 107, pensiones 64, bares, restaurantes y afines 125 (Picallo, 1948, p. 155). Desconocemos los criterios para diferenciar, por ejemplo, hoteles de hosterías; o bien las categorías de alojamiento relevadas. En cuanto a los departamentos visitados, la gira comprendió Luján, Tunuyán, San Carlos, San Rafael, General Alvear, La Paz y sus distritos respectivos.

[170] Algunas guías de turismo del período presentaron los establecimientos hoteleros clasificados de la siguiente manera: Gran Turismo Especial A, Gran Turismo Especial, Gran Turismo A, Gran Turismo B, Turismo A, Turismo B y Turismo C (Casa Peuser, 1954, pp. 287, 288 y Dirección Provincial de Turismo, 1955, pp. 60-62). La misma clasificación se mantuvo años después, según pudimos relevar en la *Guía de la Hotelería y sus Afines,* editada por el Instituto de Publicaciones y Estadísticas, con el auspicio y colaboración de la Asociación de Hoteles, Bares, Confiterías y Afines de la provincia de Mendoza (Asociación de Hoteles, Bares, Confiterías y Afines de Mendoza, 1958).

y la Asociación de Hoteles, Bares, Confiterías y Anexos, y el Sindicato de Mozos y Anexos" (Picallo, 1948, p. 155).

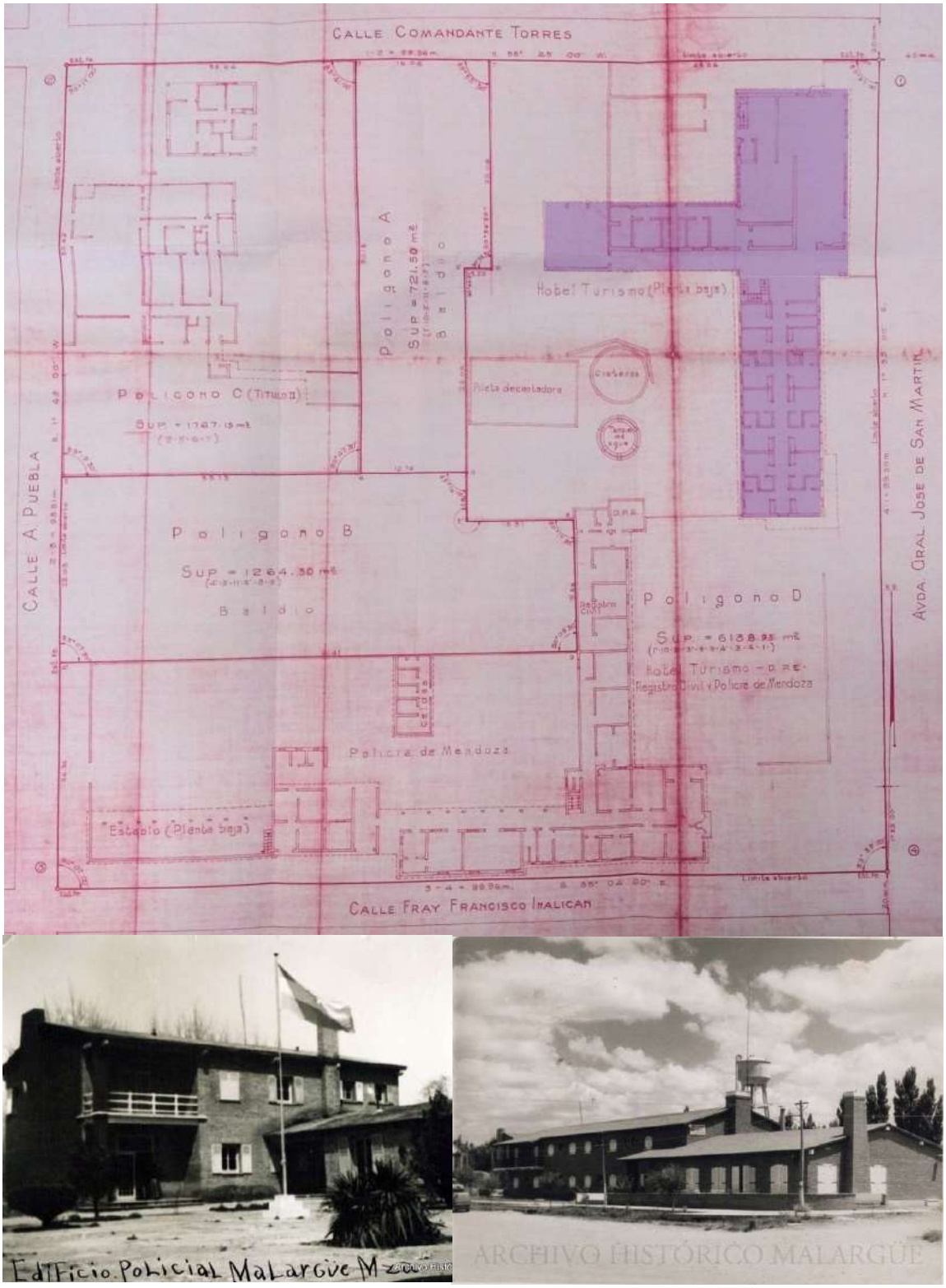
En relación con los establecimientos concesionados por el Estado provincial, se previeron llamados a licitación para la Hostería del León (en el Parque San Martín) y del Cerro (en el Zoológico), con contratos celebrados exitosamente con fecha de abril de 1946 y enero de 1947, respectivamente. Asimismo, se llamó a licitación de las Hosterías de Calmuco (Malargüe), La Faja (en San Carlos, ampliada con fondos provinciales por un total de $18.545,46 m/n), El Manzano (Tunuyán) y Dique del río Mendoza (Luján de Cuyo), acto que resultó satisfactorio sólo para entregar en concesión la última de las mencionadas.[171]

En noviembre de 1946, la DPT elevó al Ministerio de Industrias el proyecto con las bases para la licitación del Gran Hotel Uspallata y en agosto de 1947, el Poder Ejecutivo recibió el borrador del documento análogo para el Hotel Turismo Malargüe, que había sido recientemente terminado (Picallo, 1948, p. 156), junto con otras dos obras relevantes que completaron el equipamiento público en el departamento sureño: en una misma manzana, frente a la plaza departamental, se dispusieron, además del hotel, la comisaría y el registro civil (Figuras 139, 140 y 141), ambas obras concluidas por un monto total de $148.633 m/n (Picallo, 1948, p. 21). [172]

El Hotel Turismo Malargüe respondió al pintoresquismo, lenguaje que adoptaron los otros dos edificios que completaron la parcela. En el caso del hotel, se buscó llevar la construcción, paralela a la calle, a ocupar en su extensión la mitad de la manzana, con un retiro frontal. En cambio, el edificio del registro civil, angosto y alargado se dispuso retranqueado, de modo que generaba una plaza cívica dominada por la comisaría, en la esquina opuesta al hotel, conformando el contrapunto compositivo con un edificio que avanzaba sobre esta plaza y se desarrollaba en dos niveles. El lenguaje elegido para todos los edificios se expresó en ladrillo a la vista en todas las fachadas, con techumbres a dos aguas de poca pendiente. Tanto el hotel como la comisaría presentaban balcones en puntos singulares, con barandas de madera tratadas a la hachuela. Celosías de puertas y postigos de ventanas fueron resueltos también en madera, dando unidad a todo el conjunto que, si bien tenía una escala modesta, adoptaba en su lectura la imagen de un equipamiento estatal.

[171] La Hostería La Faja se entregó por vía directa a un concesionario, para habilitar provisoriamente el servicio de alojamiento y restaurante (Picallo, 1948, p. 155).

[172] Según pudimos relevar en uno de los primeros mensajes de Faustino Picallo a las Cámaras legislativas, la construcción del Hotel Turismo Malargüe fue impulsada por la Intervención Federal en la provincia (Poder Ejecutivo Mendoza, 1946, p. 25) y concluido durante la primera gestión peronista. Además, se concretaron en esta primera administración una escuela y sub comisaría en El Sosneado, se concluyó la escuela de Bardas Blancas, iniciada por el gobierno de la Intervención, se edificaron la sub comisaría y escuela-hogar de Ranquil Norte (para 25 estudiantes), una sala de primeros auxilios en Malargüe (p. 28) y luego, en la gestión Brisoli, un micro hospital, lo que deja en evidencia el interés del peronismo provincial por sumar equipamientos y propender a la territorialización de bienes y servicios públicos, dando continuidad a las iniciativas del ciclo conservador-demócrata.



Figuras 139-140-141
Planta del conjunto (el hotel se ha resaltado) y vistas de los edificios: comisaría (izq.) y hotel (der.)
Fuente: Archivo Municipalidad de Malargüe (plano) y Centro Regional de Investigación y Desarrollo Cultural de Malargüe (CRIDC) (fotografías).

El hotel ofrecía 12 habitaciones con baño privado en planta baja, y 6 departamentos de dos habitaciones con baño en planta alta. La zona social, integrada por cocina, comedor y bar, se encontraba adyacente al acceso, en un bloque que se ubicaba en la esquina de la parcela. A continuación del sector diurno, y hacia el Oeste, se desarrollaba un bloque de habitaciones y dependencias de servicio, separando el espacio vacío del patio interno, en dos: uno exclusivamente de servicio (al Norte) y uno de huéspedes, al que daban las habitaciones orientadas al Oeste. Este patio contenía también la cisterna, un depósito de agua y un tanque elevado.

Las imágenes circularon como postales y, como hemos observado en otros edificios, no interesaba, a los fines de la toma, incorporar personajes humanos, lo que connota la fuerza retórica de la imagen, que se apoyaba en el edificio y sus propios detalles. Por medio de la *Gramática de Casos* (Valle Gastaminza, 2002; Fitz Canca, 2001) examinamos el registro denotativo de la fotografía del hotel, que alude a los principios de orden, higiene, rusticidad, sencillez y racionalidad. En el registro connotativo, encontramos que apela a lo “moderno” (reciente) de su construcción, al confort a pesar de su sencillez, y a la comodidad que se ofrecía, sin ser un edificio lujoso. Ambas imágenes connotan carácter suburbano, en las arboledas que componen los fondos de las fotografías, la ausencia de vehículos en la calzada, los espacios exteriores sin intervenir (cunetas y calzada en tierra) y poca densidad edilicia. El retiro frontal en ambos edificios acentuaba este carácter.

La disposición de aventanamientos de las fachadas *comunican* (según Eco, 1981), las distintas funciones del edificio: las puertas-ventanas del bloque bajo remiten a los usos sociales (comedor y bar), mientras que la secuencia de ventanas más pequeñas alude a los cuartos para alojamiento. La composición en base a dos volúmenes (el tercero no se podía observar en perspectiva) aludía a la claridad conceptual del edificio, aspecto que connotaba, a su vez, racionalidad y eficiencia.

La articulación de ambos en un juego antitético de un elemento “bajo” (sector social, cercano a la calle) y otro “alto” (sector privado, más retirado) acentuaba la comunicación operada por la arquitectura. La escala resultante, de muy bajo impacto, con predominio de la horizontalidad de la construcción, lograda por las techumbres de poca pendiente, estaba de acuerdo con el paisaje urbano del lugar y apelaba a una cualidad única del sitio (tranquilidad, ensoñación, descanso, ruralidad). El lenguaje expresivo y formal, compartido por las otras construcciones de la manzana, permitía “leer” la unidad del conjunto, como un ejemplo de arquitectura institucional que, aunque de baja escala, se instituía como *referencial* de la zona (Zevi, 1998).

En materia de legislación, la primera administración peronista provincial destinó múltiples recursos y articuló estrategias para la promoción del turismo, aspectos que se analizan a continuación.

4.3.1. Ley 1581/46 de construcción de hoteles populares, ley 1697/48 de promoción al turismo y complementarias

La ley 1581, sancionada el 28 de setiembre de 1946 fomentaba el turismo por medio de la construcción y amoblamiento de "cuatro hoteles populares de turismo", por un monto total de $1.500.000 m/n, en San Rafael, Tunuyán, Tupungato y Luján. Para cumplir con este objetivo, se otorgaba al Poder Ejecutivo la capacidad de expropiar los terrenos necesarios para "edificios, jardines, pileta de natación, pista de baile y demás dependencias anexas", según expresaba su art. 2° (Díaz Guzmán, 1949, p. 121).

La norma previó que los hoteles podían administrarse de forma directa, por la DPT, o por vía de la concesión, para lo cual se llamaría a licitación pública por períodos no mayores a cinco años. La finalidad de estos hoteles era proporcionar alojamiento y esparcimiento a precios reducidos y nunca superiores a los fijados por las tarifas oficiales para hoteles de segunda categoría. Los gastos se imputaban a la ley 1565, correspondiente al Plan de Obras Públicas, con financiación mediante la negociación de los títulos que la misma norma preveía. Finalmente, las utilidades producidas de la explotación de los hoteles se destinarían a la conservación y mejoramiento de estos, y al fomento del turismo en general.

Entre los fundamentos de esta norma, el Poder Ejecutivo consideraba que, para una adecuada promoción del turismo, debía contarse no sólo con hoteles "modernos y confortables", sino que debían estar ubicados en los departamentos, donde se había detectado una "falta de establecimientos hoteleros", no sólo para el hospedaje de turistas, sino también para el de "gente normal que viaja con fines no turísticos" (Ministerio de Economía, Obras Públicas y Riego, 1948, p. 37).

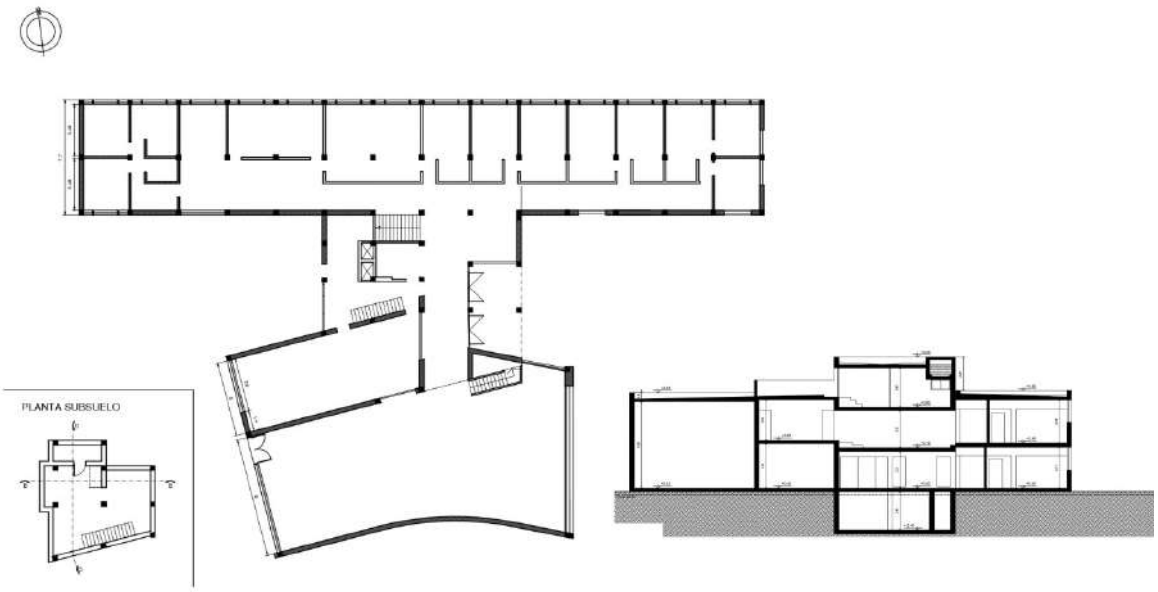
Respecto de las obras, se inició la construcción del Hotel de Turismo en la isla del río Diamante, en San Rafael (Figuras 142 y 143), con "32 habitaciones, 14 baños, living comedor, salón de fiestas, cocina, lavandería y dependencias" (Oficina de Prensa e Informaciones, 1951, p. 47), del Hotel Tupungato, con capacidad para 32 camas, "de estilo sencillo, pero de ponderada modernidad, estando previstos todos los servicios inherentes al confort" (Ministerio de Economía, Obras Públicas y Riego, 1948, p. 37) y del hotel en Tunuyán (Raffa, 2018b). El hotel en Luján de Cuyo, con capacidad prevista para 45 camas, no logró efectivizarse.

Todos los edificios fueron proyectados desde la DPA, Arístides Cottini fue el autor de los edificios de San Rafael y Tupungato (Raffa, 2017).[173] En todos los casos, abrazaron un lenguaje netamente racionalista, con partidos extendidos en el terreno (que no superaron en ningún caso un piso alto sobre la planta baja), a partir de volumetrías puras, cubiertas planas, muros blanqueados y ausencia absoluta de elementos decorativos. Los hoteles "comunicaban" claramente (Eco, 1981) desde su disposición espacial y lenguaje formal, los usos previstos en el programa de necesidades, que no se diferenciaba más que en la cantidad de habitaciones para alojamiento: las variaciones surgían de las orientaciones (y visuales) que posibilitaba el emplazamiento de cada edificio, generando partidos con algunas variantes en la ubicación de cada bloque. Por ejemplo, en San Rafael el bloque de habitaciones se orientó con su lado más extenso hacia el Norte, con los cuartos a un lado de un corredor en ambos niveles, con visuales hacia el parque circundante y hacia uno de los brazos del río Diamante. En Tupungato, se optó por una circulación central con tiras de habitaciones a ambos lados, orientadas al Norte y al Sur, con visuales hacia el jardín interior y la piscina; o la calle urbana que servía de límite a la parcela, respectivamente.

Acceso principal, hall y recepción conformaban una célula compositiva que ocupaban por lo general el tramo central de la planta, flanqueada por otros dos bloques: el de las áreas sociales (comedor, salón de fiestas), que se distinguía por los grandes aventanamientos, en espacios de doble altura, por una parte; y la sección de habitaciones, por otra (Figura 144), reconocible por la sucesión de aberturas más pequeñas que servían a la iluminación y ventilación de cada cuarto (partido que adoptaron los edificios de San Rafael y Tunuyán). La zona de servicio se ubicaba, por lo general, alejada de la fachada principal, con un acceso diferenciado y a continuación del bloque de cuartos para alojamiento (o del comedor y cocina, según el caso). En general, las plantas evidencian articulaciones interesantes a nivel de espacio interior y volumetría, pero adolecen de espacios de transición o expansiones, como galerías o terrazas, de manera que la *relación interior-exterior* (Zevi, 1998) resultaba poco fluida (con excepción de los accesos principales desarrollados para cada caso).

El relevamiento de las publicidades permitió confirmar que las referencias a estos edificios eran, en general, escuetas. Se los calificaba de "modernos" y "confortables", pero, sobre todo, "económicos". Una publicidad del Hotel Turismo de San Rafael ponderaba su comedor "de primera" y su "ubicación en un hermoso paraje a orillas del río Diamante"

[173] Cottini recibió su título de arquitecto en 1940 en la Universidad de Buenos Aires. Fue director- interventor en la Escuela Superior de Artes Plásticas de la Universidad Nacional de Cuyo entre 1946 y 1948; y Director de Construcciones Universitarias entre 1948 y 1955. Miembro fundador de la División Mendoza de la Sociedad Central de Arquitectos (1953) (Raffa, 2017, p. 115).



Figuras 142-143
Planta baja y corte transversal del Hotel Turismo de San Rafael.
Fuente: dibujo del autor, en base a un plano digital del actual Museo de Historia Natural, archivo del Ing. Mauro López.

Figura 144

Tarjeta postal Óptica Lardone, con la vista del Hotel Turismo de San Rafael
Fuente: De nuestros seguidores, 2016 [Fotografía]. Facebook.

(Gran Hotel de Turismo Isla del Diamante, 2021, s. p.), aspecto que era resaltado en las fotografías publicadas en las guías de viaje. En el edificio de Tupungato, a diferencia del anterior, todo el hotel se resolvió a partir de un único bloque, disponiendo hacia el Oeste el sector de habitaciones y hacia el Este, el acceso (que abría al Norte), hall, recepción y comedor, lo que verifica la adopción de la célula compositiva de las áreas públicas, en este caso particular, desplazada hacia un extremo del planteo, pero con análogos resultados en relación con la organización en bloques funcionales claramente diferenciados. El edificio tenía una volumetría purista, con cierto grado de articulación en el área social, que adoptaba mayor altura, generando un juego de volúmenes, destacando justamente ese sector (Figura 146).

Las cubiertas estaban resueltas a partir de losas de hormigón armado, planas, los espacios comunes carecían, como en San Rafael, de elementos que propiciaran la vinculación del edificio con el parque circundante.[174]

En línea con la edificación de hoteles populares en departamentos de “campaña”, el Gobierno provincial juzgó que el mejor destino para el Gran Hotel Turismo Uspallata era su venta definitiva, que permitiría continuar con el plan de turismo, a través de construcciones hoteleras en los distritos de Chacras de Coria (Luján de Cuyo), San Isidro (Las Heras) y Calmuco (Malargüe) (Raffa, 2018b), de manera que distribuía racionalmente los hoteles destinados al turismo económico, “para beneficio directo de las clases media y obrera y con el consiguiente adelanto para las zonas en que se construyen dichos establecimientos” (Ministerio de Economía, Obras Públicas y Riego, 1948, p. 39). La venta se concretó gracias a la norma complementaria N°1671/47, que estableció un monto de $2.087.000 m/n, a cobrar al Instituto Argentino para la Promoción del Intercambio (IAPI).

Entre los argumentos a favor, se esgrimió la posibilidad de recuperar la inversión realizada por la provincia en la construcción del hotel, destinar a “objetivos sociales esa importante suma de dinero” y fundamentalmente, terminar con el estado de desocupación en que se hallaba el inmueble, dado el fracaso de los sucesivos llamados a licitación que demandaba su explotación (Picallo, 1948, pp. 85, 86).[175] Finalmente, la construcción de hoteles programada con los fondos de la venta no se concretó, aunque sí “se implementaron mejoras en los edificios de la Hostería del Arco Desaguadero y del Gran Hotel Potrerillos (…)” (Raffa, 2018b, p. 180).

[174] Este edificio fue remodelado y ampliado en la década de 1980, según muestra la documentación que pudimos relevar.
[175] De esta norma, surgieron las leyes 1708/48; que modificaba el art. 2°, de manera que la suma procedente de la venta se afectara a la construcción de hoteles económicos “para el fomento del turismo popular”,edificios para la salud en la campaña y refacción en hospitales, entre otros usos (Díaz Guzmán, 1949, p. 256). La segunda ley, nº 1769/48, preveía invertir hasta $400.000 m/n con destino a la construcción y habilitación de un hotel popular de turismo en la villa cabecera de San Carlos, en los terrenos denominados “Potreros del Estado” (p. 288), proyecto que finalmente no se materializó.

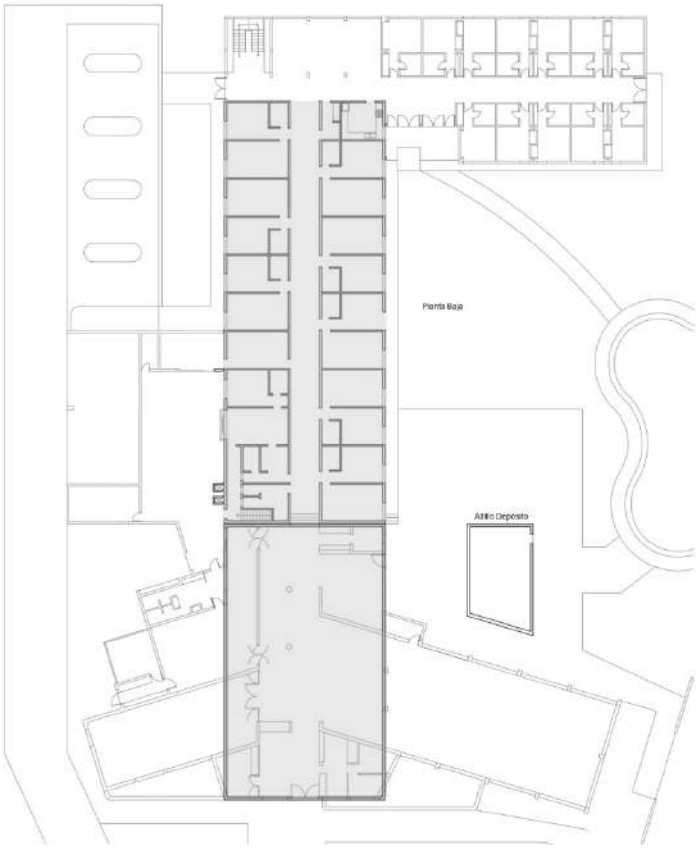


Figura 145
Planta baja actual del Hotel Turismo Tupungato (huella original resaltada).
Fuente: Archivo Municipalidad de Tupungato.

Figura 146
Axonométrica del Hotel Turismo Tupungato (proyecto de ampliación, 1980ca., sector original resaltado).
Fuente: AHTER- INCIHUSA, CONICET.

Por otra parte, la ley N°1697/48 establecía la creación de un *Fondo de Promoción al Turismo.* Entre otros objetivos,[176] el Fondo buscaba propender a la realización de "todos aquellos actos y medidas necesarios para el mejor cumplimiento de los fines que marca la presente ley, y de las leyes N° 1216 y 1298" (Picallo, 1948, p. 104), lo que confirmaba de forma explícita la plena vigencia de las leyes emanadas de la gestión conservador-demócrata. No se sancionaron otras normas que las superasen en cuanto a propósitos y alcances, es decir, permitían aun que las inversiones privadas adhiriesen a las primas y beneficios contemplados por ellas. Este aspecto favoreció, entendemos, la construcción de nuevos hoteles en manos de capitales privados, como analizaremos en el próximo apartado.

Se previó que el Fondo se constituyera por las contribuciones provenientes "de establecimientos industriales y comerciales radicados en la provincia, del 0,5% y el 0,8% anual, respectivamente, sobre el capital invertido". También estaban alcanzados por esta ley, las confiterías, bares y negocios afines, así como los hoteles, restaurantes y empresas de banquetes, "con una contribución semestral del 1% sobre las ventas o contrataciones" (Raffa, 2018b, p. 180). La ambiciosa ley fue derogada por ley nº 1794, un año después de su sanción, "posiblemente porque el Fondo se fundaba en el aporte de privados y no del Estado, lo que pudo haber influido en su corta vigencia" (Raffa, 2018b, p. 181).

La última de las normas de la gestión Picallo, referida a la edilicia, legisló en favor de la implantación de hoteles y confiterías en todo el territorio provincial, exceptuando la ciudad Capital, proponiendo exenciones impositivas (en contribuciones directas, de patentes, etc.), por diez años, a contar desde agosto de 1948, momento de promulgación de la norma (ley 1714/48).

Al asumir su mandato, Brisoli dio cuenta en su mensaje a las Cámaras legislativas, de la importancia del turismo, que reportaba en la economía provincial una suma "superior a los 70 millones de pesos". Como problema derivado de la constante afluencia de visitantes, se refirió, como su antecesor, a la falta de alojamiento y de hoteles apropiados, situación que, según su visión se había vuelto "angustiosa" en los últimos años. Brisoli dio cuenta de algunas estadísticas: la provincia tenía a disposición 5.000 camas para el turismo, cuando las necesidades en una situación "normal" de afluencia de visitantes,

[176] Fomentar el turismo nacional y extranjero a la provincia de Mendoza, divulgar las distintas manifestaciones de orden económico, histórico y cultural, fomentar y dar a publicidad las industrias regionales vinculadas al turismo, como también la industria hotelera y afines, realizar los distintos actos de la Fiesta de la Vendimia, intensificar el turismo otoñal e invernal, fomentar el turismo popular, obrero y escolar, realizar excursiones populares de turismo a distintos lugares de la provincia, otorgar subvenciones a los Municipios para la realización de los actos de la Vendimia de cada Departamento, - facilitar la construcción e instalación de colonias de vacaciones y campings para obreros y escolares, - dar a conocer las fuentes termales de la provincia, realizar exposiciones industriales, comerciales y culturales, dentro y fuera de la provincia, realizar exposiciones, certámenes y concursos con vistas a la promoción del turismo, publicar material de propaganda turística, instalar agencias, oficinas de informes y afines, dentro y fuera de la provincia y fomentar empresas de transporte turístico (Díaz Guzmán, 1949, citado por Raffa, 2018b, pp. 180, 181).

ascendían a 8.000 a 9.000 camas, viéndose agravada esta situación en fechas destacadas del calendario anual, como la Vendimia, Semana Santa o Carnaval (entre otras celebraciones), en que la oferta quedaba superada por la intensa demanda (Gobierno de Mendoza, 1949, p. 68). Al finalizar su mandato, la información censada por la Dirección de Estadísticas registraba 10.354 plazas disponibles en toda la provincia (Tabla 4), de lo que deducimos que la edilicia privada, al igual que en el ciclo anterior, jugó un papel preponderante en el posicionamiento de Mendoza, en cuanto a su capacidad de alojamiento.

Además, los números consignados permiten tener una idea del peso específico, que cada jurisdicción adoptaba en el mapa hotelero provincial (el destacado de la tabla es nuestro): Capital concentraba la mayor cantidad de plazas, como era de esperar, seguida de Luján de Cuyo (con la mayor cantidad de hoteles y hospedajes de montaña) y San Rafael (lo que demuestra la preeminencia de esta ciudad en la órbita del turismo sureño).

Llama la atención el cuarto lugar, correspondiente a Malargüe, atribuido posiblemente a la existencia de los hoteles termales (que antes pertenecían al departamento de San Rafael) y de algún hotel urbano de relevancia, como el Hotel España (1950 ca.), de capitales privados, que sumaba capacidad hotelera a la acción edificatoria del Estado, concretada con el Hotel Turismo Malargüe.

Como medida general, Brisoli consideraba que debía fomentarse el turismo obrero y escolar, con iniciativas prácticas, como la instalación de “campamentos económicos” distribuidos adecuadamente en lugares “sanos y pintorescos, para levantar cómodas habitaciones de material ligero, tipo cabaña, con todos los servicios indispensables”, facilitando el transporte y las “giras” (p. 69). Las medidas de fomento implementadas por la dirigencia incidieron eficazmente en el aumento de visitantes llegados a Mendoza: de ellas, la promoción de la Vendimia, las ferias industriales y los convenios con otras provincias, para promover el intercambio de turistas, tuvieron un rol preponderante. Al comparar algunos de los guarismos del ciclo peronista (Figura 147), con las cifras del ciclo conservador-demócrata (en 1940 el total de visitantes en el año sumó 43.300), comprobamos que las diferencias resultan significativas, de lo que se deduce que el objetivo de la extensión de los beneficios y servicios turísticos, a capas más amplias de la población, superó el plano de la retórica propagandística para instalarse como una realidad.[177] Es interesante revisar en las publicaciones periódicas, las percepciones al respecto, dado que, como era de esperarse, no todas las voces eran siempre optimistas.

La Quincena Social expresaba en febrero de 1950:

[177] Pastoriza (2020) ha indicado que, gracias al impulso edificatorio del peronismo (con políticas que había inaugurado el gobierno anterior, durante la presidencia de Ramón Castillo), “el número de plazas hoteleras nacionales se triplicó” (p. 170).

DEPARTAMENTO	Habitaciones	Plazas	Baños exclusivos	Baños comunes	Total baños
Capital	2885	6339	816	564	1380
Eva Perón (La Paz)	63	152	0	22	22
Gral. Alvear	83	179	26	13	39
Gra.l Perón (Malargüe)	194	505	19	52	71
Godoy Cruz	102	286	0	30	30
Guaymallén	147	348	7	37	44
Las Heras	170	352	80	41	121
Luján de Cuyo	317	759	126	84	210
Maipú	21	38	0	4	4
Rivadavia	29	74	0	12	12
San Carlos	77	189	0	23	23
San Martín	81	200	4	27	31
San Rafael	296	653	31	85	116
Santa Rosa	14	38	0	4	4
Tunuyán	72	157	4	19	23
Tupungato	34	85	0	13	13
TOTAL	4585	10354	1113	1030	2143

Tabla 4
Capacidad Hotelera de la Provincia de Mendoza (temporada 1951-1952).
Fuente: Dirección de Estadísticas de la Provincia de Mendoza (1954), p. 49.

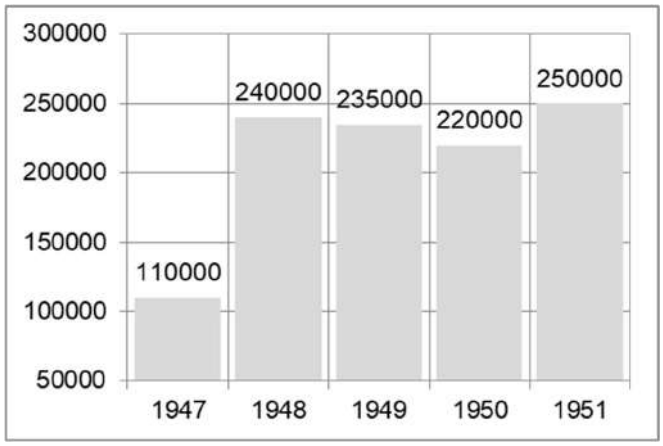


Figura 147

Cantidad de turistas arribados a Mendoza, por año.
Fuente: elaboración del autor, en base a datos relevados en Picallo (1948, p. 157) y la Dirección de Estadísticas de Mendoza (1954, pp. 48, 49).

> (…) El Parque San Martín, los pasillos y comedores de hoteles y pensiones, los corredores, los garajes, todo fue convertido en dormitorio ocasional para las familias que llegaban fatigadas, después de un viaje prolongado, y tuvieron que someterse a la tragedia de ubicarse desaprensivamente en cualquier parte a la espera de alguna habitación de familia o de hotel que se desocupara. Nosotros entendemos, que esta afluencia de turistas que se vuelca con avidez por conocer los prestigios de nuestra provincia, debía ser contemplada con más simpatías, y desde Buenos Aires, que empieza este drama de los trenes, en que los viajeros llegan sentados sobre sus valijas, sin comer, sin tener donde lavarse, careciendo hasta de agua fresca para beber (La tragedia del turismo en Mendoza, 1950, s. p.).

La misma publicación realizó en el verano de 1952, una crítica por los elevados costos de bienes y servicios vinculados al turismo:

> (…) Ahora se comprueba una disminución apreciable de turistas (…), las razones podrían llover a montones: hoteles encarecidos como consecuencia del encarecimiento incontrolado de los consumos; pasajes de tarifas elevadas que ni en estas épocas se disminuyen; los vinos y las frutas de nuestra California, que atraían tanto como su clima, su historia y su paisaje, son cosas prohibitivas para los que no llegan con la faltriquera desbordante, las diversiones de la ciudad no existen, como no sea la vulgaridad del biógrafo o el asiento en una mesa de confitería del centro. (…) (Decrece nuestro turismo ¿Por qué?, 1951, 1952, s. p.).

El discurso relevado en ambas citas textuales, posicionaba al receptor como *prodestinatario* (Roig, 1993), dado que el emisor y el destinatario comparten el mensaje. En los *fundamentos del discurso* encontramos que la argumentación se apoyaba, en ambos casos, en las malas condiciones que debían sufrir los turistas, por encontrarse sin alojamiento, o bien por el costo excesivo de los productos y servicios, que los hacía inalcanzables. La *función utópica* del discurso refiere en este caso a una cualidad *crítico-reguladora*, al connotar que debía provocarse un cambio en las condiciones observadas, para revertir la situación. [178] No se alude directamente, pero interpretamos que el mensaje estaba dirigido a la clase política, que tenía en sus manos la posibilidad de hacerlo (por ejemplo, por medio de la legislación, aplicando sanciones frente al incumplimiento de la norma). Las estrategias discursivas empleadas para reforzar los argumentos esgrimidos consistieron en el empleo del pronombre “nosotros”, de manera que incorporaba al receptor al modo de pensar enunciado en el discurso, y mediante la interrogación retórica.

Analizaremos a continuación, los edificios surgidos de la iniciativa privada.

[178] Respecto de la situación de los equipamientos de la provincia de Buenos Aires, sugerimos revisar los trabajos de Pastoriza (2008a) y Pastoriza y Schenkel (2020).

4.3.2. Construcción de hoteles surgida de la iniciativa privada

Como hemos anticipado, la edilicia privada continuó en franco desarrollo en esta década. Sostenemos que las medidas de fomento a la construcción de hoteles y las exenciones impositivas facilitaron la aparición de una gran multiplicidad de alojamientos. El conservadurismo del `30 había incorporado, mayormente, establecimientos de primer orden. En cambio, los hoteles y hospedajes surgidos durante el peronismo, acusaron un espectro mucho más amplio en su oferta, como expuso el relevamiento en las guías de turismo: fue un aspecto común del período, el surgimiento (o mayor visibilidad, provocada por una mayor demanda) de hospedajes y residenciales,[179] que ofrecían pernocte con o sin pensión (ejemplos que no hemos podido abordar en profundidad por razones de extensión, y por no constituir obras destacadas en lo estrictamente arquitectónico).

Asimismo, la mayor complejidad operada al interior del rubro hotelero[180] (Garazi, 2020) devino en una natural clasificación de los establecimientos, que permitió orientar la oferta dentro del amplio mercado existente.[181] La masividad y multiplicidad de medios de transporte (vehículo particular, ómnibus, ferrocarril y, en menor medida, avión) posibilitaba la llegada de un público heterogéneo, con diversas necesidades. Esto fue advertido por la prensa, que alertaba sobre la problemática derivada de la escasa especialización del personal:

> (…) es alrededor de los hoteles vistos por dentro, donde se viene incubando uno de los problemas más serios de su desarrollo y de su prestigio: la carencia cada vez más notoria de personal competente que los atienda. Parece que se ha establecido una desigualdad muy desagradable entre el surgir de hoteles por todas partes, y la merma de los mozos, cocineros, ayudantes y administradores. Para un buen hotel, no todos pueden ser mozos de comedor o cocineros de primera. La categoría de un hospedaje de excepción, exige un sinnúmero de requisitos especiales en su personal de servicio. (…) Un mozo que debe servir en un hotel de lujo, debe ser de aptitudes profesionales, físicas, morales, educativas, etc., muy diferente al de una fonda, como el público que utiliza una y otra categoría de establecimiento tiene paralelamente exigencias acentuadamente distintas (Los hoteles por dentro, 1951, p. 5).

Como veremos a lo largo de este apartado, la tipología del edificio en altura (o torre), resolvió de manera eficiente la implantación de los hoteles en parcelas urbanas. El uso exclusivo de la tecnología de hormigón armado, las especificaciones de seguridad emanadas de los reglamentos de construcción sismorresistente y las mejoras tecnológicas que permitían mayor confort, mediante sistemas de calefacción centralizados, de agua fría y caliente, de aire acondicionado, radio, teléfono y ascensores; constituyeron el denominador común de los hoteles construidos en el período. Estas cualidades fueron mencionadas recurrentemente en las publicidades, para reforzar los argumentos

[179] Según hemos relevado en las fuentes, los alojamientos de menor categoría se ofrecían, por lo general, en avisos clasificados o, suponemos, por medio de una circulación espontánea, “de boca en boca”.
[180] Hacia mediados del siglo XX, el sector hotelero marplatense era uno de los que más relevancia tenían en términos de demanda de mano de obra. Cocineros, cocineras, ayudantes de cocina, mozos, mucamas o “muchachas para tareas de limpieza” y peones de hotel, eran los puestos más demandados (Garazi, 2020, p. 60).
[181] Las categorías de alojamiento fueron enunciadas en el apartado 4.3 del presente capítulo.

publicitarios y lograr un posicionamiento efectivo de cada hotel dentro de la oferta disponible en la ciudad. Los hoteles San Martín (1945) y Balbi (1946) inauguraron esta corriente, secundados por otros cuatro edificios, algunos de los cuales se instituyeron como hoteles emblemáticos dentro del mercado local: nos referimos a los hoteles Alcor (1952), Ritz (1952), Americano (1955 ca.) y Sussex (1955).

Si bien no todos tuvieron la misma capacidad para adaptarse a los cambios en las pautas de consumo, los gustos del público y las crecientes demandas en materia de confort, la mayoría pudo posicionarse en el mercado hotelero a lo largo del tiempo, asumiendo la condición de hoteles "tradicionales" (como los hoteles Balbi, Ritz, Alcor y Americano). Aquellos que no lograron superar estas condicionantes, se readaptaron a nuevos ciclos de vida, refuncionalizados como edificios de oficinas (caso de los hoteles San Martín y Sussex).

Ahora bien, en relación con los edificios construidos por la iniciativa privada, los primeros en ser inaugurados, entre 1945 y 1946, fueron los hoteles San Martín, Grand Balbi y Cervantes. Graciela Moretti (2015), advierte que formaban parte del conjunto de alojamientos impulsados por el Estado provincial, surgidos como resultado de las leyes de fomento del ciclo conservador-demócrata, que "habían demorado algunos años más de los previstos por las leyes de turismo" (p. 64). Los restantes hoteles urbanos se inauguraron en los años subsiguientes, afiliados a diversas escalas, lenguajes y jerarquías. El San Francisco (1954) constituyó el caso más relevante, de los edificados fuera del casco urbano de Mendoza.

Los **Hoteles San Martín, Grand Balbi y Cervantes**, fueron desarrollados adoptando la *tipología de torre*.[182] El elemento común era la resolución en parcelas urbanas de gran centralidad, lo que permitía a sus huéspedes acceder rápidamente a locales gastronómicos, comercios, instituciones gubernamentales, bancos o empresas de transporte.

El primero de ellos, el **Hotel San Martín**, inaugurado en 1945, ofrecía 70 habitaciones para alojamiento. La tipología empleada respondió a un bloque en torre, con desarrollo en planta baja y seis pisos altos, conectados por un núcleo de escalera y dos ascensores. Proyectado por Ernesto Schiffrin y Pedro Ribes[183] para Ítalo Galli y su esposa,

[182] En 1945, surgió un nuevo reglamento de construcciones, que previó la convivencia de muros de ladrillo, junto con tabiques de "cemento armado". La especificación de la construcción mantenía el sistema aporticado descrito en la norma de 1927, a lo que sumaba que en tramos de muros sin apoyo transversal, estos no debían exceder de 5 m. A ello, sumaba que debían existir columnas en todos los encuentros de muros (Manzini, 2011, pp. 45, 46).
[183] Las biografías de ambos proyectistas se mencionaron en el capítulo anterior (p. 285).

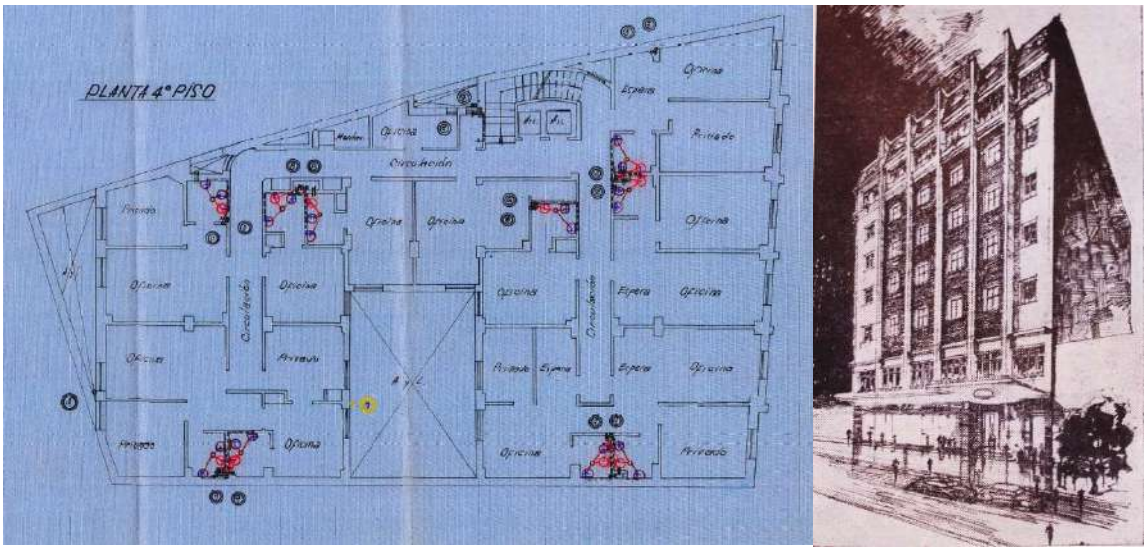
Lucía A. Canónico, con una superficie total de 5.187,11 m^2, fue construido por la empresa Ribes, Indiveri y Cía.

La planta baja y el entrepiso se destinaron a amplios salones comerciales para alquiler, hacia el costado Este de la fachada se dispuso el acceso y recepción del hotel, destinando los pisos altos a las habitaciones. El edificio ocupó la parcela casi por completo, disponiendo un patio excéntrico en el eje transversal del solar, y otro de pequeñas proporciones en la parte posterior, para propiciar la iluminación y ventilación de los espacios (Figura 148). La planta tipo de habitaciones se organizaba en torno a una circulación en forma de U, alrededor de un patio interno, vinculando las habitaciones dispuestas a ambos lados.

El San Martín se presentaba como “moderno, cómodo y económico, encuadrado en el estilo de los hoteles americanos”. En los anuncios relevados ofrecía las habitaciones con “baño privado y teléfono”, además de contar con “bar americano, confitería y orquesta” (Asociación de Hoteles, Bares, Confiterías y Afines de Mendoza, 1958, s. p.). El restaurant, ubicado en el sexto piso, tenía “menú fijo y a la carta”.

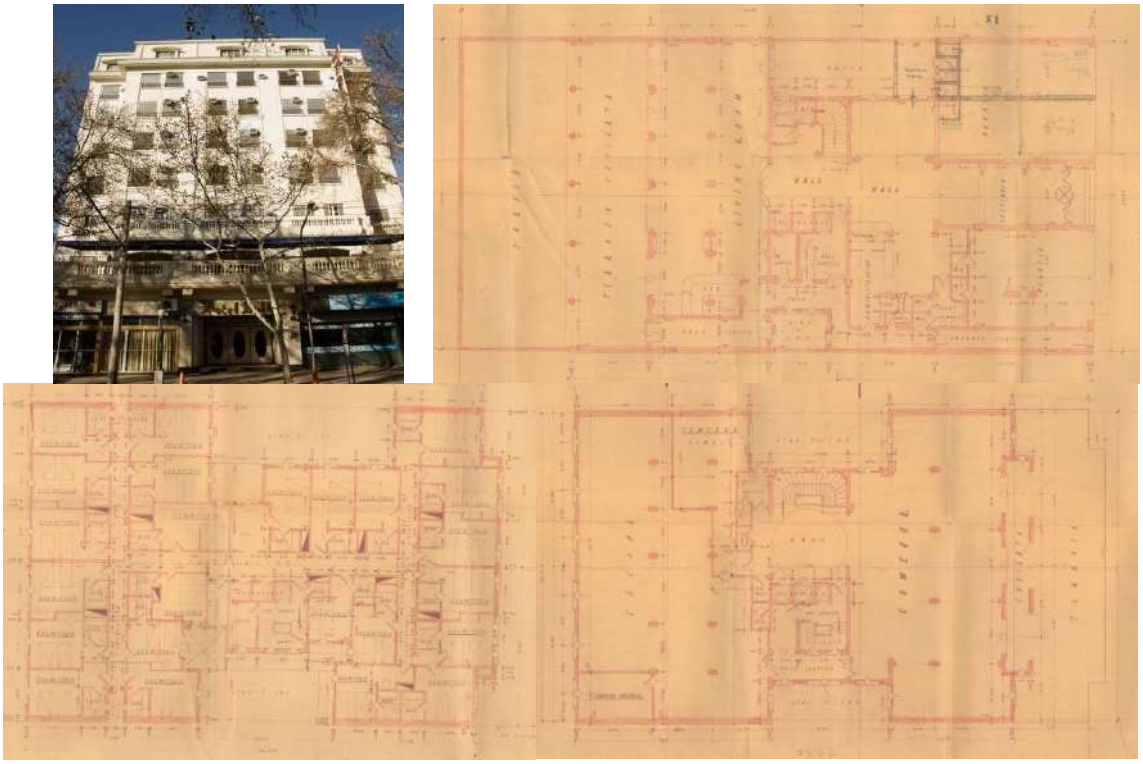
Su fachada acusaba el ordenamiento clásico en basamento (cobijado por una marquesina en voladizo), desarrollo y coronamiento, y comunicaba claramente las *funciones* del hotel (Eco, 1981): desde las vidrieras de piso a techo en los locales de planta baja, pasando por una rígida disposición de las ventanas de los cuartos, organizadas en una grilla de 6 x 4, luego delimitando el restaurante en el sexto piso, con una cornisa de gran volumen y aberturas más amplias, para demarcar finalmente el nivel de la azotea, con un muro perforado, a modo de mansarda (Figura 149). Entendemos que el lenguaje del edificio se inscribió en una variante atenuada de la AM, dada por el uso del ladrillo a la vista, en la composición de cuatro franjas verticales (delimitadas por cinco planos salientes) que modulaban la fachada, mientras que las dos franjas extremas mantenían los muros revocados, conformando un marco para el tramo central del alzado (Zevi, 1998).

Si bien aparecían algunos elementos propios de la AM, como los planos de hormigón salientes, la gran marquesina volada y la rígida racionalidad de la fachada (y del partido, que permitía iluminar y ventilar naturalmente todos los espacios), el croquis de proyecto que ilustró gran parte de los anuncios referidos a este hotel, comunicaba una expresión academicista, vinculada al neoclásico, de fuerte abstracción y depuración estilística y formal: el edificio, sin retiro hacia la vía pública, ofrecía una volumetría compacta, por lo que se percibía como un edificio imponente. La escala monumental de este ejemplo subrayaba el camino abierto por el edificio (inconcluso) del Gran Hotel, de 1942.



Figuras 148-149

Plantas 2º y 3º piso y fachada del Hotel San Martín.
Fuente: Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza y Empresa Cuyana de Turismo JADRA, 1956, s. p.



Figuras 150-151-152-153

Fachada del Hotel Balbi, planta baja, primer piso y planta tipo (2º al 6º piso) (sentido horario).
Fuente: Grand Hotel Balbi (s. f.). www.a-hotel.com [Fotografía]
y Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza.

La *sobriedad* de las líneas de composición aludía a la *decisión*, la *rigidez* y la *fuerza* (Zevi, 1998) y la preeminencia de líneas verticales en la composición de la fachada, refería a los principios de *persistencia e infinitud*. A su vez, el empleo del ladrillo vista, a la vez que configuraba una textura que se oponía a los paños lisos de los laterales, evocaba una actitud de arraigo, de apego a lo local (Zevi, 1998). Aspectos todos que, en conjunto con los textos publicitarios, otorgaban a este ejemplo una imagen potente, vinculada con el público masculino a que estaba orientado, en su prefiguración representativa.

El Hotel Grand Balbi (1946), respondió al encargo del empresario Aarón Tubert al arquitecto Lino Martinelli[184] y fue construido por la empresa de Isaac Kolton. Ubicado en Avenida Las Heras, fue el más grande y lujoso de los hoteles de Mendoza hasta ese momento, con 108 habitaciones con baño privado, distribuidas en seis pisos altos, con un total de 5.244,76 m^2. El planteo evidencia la complejidad creciente del partido arquitectónico: incluyó acceso y circulaciones verticales diferenciadas, para huéspedes y personal (con dos ascensores para uso público y uno de servicio); en subsuelo se ubicaron sala de máquinas, sala de calderas, cámara frigorífica y depósitos. En planta baja dos amplios locales comerciales para alquiler flanqueaban el acceso principal, dispuesto en el eje del solar. Además de la recepción y el vestíbulo, contaba con oficinas para la administración, baulera y cambiador de personal. Hacia el fondo del solar (25 m x 50,80 m), se ubicaba el bar, que tenía salida al jardín posterior, mediado por una extensa galería (Figura 151).

En el primer piso, en la contrafachada, estaban la cocina y el comedor de personal. En un espacio separado, el comedor de niños y, hacia el frente, el comedor principal, conectado con una espaciosa terraza, con vistas hacia la avenida (Figura 152). Su planteo funcional organizaba a partir de una circulación en H la planta tipo, en torno a dos grandes patios dispuestos en el sentido transversal del terreno, lo que permitió iluminar y ventilar naturalmente todos los cuartos, que abrían a uno y otro lado de extensos corredores (Figura 153).

A pesar de su volumetría compacta, el alzado se articulaba mediante un resalte del tramo central de la torre, respecto de las franjas laterales. La expresión arquitectónica aludía a un lenguaje académico, despojado de decoración, que marcaba distintos niveles, jerarquizando la fachada mediante el empleo de balaustradas corridas (en la terraza del primer piso y las habitaciones frontales del segundo). El remate vertical se lograba por medio de una cornisa volada, que delineaba el perfil del penúltimo nivel, con un muro

[184] Lino Martinelli nación en la región del Como en 1911, en 1920 se trasladó con sus padres a la Argentina y en 1936 se graduó de arquitecto por la UBA. Se dedicó tanto al ejercicio de la profesión como a la docencia. Fue proyectista para el Banco de Mendoza, proyectó numerosas residencias particulares y edificios de propiedad horizontal (Moretti, 2017b).

levemente inclinado que, a modo de mansarda, marcaba el último piso del edificio (Figura 150).

En la revisión de las publicidades de este hotel,[185] encontramos que se ponderaba su reciente construcción y confort. Por lo general, los anuncios agrupaban tres hoteles concesionados por Enrique Balbi, un referente de la hotelería de Mendoza: el Grand Balbi, el Gran Hotel Potrerillos y el Palace Hotel. En ninguno de los casos las publicidades fueron acompañadas por fotografías. La tapa de la revista *Arquitectura Gráfica* de 1948, en su número dedicado a Mendoza, mostraba la fachada de este edificio que, junto con el Hotel San Martín, se habían instituido en los primeros hoteles en torre de la provincia, de allí que la publicación garantizó (al menos en el ámbito disciplinar) la difusión de este ejemplo.

En el análisis de su fachada, destaca su *sobriedad*, su *austeridad* y el *equilibrio de llenos y vacíos* en una composición que agrupaba de a dos, las "tiras" de ventanas, organizadas en tres franjas, lo que acentuaba la *verticalidad* de la propuesta (Zevi, 1998): estos elementos, combinados, resultaban en una imagen vinculada a la distinción, la elegancia y el confort. Podemos agregar que el sistema de *códigos* empleado en la arquitectura remitía, al igual que en el ejemplo anterior, a la modernización, a la eficiencia, a la innovación y la vanguardia: la lectura del *código icónico* de la arquitectura academicista, apreciable en su alzado, remite a estos principios generales.

Esta cualidad es visible no sólo en la fachada, sino que proviene de la organización de la planta: la regularidad geométrica del solar (a diferencia del Hotel San Martín), permitió resolver el programa de necesidades con cierta racionalidad: distribuir simétricamente los patios, organizar las circulaciones eficientemente desde un punto central de la planta, configurar un sistema de basamento (estipulado por el propio proyecto en la línea de edificación) y torre (con retiro frontal y posterior) (F 149), lo que permitía apreciar con suficiente perspectiva el desarrollo del alzado.

Ribes y Schiffrin asumieron nuevamente y en sociedad un encargo, el de Pablo Bustos y su esposa Josefa Giner Escobes, para el **Hotel Cervantes** (1946). Construido en planta baja y tres niveles superiores, fue implantado en un solar de 18 m de frente por 50 m de profundidad y desplegaba un esquema alargado, articulado en torno a tres grandes patios y dos pequeños patios de luz, que le permitían iluminar y ventilar naturalmente los espacios, con una superficie total de 2.336,65 m^2 cubiertos. Contaba con una capacidad de 68 habitaciones con "baño privado, teléfono, radio y aire acondicionado" (Automóvil Club Argentino, 1950, p. 209).

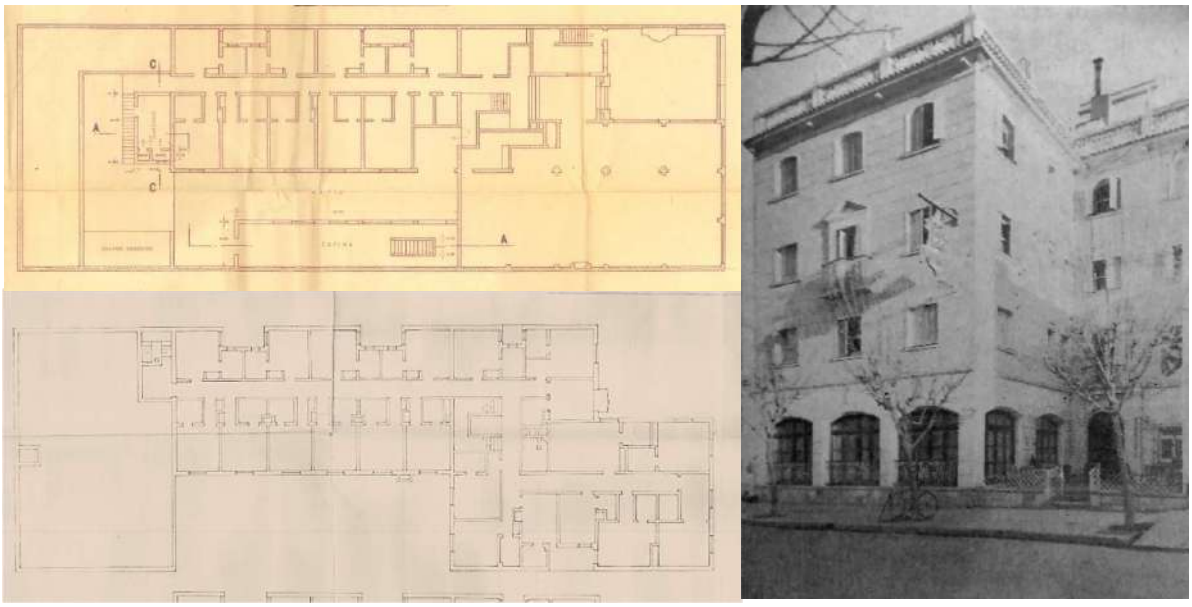
[185] Las publicidades a que nos referimos en este apartado, fueron relvadas en Automóvil Club Argentino, 1950; Dirección Provincial de Turismo, 1955; Asociación de Hoteles, Bares, Confiterías y Afines de Mendoza, 1958; Empresa Cuyana de Turismo JADRA, 1956; Federación Argentina de Hoteles, Restaurantes, Confiterías, Bares y Afines, 1954 y s. d., 1954a.

Al Oeste del solar se ubicó el acceso, retirado de la línea de la calle, generando un patio de carácter ornamental y en relación directa con el espacio público, con una fuente que recordaba a los jardines andaluces; previo acceso al *hall* general, recepción, oficinas de administración y núcleo de circulación vertical (ascensor y escalera). El bloque principal del hotel, recostado sobre la medianera Oeste, se abría hacia otro patio, de grandes dimensiones, en la mitad Este de la parcela, organizando a lo largo de un extenso corredor, habitaciones a ambos lados, esquema repetido en los tres pisos altos. Hacia el frente del solar se ubicaba el restaurant-comedor y en un lateral, la cocina, depósitos y locales de servicio. El último patio se ubicaba al fondo del solar, dado que el edificio tenía un retiro posterior, que se empleaba como patio de servicio, vinculado con la lavandería (Figuras 154 y 155).

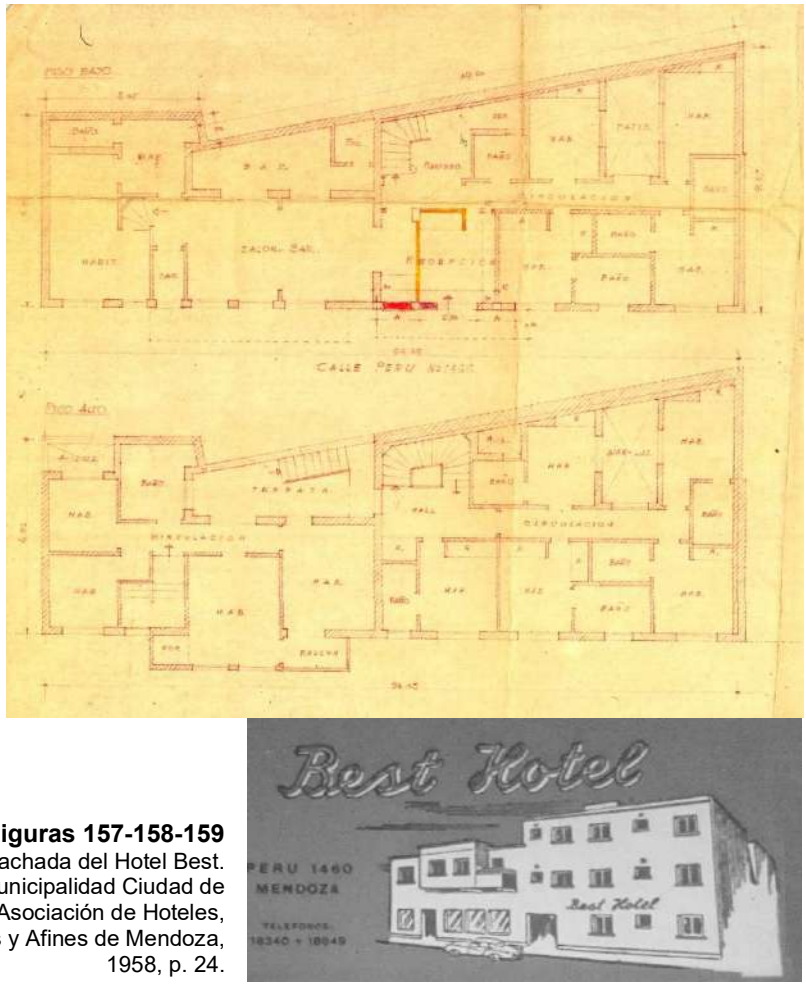
Adhirió en su expresión arquitectónica a una vertiente del historicismo ligada al neoplateresco, incorporando en una fachada clásica, de gran sobriedad, algunos elementos decorativos: todos los muros tenían revoque símil piedra París, las ventanas presentaban enmarques con molduras ricamente trabajadas, con guardapolvos mixtilíneos y blasones. En el nivel del basamento de la planta baja, donde se ubicaba el restaurant del hotel, las aberturas se resolvieron de piso a techo, con dinteles en arco rebajado. En el nivel de la azotea, una crestería de formas fantasiosas, sobre una cornisa terminada con tejas españolas, remataba el paramento de los muros (Figura 156).

En subsuelo, se ubicaban las salas de máquinas y equipos de aire acondicionado, sala de calderas, sala de bombas, cava de licores, vestuario y comedor de personal. El edificio se ubicaba a media cuadra de la Avenida San Martín, próximo a la sede central del ACA y a una cuadra de la terminal de ómnibus de la CITA, cualidades que fueron empleadas en los anuncios como puntos en favor del hotel. Las publicidades lo calificaban como “el más moderno de Mendoza” y ponderaban sus “departamentos privados” (s. d., 1954a, p. 61).

A semejanza de los ejemplos anteriores y, a pesar de haber adoptado un “ropaje” estilístico netamente historicista (que hacía alusión al nombre del hotel), las imágenes de la fachada, que circularon en las publicidades, mostraban una gran racionalidad en la organización del alzado y un *equilibrio de llenos y vanos* (Zevi, 1998). Posiblemente, el aporte de este ejemplo radica en su apertura al espacio público, aspecto que “comunicaba” de un modo diferente el acceso al hotel, permitiendo articular más libremente los volúmenes: “forzaba” al usuario a transitar por el patio andaluz, dejándose atraer por la portada principal del edificio que desarrollaba, por su ornamentación y forma, un carácter distintivo respecto a las otras aberturas de la planta baja.



Figuras 154-155-156
Planta baja, planta tipo (1º, 2º y 3º piso) y fachada del Hotel Cervantes.
Fuente: Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza y Asociación de Hoteles, Bares, Confiterías y Afines de Mendoza, 1958, s. p.



Figuras 157-158-159
Planta baja, 1° piso y fachada del Hotel Best.
Fuente: Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza y Asociación de Hoteles, Bares, Confiterías y Afines de Mendoza, 1958, p. 24.

Dentro de los hoteles de menor jerarquía, consideraremos los hoteles **Best, Derby** y **Siroco.** El **Hotel Best** resultó de adaptar, al poco tiempo de terminada, una casa para renta, al uso hotelero; desarrollada en planta baja y dos pisos altos, propiedad de Mercedes Borrelli de Best. Fue inaugurado como tal en 1955 y ofrecía 20 habitaciones con baño privado. A la parcela original, de forma trapezoidal, se agregó una parcela contigua hacia el Sur, de menores dimensiones, que permitió incorporar un bar en planta baja y habitaciones para alojamiento en el nivel superior. Todas las habitaciones contaban con calefacción central y teléfono, y el hotel tenía su lavandería propia en la azotea.

La parcela, 24,50 m x de 8,50 m en su lado mayor, se sirvió de dos patios para permitir la iluminación y ventilación de los cuartos internos. En planta baja, además del bar, hall y recepción, se dispusieron cuartos para alojamiento, mientras que todo el primer y segundo piso se destinaron a habitaciones, a las cuales se accedía por dos núcleos de escaleras separados (Figuras 157 y 158).

El lenguaje del edificio respondía al racionalismo, con una fachada planimétrica de la que destacaba un volumen saliente en correspondencia con las ventanas del bar, que se abrían de suelo a techo y propiciaban una comunicación visual fluida con el espacio de la calle. La relación entre llenos y vacíos de la fachada era equilibrada, y la composición originaria de las aberturas, que eran de igual tamaño, se vio distorsionada al incorporar sanitarios en las habitaciones frontales, que delataban el uso al haberse reemplazado por vanos de menores secciones (Figura 159).

Sólo en una de las publicidades relevadas pudimos detectar una imagen del hotel, de lo que deducimos que, posiblemente debido a la sencillez de la arquitectura, no se empleó una fotografía de la fachada para reforzar el discurso publicitario, a diferencia de lo ocurrido con otros ejemplos analizados. A pesar de ello, otro de los argumentos empleados en su difusión fue su ubicación, a metros de la Avenida Las Heras y próximo a la estación de trenes.

El **Derby** respondió al encargo de José Renna a la empresa constructora “Mendoza”, integrada por Rigoberto Corona, Rodolfo Pereyra, Domingo Di Leo y Humberto Micheli, “experimentados en el rubro de la construcción”.[186] Fue inaugurado en 1949 y se ubicaba en una parcela céntrica de la calle Patricias Mendocinas.

Ofrecía 42 habitaciones y 34 baños, y se publicitaba como “nuevo, moderno y antisísmico” (Automóvil Club Argentino, 1950, p. 211). La parcela angosta (11,50 m) y profunda (30 m) exigió resolver el partido recostando sobre la medianera Sur el bloque de

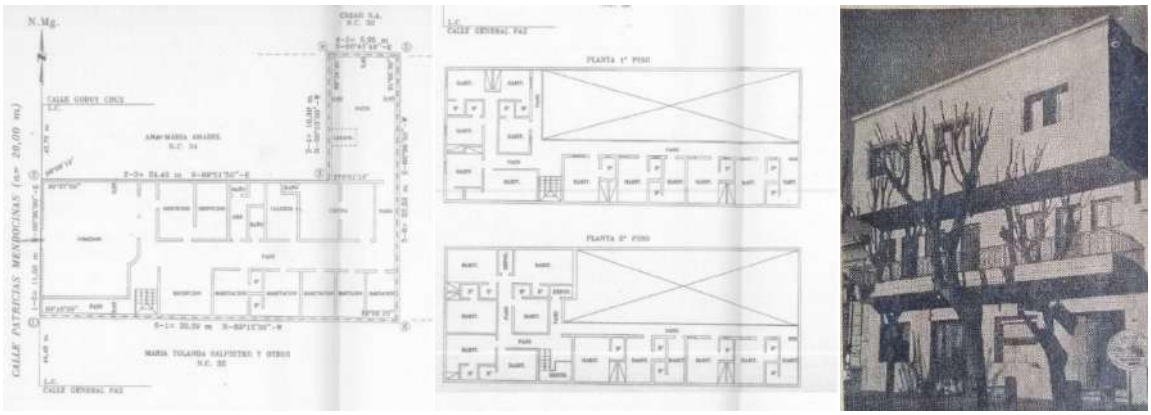
[186] Además de este edificio, la empresa se encargó de proyectar y construir una casa de renta en la esquina de las calles San Martín y José M. Godoy (Las Heras), un chalet en el Barrio Bombal, una casa para un médico, y un edificio en calle Clark, entre otras obras (Estudio y Empresa Constructora Mendoza, 1948, s. p.).

habitaciones, para permitir la ventilación e iluminación hacia el Norte, en la mitad libre del terreno. En planta baja, y en relación directa con el espacio público por medio de dos grandes ventanales, de ubicaba el restaurante, con acceso diferenciado desde la calle, y hacia el costado Sur de la fachada, el ingreso al hotel. Al trasponer la recepción, donde se ubicaba la escalera, se accedía al patio, el cual conectaba con todas las habitaciones de planta baja. Además, en este nivel se ubicaba la cocina, el lavadero, dependencias de servicio y sala de calderas. En los dos pisos superiores, un corredor semicubierto paralelo al eje longitudinal del solar conducía a los cuartos del primer y segundo piso, todos con baño privado (Figuras 160 y 161).

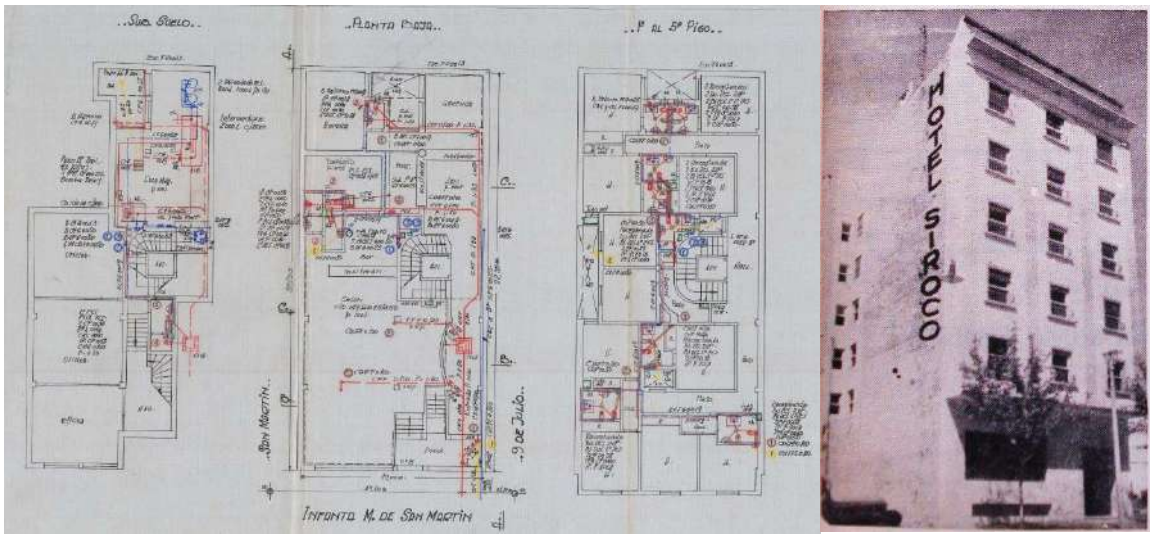
El edificio adscribió a un lenguaje racionalista, de fachadas puras y sin decoración. Destacaba un balcón corrido en el primer piso, resuelto con una baranda en hierro forjado y, en el segundo piso, un volumen con tres perforaciones, en voladizo, que asomaba sobre el paramento de la fachada, configurando un alarde tecnológico en el manejo de la estructura de hormigón armado, al invertir el orden racional por el cual los elementos de mayor peso visual debían disponerse abajo (Figura 162). Todo el basamento estaba revestido en placas de Travertino color beige.

Las publicidades relevadas ponderaban su ubicación céntrica, “a un paso de cines, teatros y oficinas públicas” y con servicio de ómnibus y tranvía “a la puerta”. Como elementos distintivos del servicio de este hotel, destacaban un servicio de excursiones personalizado, que organizaba paseos “a bodegas, ruinas, balnearios y otros lugares”, junto con el manejo de lenguas extranjeras de su personal (italiano y el alemán) (Automóvil Club Argentino, 1950, p. 211).

Tanto el Hotel Best como el Derby, hicieron gala de una pureza volumétrica y de un ascetismo que remitían a las condiciones de higiene y eficiencia (Eco, 1981), pero a la vez de confort, más que a la elegancia y distinción. Eran hoteles de menor jerarquía, posicionados en su rango por su reciente construcción y por contar con todos los servicios básicos de los que se preciaba ese tipo de alojamientos.



Figuras 160-161-162
Planta baja, planta 1° y 2° piso y fachada del Hotel Derby.
Fuente: Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza y Asociación de Hoteles, Bares, Confiterías y Afines de Mendoza, 1958, p. 25.



Figuras 163-164-165-166
Planta subsuelo, planta baja, planta tipo y fachada del Hotel Siroco.
Fuente: Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza y Empresa Cuyana de Turismo JADRA, 1956, s. p.

Finalmente, el **Hotel Siroco** (luego Ariosto), se desarrolló en torre, a media cuadra de la Avenida San Martín y detrás del Palacio de Correos y Telecomunicaciones, lo que le otorgaba una ubicación de privilegio en el centro de la ciudad. Era propiedad de Romualdo y Ángel Nasazzi y fue inaugurado en 1955. Ofrecía 60 habitaciones con baño, teléfono y radio. Desarrollado en un terreno angosto y profundo (10 m x 22 m), presentaba el acceso en el costado Oeste de la fachada, junto a un amplio ventanal que permitía visuales desde el salón comedor hacia la calle. Las habitaciones para alojamiento se ubicaron en los cinco pisos superiores, destinando el sexto, a servicios, oficinas y una amplia terraza.

En el subsuelo se ubicaron sala de máquinas, sala de calderas y oficinas administrativas. En planta baja se dispusieron, junto al salón de estar; recepción, gerencia, ropería y depósito. Un núcleo vertical compuesto por escalera y ascensor permitía el acceso a los pisos superiores. En ellos, el esquema circulatorio, en forma de E, conectaba con habitaciones con baño privado, o bien con unidades de dos habitaciones con baño compartido. El edificio ocupó la totalidad de la parcela, de manera que el único modo de garantizar iluminación y ventilación natural de los ambientes era mediante la incorporación de patios internos, resueltos en este caso con dimensiones mínimas; uno en el bloque frontal, otro, excéntrico, en la sección media y el otro en la parte posterior del edificio (Figuras 163, 164 y 165). La composición de la sobria fachada se resolvió en un basamento de un nivel y medio de altura, coronado por una marquesina en voladizo en hormigón armado. Luego se organizó en una rígida cuadrícula el aventanamiento de las habitaciones frontales, con un coronamiento en la azotea, logrado por un murete bajo revestido en pizarra negra (Figura 166).

Las publicidades relevadas, destacaban su reciente construcción, mediante el calificativo “moderno”, a la vez que destacaban su ubicación. Hacían alusión a “demás detalles de comodidad y confort”, refiriendo al sistema de calefacción central en todas las habitaciones, lavandería propia y bar (Asociación de Hoteles, Bares, Confiterías y Afines de Mendoza, 1958, p. 38).

De los hoteles desarrollados casi al finalizar el ciclo abordado, nos centramos en cuatro ejemplos emblemáticos: se trata de los hoteles **Alcor, Ritz, Americano** y **Sussex.** El **Hotel Alcor** (1952), propiedad de Adela Alaniz e Hipólito Corti, hacía gala de un “moderno” edificio, que las publicidades ponderaban como “antisísmico, con calefacción y ablandadores de agua” (Asociación de Hoteles, Bares, Confiterías y Afines de Mendoza, 1958, p. 29). Ofrecía 59 habitaciones, todas con baño privado, “amobladas con sobrio buen gusto, no faltándole a ninguna de ellas abundante luz y aire, y espléndidas visuales” (Gran Hotel Alcor, 1952, s. p.). Se ubicó en la esquina de las calles General Paz y 9 de julio de la

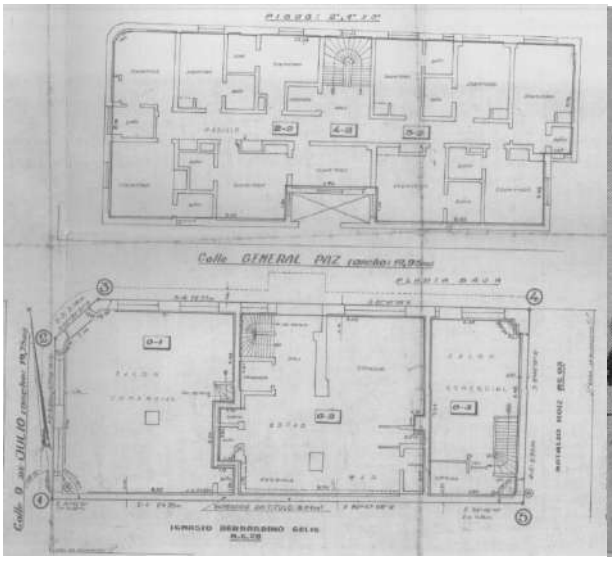
ciudad, de modo que el edificio ocupaba una posición destacada, al desarrollar dos fachadas a la calle.

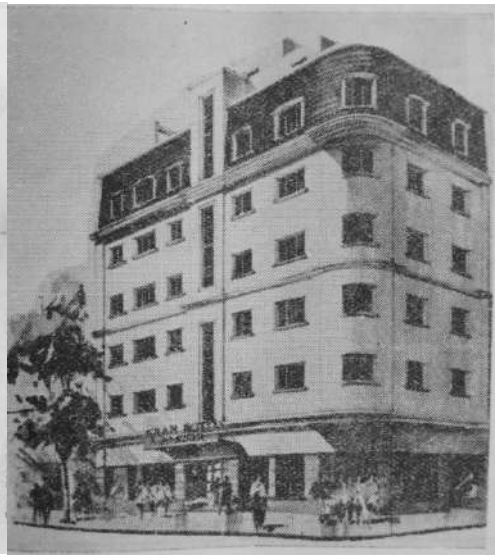
Desplegó seis pisos en altura sobre planta baja. El acceso al edificio se abría en el eje transversal del edificio, sobre calle General Paz, y conducía al hall-recepción, bar, hall de escalera-ascensor y comedor. El espacio restante de planta baja se destinó a locales para alquiler. En los pisos superiores, se organizaron las habitaciones de manera que la mayoría iluminaba y ventilaba a la calle. Las que no contaban con esta posibilidad, se abrían a dos pequeños patios internos. En el último nivel ofrecía salones de reuniones, bar, cocina y lavandería (Figuras 167 y 168).

Estilísticamente, respondió a una composición racional, resuelta en basamento, desarrollo y coronamiento: el basamento quedaba constreñido por una profunda cornisa en forma de gola, que recorría todo el nivel de techos de la planta baja y cubría los accesos a los locales comerciales. El núcleo de escaleras conformaba un bloque saliente sobre calle General Paz, que marcaba el acceso principal y ligaba la composición vertical del paramento. El último piso se destacaba por un muro revestido a modo de mansarda (Figura 169).

Una nota que daba cuenta de la reciente apertura del hotel informaba que la administración y dirección general del hotel estaban a cargo del propietario y de un gerente, ambos “imbuidos del bien entendido deseo de servir al turismo, tal cual se hace en los mejores establecimientos del ramo (Gran Hotel Alcor, 1952, s. p.). Además, aclaraba que el establecimiento prestaba servicio de primera, en virtud de ser lo que más necesitaba “el turismo rápido e inquieto en continuas andanzas diurnas, por la ciudad, alrededores y montañas” (s. p.). Finalmente, como en otros casos relevados, destacaba que su ubicación permitía a sus pasajeros estas cerca de los principales motivos de atracción de la ciudad, como “cines, teatros, bibliotecas públicas, museos, oficinas del Estado, diarios, radios, etc.” (s. p.).

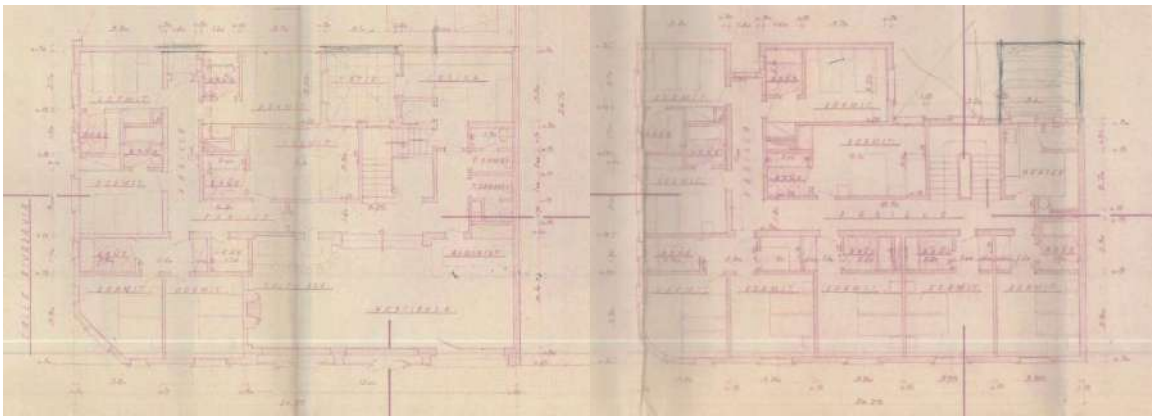
El **Ritz** (1952) adhirió en su expresión arquitectónica al racionalismo, con una fachada clásica repartida en basamento, desarrollo y remate. Los paramentos desnudos sólo estaban resaltados con molduras en antepechos de aberturas y en la cornisa del nivel de azotea, sobre la que apoyaba un techo a modo de mansarda. Fue resuelto también en un planteo en esquina, en una parcela en el cruce de calles Rivadavia y Perú, y proyectado por Lino Martinelli y construido por la empresa de Mario Giambelli. Ambos figuraron además como primeros propietarios.





Figuras 167-168-169
Planta tipo, planta baja y fachada del Hotel Alcor.
Fuente: Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza y Asociación de Hoteles, Bares, Confiterías y Afines de Mendoza, 1958, p. 29.

Figura 170
Vista de proyecto del Hotel Ritz.
Fuente: Próxima inauguración del Hotel Ritz, 1952, s. p.



Figuras 171-172
Planta baja y planta tipo del Hotel Ritz.
Fuente: Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza.

De su ascética fachada destacaba el tramo sobre calle Perú, donde se ubicaba el acceso principal, con revestimiento en piedra natural y protegido por una extensa marquesina en voladizo (Figura 170). El hotel desplegaba cinco pisos para alojamiento, con 50 habitaciones y 5 departamentos de dos habitaciones cada uno.

Entre sus servicios contaba con baños independientes para las habitaciones individuales y para los departamentos; teléfono, aire acondicionado, calefacción central, ascensor y cochera propia.[187] Las publicidades de la época destacan su "Bar Americano, Salón de Té y Comedor".

En planta baja, se dispuso el bar junto a la recepción, cocina y sanitarios. En los pisos superiores se desarrolló el sector de habitaciones, todas con vistas a ambas calles. Para ventilar e iluminar las habitaciones de la contrafachada, se generó un patio en la parte posterior del solar. El esquema de circulaciones de la planta tipo se resolvió en un recorrido en L, con la escalera en un extremo y el ascensor en el punto intermedio (Figuras 171 y 172). Al igual que en el caso anterior, *La Quincena Social* dio cuenta de la apertura de este hotel, destacando sus "espaciosos patios y halles, donde circular y estar cómodamente en cada piso" (Próxima inauguración del Hotel Ritz, 1952, s. p.). La crónica destacaba que, tanto el proyectista como el constructor, contribuían con la arquitectura moderna de la ciudad, asimismo, que el hotel contaba "con todo lo necesario, para hacer más grata y confortable la estada del pasajero, comenzando por un personal competente y ato en todos sus aspectos". Llamativamente, la cita dio importancia al personal, además de las comodidades y confort del edificio, lo que connota la mayor especialización que este ejemplo podía ofrecer, en contraste con otros hoteles.

El **Hotel Americano** (luego Carollo), en la intersección de calles 25 de Mayo y Espejo, fue resuelto con un planteo muy similar al anterior: ubicó la recepción y administración en el lado opuesto a la esquina, se sirvió de un patio posterior para iluminar y ventilar las habitaciones de la contrafachada, y dispuso una circulación en L en la planta tipo de habitaciones (Figuras 173, 174). Fue inaugurado a mediados de la década del `50, con cuatro niveles sobre planta baja y ofrecía 50 habitaciones con baño privado, calefacción y teléfono; en un "ambiente hogareño y de comodidad que todo huésped busca" (Asociación de Hoteles, Bares, Confiterías y Afines de Mendoza, 1958, p. 23).

Tal vez la diferencia más notoria respecto del ejemplo anterior radicaba en su filiación estilística, con una fachada que mantenía una composición académica, pero incorporaba en este caso un recurso natural propio del lugar: todo el basamento estaba

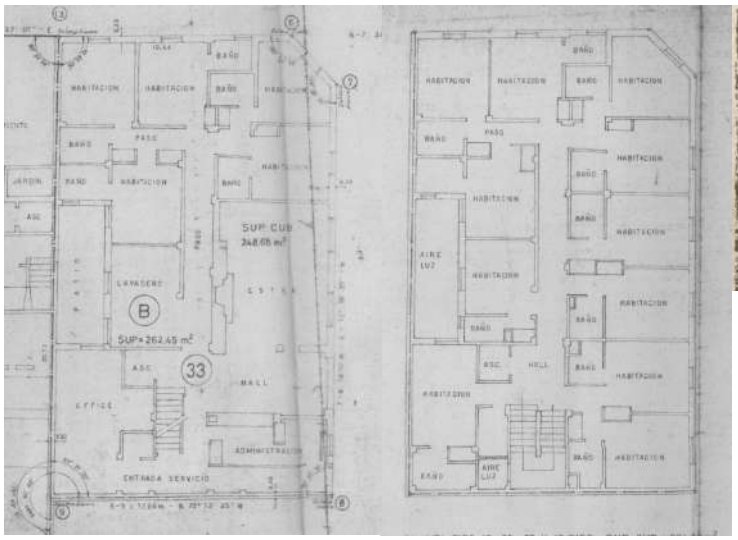
[187] Por razones de espacio, hemos ajustado la imagen de planta baja a la superficie cubierta, la cochera se ubicaba hacia el Oeste del edificio, en una parcela contigua.

revestido en piedra labrada. De manera análoga al hotel Ritz, el remate del edificio lo constituía una cubierta de tejuela de pronunciada pendiente, pero en el Americano, la techumbre (con pequeñas ventanas que emergían en correspondencia con las aberturas de los niveles inferiores), ocultaba un piso más, destinado a habitaciones para alojamiento (Figura 175).

En los tres ejemplos precedentes, los partidos se sirvieron de una ubicación en esquina, que les daba mayor visibilidad en el contexto urbano, y la posibilidad de instituirse como edificios *referenciales* (Zevi, 1998). En todos los casos, las publicidades relevadas hicieron uso sistemático de fotografías que mostraban la fachada de los edificios, de manera que reforzaban los argumentos promocionales, con el apoyo que la prefiguración de la imagen visual creaba en el sistema cognitivo del receptor. La implantación urbana se instituyó como parte de los argumentos promocionales, operando en una doble dirección: el contexto representado en los croquis permitía hacerse idea de un *tipo* de ciudad, a la vez que los hoteles se posicionaban como los mejores ejemplares posibles, que esa ciudad demandaba.

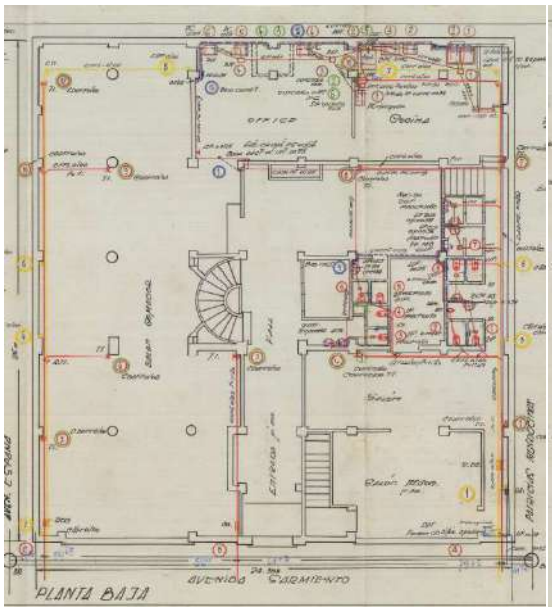
La ciudad así representada mostraba una profusa forestación (siempre que no ocultara las características del edificio), calles delineadas, aceras brillantes, gente caminando y uno (o varios) automóviles, referentes indiscutidos de la modernización “recreada” en las deseables prácticas turísticas. En esos escenarios, los hoteles emergían a partir de una composición idealizada: el edificio dominaba la imagen (casi siempre representado a una escala mayor, respecto del ser humano, que la real), dejaba al descubierto sus fachadas en todo su desarrollo, marcando claramente los accesos y destacándose respecto del entorno inmediato. En el *sistema de códigos* (Eco, 1984) activados por la arquitectura -arquitectura mediada por el *tipo* de representación, intencionalmente adoptado- se percibía una construcción discursiva que refería al orden, la higiene, la eficiencia, la belleza, el equilibrio, lo moderno, el confort y la distinción, al punto que todas estas cualidades podían asimilarse indistintamente a los edificios, o al contexto en el que estaban insertos.

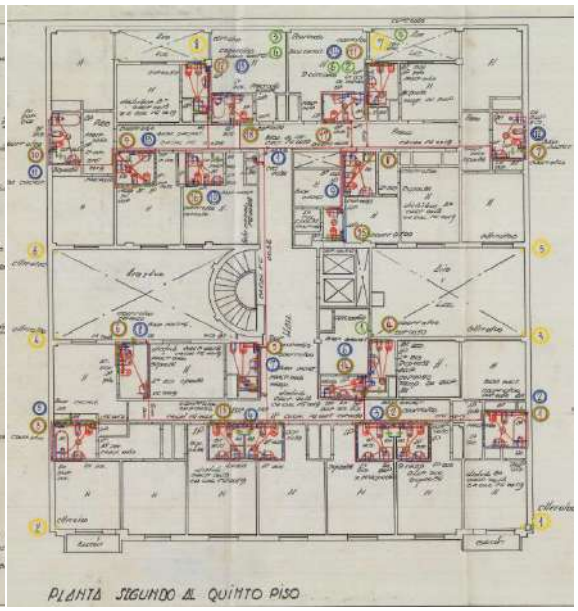
Finalmente, el **hotel Sussex** (1955) constituyó el ejemplo más alejado de los historicismos en su expresión arquitectónica, adhiriendo al más puro racionalismo. Ubicado en Avenida Sarmiento 250, fue construido por encargo de la sociedad Ricardo Monfarrel-Jorge Rez Masud y proyectado por el estudio de los arquitectos Abel Carreño (mendocino) y Silverio Orbaiz (pampeano), ambos radicados en Buenos Aires. El edificio recreaba parte del repertorio ensayado por el estudio en obras previas: simetría absoluta,



Figuras 173-174-175

Planta baja, planta tipo y vista del Hotel Americano.
Fuente: Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza y Asociación de Hoteles, 1958, p. 23.





Figuras 176-177
Planta baja y planta tipo del Hotel Sussex
Fuente: Archivo Municipalidad Ciudad de Mendoza

Figura 178
Vista del Hotel Sussex.
Fuente: Asociación de Hoteles, Bares, Confiterías y Afines de Mendoza, 1958, p. 23.

modulación extrema de las aberturas, guardas horizontales en la fachada, remarcando los niveles del edificio, balcones salientes en hormigón armado y revestimiento de todo el basamento en granito.[188] Fue construido por la empresa de Isaac Kolton y ofrecía 120 habitaciones y departamentos "lujosamente instalados con baño privado, teléfono, calefacción y radio" (Asociación de Hoteles, Bares, Confiterías y Afines de Mendoza, 1958, p. 23).

Se construyó en una parcela de 24,50 m de frente y 26 m de fondo y fue desarrollado en planta baja y seis pisos altos. En subsuelo, se dispuso un gran salón de juegos, que incluía cuatro pistas de *bowling*. Además, se encontraba la sala de calderas, un depósito, la lavandería, bar y dos salones para reuniones. La planta baja resolvió el acceso al hotel en el eje de la fachada, en el costado Este se ubicaba el gran salón comedor, desarrollado en toda la profundidad del terreno, y en el costado Oeste, un local comercial para alquiler. Al trasponer el acceso se legaba al núcleo vertical, compuesto por escalera y dos ascensores (en el centro geométrico de la planta) y detrás se ubicaba la recepción. Al fondo, se dispuso cocina y office (Figura 176).

La planta tipo de habitaciones se resolvió con absoluta simetría, a partir de dos grandes patios en el eje transversal del edificio y dos de menores proporciones en la parte posterior, lo que garantizaba la iluminación y ventilación natural de todos los espacios. La circulación adoptó un esquema en forma de H, de manera que los cuartos se abrían a uno y otro lado de los corredores (Figura 177).

En la azotea se dispuso el *smoking room*, como parte del *roof garden* (Asociación de Hoteles, Bares, Confiterías y Afines de Mendoza, 1958, p. 23), es decir, un gran espacio semicubierto a modo de terraza-mirador, que contaba con bar, cocina y un pequeño núcleo de baños, diferenciado para hombres y mujeres.

La resolución del proyecto recurrió a una concepción de avanzada en la arquitectura hotelera: la geometría del terreno y el desarrollo del alzado, aludían a la idea del edificio como "cubo" virtual, donde ancho, profundidad y altura tenían dimensiones análogas y permitieron disponer racionalmente todas las funciones del hotel en base a una rigurosa geometría. Como innovación espacial, los arquitectos buscaron que la planta baja tuviera, dentro de las limitaciones que imponía la sismicidad de la región, carácter de planta libre lo que, si bien no se logró estrictamente en toda la superficie, al menos se aproximó, en las áreas comunes y de acceso público, donde prevalecían las visuales que, en apariencia, no encontraban límites materiales (Zevi, 1998). A esto contribuyó la resolución del basamento

[188] Algunas obras de los proyectistas pueden consultarse en Carreño (s. f.) y Orbaiz (s. f.). [Texto] ModernaBuenosAires (Blog) https://www.modernabuenosaires.org/arquitectos

y los cerramientos de fachada, dando la idea que el edificio era una gran caja suspendida sobre un extenso acristalamiento (Figura 178). Las publicidades de este hotel referían al "lujo" de habitaciones y departamentos, "elegante" bar y salón de recepciones con "grandes orquestas" (Asociación de Hoteles, Bares, Confiterías y Afines de Mendoza, 1958, p. 23).

De manera análoga a los tres ejemplos anteriores, la imagen relevada en las publicidades mostraba al edificio dominando la composición, en un contexto urbano (con las referencias a la ciudad citadas) y apelando a su propio sistema de códigos para comunicar lo que el hotel representaba: proporción, simetría, equilibrio, abstracción y ascetismo: la *sobriedad* de las líneas, el *predominio absoluto de la recta* y la *preeminencia de formas cubistas* aluden a la decisión, la rigidez y la fuerza (Zevi, 1998). Lujo, confort, higiene, contemporaneidad, seriedad, distinción son los adjetivos asociados con la imagen, en su prefiguración representativa.

Para cerrar este apartado, analizaremos a continuación el hotel más relevante desplegado en el suburbio agrícola: el **Hotel San Francisco**. Situado en Chacras de Coria, tuvo su antecedente en una pensión, llamada Residencial Pueyrredón, que había iniciado sus actividades en 1938, con 5 habitaciones. El establecimiento, perteneciente a la familia Bauco, fue ganando popularidad y con ello incrementando habitaciones, hasta contar con un total de 17, con baño privado (Sosa Baccarelli, 2014, párr. 5). Se fundó en la misma casa de los Bauco, sobre calle Pueyrredón y el pasaje denominado actualmente Francisco Bauco, en recuerdo de su fundador.

Francisco Bauco encargó en 1954 la construcción del Hotel San Francisco, en la misma calle Pueyrredón, en una generosa parcela ubicada unas diez cuadras hacia el Oeste de la casa familiar. El edificio, con planta en forma de "U", fue diseñado por el arquitecto Ib Manuel Fahnoe[189] y ofrecía 40 habitaciones, con baño privado, calefacción y teléfono. Entre sus comodidades contaba con piscina de natación, en un parque de una hectárea de superficie. El edificio se encontraba retirado de la línea de edificación, con un sendero de acceso vehicular y una fuente ornamental en el frente (Figura 179).

Estaba afiliado estilísticamente al neocolonial en su variante californiana, con fachadas en ladrillo visto, proveniente de la fábrica de la familia propietaria; y techos a dos aguas con estructuras de madera escuadrada y cubiertas de tejas españolas.

[189] Manuel Fahnoe se recibió de arquitecto en 1944, en la Escuela de Arquitectura de la UBA. Se dedicó principalmente a la construcción de residencias particulares, siendo su seña singular el uso de la cubierta de fuertes pendientes, con planos de diversas inclinaciones. Su pasión por las flores y las plantas, lo llevó a buscar la integración constante entre arquitectura y entorno natural (Aguerregaray, 2017, p. 130).

Figura 179

Postal que muestra la fachada del Hotel San Francisco.
Fuente: Sosa Baccarelli, 2014, s. p.

El acceso principal se hacía por una portada con forma de arco rebajado, ricamente ornamentado, que conducía al vestíbulo y la zona de recepción. En el bloque del edificio orientado hacia el Este del acceso, en un cuerpo que avanzaba sobre la línea de frente del hotel, se ubicaba el estar con hogar a leños hacia adelante; y el comedor y la cocina hacia el jardín posterior. Esto propiciaba el surgimiento de un espacio aterrazado, que permitía la comunicación con el jardín frontal. En tanto que hacia el Oeste y en toda la planta alta, se ubicaron las habitaciones para huéspedes.

El muro del tramo central de la fachada presentaba, en planta alta, terminación en revoque blanqueado, con un remate mixtilíneo y tres aberturas en arco rebajado, que contrastaban con la geometría del resto del edificio. Una baranda en hierro, de líneas austeras, recorría todo el nivel superior, delimitando terrazas y balcones; que cobijaban en planta baja las galerías de transición hacia el jardín. Tanto los espacios semicubiertos, los materiales, como la escala amable (elementos característicos de este estilo), le otorgaban una cualidad de *distinción* (Zevi, 1998), que la rusticidad propia de los materiales y la situación de emplazamiento, en un entorno suburbano, no opacaban. Estas características sirvieron de argumento en los textos publicitarios, que además referían al servicio de peluquería, su salón de té, parques y terrazas, y daban cuenta de las actividades recreativas previstas en su oferta: junto con la piscina, tenía cancha de tenis, juegos infantiles y la posibilidad de practicar equitación. Destacaba, sobre todo, su “excelente cocina” (Empresa Cuyana de Turismo JADRA, 1956, s. p.).

Parte 2
Propuestas y realizaciones en la montaña. La difusión de Mendoza como destino en el peronismo.

4.4. La acción de la FEP: Unidad Turística de Alta Montaña y el proyecto para el nuevo Hotel Puente del Inca

El 26 de febrero de 1953, quedaba oficialmente inaugurada la Unidad Turística de Alta Montaña (Stawski, 2005) de la Fundación Eva Perón (FEP).[190] La fecha corresponde, en realidad, a la inauguración de la villa Eva Perón, nombre que se dio durante la gestión peronista, al paraje de Las Cuevas, y significó el primer paso del proceso que buscaba visibilizar los productos turísticos de alta montaña, como parte integrante de un mismo proyecto de difusión.[191] Estos productos incluían al Hotel Termal Puente del Inca, que había pasado a manos del Estado, y la hostería de la villa Eva Perón. En *Agua, Vivienda, Salud* figuraba:

> La Fundación Eva Perón exhibe con orgullo, ya concluida, una obra de ensueño que aparte de reparar aquel viejo agravio dará al turista, deseoso de emociones, un albergue paradisíaco desde el cual podrá contemplar las bellezas impresionantes del macizo cordillerano, en las primeras puertas de la Argentina abiertas al Pacífico, por la ruta internacional de Uspallata (Oficina de Prensa e Informaciones, 1952, p. 243).

El texto, hacía referencia al "agravio" que había representado para los "esforzados servidores que (…) resguardaban la frontera", el haber permanecido en un poblado que no reunía las condiciones mínimas de comodidad para habitar y trabajar, y que además se instauraba como portal de acceso desde la vecina república de Chile. El texto da cuenta del carácter de la nueva villa edificada, posicionándola (implícitamente) a la altura del paisaje natural en que se insertaba, y ensalzándola como destino turístico. En la misma línea, el diario oficialista *Voz Cuyana*, expresaba en una crónica de 1952:

> (…) El lugar no era muy a propósito para que los extranjeros que llegaran a nuestro país a través de la cordillera en el tren «El Libertador» tuvieran una impresión de nuestro progreso. (…) Siete meses bastaron para cambiar totalmente la fisonomía de Las Cuevas. Como por milagro se levantó en el mismo lugar una ciudad moderna y acogedora. Constituyen actualmente el núcleo urbano trece edificios principales y un monumental arco de entrada construido en estilo nórdico, que forman el casco central. Alrededor fueron surgiendo las calles pavimentadas, los edificios de la Aduana, de Inmigración y Gendarmería, contando con otros servicios como oficinas de Correos y Telecomunicaciones, estación de YPF, enfermería, proveeduría, usina, hosterías y una Unidad Básica. Todo este conglomerado urbano se construyó en pocos meses con el entusiasmo de centenares de obreros y técnicos del servicio de la Fundación, que trabajaron en pleno invierno, con temporales de nieve y viento, para llevar a cabo una obra que no podía retardarse en beneficio de un grupo de esforzados argentinos que cumplen una misión importante para la soberanía nacional (La ciudad Eva Perón, 1952, p. 19).

[190] La FEP fue creada el 19 de junio de 1948 y se le otorgó personería jurídica por Decreto Nº 20564/48, según expediente 8575/48 de la Inspección General de Justicia. A su función de orden público e interés nacional se le sumó el fomento del turismo social que desarrollara el Instituto Nacional de Remuneraciones (Ley 13992/50). La Fundación relevó en su papel al ejecutado durante décadas por la Sociedad de Damas de Beneficencia. La acción de la FEP estuvo estrechamente vinculada al Poder Ejecutivo Nacional a través de una alta participación de funcionarios, personal y equipamiento estatal, desarrollando una función de orden público e interés nacional y persiguiendo los fines de ayudar en dinero o en especies, proveer elementos de trabajo, conceder becas de estudios universitarios y especializados, construir viviendas y establecimientos educacionales, hospitalarios, recreativos o de descanso y beneficios de toda índole para los sectores sociales más necesitados. Fallecida su primera presidenta, Eva Duarte, en 1952, se reorganizó su estructura y modificaron los procedimientos administrativos, pasando a denominarse Instituto Nacional de Asistencia Social (Haro, s. f., párr. 1).

[191] Sobre las características de la construcción de esta villa y la acción de la FEP en Mendoza, sugerimos ver Raffa (2018).

El discurso relevado posiciona al receptor como *prodestinatario*, es decir, comparte su postura con el emisor. Los *fundamentos del discurso* exhiben funciones de *historización-deshistorización* (Roig, 1993), dado que recurre a una contrastación de la situación previa a la intervención estatal, nombrando las mejoras que el Estado, y concretamente la FEP, habían provocado sobre el paraje. Las argumentaciones se reforzaron con una enumeración de los nuevos equipamientos, enunciando la actitud patriótica de los obreros y técnicos de la FEP para concluir la obra. Si bien la adjetivación no era suficiente para permitir una reconstrucción mental del poblado, sí lo era para resaltar el valor de la obra de la Fundación, aludiendo a sus esfuerzos para cambiar, mediante una acción concreta, la vida de los pobladores en general, y de los trabajadores apostados en el paraje, en particular. Los calificativos "moderno" y "acogedor", vinculados al "progreso" del país, referían implícitamente a una construcción simbólica que se esperaba provocar en los visitantes, aspecto que el mismo discurso preanuncia.

En favor de la difusión de la FEP y de su obra turística operaron, como vimos también en el aspecto industrial de Mendoza, los documentales publicitarios de la Secretaría de Prensa y Difusión de la Nación. *Porque amó a su pueblo* fue el documental que narraba la obra de la FEP en el país y, en relación con el turismo de invierno, en Mendoza. Al momento de mostrar imágenes sobre el Hotel Puente del Inca, la voz *en off* del locutor narraba: "Hoteles de turismo social se multiplican en todos los centros de descanso. Allí, donde es más singular la hermosura de nuestra tierra…" (Secretaría de Prensa y Difusión de la Nación, 1953, min. 3:35-3:36). Al mostrar imágenes de la villa Eva Perón, afirmaba: "En el límite demarcatorio con la nación hermana de Chile", la villa era "una realidad que parecía irrealizable" (min. 4:05-4:06) (Figuras 180 y 181).

En la última imagen sobre la secuencia destinada a Mendoza, se mostraba una plaza de juegos infantiles, y sobre los columpios se leía "en la nueva Argentina los únicos privilegiados son los niños", de manera que, no sólo el documental como estrategia propagandística, sino la propia villa de Las Cuevas, primer poblado al cruzar desde el vecino país evidenciaba las marcas de la propaganda política articulada desde el Estado Nacional. Las imágenes, si bien no mostraban personas, dan cuenta de la belleza de los parajes y, en el caso de la imagen que mostraba la plaza infantil, implícitamente daba por sentado que el sitio era también apropiado para los niños y sus juegos.[192]

[192] Como hemos referido en otros pasajes del texto, esta fue una de las acciones de re-significación operada desde la propaganda, en tanto tomaba un elemento preexistente (los juegos de niños), pero lo incorporaba según sus propios objetivos, a la retórica discursiva que buscaba incorporar en su particular repertorio (en este caso, vinculado al ocio), el principio de la infancia posicionada como destinataria del programa de gobierno.

Figuras 180-181

Vista de la calle principal de la villa Eva Perón
(Las Cuevas) y lateral del Hotel Puente del Inca.
Fuente: Secretaría de Prensa y Difusión de la Nación, 1953, min. 4:08 y min. 3:37.

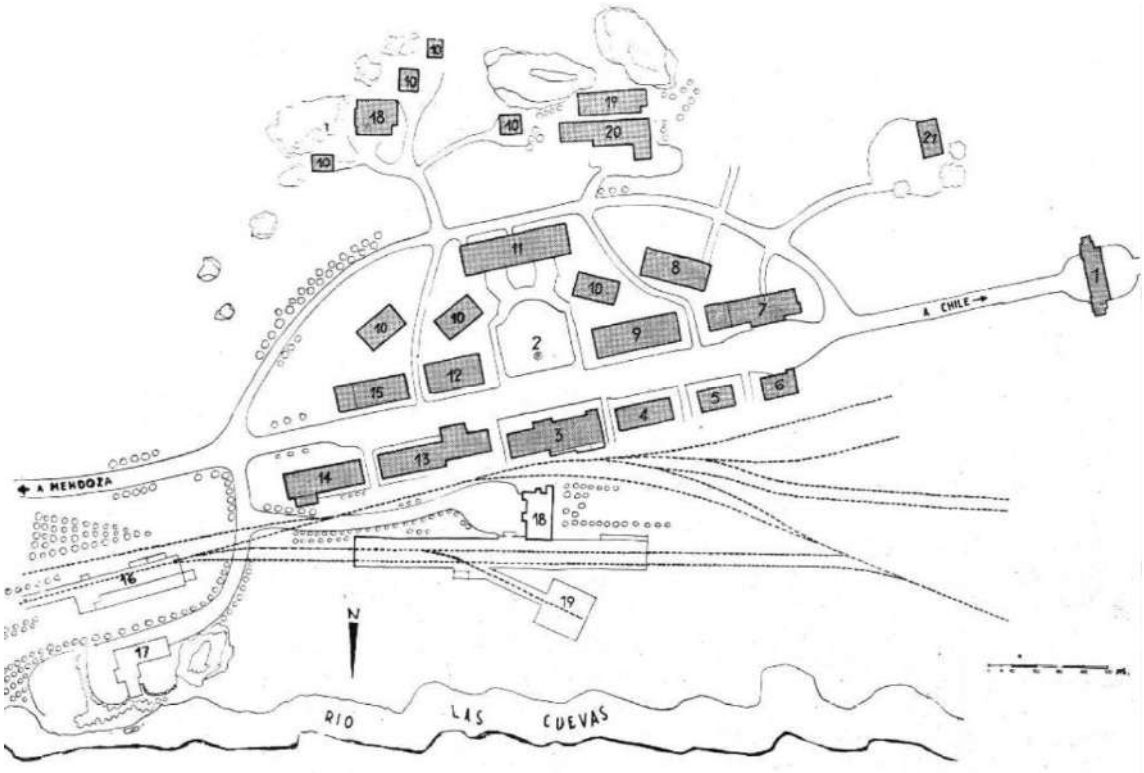


Figura 182

Planimetría de la villa Eva Perón.
Fuente: villa Eva Perón (ex Las Cuevas). La obra arquitectónica de la FEP, 1953, p. 49.

Ahora bien, la nueva villa fue emplazada en el mismo sitio que la anterior, lo que deja en evidencia que la propuesta de urbanización no buscaba dialogar con el poblado preexistente si no que, más bien, buscaba borrar todo trazo de ese pasado "desafortunado" (actitud que incluyó, llamativamente, la estación de trenes, que quedaba a espaldas del pueblo nuevo). Estructurada a partir de la RN N°7, que la vinculaba hacia el Oeste con el antiguo túnel ferroviario "la Cumbre", el esquema adoptó un tipo suburbano-funcional planificado, de carácter longitudinal, en el cual se dispusieron construcciones a uno y otro lado del viario, concebido como eje ordenador de la propuesta. El foco del espacio lo constituía un vacío, la plaza, de carácter cívico, alineada con la estación del ferrocarril trasandino (aunque situada varios metros más hacia el Sur), que definía un eje de composición secundario, perpendicular al anterior, en torno del cual se dispusieron las construcciones del sector residencial. En el costado Norte de la ruta, se ubicaron los edificios de servicios generales, como también las oficinas de aduanas, migraciones y correo (Figura 182).

La imagen, publicada en la *Revista de Arquitectura*, formó parte del número especial dedicado a la obra arquitectónica de la FEP y mostraba no sólo el nuevo trazado urbano, sino también fotografías de varios de los edificios que constituían el conjunto. En las tomas predominan los puntos de fuga hacia los cerros circundantes, o bien hacia el arco de entrada al poblado. Todos los edificios fueron resueltos en un lenguaje historicista afiliado al pintoresquismo, con cubiertas de marcada pendiente, terminadas en tejuela de madera. Los cuerpos de las edificaciones principales adoptaron la tecnología de la piedra del lugar en su basamento, mientras que los muros del alzado fueron resueltos en block, con revestimientos de madera en ambas caras, en algún caso, incorporaron galerías con arquerías en piedra. El diseño resolvió también los equipamientos y las obras de urbanización, que incluyó la demarcación y apertura de calles principales y secundarias, la instalación de equipamiento urbano (farolas y bancos) y la forestación del conjunto, con coníferas plantadas en todas sus calles.

La hostería ocupó un lugar preponderante en la composición, enfrentada con la plaza principal y de mayor tamaño que el resto de las edificaciones. Fue resuelta en el mismo lenguaje y se organizó en un partido alargado, paralelo a la ruta, desarrollado en planta baja y un piso alto, con una buhardilla (Figura 183). Ofrecía 20 habitaciones y 11 baños (Asociación de Hoteles, Bares, Confiterías y Afines de Mendoza, 1958, p. 43). La planta baja concedió gran preponderancia a las zonas sociales, con el acceso y hall casi en el eje del edificio y, junto con el salón comedor, ocupando la mayor superficie. La vinculación visual con la ruta se hacía por medio de pequeñas ventanas alineadas, atendiendo la orientación Sur de la fachada principal.

Figuras 183-184
Planta y vista de la Hostería de la villa Eva Perón.
Fuente: CeDIAP-AABE (planta) – reconstrucción digital de la fachada y dibujo general por Bárbara Lameiro.

Figura 185
Anuncio publicitario de la Unidad Turística de Alta Montaña.
Fuente: s. d., 1954a, p. 51.

Hacia la parte posterior, se ubicó la cocina, despensa y zonas de preparación de alimentos, mientras que el extremo Este albergaba los departamentos de empleados permanentes. Todo el nivel superior se destinó a cuartos de alojamiento y, si bien no hemos podido encontrar la documentación de esta sección del edificio, es posible que las habitaciones se hayan organizado a uno y otro lado de los corredores, como ocurrió en otras construcciones del conjunto. En cuanto a la volumetría resultante, los bloques salientes en distintas secciones de la planta, sumado a las cubiertas de fuertes pendientes, con chimeneas ejecutadas en piedra, terminaron por conformar un edificio de gran dinamismo, que se instituía como foco de atracción visual de todo el conjunto, oficiando de gran telón de fondo del espacio de la plaza principal (Figura 184).

La imagen del poblado, junto con la belleza e imponencia del paisaje circundante, configuraron rápidamente vistas emblemáticas que se incorporaron rápidamente al repertorio representacional de los destinos de invierno y, en el caso de Mendoza, de los destinos de montaña. Estas imágenes circularon a modo de postales o de fotografías, que hemos relevado en las guías del período, y fueron alimentando representaciones hegemónicas que preanunciaban la experiencia del turismo de invierno y verano en el paraje. La promoción de las actividades de montaña de los destinos cordilleranos se activó por medio de anuncios publicitarios, que aludían no sólo a la práctica de los deportes invernales, sino que referían a la posibilidad de realizar actividades durante todo el año (Figura 185).

La diferencia que detectamos a primera vista en la promoción de ambos establecimientos es que, mientras uno de los anuncios hacía alusión a su confort y reciente construcción, el otro se apoyaba en su fama y el clima del emplazamiento. Entendemos que las dispares características edilicias de los destinos (uno con equipamiento nuevo, el otro, de principios de siglo), no podían socavar la intencionalidad publicitaria de los avisos, lo que justificaba buscar, en cada caso, aquello que de propio aportara a la oferta, fuese esto su atractividad como lugar natural, como sitio de reposo del cuerpo y de mejora de la salud física, la posibilidad de disfrutar su gastronomía o como alternativa para practicar deportes de invierno (cualidad que ambos ostentaban).

Según las estadísticas de la FEP, publicadas por Pastoriza (2011), el número de visitantes alojados en el Hotel Puente del Inca y en la Hostería 17 de Octubre, ascendió a poco más de 7.000 personas, durante las temporadas 1953 y 1954, lo que deja en evidencia el posicionamiento de los destinos de alta montaña, como destino del turismo social. Al revisar las tarifas de alojamiento en vigencia, arriesgamos que esta cifra se debió a la visita de contingentes de otras provincias (mayormente de Buenos Aires), al abrigo de programas especiales, dado que el costo de alojamiento con pensión, publicado en las

TARIFAS DE ALOJAMIENTO EN ALTA MONTAÑA			
		pensión completa	
		1 pers.	2 pers.
Hotel Pte. del Inca		80	140
Hostería 17 de octubre		100	180
TARIFAS DE HOTELES EN LA CIUDAD DE MENDOZA			
Plaza Hotel		80	150
Derby Hotel		39	74

Tabla 5

Costo de alojamiento, con pensión completa en hoteles de alta montaña (contrastado con hoteles de la ciudad de Mendoza), por día.
Fuente: Casa Peuser, 1954, p. 289.

Retiro-Mendoza	1a clase	151,2
FCGSM	2a clase	98,1
	cama	75
Rosario-Mendoza	directo	122,6
Retiro-Mendoza	1a clase	186,6
FCGB	2a clase	121,1
	cama	75

Tabla 6

Costo del pasaje en tren de Bs. As. (o Rosario) a Mendoza.
Fuente: Casa Peuser, 1954, p. 271.

COSTO DE LA EXCURSIÓN A PTE. DEL INCA EMPRESA CATA			
coche pullman		65	
COSTO DE EXCURSIONES A ALTA MONTAÑA			
	Auto	Rural hasta 8 asientos	Omnibus
Pte. del Inca	84	72	60
Las Cuevas	96	80	68
(Tarifas aprobadas por la DPV)			
* ida y vuelta			

Tabla 7

Costo del pasaje a localidades de alta montaña, varios medios de transporte.
Fuente: Casa Peuser, 1954, pp. 276, 289.

guías de viaje, estaba más próximo a los hoteles de primera categoría de la ciudad de Mendoza, que a un alojamiento económico (hemos consignado la tarifa del Plaza Hotel y de un hotel de categoría intermedia, con fines comparativos) (Tabla 5).

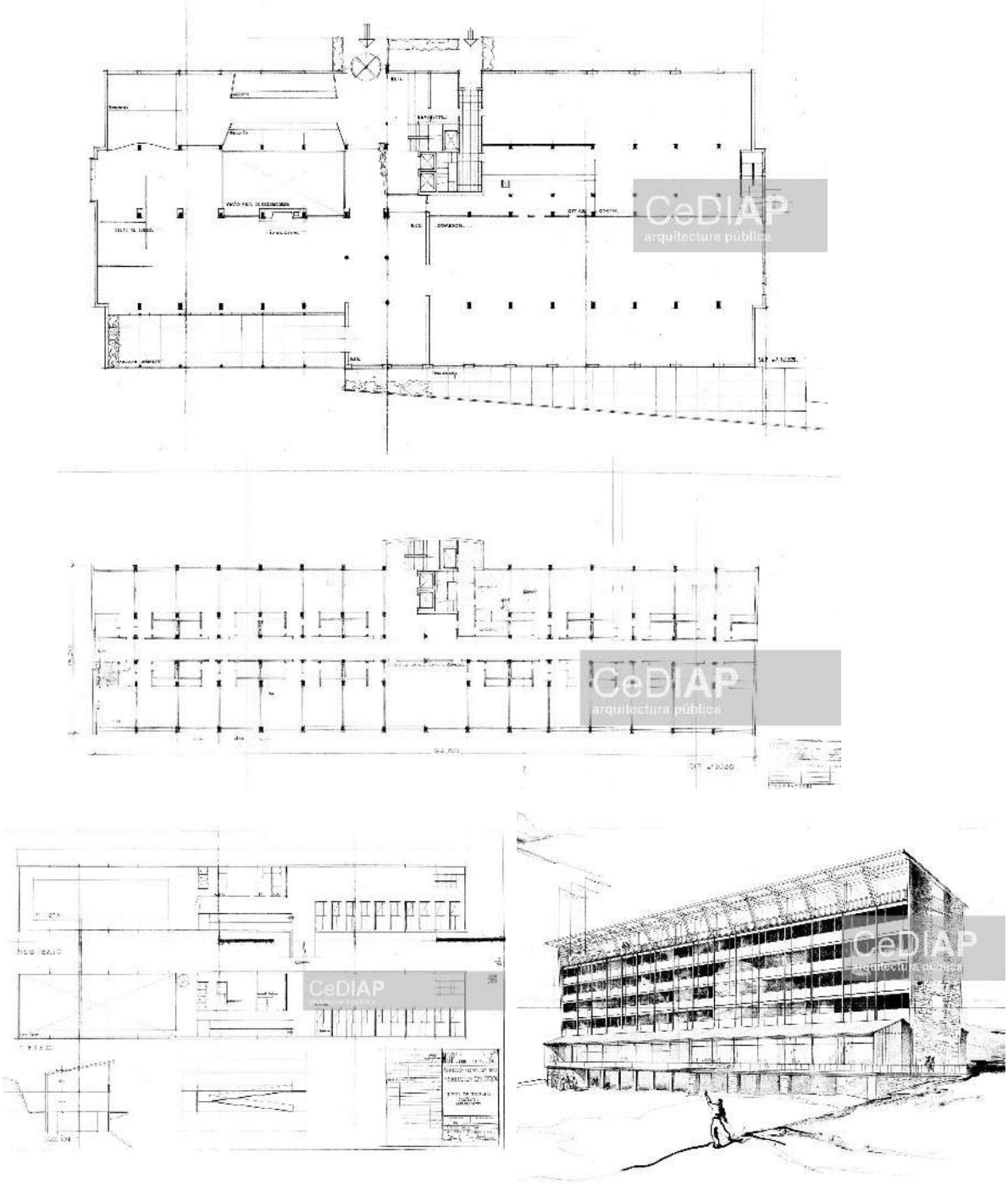
Por ejemplo, consideramos el valor de un viaje a la alta montaña, calculado en base a las tarifas oficiales, publicadas por la DPT: al costo del viaje ida-vuelta desde Buenos Aires (o Rosario) en tren hasta Mendoza, cuyo precio (promedio) ascendía a $216 m/n,[193] sumamos el costo del traslado Mendoza- alta montaña en la opción más económica (ómnibus, $68 m/n), más el costo de 10 noches de alojamiento con pensión completa en la Hostería 17 de Octubre ($800 m/n), lo que arroja un valor total de $1.084 m/n (Tablas 6 y 7).[194] Para una persona interesada en un alojamiento urbano, al costo del pasaje debía sumar la estadía en un hotel de categoría media, como el Derby. En este caso, considerando también 10 noches con pensión, el valor total del viaje ascendía a un total de $606 m/n. Al comparar con las estadísticas provinciales referidas a salarios de empleados, queda en evidencia que estos valores posibilitaban el turismo de una amplia franja del entramado social, compuesta por trabajadores del Estado de distintas áreas (policía, maestros, administrativos, empleados de la salud), empleados de comercio y jornaleros.[195]

Es posible que el auge de los parajes de la cordillera, sumado a la notable mejora operada en la villa Eva Perón, justificara una intervención en Puente del Inca, instituido como destino emblemático del turismo termal y, desde la década de 1930, de los deportes de montaña. Entre enero y febrero de 1954, se realizó un levantamiento planialtimétrico en la zona del Hotel Puente del Inca, con el objeto de construir un nuevo edificio. Si bien la intención avanzó hasta la fase de anteproyecto, el edificio no llegó a concretarse, pero permite formarse una idea de la relevancia que el área de frontera adquirió en las políticas del gobierno central.

[193] Respecto de las tarifas del traslado en avión, encontramos que se trataba de un costo privativo, sólo para determinados bolsillos: el viaje ida-vuelta, de Buenos Aires a Mendoza, tenía aproximadamente el mismo valor ($955 m/n), que la excursión completa de 10 días con traslado incluido, descrita en la siguiente nota al pie.

[194] Al revisar en detalle las opciones de turismo económico, encontramos, por ejemplo, un paquete patrocinado por la DPT, con la empresa ETA, con traslado ida-vuelta desde Buenos Aires (o Rosario) a Mendoza, en coches *super pullman*, cuyo precio ascendía a $890 m/n. La excursión duraba 10 días e incluía la visita a sitios destacados de Mendoza: Salón de la Bandera, Camarín de la Virgen del Carmen, Cerro de la Gloria, circuito Luján-Maipú, Bodega Giol, dique Cipolletti, planta de embotellamiento de Villavicencio, Termas de Cacheuta, Potrerillos, circuito Borbollón, campamento El Plumerillo y Acuario Municipal (Casa Peuser, 1954, p. 260) (la información suministrada no especificó si incluía o no alojamiento).

[195] Tomando algunos valores referenciales, hemos encontrado que el salario de un peón rural en 1954,ascendía a $627 m/n; el de un maestro amasador panadero $946 m/n; el de un empleado de comercio con 10 años de antigüedad $900 m/n; el de un oficial mecánico $1059,75 m/n; el de un oficial de la construcción $1078 m/n y para una maestra de grado, un agente de policía o un enfermero la remuneración correspondía a $750 m/n (la estadística incluyó sólo el jornal básico sin cargas sociales, ni aportes jubilatorios u horas extras) (Gobierno de Mendoza, 1956, pp. 27-35)



Figuras 186-187-188-189

Planta baja y planta tipo del hotel, planta y corte edificio de baños, axonométrica del nuevo hotel en Puente del Inca.
Fuente: CeDIAP-AABE.

En segundo lugar, da cuenta de la innovación con que se pensó esta intervención, dado que el edificio se resolvería adoptando la tipología de edificio en altura (desarrollado en planta baja y seis pisos altos), algo impensado en la montaña, y que fue concretado en otros destinos similares, varios años después.[196]

La propuesta para el nuevo hotel en Puente del Inca fue formulada por un agente de la DNA,[197] el arquitecto Luis María Bianchi, quien había proyectado otra obra para Mendoza, el pabellón 24 del MOP en el contexto de la Feria de América.[198] El anteproyecto del hotel dio cuenta de las disquisiciones que se daban al interior del campo disciplinar, que también se habían hecho evidentes en el pabellón del MOP, de 1954: incorporó la racionalidad de la propuesta, el empleo de elementos premoldeados, lo que derivaba en un menor tiempo de ejecución y por ende mayor economía de la obra, aspectos que se hacen evidentes al analizar la documentación del anteproyecto, contenida en el repositorio del CeDIAP (Figuras 186, 187, 188 y 189).

El hotel se pensó para albergar 108 habitaciones dobles con baño privado, más 8 dormitorios comunitarios en el último nivel, con baño compartido. Ofrecería comedor general, comedor de niños, peluquería para varones y para damas, locales comerciales, salón de juegos, bar, biblioteca y micro cine. Entre sus servicios, debía satisfacer a los huéspedes con cocina propia, lavandería, cámara frigorífica, bodega de alimentos y bebidas y depósito de esquíes. La propuesta contempló un nuevo edificio de baños termales, que incluiría 20 cuartos de baño, individuales, y piscina cubierta, provistos con bombas desde las vertientes originales.

Como hemos demostrado a lo largo de este capítulo, las intervenciones del peronismo tomaron gran relevancia en tanto se alineaban con el discurso oficial respecto del lugar que ocupaba Mendoza en el escenario nacional. Para profundizar en este aspecto, indagaremos a continuación en la difusión turística der la provincia, a partir de las guías de viaje, provinciales y nacionales.

[196] Nos referimos a los equipamientos y hoteles turísticos construidos en Penitentes (en el Corredor Andino) y en Las Leñas (departamento de Malargüe), avanzada la década de 1970 y, con mayor intensidad, a partir de 1980. Sugerimos revisar al respecto Raffa (2017 y 2019).
[197] En relación con las particularidades del funcionamiento interno de la FEP y la mayor injerencia de los cuerpos técnicos del Estado Nacional, ocurrida a partir de la reorganización de la Fundación, luego de la muerte de Eva Perón, sugerimos revisar Ballent (2005).
[198] Luis María Bianchi había proyectado el pabellón junto con el arquitecto Roberto Quiroz, desde la DNA (Bianchi, 2022).

4.5. El discurso promocional de las guías de viaje y las publicaciones turísticas

Como hemos analizado en los apartados precedentes, la exaltación de la montaña operó tanto en el plano simbólico, articulada desde la retórica política, como a partir de las intervenciones materiales. En el plano simbólico, foco de este apartado, se articularon a partir del discurso publicitario, estrategias de apropiación, alimentadas por los textos publicados en las guías de viaje, vinculando el concepto de la montaña con la historia, con la práctica de deportes y con la identidad misma de Mendoza. Se hacía referencia recurrentemente a la figura del "Paso de los Andes" (aludiendo a la epopeya sanmartiniana), de la "montaña nevada", de la "conquista del techo de América" y de los "panoramas mendocinos".

Además de la circulación de representaciones orquestada desde las clásicas guías turísticas, la impresión de folletos promocionales sobre aspectos singulares de Mendoza alcanzó en este período renovado impulso: destacaron las entregas denominadas *Mendoza moderna y monumental*, que mostraba el progreso edilicio de la ciudad; *Mendoza en la historia* y *Panoramas mendocinos*, sección que debía ser incluida en todas las publicidades gráficas referidas a la provincia (Picallo, 1948, p. 152).

Estas acciones dejan en claro que la construcción del imaginario turístico mendocino, sustentado en soportes gráficos, partió de la selección de un conjunto de imágenes consideradas icónicas por la clase dirigente (incluidas de manera sistemática en sus memorias de gobierno), dado que jerarquizaban ciertas propiedades naturales y culturales del destino, socialmente conformado. Por otra parte, hizo evidente la relación entre el producto turístico y el acervo histórico de la provincia, en alusión a su pasado sanmartiniano, fijando, junto con las acciones enumeradas más arriba, un conjunto de representaciones hegemónicas que enlazaron la activación patrimonial con la atractividad turística de la región. En este sentido, esta mirada respecto del paisaje de Mendoza no era nueva: la política turística del ciclo conservador-demócrata había inaugurado la valoración de los destinos, vinculando el paisaje –la montaña– con el pasado histórico regional.

La novedad del peronismo provincial radicaba, por una parte, en la actitud de la clase dirigente que ubicaba en un sitio preferencial la figura de San Martin, como representante del nacionalismo, el amor a la Patria y la abnegación; por otra, como personaje que había preanunciado las cualidades extraordinarias de la comunidad de Mendoza, en la causa de la emancipación americana, que posicionaba a los mismos ciudadanos mendocinos en situación de privilegio –y de compromiso– al instituirse en herederos naturales de esa particular relación entre el héroe y su pueblo y, por ende, llamados a contribuir con la construcción de los valores republicanos y morales que él había legado. Esta actitud provenía del poder central, que reforzaba, por medio de la retórica

alimentada por el propio presidente, una construcción cognitiva, orientada a una continua referenciación del primer mandatario con la figura de San Martín.

Las circunstancias fueron favorables a estos propósitos: la institución del Año del Libertador, con sus innumerables actos y celebraciones, dieron el marco apropiado para repasar los mejores aspectos de la vida y obra de San Martín. No es casual, que los sitios históricos vinculados con su vida concitaran el interés de académicos y eruditos y que, desde diversas instituciones civiles (pero fundamentalmente desde el Estado), se procediese a la demarcación de los hitos, que su viaje terrenal había instaurado.

Pero, como expresamos previamente, la valoración histórica del paisaje fue sólo una de las estrategias empleadas. La práctica de deportes, como el esquí y el andinismo, fue especialmente relevante en los argumentos publicitarios examinados: las condiciones climáticas especiales de Mendoza, con abundante radiación solar en invierno, la escasez de viento, la temperatura agradable y la posibilidad de acceder a una múltiple oferta de circuitos en los valles y quebradas de los Andes centrales, fueron las cualidades salientes que poblaron las páginas de las guías de viaje, acompañadas por fotografías que ilustraban las expediciones, la imponencia de los paisajes o los momentos previos (o posteriores) a los deslizamientos que sobre la nieve, ejecutaban los hábiles deportistas.

En esta línea, encontramos una reseña de la *Guía Peuser de Turismo* (una de las más relevantes a nivel nacional), que expresaba sobre las actividades de montaña:

> Los deportes de invierno en Mendoza se ven facilitados como raramente pueden serlo en otro país del mundo, ya que, durante el transcurso de la temporada, que comienza en mayo con las primeras nevadas y termina en noviembre, se cuenta normalmente con un 95% de días de pleno sol y seguridad suficiente de abundancia de nieve para su práctica. En lo que respecta al ejercicio del andinismo, Mendoza ofrece a sus amantes y cultores, escenarios que, por su variedad y dificultades, constituyen un verdadero incentivo, atrayéndolos desde las regiones apartadas del globo. Las diversas cumbres que forman el extenso y hermoso Cordón del Plata, y llegan hasta 5400 metros de altura, son campo propicio para el entrenamiento y práctica de los principiantes. El Tupungato con su cúspide escarpada y riscosa, de ascensión difícil lo es para el deportista avezado; y el Aconcagua, reconocido mundialmente como meta de ambiciones entre los cultores de este rudo deporte, se ofrece incólume a quien osa escalarlo y superar sus 7130 metros de altura (Casa Peuser, 1954, pp. 285, 286).

El discurso relevado, además de entender como *paradestinatario* al receptor, tenía un fuerte carácter persuasivo. Era referencial y reiterativo, por lo tanto, se transformaba en discurso *performativo*. Los *fundamentos del discurso* exhibían *funciones de apoyo* (Roig, 1993), dado que aludían a otro mensaje, sobre el que existía consenso común, respecto de Mendoza como destino relevante del turismo de nieve y preferencial respecto del andinismo, del que resaltaban las montañas locales en el ámbito mundial. Llamativamente, la crónica deja de lado las bellezas del paisaje, para centrarse en cuestiones más técnicas vinculadas con las montañas nombradas, o con el clima del lugar, posiblemente atento a los lectores a los que la publicación se dirigía: el público en general, pero también deportistas avezados o andinistas de trayectoria.

Al provenir de una casa editorial tradicional vinculada al rubro turístico, que podía refrendar sus aseveraciones, el discurso se posicionaba como *discurso de autoridad,* lo que aludía, implícitamente, a la garantía y seguridad de encontrar en el sitio exactamente lo que describía la nota. La *función utópica* del discurso refiere a una cualidad *anticipadora de futuro*, en tanto el discurso se basa en una verdad incuestionable, invariable en el tiempo.

En línea con la difusión de los deportes de montaña encontramos que, a partir de 1954, se incorporó al discurso publicitario la cuestión del andinismo, pero no ya como actividad deportiva-recreativa en la alta montaña, sino como práctica que demandaba una alta performance física y un equipamiento específico. La *Guía de Turismo Andes* dio cuenta de este cambio de mentalidad: en su edición incorporó el apartado “Monte Aconcagua: Coloso de América”, que contenía una detallada descripción de la historia del ascensionismo en torno al cerro, accesibilidad al sitio, preparación física necesaria para emprender la hazaña, rutas de ascenso y equipo necesario. Además, ilustraba con diversas fotografías (aportadas por el CAM) distintos paisajes del itinerario.

La DPT, por intermedio de su Oficina de Propaganda, estipulaba el contenido de las guías editadas por la propia repartición, o enviaba la información que consideraba más relevante, para la edición de guías de asociaciones civiles o agrupaciones profesionales.

En simultáneo con la circulación de guías ilustradas, aparecieron las de bolsillo, que resumían en un espacio acotado la información necesaria para el turista, y casi sin apoyo visual. La *Guía de Turismo Mendoza* (publicada en 1948 y reeditada en varias oportunidades, en circulación al menos hasta 1955) constituyó uno de estos casos, apelando a la difusión fotográfica como recurso publicitario sólo en la portada y contraportada, exponiendo en composiciones tipo *collage,* un conjunto de *imágenes* representativas de los paisajes locales, tanto urbanos como de montaña (Figuras 190 y 191).

Estas imágenes, todas del mismo tamaño aproximado (de lo que se deduce que no intentaba destacar ninguna en particular), mostraban en el tercio superior una “moderna” casa de departamentos, una sala de cine y un hotel céntrico. La imagen central mostraba la fachada del Banco Hipotecario Nacional y las dos imágenes inferiores el edificio de la Bolsa de Comercio y el Hospital Central, dando cuenta de lo pujante de la ciudad capital. En la contraportada se compuso un *collage* de imágenes, con el camino a Potrerillos, el camino a Luján y un paisaje típicamente mendocino (un viñedo con los cerros de fondo).

Figuras 190-191
Portada y contraportada de la *Guía de Turismo Mendoza* (1948).
Fuente: Dirección Provincial de Turismo, 1948, s. p.

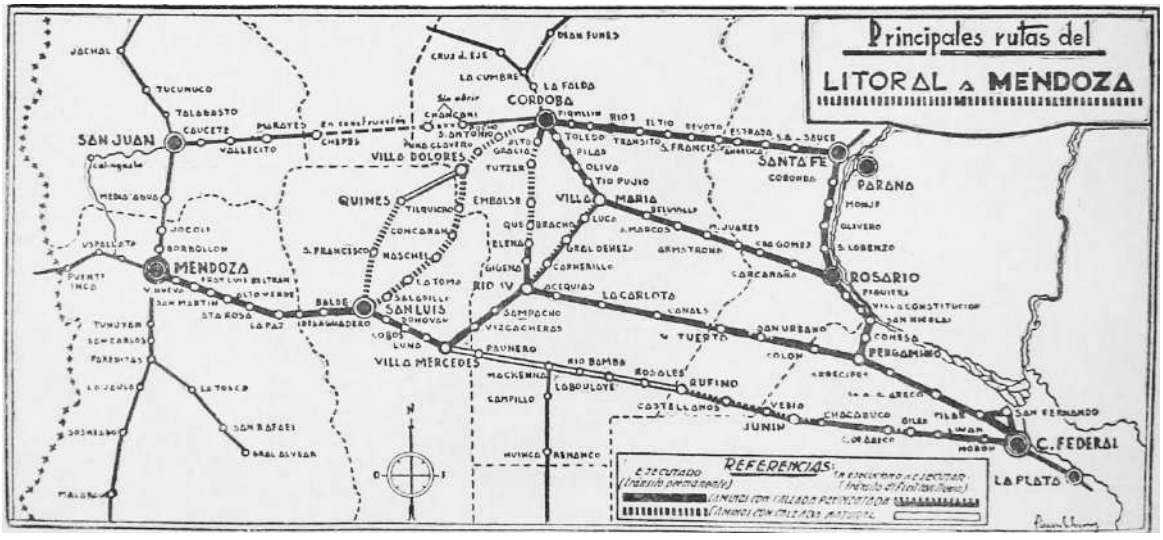


Figura 192

Principales rutas del Litoral a Mendoza.
Fuente: Principales rutas del Litoral a Mendoza, 1952, p. 70.

En alusión a los deportes de invierno, presentaba la cadena montañosa del Cordón del Plata, ampliando el repertorio de los destinos de montaña, de los que Puente del Inca y el Aconcagua, se habían instituido como los más representativos.

En el reverso de la portada, el ejemplar de 1948 incluía un mapa plegable de la ciudad. La descripción se iniciaba con el texto “Semblanza de Mendoza”. A continuación, abordaba diversos aspectos como situación geográfica, división administrativa, población, ciudad capital, progreso edilicio y parque San Martin, bajo el apartado “La provincia de Mendoza”.

El ejemplar de 1955 incluyó los apartados “Qué visitar y conocer en la ciudad de Mendoza” y “Excursiones”, según los circuitos Lujan-Maipú, Chacras de Coria-Vistalba-Dique Cipolletti-Lunlunta, Termas de Cacheuta, Potrerillos-El Carmelo-centros de esquí, Villavicencio y Uspallata. En un apartado separado y destacado, abordaba la villa Eva Perón, como poblado de frontera y portada de acceso desde el vecino país de Chile. Continuaba con la enumeración de los siguientes monumentos y lugares históricos, con sus descripciones: al Ejército de Los Andes, la Bandera del Ejército de Los Andes, Basílica de San Francisco, Camarín de la Virgen del Carmen de Cuyo, mausoleo de la familia del Gran Capitán, el bastón de mando de San Martín, monumento a Fray Luis Beltrán, Plaza Pedro del Castillo, Campo El Plumerillo, Canota, Uspallata, el Fortín de Picheuta, el Cristo Redentor, Manzano Histórico de Tunuyán, Fortín de San Carlos, Fuerte el Alamito, Fortín de Malargüe y la Chacra de San Martín, es decir, el 80% de los sitios históricos estaban vinculados con el pasado sanmartiniano.

Respecto del alojamiento, la guía agrupaba “hoteles en la Ciudad”, “hoteles departamentales”, “pensiones/residenciales” y “hoteles termales”. La nómina continuaba con restaurantes y direcciones y teléfonos de oficinas públicas, entre otras. Luego incluía descripciones generales de las bellezas y sitios de cada departamento, para finalizar con información de índole económica.

Las mejoras operadas en la conectividad de la ciudad de Mendoza hacia las zonas de “campaña”, posibilitaron la incorporación de vastos territorios al mapa turístico provincial, sobre todo de los destinos ubicados en la zona Sur (que conectaba con los departamentos de Tupungato, Tunuyán, San Carlos y Malargüe), junto con la promoción de los destinos de montaña, como el valle de Potrerillos, y la recurrente referencia a la localidad de Vallecitos, destino prominente dentro de la oferta de nieve.

La promoción turística de Mendoza operada desde el discurso se apoyó fuertemente en la multiplicidad de vías de acceso terrestre con que contaba la provincia. En este sentido, la conectividad proveniente de las provincias esteñas, que vinculaban con

la Capital Federal y con La Plata, fue especialmente relevante, dado que permitía el arribo de turistas de los grandes centros poblados del país (Figura 192).[199]

El posicionamiento de Mendoza, como jalón relevante a lo largo de la carretera Panamericana,[200] fue la segunda de las estrategias relevadas, empleadas en los discursos promocionales de este período. En el itinerario de Buenos Aires a Mendoza, tres de los cinco hoteles ofrecidos a lo largo de la ruta correspondían a la provincia: Hotel Plaza, Hotel San Martín y Hotel Termas de Cacheuta (Figura 193). La nota los agrupaba dentro de una oferta de "hoteles de categoría para los turistas y viajeros exigentes", cada uno orientado a un público específico. El Plaza se posicionaba como un hotel tradicional de Mendoza, lo calificaba de "cómodo", "elegante", e "indiscutido". El San Martín se ofrecía para "hombres de negocios", dada su ubicación privilegiada en el "barrio comercial". Respecto del Hotel Termas de Cacheuta, la nota destacaba que se encontraba "a un costado de la ruta Panamericana" con la oferta de aguas termales de "prestigio mundial". Resaltaba que había sido "totalmente modernizado, reformado y dotado de una gran pileta de natación" (Editorial Mendoza, 1950, s. p.).

Los textos publicitarios, apoyados por las imágenes, buscaban reforzar la idea de multiplicidad de aojamientos, con la calidad y el confort como hilo conductor, destacando el emplazamiento (en el caso del Plaza y el de Cacheuta) mediante su inserción en paisajes de montaña (aunque esta característica no estuviese ajustada a la realidad, en el caso del Plaza Hotel, ubicado en una manzana netamente urbana), o bien aludiendo a cierto carácter de monumentalidad y jerarquía (caso del San Martín y el Lancaster).

[199] La conectividad mejoró no sólo en el aspecto simbólico, sino en el de las materializaciones en la comunicación de Mendoza con San Juan: en 1951 quedó habilitada la ruta que comunicaba con la vecina provincia.

[200] Según ha indagado Cecilia Belej (2011), el proyecto de la carretera Panamericana surgió como resultado de la V Conferencia Internacional de los Estados Americanos en 1923, para unir el continente americano con una ruta que, atravesando sus países, conectara los extremos Norte y Sur, por medio de un itinerario de 25000 km. El proyecto original, en palabras de la autora, había surgido de los Estados Unidos, "en el marco de su política exterior hacia América Latina" (Belej, 2011, p. 100). El paso inicial que vio la concreción del primer tramo de esta ruta se dio en 1938, cuando en el plan de construcción de caminos nacionales de la DNV se licitó el segmento de 700 km que unía la Capital Federal con Córdoba, pasando por la ciudad de Rosario (Gómez y Tchordonkian, 2016, pp. 63, 64). En Mendoza, el itinerario se correspondía con la antigua Ruta 7, pasando por Desaguadero, Mendoza, Villavicencio, Uspallata y Las Cuevas (Lacoste, 1998, p. 10).

Figura 193

Los cinco hoteles sobre la ruta Panamericana.
Fuente: Editorial Mendoza, 1950, s. p.

La misma publicidad circuló en la *Guía Hotelera* del ACA de 1950, lo que aseguraba la difusión de representaciones del rubro hotelero mendocino en el escenario nacional. Por su parte, el Gobierno nacional también traccionó articulando su repertorio prefigurativo y discursivo, orientado a la construcción simbólica y a la difusión de la Nación (y, por supuesto, de Mendoza). En 1950 se publicó *Visión de Argentina* que, si bien no constituía una guía de turismo en el sentido tradicional del término, tenía por objeto:

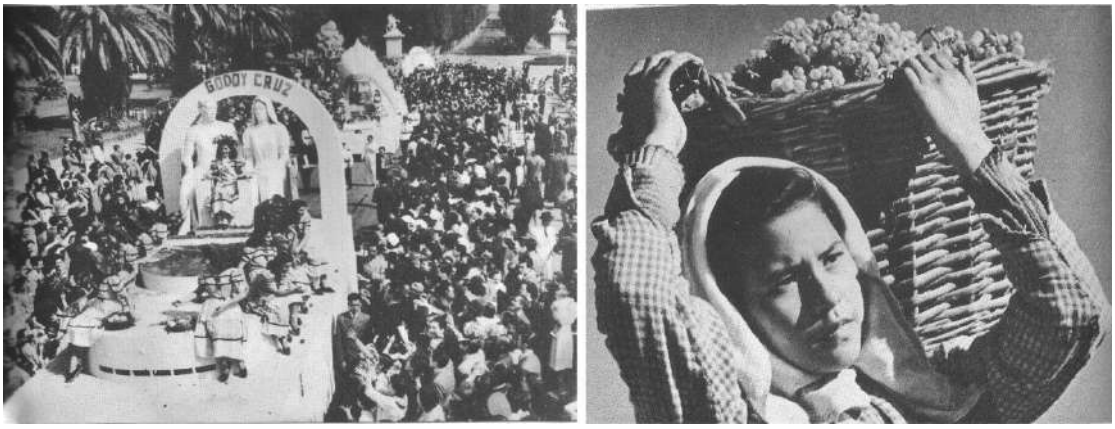
> (…) divulgar en el mundo entero el inmenso caudal de bellezas panorámicas que atesora la República Argentina, incluyendo en esta visión el bosquejo de su desarrollo económico, vinculado íntimamente a su paisaje, y la pintura del elemento humano, cuya presencia señala la fisonomía inconfundible del carácter nacional. (…) El propósito que guio la edición de este volumen ha sido, en suma, demostrar que en el extremo del hemisferio occidental existe un pueblo cordial, en condiciones de ofrecer en provecho del viajero una hospitalidad tradicional, complementada con los medios más modernos para convertir su visita a la Argentina en la más grata y memorable de las experiencias.

De acuerdo con lo expresado por Troncoso y Lois (2004), la organización retórica de esta obra se articula en torno a tres tópicos: *naturaleza*, *desarrollo económico* y *argentinidad*. En línea con este precepto, la cita da cuenta del carácter publicitario -y retórico- que orientaba esta publicación, en tanto buscaba convencer al receptor respecto de la conveniencia de conocer el país, promoviendo una construcción mental de los destinos y bondades que ofrecía, a partir de una selección previa, según el rol que cada provincia y cada región ocupaba en el armazón simbólico de la "nueva Argentina".

Al contrastar en esta guía la información referida a Mendoza, en el apartado "El país económico" encontramos una breve descripción sobre la producción vitivinícola, base de la "sólida riqueza de Mendoza": cantidad de vino elaborado, cepas y bodegas. Las imágenes de Mendoza abundan, se ofrecían fotografías de viñedos, de la montaña, los valles de Villavicencio, Potrerillos y del Sur de Mendoza y, por primera vez en las publicaciones de difusión analizadas, se incorporaron imágenes de la Fiesta de la Vendimia,[201] además de catalogarla, dentro de las festividades que exaltaban "el fruto del trabajo agrario y el júbilo popular por la tarea cumplida", como la más "característica" del país (Ministerio de Obras Públicas de la Nación, 1950, p. 93) (Figuras 194 y 195).

En la reseña sobre Mendoza, la publicación consignaba que se trataba de una provincia "privilegiada en lo que atañe a su herencia natural", en referencia a sus paisajes y su clima. Mencionaba varios hoteles de montaña y termales, casi todos ellos surgidos (o mejorados) por políticas de fomento del ciclo conservador-demócrata, aspecto que, naturalmente, no se informaba (Figuras 196, 197, 198, 199, 200 y 201).

[201] En este sentido, la otra publicación detectada, que incorporó fotografías del repertorio vendimial como parte de su discurso publicitario, fue la *Guía Peuser* de 1954, que además se explayaba en el proceso de selección de las reinas departamentales, la elección de la reina nacional, y las demás celebraciones en torno de la festividad (como la bendición de los Frutos y los desfiles de carrozas), aspectos que también abordó la *Guía de Turismo Andes* (1954).



Figuras 194 y 195
Desfile en las calles de Mendoza, conocido como Carrusel, con motivo de la celebración de la fiesta de la Vendimia (izq.). Imagen de una vendimiadora (der.).
Fuente: Ministerio de Obras Públicas de la Nación, 1950, pp. 92, 93.

Figuras 196-197-198-199-200-201
Imágenes icónicas de Mendoza, publicadas en *Visión de Argentina* (en sentido horario): Hotel Villavicencio, mineros en Malargüe, Hotel Termas de Los Molles, un canal de riego, paisaje de Uspallata y Hotel Potrerillos.
Fuente: Ministerio de Obras Públicas de la Nación, 1950, pp. 48, 49, 51, 123, 129, 173.

La cualidad de la ahistoricidad, del tono “fundacional” del discurso, que no menciona ni reconoce la historia previa del turismo (Troncoso y Lois, 2004), se verifica también en la difusión de la hotelería: no importaba cuándo habían sido construidos, ni sus comitentes o impulsores, los hoteles estaban allí para engrandecer a la provincia e, indirectamente, a toda la Nación. Con el propósito de adjudicarse, metafóricamente, estas obras, fuertemente arraigadas en el imaginario vinculado a Mendoza, además de las descripciones y elocuentes fotografías, la estrategia discursiva de la publicación alimentaba argumentos que aludían a la riqueza de la provincia, al instituirse en polo de bellezas naturales sin parangón, como también (implícitamente) refería al valor agregado que el trabajo del hombre y las mejoras derivadas de los planes de gobierno, le añadían: dentro de la oferta turística del país, Mendoza destacaba por “sus grandes hoteles modernos, la extensión de los caminos pavimentados, (…), excelentes vinos y frutas” que podían competir “con los mejores del mundo”.

La construcción del relato promocional de esta publicación se sirvió del amplio espectro de hoteles existentes en Mendoza, sin hacer referencia a los que había iniciado la gestión peronista provincial, suponemos, porque estaban aún en construcción. La apropiación de esas figuras previas creó nuevos significados para las representaciones visuales ancladas a lo largo del tiempo, a partir de detalladas descripciones de los hoteles termales. Mendoza fue presentaba como destino termal por excelencia:

> A 45 kilómetros de la ciudad de Mendoza, a 1.245 m.s.n.m., hay un confortable establecimiento turístico que está abierto todo el año y cuyas aguas termales tienen fama en todo el mundo. Nos estamos refiriendo a Cacheuta. Sus fuentes son de las más diversas calidades terapéuticas (…). «De allí se vuelve como nuevo», decía un turista.
> ¿Quién no ha oído hablar de las aguas de Villavicencio? Este es un lugar que se encuentra a 51 kilómetros de la ciudad de Mendoza y a 1.750 m.s.n.m., en un marco de imponente belleza panorámica. (…).
> Soledad, clima seco, reposo y silencio. Eso es Puente del Inca, lugar que la naturaleza ha trabajado para el turista con un sentido arquitectural. De paso para Chile nadie se resiste aquedarse unos cuantos días allí. A 2.802 metros de altura, a 183 kilómetros de Mendoza, con un saludable clima de montaña, el huésped tiene a disposición en Puente del Inca aguas minerales de todas clases (…).
> El Sosneado ya constituye la reclusión agradable. Es el descanso de ley a 2.180 metros de altura, a 351 kilómetros de distancia de la ciudad de Mendoza. Un establecimiento moderno y confortable facilita el tratamiento de las afecciones de la piel y de todas las formas del reumatismo.
> Las termas de Los Molles, a 342 kilómetros de Mendoza, ofrecen al turista sus aguas mesotermales, a 1888 metros sobre el nivel del mar. (…). Por lo visto, Mendoza es la provincia argentina privilegiada en punto a fuentes termales. (…) (Ministerio de Obras Públicas de la Nación, 1950, pp. 78, 79).

El discurso, como los otros analizados a lo largo del capítulo, tenía un fuerte carácter persuasivo: el mensaje buscaba, por medio de la interrogación retórica y profusas descripciones, captarlo. El mensaje es referencial y reiterativo, por lo tanto, se transforma en *discurso performativo*. Los *fundamentos del discurso* exhiben funciones de apoyo, al igual que en las citas analizadas previamente.

Paisaje, clima y actividades se instituyeron como las temáticas más fuertes de las argumentaciones empleadas. La adjetivación y enumeración de las cualidades de los establecimientos termales más relevantes de la provincia permiten construir desde la cognición, una imagen de la variedad de opciones que ofrecía Mendoza en cuanto al turismo termal. La *función utópica* del discurso refiere a una cualidad *anticipadora de futuro* (Roig, 1993): el discurso se apoya en una situación inmutable a lo largo del tiempo, por tanto, se instituyó como *discurso de autoridad*.

Como vemos, la selección de las imágenes respondió también, para el caso de Mendoza, a los tres tópicos aludidos precedentemente: *naturaleza*, evocada desde los paisajes montañeses, *desarrollo económico* referido puntualmente a la minería y el trabajo agrícola (preponderantemente la vitivinicultura) y *argentinidad*, invocada de manera simbólica en la grandeza del paisaje, la multiplicidad en la oferta de destinos (e indirectamente, de hoteles), la pujanza del país y la modernización (connotados por la presencia del automóvil en sitios remotos, posible por la existencia de infraestructuras acordes).

Respecto del transporte aéreo, que comenzó a desarrollarse con un fuerte impulso en este período, hemos encontrado pocas referencias en el relevamiento de publicidades de las guías de viaje. Los anuncios detectados exponían el costo de los pasajes, o bien ponderaban la bondad y rapidez de este medio de transporte. Si bien el avión estaba aún lejos de convertirse en un medio masivo, significó una apertura en relación con el público interesado que podía acercarse a Mendoza: a la heterogénea oferta de hoteles, se sumaban más opciones de movilidad, tanto terrestre como aérea.

En términos concretos en relación con el desarrollo de la aviación comercial, a mediados de 1940, comenzó a tomar forma la idea de lograr la integración territorial nacional por medio del aire, según ha estudiado Melina Piglia (2018, 2020). En 1946 se crearon tres empresas mixtas, que tuvieron monopolios regionales: ZONDA (zonas Oeste y Norte del país), ALFA (Sociedad Mixta de Aviación del Litoral Fluvial Argentino) en el Litoral y la Sociedad Mixta Aeroposta Argentina, que volaba a la Patagonia y absorbió las rutas a Mar del Plata y Neuquén, Bariloche y Esquel (Piglia, 2018, p. 95). En 1950, las tres empresas junto con la Flota Aérea Mercante Argentina- FAMA, que realizaba vuelos internacionales, fueron nacionalizadas y reunidas en una única línea aérea monopólica: Aerolíneas Argentinas. Entre 1950 y 1956 Aerolíneas Argentinas explotó el cabotaje y fue la línea de bandera de la Argentina. Para 1955, “todas las capitales de provincia tenían servicio aéreo y estaban conectadas con Buenos Aires” (p. 98).

En este contexto, Mendoza estaba vinculada con el resto del país y del mundo por medio de dos compañías: Aerolíneas Argentinas y LAN Chile, que efectuaban el transporte de pasajeros y carga. Aerolíneas Argentinas realizaba semanalmente cinco vuelos directos a Buenos Aires y uno con escala en Mar del Plata y Bahía Blanca. Tres veces por semana, volaba a Buenos Aires, con escalas en San Juan, Santa Fe y Córdoba. Y una vez por semana, viajaba con igual destino, haciendo escalas en San Rafael, San Luis y Río Cuarto. La aerolínea disponía, además, de aviones más pequeños, de 40 pasajeros, que efectuaban el itinerario a Buenos Aires siete veces por semana, dos con escala en Río Cuarto y cinco con escala en Córdoba. En resumen, esta línea efectuaba 24 viajes semanales con salida desde Mendoza, e igual número de vuelos llegaban a la provincia con origen en la Capital Federal (Gobierno de Mendoza, 1956, p. 60).

La aerolínea chilena efectuaba dos viajes semanales entre Santiago y Mendoza. Había iniciado sus servicios en octubre de 1954 y, en temporada alta (abril a agosto), prestaba servicios especiales sumando cuatro vuelos más.

Durante el ciclo peronista, hemos observado que el número de pasajeros transportados en avión, que salían de Mendoza, fue levemente mayor que los que llegaban y significativamente mayor, que los pasajeros transportados a mediados del ciclo conservador-demócrata: en comparación con 1937, los viajeros que optaron por el avión como medio de transporte, habían aumentado en 1600% para 1951(Tabla 8).

El viaje en avión fue ganando adeptos rápidamente. En favor de ello, obró en primer lugar, la política estatal de regulación y fomento a la movilidad aerocomercial, operada desde la dirigencia, política de la que, la “Operación Territorial Ezeiza”, como la ha llamado Ballent (2005b), fue el ejemplo más sobresaliente. En segundo término, la reducción de los tiempos de viaje fue un valor determinante, derivado de la disminución de demoras intermedias, en comparación con un viaje en colectivo o en tren (Tabla 9).

Aun así, los costos, sobre todo en la conexión con Buenos Aires, no eran aun competitivos en contraste con los del ómnibus o el tren, por lo que el viaje en avión quedaba reservado a los miembros de un estrato de muy buen poder adquisitivo. Salvo en la vinculación con Santiago de Chile, en que el costo del pasaje en avión era menor, el vuelo a otras localidades del interior, como San Rafael, San Luis, Río Cuarto o San Juan, no era conveniente en la relación precio-tiempo de viaje: el automóvil, gracias al desarrollo de las vías comunicacionales, prestaba una buena alternativa por su bajo costo y su rapidez.

Los puntos más relevantes que se unían a Mendoza en esta nueva red de conectividad aérea eran Buenos Aires y Córdoba. De Buenos Aires llegaba la mayor cantidad de viajeros y los guarismos de ese momento, indicaban un “débil crecimiento en el transporte aéreo” entre ambas ciudades, entre 1951 y 1955 (p. 64). En el caso de la

AÑOS	Pasajeros salidos de Mendoza	Pasajeros llegados a Mendoza
1937	1077	1026
1951	17208	15898
1952	11291	10441
1953	19128	18218
1954	20251	20124
1955	23025	22414

Tabla 8
Número de pasajeros transportados en avión, salidos y llegados a Mendoza.
Fuente: elaboración del autor en base a los datos de Gobierno de Mendoza, 1956, p. 61.

	por avión	**por carretera**	**por FFCC**
Traslado de Mendoza hacia:	tiempo de viaje (hs)	tiempo de viaje (hs)	tiempo de viaje (hs)
SANTIAGO (CHILE)	1,00	11,00	17,00
BUENOS AIRES		20,00	18,15
*vía directa	3,00	-	-
*escala en Cordoba	4,00	-	-
*escala en S. Rafael		-	-
*Río Cuarto	3,30	-	-
CORDOBA	1,25	15,30	-
SAN JUAN	0,35	3,30	2,45
SAN LUIS	1,00	5,30	5,00
TUCUMÁN	4,00	-	39,52
SAN RAFAEL	0,50	4,45	5,20
RIO CUARTO	1,15	10,05	-
SANTA FE	4,00	-	35,00
LA RIOJA	1,45	-	28,58
CATAMARCA	-	-	34,20

Tabla 9
Comparativa de los tiempos de viaje de Mendoza a otros destinos, en avión, automóvil y colectivo.
Fuente: elaboración del autor en base a los datos de Gobierno de Mendoza, 1956, p. 62.

AÑOS	Pasajeros salidos de Mendoza	Pasajeros llegados a Mendoza
1951	3810	3713
1952	3960	3924
1953	6755	6768
1954	8443	8823
1955	8909	9161

Tabla 10
Tráfico aéreo entre Mendoza y Santiago de Chile.
Fuente: elaboración del autor en base a los datos de Gobierno de Mendoza, 1956, p. 65.

vinculación entre Mendoza y Córdoba, se observó una reducción del 25% del tránsito aéreo a la provincia mediterránea, sustentado en los altos costos del pasaje y, como se ha explicado precedentemente, en la posibilidad de realizarlo en un tiempo aceptable, en colectivo.

En relación con el tráfico aéreo desde Chile, observamos que, a partir de 1953, el número de personas arribadas a Mendoza superó el número de personas salidas de la provincia hacia ese destino (Tabla 10), lo que fue derivando en el tiempo, una mayor demanda de alojamientos y servicios vinculados con el turismo. Por su parte, la publicación de la Dirección de Estadísticas provincial, lo atribuía a "la carestía de artículos de vestir en Chile, principalmente las prendas de lana o cuero (…), junto con un cambio favorable para los vecinos de allende Los Andes", situación que provocaba una alta demanda de artículos "como tejidos de lana, géneros, trajes, artículos de cuero, paraguas, artículos de tocador y de librería" (p. 67). Sumado a esta circunstancia, la publicación resaltaba el "intenso movimiento de pasajeros" que se registraba en setiembre, mes en que Chile celebraba su independencia, lo que habilitaba algunos días feriados en el país vecino, que eran aprovechados para visitar Mendoza.

4.7. Conclusiones

Según lo analizado en este capítulo, hemos concluido, junto a otros investigadores, que la difusión turística de Mendoza se apoyó en tres figuras simbólicas de gran peso: la montaña, sobre la que se desplegaron acciones concretas, con la implantación de refugios, construcción de infraestructuras y mejoras en las vías comunicacionales; la Vendimia, concepto que hemos simplificado, pero que en realidad incluye las exposiciones industriales y la Fiesta, como punto cúlmine de la celebración; y la epopeya sanmartiniana, posiblemente el más apuntalado de los tres ejes, por la relevancia que encarnaba para el primer mandatario argentino, y que fue abordado por la dirigencia desde las acciones materiales, como la implantación de monumentos conmemorativos y designaciones de paseos y sitios emblemáticos; como también desde el plano simbólico, con referencias a la figura de San Martín y su legado, de los que destacaron sus valores morales, que derivaron en un sentimiento de apego a lo nacional.

Al igual que en el período conservador-demócrata, el Estado ocupó un lugar preponderante, en menor medida mediante la concreción de obra pública, pero con mayor fuerza desde un posicionamiento ideológico que activaba estrategias propagandísticas para resignificar los destinos previamente conformados. En este contexto, la edilicia hotelera -con menor grado de intensidad la edilicia estatal, con resultados más

significativos la privada-, continuó ampliando la oferta hotelera, no sólo en hoteles de ´primera categoría, sino también con establecimientos de menor rango.

La resignificación de la montaña como destino, activó la incorporación decidida de mayor cantidad de destinos y actividades (como los hilvanados por los caminos hacia el Oasis Sur, pasando por San Carlos y Tupungato, o bien la práctica del esquí en Vallecitos, o la del andinismo profesional en alta montaña), destacando en este apartado, que la oferta de nieve y, en general de la montaña, se hizo accesible a un público de buen poder adquisitivo. En relación con este tema, entendemos que los convenios firmados con otras provincias, para el intercambio turístico, tuvieron un efecto concreto de aumento de la cantidad de visitantes, lo que derivó en una creciente demanda del mercado hotelero de la ciudad y los destinos suburbanos. La concreción de la villa Eva Perón fue el acto simbólico y material de mayor peso, en la apropiación del territorio cordillerano de frontera.

Específicamente desde la disciplina arquitectónica, se vislumbra que, en línea con lo observado en el capítulo anterior, el campo profesional se abrió a arquitectos, constructores y proyectistas, que abordaron las diferentes escalas de las obras, según su jerarquía y complejidad. Los ejemplos más relevantes de la arquitectura urbana suscribieron a la tipología de torre en altura, un cambio significativo respecto de las tipologías que se venían desarrollando, que permitió resolver las propuestas arquitectónicas con mayor eficiencia, pero también con un mayor grado de innovación.

En relación con los lenguajes adoptados, se hace evidente una convivencia de los registros historicistas y los abstractos, indistintamente en entornos urbanos o suburbanos y de montaña, a partir de líneas más clásicas, que ya se venían desarrollando en la arquitectura local, o bien propuestas más depuradas, conceptual y estilísticamente. En lo tecnológico, destaca la mayor complejidad de las instalaciones y servicios hoteleros, lo que queda en evidencia en un aumento significativo de las plantas de los subsuelos, destinadas a salas de máquinas, lavaderos, salas de bombeo, o de alojamiento de instalaciones complementarias. Junto con esto, la mayor complejidad del partido (como resultado de la mayor demanda del público, que buscaba “nuevas” prácticas, según las pautas de consumo de ese momento), se hizo latente en la aparición de otras funciones, contempladas en los programas arquitectónicos, como salones de juego, terrazas-jardín, *smoke room* y salas de reuniones, que complementaron las funciones de sociabilidad que asumieron desde un principio el comedor y luego el bar.

En cuanto a la vinculación entre RS y arquitectura, el discurso operado desde la clase dirigente, tanto provincial y nacional, aportó una imagen heterogénea de lo que *significaba* Mendoza como destino de masas: con una amplia oferta para un público extenso, la prefiguración tanto de Mendoza como destino relevante, como también de los

hoteles en su función de “segundo hogar” de los viajeros, se sustentó en figuras vinculadas con multiplicidad de paisajes, de alojamientos económicos y de actividades que evidenciaron un fuerte carácter estacional. Los ejemplos afiliados a la AM, en sus variantes más puras o atenuadas, tuvieron buena aceptación del público, como también los historicismos, que fueron enarbolados por los hoteles emblemáticos de este período.

Se distinguió la oferta del turismo de invierno del de verano, pero haciendo referencia en cualquier caso al carácter pujante de la provincia como territorio productivo y con cualidades excepcionales para el turismo masivo. Las sistemáticas visitas del primer mandatario y su esposa, actuaron como un caldo de cultivo que activó esta calificación, “acercando” el destino de montaña a las ciudades y provincias del litoral, para las que Mendoza había ocupado tradicionalmente un espacio de periferia.

5. CONCLUSIONES GENERALES

En la presente Tesis nos propusimos indagar en los procesos de desarrollo del turismo en Mendoza, desde el campo disciplinar de la Arquitectura, con especial hincapié en las políticas públicas que sirvieron de marco a la edilicia privada de hoteles. Para ello, partimos de un supuesto apoyado en una innovación tipológica, que hemos podido corroborar: la irrupción del Estado en el mercado hotelero de la ciudad, en 1922, permitió equiparar la desigual oferta hotelera existente hasta ese momento, que tenía mayor gravitación en los enclaves de montaña, gracias a la presencia del ferrocarril. El conjunto Plaza Hotel, Teatro y Casino, rompió con los esquemas de fin de siglo XIX que tuvieron amplia difusión en la arquitectura hotelera de Mendoza: los antiguos planteos resueltos en torno a patios, emulando la arquitectura residencial (modesta o de jerarquía, según las posibilidades económicas de los propietarios o promotores), fueron confrontados por una propuesta innovadora, en el aspecto tipológico, funcional y constructivo, acorde con lo abordado en el capítulo 2.

Como producto de la cultura, esta innovación en el ámbito de lo material trajo aparejada una serie de cambios en las prácticas, que los nuevos espacios proponían, y en el modo de posicionar a la propia ciudad de Mendoza como destino turístico. El termalismo, con un desarrollo sostenido en las zonas de montaña, había posibilitado la implantación de arquitecturas de gran relevancia, como en el caso de Cacheuta, lo que acompañó el cambio de mentalidad inaugurado por la presencia del ferrocarril y el proyecto modernizador de las elites liberales y republicanas, que sustentaron su visión –y por ende su campo de acción– en una nueva concepción del espacio montañés, no sólo en sus aspectos paisajísticos y estéticos, sino también como territorio productivo a incorporarse en el esquema de la economía local y nacional. Sumado a ello, estas actuaciones permitieron una construcción simbólica del espacio con mayor espesor, sobre la base de incorporar en la valoración del territorio su cualidad de instituirse como escenario de hechos destacados de la historia nacional y continental, como fue la Gesta Sanmartiniana.

Por el contrario, la ciudad debió atraer al público, en el caso concreto del Plaza Hotel, por medio de su Casino y el Teatro Independencia. Si bien, la oferta hotelera se venía desarrollando al menos desde 1890, el mercado hotelero era bastante precario en sus inicios. Aun así, la llegada del ferrocarril impactó también, como lo hizo lógicamente en todo el ámbito de la construcción material del hábitat, por medio de la introducción de materiales novedosos, provenientes de la importación, que el contexto político y económico de ese momento, promovía.

El desafío que asumió la dirigencia fue el de posicionar a Mendoza en el mapa turístico nacional, para lo cual apelaba sistemáticamente a las imágenes de la montaña y la práctica del termalismo. Las representaciones visuales generadas en torno de estos dos

temas poblaron las publicaciones de fines del siglo XIX y principios del XX. El cambio de mentalidad a partir de la construcción del Plaza Hotel, inaugurado en 1925, se hizo evidente en la consideración de la hotelería como “nueva industria” y, algunos años después, en la consideración del turismo como nueva industria, propio del contexto modernizador aludido. En síntesis, detectamos dos fases: una entre 1900 y 1920, caracterizada por una actitud pasiva, ligada a una concepción del visitante como mero observador de los paisajes y bellezas naturales existentes, coincidente con una ausencia absoluta de medidas encaradas desde el Estado, con la única excepción de la concesión del hotel y casino de Cacheuta (1913). Un segundo momento se dio a partir de 1920, impregnado del carácter modernizador, que involucró un posicionamiento de avanzada: revela una actitud enérgica de la clase política, que orientó sus acciones a fines concretos. En este momento, la calidad de la oferta hotelera y el desarrollo de vías comunicacionales a parajes emblemáticos, fueron considerados cruciales para la atracción de visitantes.

La década del `30 abrió el juego para que la clase política empujara, con medidas concretas, el desarrollo y posicionamiento turístico de Mendoza, tarea que habían iniciado mancomunadamente, algunas asociaciones civiles. Por una parte, las vinculadas con la auto movilidad (ACA, TCA, ACM), por otra, algunos gremios (como el Centro de Protección de Choferes, que editó en 1936 su *Guía Anual de Turismo Cóndor),* en tercer lugar, se incorporaron las empresas de transporte colectivo, como la CITA y la CATA y finalmente –en realidad, se trataba del grupo que traccionaba desde las primeras décadas del siglo XX– los propietarios de hoteles familiares, apoyados por la prensa y algunas revistas de actualidades.

En efecto, el ciclo conservador-demócrata, abordado en el capítulo 3, estuvo lleno de matices. A las medidas sistemáticas del Gobierno, que acusó un aumento de la injerencia en temas y problemas de gran relevancia para la provincia (destacamos, por su vinculación con los interrogantes centrales de este trabajo, los vinculados al desarrollo de las vías comunicacionales), se sumó la acción de los otros agentes enunciados precedentemente, con lo que el escenario del turismo evidenció ciertas disputas –y acuerdos– que fueron confirmando el interés que el asunto había despertado en todos ellos. En simultáneo, la faz simbólica derivada de la “conciencia territorial” enarbolada desde la dirigencia política (nos referimos al plan de acción que “diseminó equipamientos en todo el territorio provincial”, en palabras de Raffa (2020a), permitió “acercar” lugares que antes eran poco conocidos o frecuentados, con la ayuda del automóvil y las nuevas prácticas vinculadas con el turismo mecanizado. Por otra parte, fue haciendo referencia, explícita o implícitamente, a un sentido de lo “nacional”, arraigado en el paisaje.

En relación con las RS que circularon en este período, se evidenció una construcción desde lo discursivo asociada con la profusión de paisajes y multiplicidad de destinos y actividades: desde los hoteles termales en la cordillera, los paisajes agrícolas de las áreas rurales, los “modernos” hoteles impulsados por las políticas públicas, de los que destacaban los montañeses, situados en entornos de “ríos, bosques arbolados y picos de montañas con contrastes soberbios” (Raffa, 2020a) e incluso la propia ciudad con sus edificios de renta y edificios públicos, se instituyeron como parte del discurso promocional. Desde lo simbólico y material, todos estos destinos y sub-destinos estaban articulados por una extensa red vial. En el ámbito de la ciudad, el Parque San Martín se instituyó como elemento destacable de la regularidad de la trama, por su extensión, la belleza de sus prados y por contener en uno de sus bordes el monumento a la Epopeya Sanmartiniana.

A la obra pública de excelente factura, proveniente de este período, se sumó un vasto conjunto edilicio proveniente de la acción privada, con ejemplos resueltos en los más diversos lenguajes: desde los historicismos (pasando por repertorios pintoresquistas en múltiples variantes), hasta repertorios más abstractos, vinculados con la AM, también con distinto grado de adhesión.

Al finalizar la década, el desarrollo de la arquitectura, acompañado por las especificidades técnicas y las posibilidades tecnológicas, evidenció un segundo momento de quiebre, al incorporar la tipología del edificio en altura para la resolución del hotel. La adaptación de los programas, en varios de los casos analizados, a parcelas más o menos estrechas, pero de gran centralidad, alimentó cierta voluntad experimental de los proyectistas o promotores. Se apeló al recurso del patio en todos los edificios, elemento propio de la tradición constructiva de Mendoza (heredada de la cultura latino-mediterránea, que acentuó su presencia en los flujos inmigratorios), pero con distintas escalas y modos de resolución. En algunos de los ejemplos analizados, a partir de patios que se instauraron, como en los antiguos hoteles de principios de siglo, como espacios emblemáticos de socialización (caso del Orelo Park Hotel o el Hotel Argentino); en otros, resolviendo ajustadamente las demandas de iluminación y ventilación impuestas por la normativa, en detrimento de su calidad espacial (caso del Hotel Palace o el Hotel Imperial).

La versatilidad del hormigón armado impactó también en la resolución formal y plástica de las fachadas, que incorporaron planos salientes, audaces marquesinas voladas y balcones, lo que generaba interesantes juegos volumétricos.

Mención aparte merecen los ejemplos desarrollados en entornos cordilleranos, tanto del oasis Norte como del Sur, en los que destacaba la vinculación con el entorno circundante, por medio de terrazas, escalinatas, pérgolas o galerías, resultando en un efecto de retroalimentación de las representaciones visuales, logrado por la asociación de

los conceptos edificio-paisaje. En consecuencia, los anuncios fueron incorporando no sólo los servicios y cualidades tecnológicas de los hoteles, sino que también hacían referencia a su singular emplazamiento, y al abanico de experiencias que esas localizaciones posibilitaban.

Por otra parte, concluimos que la Arquitectura, entendida en su capacidad comunicativa, se instituyó como vehículo preferencial de representaciones visuales, en tanto su cualidad intrínseca, referida a su aptitud para contener el espacio interior –y limitar el espacio exterior– remitía, desde un complejo constructo basado en alegorías y metáforas, a las propias actividades que ella misma admitía en su seno. De este modo, contribuía a reforzar el mensaje, contenido en la información textual de los anuncios publicitarios, la que, por medio de la incorporación de fotografías, connotaba un conjunto aun mayor de prácticas y usos, a los explícitamente denotados por el mensaje textual. En este sentido, arriesgamos que la adhesión preeminente a lenguajes vinculados a la abstracción vehiculizó más eficientemente una serie de principios asociados con el confort, la comodidad, la mayor tecnificación edilicia e incluso la seguridad frente al sismo, cualidades que proliferaron en los anuncios relevados y que resumieron, en buena medida, la calidad general de los servicios ofrecidos.

Finalmente, en el capítulo 4, indagamos en la relación de la arquitectura para el turismo y la acción propagandística del ciclo peronista, en un contexto de “masificación del bienestar”, según han observado Torre y Pastoriza (2001). Ese momento estuvo atravesado en Mendoza por estrategias de difusión que se apoyaron en tres figuras simbólicas de gran peso, como hemos adelantado en ese capítulo: la montaña, la Vendimia y la epopeya sanmartiniana, posiblemente el más apuntalado de los tres ejes, por la relevancia que encarnaba para el primer mandatario argentino, y que fue abordado por la dirigencia desde las acciones materiales, como la implantación de monumentos conmemorativos y designaciones de paseos y sitios emblemáticos; como también desde el plano simbólico, con referencias a la figura de San Martín y su legado, de los que destacaron sus valores morales, que derivaron en un sentimiento de apego a un sentimiento patriótico.

En materia de realizaciones, observamos que, tal como ocurrió en otros ámbitos, la estrategia se sustentó en una resignificación de las representaciones en circulación, por medio de actuaciones premeditadas, operadas por intermedio de ciertas estrategias discursivas. Del mismo modo y en relación con la producción de arquitectura para el turismo, la misma no tuvo el volumen del ciclo anterior. En este caso, la estrategia aludida tendió a resignificar también los hoteles (y destinos) existentes. Los objetivos contenidos en los dos Planes Quinquenales del gobierno peronista no buscaron, en lo específico, dotar

a Mendoza de nuevos equipamientos, pero sí reinterpretar y reformular la oferta existente, para hacerla accesible a un público cada vez mayor. En este sentido operó, por ejemplo, la venta del Hotel de Uspallata, o la administración de la Unidad Turística de Alta Montaña, que reunía la oferta del Hotel Puente del Inca y de la hostería de la villa Eva Perón, haciendo el turismo de nieve, accesible a las clases medias y a empleados, estudiantes y escolares en particular. Como se ha observado en otras investigaciones (Raffa y Hirschegger, 2018; Cicalese, 2018; Troncoso y Lois, 2004), el discurso de la dirigencia, además de tener una altísima carga retórica, que buscaba "atraer" al destinatario, se apoyaba en una cualidad "fundacional", que eludía sistemáticamente (como ocurrió en otros aspectos, además del turismo), los avances o realizaciones previos.

Específicamente desde lo arquitectónico, las realizaciones del peronismo a nivel local se apegaron a un lenguaje de abstracción, como el caso de los hoteles de San Rafael y Tupungato; o bien a un repertorio afiliado al pintoresquismo historicista, como ocurrió con la villa Eva Perón. Pero también hay que reconocer que se manejaron (al menos lo hemos registrado en una materialización y en un proyecto, de la mano del mismo proyectista), lenguajes y técnicas asociadas con una altísima eficiencia, empleo de materiales estandarizados, gran racionalidad en la propuesta arquitectónica, estudio de la propuesta hasta el detalle y diseño integral, abarcando desde la arquitectura hasta el equipamiento fijo y móvil: nos referimos al Pabellón 24, que alojó al Ministerio de Obras Públicas de la Nación durante la Feria de las Américas y al proyecto para el nuevo hotel termal en Puente del Inca (no construido, ambos proyectados por Luis María Bianchi).

En cuanto a la vinculación entre RS y arquitectura, el discurso adoptado por la clase dirigente, tanto provincial y nacional, aportó una imagen más heterogénea, en comparación del ciclo conservador, de lo que *significaba* Mendoza como destino de masas: se asoció con la multiplicidad de paisajes, de alojamientos y de actividades, que ampliaron la oferta al turismo específico de invierno, como también de verano.

Por otra parte, la construcción discursiva del territorio se apoyó, justamente, en un aspecto retórico, más que material, dado que, en comparación con el ciclo conservador-demócrata, por ejemplo, en el rubro vial, fue significativamente menor. En contraste, las pocas realizaciones del ciclo peronista estaban rodeadas de un "halo" retórico (y posiblemente acompañado por lo perceptual del público, o los usuarios) que le concedía mayor importancia (tal es el caso concreto del camino entre Potrerillos y Tupungato por La Ollada, de gran impacto visual y paisajístico). Podemos arriesgar que, de manera análoga, la construcción de la pasarela peatonal en Cacheuta (conocida popularmente como "puente colgante") traccionó en la misma dirección.

En todos los períodos analizados, las infraestructuras jugaron un rol primordial para la accesibilidad a los sitios, pero también se posicionaron como parte del aspecto simbólico, vinculado a diferentes prácticas y, posiblemente, como reflejo de un ideario da mayor alcance: a fines del siglo XIX y principios del XX, el ferrocarril encarnó el ideal de modernización y adelanto tecnológico propio de su época. El turismo, en ferrocarril, estuvo ligado a los estratos más altos del entramado social. Avanzada la década del ´20 y de forma decidida en el ´30, el vehículo automotor enarboló los preceptos de la velocidad, el vértigo, la comodidad, la independencia y la libertad (siempre que la red vial estuviese en las condiciones necesarias para circular, como se atrevieron a observar las asociaciones de automovilismo de ese momento), marcando el inicio del turismo individual.

En el último período que recortamos para nuestro análisis, se dio una convivencia de sistemas de transporte, que dio cuenta de una mayor relevancia del tema: las empresas de autobuses, el tren, el vehículo particular y, avanzada la década, la entrada en escena de la aviación aerocomercial, que hicieron palpable no sólo la heterogeneidad de la demanda que movilizaba al mercado turístico, sino la oferta que Mendoza pudo construir, tanto en el plano material como simbólico, a lo largo del extenso período analizado, a fuerza de una intensa intervención estatal y de una no menos relevante acción en manos de privados.

En suma, entendemos que con el recorrido realizado en esta Tesis hemos podido mostrar cómo la arquitectura pudo vehiculizar, de manera más o menos evidente, ciertas representaciones sociales a las que la clase dirigente (o los promotores privados) adhirieron; y que tales representaciones se hicieron parte del discurso turístico referido a Mendoza, que fue instituyendo cierto “sentido común” o conciencia colectiva construida socialmente, en torno de Mendoza entendida como destino y, en consecuencia, en torno de su arquitectura turística. Pudimos confirmar que existió una relación entre las expresiones arquitectónicas, las formas de implantación de los edificios y la elección del sitio, que fueron cimentando de forma material y simbólica el paisaje turístico de Mendoza.

6. REFERENCIAS

6.1. FUENTES PRIMARIAS

6.1.1. Archivos

Arjol B. J. (1935). *Contribución al estudio de las aguas minerales y termales de la República Argentina* (tesis doctoral inédita). Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Económicas. http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/econ/collection/tesis/document/1501-0154_ArjolBaronJ

De nuestros seguidores (2014, 25 de abril). Muestra del Pasado de San Rafael. [Fotografía]. Facebook https://www.facebook.com/125247657679426/photos/a.250033211867536/434013033469552

Díaz, A. (prod.). (1954). *Sucesos Argentinos Nº791.* [Video]. AGN. 46. C35.1. A. Legajo 411. https://agnbicentenario.mininterior.gob.ar/web/fichatecnica/5f96e2dbf110b19de10d815d

Expte. N° 1789-Di-1941 (1941). Autorización para la impresión de los folletos *Conozca Mendoza*, en español e inglés por $2.520 m/n. Carpeta DPT. AGPM.

Feria de las Américas, de Mendoza al mundo (2022, 13 de enero). Archivo de Mendoza [Fotografía]. Facebook https://www.facebook.com/photo/?fbid=2336582876483941&set=pcb.2336583553150540

Gran Hotel de Turismo Isla del Diamante (2021, 3 de agosto). Muestra del pasado de San Rafael [Fotografía]. Facebook https://www.facebook.com/Muestra-del-Pasado-de-San-Rafael-Mendoza-Argentina-125247657679426/photos/1544964349041076

Grand Hotel Balbi (s. f.). www.a-hotel.com [Fotografía]. https://www.a-hotel.com/es/argentina/99292-mendoza/430375-1-grand-hotel-balbi/

Haro, E. (s. f.). *Historia. Fundación Eva Perón*. Archivo General de la Nación Argentina [Texto]. Sitio Web oficial AGN https://atom.mininterior.gob.ar/index.php/fundacion-eva-per-n

Ministerio de Agricultura de la Nación. (1947). *Fruta Argentina.* [Documental]. AGN. Fondo 1217.C16.1.A. Legajo: 1877. Tambor 1217 (16). https://agnbicentenario.mininterior.gob.ar/web/fichatecnica/5f96e2d4f110b19de10d52f5

Nuevo Hotel, Termas de Villavicencio (22/02/2018) Tarifas - año 1940. [Fotografía]. Mendozantigua.blogspot.com. Obtenida de: https://mendozantigua.blogspot.com/2018/02/nuevo-hotel-termas-de-villavicencio.html)

Postal argentina- Hotel Termas Villavicencio (abierto todo el año) (s.f.). [Fotografía]. Obtenido de https://www.todocoleccion.net/postales-america/postal-argentina-hotel-termas-villavicencio-abierto-todo-ano~x212964080

s. d. (1954b). *Inauguración de la Feria de América en la ciudad de Mendoza*. Parte 1. [Audio]. AGN. Fondo 867.D40.AGN. https://agnbicentenario.mininterior.gob.ar/web/fichatecnica/5f96e2ddf110b19de10d87f3

Secretaría de Prensa y Difusión de la Nación. (1953). *Porque amó a su pueblo.* [Documental]. AGN. Fondo 727.C16.1.A. Legajo: 1242. Tambor 727 (16)- 580 (35). https://agnbicentenario.mininterior.gob.ar/web/fichatecnica?terms=porque%20am%C3%B3%20a%20su%20pueblo

Secretaría de Prensa y Difusión de la Nación. (1953). *The Vintage Festival* [Documental]. AGN. Fondo 1456.C16.1.A. https://agnbicentenario.mininterior.gob.ar/web/fichatecnica/5f96e2dbf110b19de10d7d67

Vistas rurales, paisajes y postales. (2013, 31 de mayo). *Frente al Hotel Los Molles.* Muestra del Pasado de San Rafael. [Fotografía]. Facebook https://www.facebook.com/Muestra-del-Pasado-de-San-Rafael-Mendoza-Argentina-125247657679426/photos/a.128941363976722/911294152408102

6.1.2. Publicaciones periódicas

Aguas de Villavicencio (13/06/1922). *La Palabra*, Mendoza, s. p.

Asociación de Hoteles, Bares, Confiterías y Afines de Mendoza. (1958). *Guía de la Hotelería y sus Afines de la Provincia de Mendoza*. Buenos Aires: C.O.G.T.A.L.

Aspectos culminantes y expresivos de la exposición Vendimia. (1947). *La Quincena Social*, 15 y 30 de abril, año XXVIII, (666, 667), s. p.

Automóvil Club Argentino. (1950). *Guía de Hoteles*. 11a Ed. Buenos Aires: s. d.

Ávila, Z. (1949). El Parque General San Martín. La predilección pública por este paseo. *La Quincena Social*, 15 y 30 de agosto, año XXX, (721, 722), 2.

Baños Villavicencio. (25/08/1916). *La Época*, Mendoza, 9.

Bianchi, G. (octubre, 1931). Mendoza y el turismo. *Revista Andina.* Año VIII, (96),1-2.

Breve visita de la Condesa Zouloff a Mendoza (15/11/1934). *La Quincena Social*. Año XIV, (372), s. p.

Cacheuta. (enero, 1922). *Revista Mensual BAP.* Año V, (50), 74.

Cacheuta. (marzo, 1929). *Revista Mensual BAP.* Año XIII, (136), 91.

Cacheuta. (noviembre, 1921). *Revista Mensual BAP.* Año IV, (48), 55.

Cacheuta. (octubre, 1926). *Revista Mensual BAP.* Año X, (107), 59.

Caminos modernos (1930). *La Quincena Social*, 28 de febrero, año XI, (261),1-2.

Caras y Caretas, 03/01/1903, (222), s. p.

Casa Flichman (1936). *Guía Anual de Turismo Cóndor (1936-1937). Mendoza, San Juan, San Luis, Chile*. s.d.

Casa Peuser (1954). *Guía Peuser de Turismo.* Buenos Aires: Peuser SA. Año XII, (12).

Centro Fronterizo Las Cuevas (enero, 1943). *Nuestra Arquitectura. Revista mensual de arquitectura*. (162), 97-99.

CITA (febrero, 1935) [Aviso publicitario]. Año I, (5), 30.

CITA (octubre, 1934) [Aviso publicitario]. Año I, (1), s. p.

Constituye una tangible realidad la construcción del Autódromo de Mendoza (1952, setiembre-octubre). *El Volante de Cuyo.* Mendoza, año XXVIII, (303), 10, 11.

Copahues. (25/05/1899). *Caras y Caretas*, (34), s. p.

Country Club en Fisherton del Jockey Club Rosario (abril, 1941). *Revista de Arquitectura.* Año XXVI, (244), 173-178.

Cunietti, F. (1931). De Mendoza a Chile en Automóvil. *La Quincena Social*, 15 y 30 de abril, año XII (287, 288), s. p.

Decrece nuestro turismo ¿Por qué? (1951, 1952). *La Quincena Social,* diciembre y enero, año XXXIII, (771, 772), s. p.

Delegación local del TCA. Lo tratado. *La Quincena Social*, 15 de marzo, año XI, (262), s. p.

Dirección de Turismo. (1942). Guía de Mendoza. Buenos Aires: Kraft.

Dirección Provincial de Turismo (1948). *Guía de Turismo Mendoza*. Mendoza: s.d.

Dirección Provincial de Turismo. Oficina de propaganda. Intervención Federal en Mendoza (1955). *Mendoza. Guía de Turismo*. Mendoza: Imprenta Oficial.

Discurso del Dr. Antonio J. Scaravelli. (1950). *La Quincena Social,* 15 y 30 de febrero, año XXX, (733, 734), s. p.

Dudley, L. (agosto, 1939). Establecimiento termal El Sosneado. *Nuestra Arquitectura. Revista mensual de arquitectura*. 121 (2), 264-273.

---------- (mayo, 1941). Estación terminal para ómnibus. *Nuestra Arquitectura. Revista mensual de arquitectura.* 142, 29-34.

Ecos de la clausura del Año Sanmartiniano. (1950). *La Quincena Social,* 15 y 30 de diciembre, año XXX, (753, 754), 11-14.

Ecos del hermoso festival en Villavicencio (15/10/1933). *La Quincena Social*. Año XIII, (347), s. p.

Editorial Mendoza (1950). *Guía Verde de Cuyo. Gran guía general de las provincias de Cuyo.* Mendoza: Best.

El carnet panamericano de turismo ¿Qué hace Mendoza? (15/12/1934). *La Quincena Social*. Año XIV, (374), s. p.

El Casino de Mendoza. Centro de sociabilidad y distracción (enero, 1934). *La Quincena Social*. Año XIII, (352), s. p.

El Casino de Mendoza. Centro de sociabilidad y distracción (diciembre, 1933). *La Quincena Social*. Año XIII, (351), s. p.

El empresario y constructor D. José Polizzi. (noviembre, 1928). *La Quincena Social*. Año X, (229), s. p.

El fomento del Turismo (agosto, 1935). *CITA* Año I, (11), 1.

El fomento del turismo a Mendoza (30/04/1935). *La Quincena Social*. Año XV, (381), s. p.

El Gran Hotel Italia (octubre-noviembre, 1925). *Revista Andina. Literaria, Artística, Comercial*. Año IV, (31-32), s. p.

El Gran Savoia Hotel (octubre-noviembre, 1925). *Revista Andina. Literaria, Artística, Comercial.* Año IV, (31-32), s. p.

El Presidente de la Nación y su esposa, huéspedes de honor. (1950). *La Quincena Social,* 15 y 30 de diciembre, año XXX, (753, 754), 3.

El Puente del Inca. Denuncia de su inminente hundimiento (16/02/1901). *Caras y Caretas*, (124), s. p.

El turismo en la región andina.(15/05/1930) La Quincena Social, Año XII, (266), 1.

El Volante de Cuyo (1951, mayo-junio). Mendoza, año XXVII, (295), s. p.

Empresa Cuyana de Turismo JADRA (ed.). (1956). *Guía Anual de Turismo JADRA 1955-1956.* Buenos Aires: s. d.

En Cacheuta. (marzo, 1918). *La Semana. Revista Ilustrada de Cuyo*. Año I, (12), s. p.

En el Hotel de Villavicencio (15/02/1925). *La Quincena Social*. Año VI, (139), s. p.

En San Juan y Mendoza (03/01/1903). *Caras y Caretas*, (222), s. p.

Estación de servicio, garaje y sede social Mendoza (enero, 1943). *Nuestra Arquitectura. Revista mensual de arquitectura*. (162), 44-47.

Excursión a Villavicencio. (09/01/1918) *La Semana. Revista Ilustrada de Cuyo.* Año I, (2), s. p.

Federación Argentina de Hoteles, Restaurantes, Confiterías, Bares y Afines. (1954). *Guía Hotelera de la República Argentina 1955.* Buenos Aires: Talleres Gráficos de ALEA SACI.

Giménez Puga, F. (1940). *Guía General de Mendoza*. Buenos Aires: Kraft.

Gobierno, policía y tahúres. (20/07/1916). *La Época*, Mendoza, s. p.

Gómez Centurión, F.(1908).Siluetas Andinas. *Nueva Era*. Año I,(9) (2a época), 17.

Gran Hotel Alcor. (1952). *La Quincena Social,* abril y mayo, año XXXIII, (775, 776), s. p.

Gran Hotel Galileo (octubre-noviembre, 1925). *Revista Andina. Literaria, Artística, Comercial*. Año IV, (31-32), s. p.

Gran Hotel Nacional (octubre-noviembre, 1925). *Revista Andina. Literaria, Artística, Comercial*. Año IV, (31-32), s. p.

Hermosa realidad es el turismo social en Mendoza (1951, segunda quincena de junio). *Voz Cuyana.* Año I, (7), 16.

Hotel Puente del Inca. (noviembre, 1922) *Revista Mensual BAP.* Año V, (60),54- 55.

Hotel y Balneario Villavicencio. (26/10/1922). *La Palabra*, Mendoza, s. p.

Hotel, teatro y casino (junio, 1937). *Revista Mensual BAP* (235), s. p.

Inauguración de los surtidores YPF en Uspallata y Puente del Inca (enero, 1933) *El Volante de Cuyo*, (s. d.), s. p.

Jockey Club (09/01/1918). *La Semana. Revista Ilustrada de Cuyo*. Año I, (2), s. p.

La 2ª Conferencia Nacional de Turismo suscita gran expectativa. (febrero, 1930). *El Volante de Cuyo*, Año V, (71), s. p.

La ciudad Eva Perón (1952, julio). *Voz Cuyana*, año II, (22), 19.

La Compañía de Hoteles Sud Americanos (1910). Revista *La Nación*. Ed. Centenario 1810- 25 de mayo 1910. Buenos Aires.

La construcción de un teatro-hotel. (24/08/1923). *Los Andes*, Mendoza, s. p.

La eficiente labor de la Dirección Provincial de Turismo (1951, primera quincena de agosto). *Voz Cuyana*, año I, (10), 3.

La llegada de los restos de la Infanta mendocina. Imponentes ceremonias. (1951, 1952). *La Quincena Social,* diciembre y enero, año XXXIII, (771, 772), s. p.

La minuta del diputado Molina. Las ocurrencias peregrinas. (01/08/1916). *La Tarde*, Mendoza, 1.

La Palabra (15/03/1924) [Aviso publicitario], s. p.

La Quincena Social (15/11/1924a) [Aviso publicitario] Año VI, (133), s. p.

La Quincena Social (15/12/1925c) [Aviso publicitario] Año VII, (159), s. p.

La Quincena Social (30/03/1922) [Aviso publicitario] Año III, (70), s. p.

La Quincena Social (30/12/1941) [Aviso publicitario]. Año XXII, (538), 32.

La Quincena Social (febrero, 1924b) [Aviso publicitario]. Año V, (115), s. p.

La Quincena Social (febrero, 1925a) [Aviso publicitario]. Año VI, (139), s. p.

La Quincena Social (noviembre, 1925b) [Aviso publicitario]. Año VII, (157), s. p.

La reciente excursión a Chile por el ACA (febrero, 1931). *La Quincena Social*, Año XII (283, 284), s. p.

La reglamentación del juego. (11/08/1916). *Los Andes*, Mendoza , 5.

La tragedia del turismo en Mendoza. (1950). *La Quincena Social,* 15 y 30 de febrero, año XXX, (733, 734), s. p.

La vida en Cacheuta (setiembre, 1922). *Revista Mensual BAP.* Año V, (58), 44- 45.

Las casas de juego. (02/08/1922). *La Palabra*, Mendoza, s. p.

Los Andes (1982). *Cien años de vida mendocina. Centenario diario "Los Andes". 1882- 1982*.

Los departamentos veraniegos (30/07/1935). *La Quincena Social*. Año XV, (389), s. p.

Los Hoteles por dentro. (1951, segunda quincena de abril). *Voz Cuyana,* año I, (3),5.

Mendoza sanmartiniana. 17 de agosto de 1951 (1951, segunda quincena de agosto). *Voz Cuyana*, año I, (11), 3.

Mendoza, centro de turismo. (11/01/1924). *La Palabra*, Mendoza, s. p.

Mendoza. (enero, 1928) *Revista Mensual BAP.* Año XII, (122), 90, 91.

Mendoza. Evolución agrícola industrial del transporte (mayo, 1936). *CITA* Año II, (20), 16-18.

Mendoza: *Rendez vous* de turistas (julio, 1935). *CITA* Año I, (10), 13.

Nacional Hotel (1920). *Los Andes, edición especial 1882-1920*, Mendoza, 299.

Napolitano, L. (1945) Proezas sin estrépitos. El andinismo civil y militar. *La Quincena Social*, 15 y 28 de febrero, año XXVI, (614, 615), 2.

Nueva Era (junio, 1907a) [Aviso publicitario]. Año I, (1), 28.

Nueva Era (junio, 1907b) [Aviso publicitario]. Año I, (1), 21.

Olascoaga, L. (1937). Cap. 3. Turismo. Su concepto social e interés económico. *Centro Mendocino 18 de enero. Conferencias pronunciadas bajo su auspicio en el transcurso del año 1936.* Capital Federal: s. d.

Plaza Hotel de Mendoza (enero, 1937a). *Revista Mensual BAP* (230), 72-73.

Plaza Hotel de Mendoza (marzo, 1937b). *Revista Mensual BAP* (232), s. p.

Plaza Hotel, Casino y Teatro Independencia (30/05/1936). *La Quincena Social*. Año XVII, (407), s. p.

Principales rutas del Litoral a Mendoza (1952, marzo). *Voz Cuyana.* Número extraordinario. Año II, 70.

Progresos de San Rafael. (junio, 1928). *Revista Mensual BAP.,* s. n., 19.

Próxima inauguración del Hotel Ritz. (1952). *La Quincena Social,* abril y mayo, año XXXIII, (775, 776), s. p.

Puente del Inca (marzo, 1921). *Revista Mensual BAP.* Año IV, (40), 44-45.

Reconstrucción y reparación del Teatro Independencia (15/03/1930). *La Quincena Social*. Año XI, (262), s. p.

Reforestación del Campamento Histórico «El Plumerillo». (1951). *La Quincena Social,* octubre y noviembre, año XXXIII, (767, 768), s. p.

Reformas importantes en el Plaza Hotel de Mendoza (junio, 1935). *CITA*. Año I, (9), 15.

Revista Andina (enero, 1932) [Aviso publicitario]. Año VIII, (98), s. p.

Revista Arquitectura Gráfica. (1948). Número dedicado a Mendoza. Buenos Aires: Editorial Martínez de Hoyo.

Revista de Cuyo (24/01/1914) [Aviso publicitario] Año III, (69), 11.

Revista Mensual BAP (diciembre, 1938) [Aviso publicitario] S. a., (251), 94.

*Revista Mensual BAP (*enero, 1931a) [Aviso publicitario]. S. a., s. n., 2.

*Revista Mensual BAP (*junio, 1931b) [Aviso publicitario]. S. a., s. n., 2.

Revista Mensual BAP (junio, 1937) [Aviso publicitario] S. a., (235), 76-78.

Revista Mensual BAP (marzo, 1937) [Aviso publicitario]. S. a., (232), 39.

Revista Mensual BAP (mayo, 1942) [Aviso publicitario]. S. a., (293), 62.

Revista Mensual Ilustrada Luz y Fuerza. (julio, 1929) [Aviso publicitario] Año II, (15), 22.

s. d. (1954a). *Guía de Turismo Andes. Mendoza. República Argentina.* Año IV, (4). Mendoza: s. d.

SA Termas Villavicencio (setiembre, 1940). *Revista Mensual BAP*, (273), 61-63.

Sangines, A. (01/01/1924). Una maravillosa fuente de salud. Los Molles (San Rafael) con sus sorprendentes aguas curativas. *La Palabra*, Mendoza, 32- 33.

Saravia & Durán en el Balneario de Potrerillos. (22/03/1913) *Caras y Caretas*, (755), s. p.

¿Se efectuará una peregrinación patriótica? (noviembre, 1935). *CITA.* Año II, (14), 7-8.

Se inaugurará la temporada de Andinismo en Puente del Inca (junio, 1933). *El Volante de Cuyo*. Año X, (s. d.), s. p.

Teatro Municipal. Edificio en peligro. (18/09/1920). *El Cóndor*. Año I, (10-11), s. p.

Termas de Cacheuta. (mayo, 1921). *Revista Mensual BAP.* Año IV, (42), 48.

Termas Hotel El Sosneado. Donde renace la vida (1949). [Folleto publicitario], s.p.

Termas Villavicencio (junio, 1940). *Revista Mensual BAP*, (271), 75.

Un «jueguito» muy cómodo. La lechuza. (27/05/1916). *La Tarde*, Mendoza , 1.

Una crítica, (agosto, 1925). *La Quincena Social,* Año VII, (151), 1.

Una excursión a Puente del Inca (14/04/1917). *Caras y Caretas*, (967), s.p.

Una maravilla del oeste argentino. Las termas de Villavicencio (enero, 1935) *CITA*. Año 1, (5), 31.

Villa Eva Perón (ex Las Cuevas). La obra arquitectónica de la FEP (marzo, abril, 1953). *Revista de Arquitectura*. Año XXXVIII, (370), 16-70.

Villavicencio (febrero, 1937). *CITA*. Año III, (29), 8.

NOTA: la consulta de los ejemplares de las revistas *Nuestra Arquitectura y Revista de Arquitectura*, fue posible por la digitalización y puesta en línea por la Universidad de Buenos Aires. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Centro de Documentación - Biblioteca "Prof. Arq. Manuel Ignacio Net". Buenos Aires, Argentina.

6.1.3. Memorias / informes de / para organismos oficiales

Cano, G. (1938). *Tres años de gobierno*. Mendoza: Imprenta Oficial.

Corominas Segura, R. (1942). *Labor de Gobierno, período 1938-1941*. Mendoza: Imprenta Oficial.

Corti, H. (1924). *Contribución al estudio de las aguas termominerales de Puente del Inca*. Ministerio de Agricultura de la Nación. Buenos Aires: Talleres Gráficos del Ministerio de Agricultura de la Nación. Obtenido desde https://repositorio.segemar.gov.ar/handle/308849217/641;jsessionid=BB889C6CF3CE4D216CC3FD54375B1F4D

de Thierry, M. (1915). *Ensayo de Clasificación de las aguas minerales de la República Argentina. Precedido de un estudio de conjunto sobre las aguas minerales y la crenoterapia.* Anales del Ministerio de Agricultura- Sección Geología, Mineralogía y Minería. Tomo X, Núm. 3. Buenos Aires: Talleres Gráficos del Ministerio de Agricultura.

Gobierno de Mendoza. (2015). *Anuario Estadístico de Turismo*. EMETUR. Disponible en: optsmendoza.blogspot.com.ar

Ministerio de Economía, Obras Públicas y Riego. (1948). *Las obras públicas que ha hecho y hace el gobierno de Mendoza.* Mendoza: Imprenta Oficial.

Ministerio de Obras Públicas de la Nación (1937). *Boletín de Obras Públicas de la República Argentina*, N°36.

Napp, R. (1876). XIII- Las aguas minerales. En *La República Argentina*. Buenos Aires: Sociedad Anónima, 237-256.

Oficina de Prensa e Informaciones del Poder Ejecutivo (1951). *Agua, Vivienda y Salud.* Buenos Aires: Peuser.

Oficina de Prensa e Informaciones del Poder Ejecutivo (1952). *Agua, Vivienda y Salud. Tres años de labor justicialista.* Buenos Aires: Peuser.

Picallo, F. (1948). *18 meses de gobierno. Documentación principal de la gestión administrativa del Poder Ejecutivo de la Provincia de Mendoza. Desde el 26 de mayo de 1946 hasta el 31 de diciembre de 1947. Bajo el gobierno del Sr. Faustino Picallo*. Tomo V. Mendoza: Imprenta Oficial.

Presidencia de la Nación Argentina. Secretaría técnica (1946). *Plan de Gobierno 1947-1951*. Tomo II. Interpretación Gráfica. Buenos Aires: Talleres Gráficos de la Penitenciaría Nacional.

Presidencia de la Nación. Subsecretaría de Informaciones (1953). *Segundo Plan Quinquenal, con acotaciones del Ministro de Asuntos Técnicos de la Nación.* Buenos Aires: s. d.

Provincia de Mendoza (1928). *Dos años de ministerio. Gobierno del Doctor Alejandro Orfila. Memoria presentada por el Ministro de Industrias y Obras Públicas Doctor José Aguilar a la Honorable Legislatura de Mendoza 1926-1927*. Buenos Aires: Colombatti y Cía. Ltda.

Vicchi, A. (1944). Labor gubernativa 1941-1944. Mendoza: Imprenta Oficial.

6.1.4. Álbumes, censos y otras publicaciones oficiales

Díaz Guzmán, J. M. (1949). *Índice general de leyes de la provincia: 1896 a 1946, ordenadas por número y por materia*. 2da. serie. Tomo VIII (1938-1949). Mendoza: GARLOP.

Dirección de Estadísticas de la Provincia de Mendoza. (1954). *Anuarios Estadísticos 1952-1954*. Mendoza: s. d.

Gobierno de Mendoza (1911a). Aguas minerales y balnearios de la provincia de Mendoza. Su análisis y su clasificación. - Aguas benéficas. - Los enfermos. - Milagros curativos. *Álbum Argentino Gloriandus. Provincia de Mendoza, su vida, su trabajo, su progreso.* Mendoza: Ed. Oficial.

---------- (1911b). Departamento de la Capital. Antecedentes históricos-Extensión-Límites-Población-Estadística comparativa-Ciudad de Mendoza. *Álbum Argentino Gloriandus. Provincia de Mendoza, su vida, su trabajo, su progreso.* Mendoza: Ed. Oficial.

---------- (1911c). Gran Balneario «Puente del Inca». *Álbum Argentino Gloriandus. Provincia de Mendoza, su vida, su trabajo, su progreso.* Mendoza: Ed. Oficial.

---------- (1911d) Apuntes de un viaje a Chile. Borrando las distancias. De Buenos Aires a Santiago de Chile en 38 horas. El Ferrocarril Buenos Aires al Pacífico.

Álbum Argentino Gloriandus. Provincia de Mendoza, su vida, su trabajo, su progreso. Mendoza: Ed. Oficial.

---------- (1915). *Anuario de la Dirección de Estadísticas de la Provincia de Mendoza, año 1914*. Mendoza: Ed. Oficial.

---------- (1938). *Recopilación de leyes*. Tomo I, Serie 2. Mendoza: Imprenta Oficial.

---------- (1941a). Recopilación de leyes. Tomo I, Serie 3. Mendoza: Imprenta Oficial.

---------- (1941b). Recopilación de leyes. Tomo II, Serie 3. Mendoza: Imprenta Oficial.

---------- (1948). Mensaje del Gobernador de la Provincia de Mendoza Don Faustino Picallo. Mendoza: Imprenta oficial.

---------- (1949). Mensaje del Gobernador de la Provincia de Mendoza Teniente Coronel de Intendencia (R) Blas Brisoli. Mendoza: Imprenta oficial.

---------- (1956). Anuario síntesis estadística y geográfico-económica. Instituto de Investigaciones Económicas y Tecnológicas. Mendoza: Imprenta Oficial.

Lloyd, R. (dir.) (1911). *Impresiones de la República Argentina en el Siglo Veinte. Su historia, gente, comercio, industria y riqueza.* Londres: Greater Britain Publishing Company Ltd.

Ministerio de Obras Públicas de la Nación. Administración General de Parques Nacionales y Turismo (1950). *Visión de Argentina*. Buenos Aires: Guillermo Kraft Ltda.

Morey, R. (1939). *Álbum de Mendoza. Reseña geográfica, histórica, cultural, política, comercial e industrial.* Mendoza: D´Accurzio.

Municipalidad de Mendoza (1904). *Primer Censo Municipal de Población con datos sobre Edificación, Comercio e Industria de la Ciudad de Mendoza.*

Poder Ejecutivo Mendoza. (1946). *Mensajes de S.E. el Señor Gobernador de la Provincia, Don Faustino Picallo*. Mendoza: Imprenta Oficial.

Provincia de Mendoza (1916) *Diario de Sesiones de la Cámara de Diputados, 8va. Reunión, 4ta. Sesión ordinaria*. Mendoza: Imprenta Oficial.

---------- (1925a). *Recopilación de Leyes*. Ministerio de Gobierno, Tomo IV. Mendoza: Best.

---------- (1925b). *Recopilación de Leyes*. Ministerio de Industrias y obras Públicas, Tomo I. Mendoza: Best, p. 4526.

---------- (1925c). *Recopilación de Leyes. Ministerio de Industrias y Obras Públicas (1896-1924*). Tomo XIII.

---------- (1935). *Diario de Sesiones del Honorable Senado. 19 de* setiembre. 14ª reunión. 13ª Sesión ordinaria. Mendoza: Best Hermanos.

---------- (1936). *Diario de Sesiones de la Honorable Cámara de Diputados. Sesiones ordinarias.* Tomo II. Octubre 2. 1ª reunión – Sesiones de prórroga. Mendoza: Best Hermanos.

---------- (1938). *Diario de Sesiones de la Honorable Cámara de Diputados.* 9 y 10 de diciembre. 38ª reunión. 7ª Sesión extraordinaria. Mendoza: Best Hermanos.

---------- (1939). *Diario de Sesiones de la Cámara de Diputados.* 28 y 29 de setiembre. 31ª reunión. 19ª Sesión ordinaria. Mendoza: Best Hermanos.

---------- (1940). *Diario de Sesiones del Honorable Senado. Período 1938-39*. 20ª reunión – 17ª Sesión ordinaria. Mendoza: Best Hermanos.

---------- (1941a). *Diario de Sesiones de la Honorable Cámara de Diputados. 15 de mayo.* 19ª reunión – 18ª Sesión extraordinaria especial. Mendoza: Best Hermanos.

---------- (1941b). Diario de Sesiones del Honorable Senado. 30 y 31 de octubre. 32ª reunión – 10ª sesión de prórroga. Mendoza: Best Hermanos.

---------- (1942). *Diario de Sesiones de la Honorable Cámara de Diputados*. 21/22/23 de setiembre. 26ª reunión – 25ª sesión ordinaria. Mendoza: Best Hermanos

6.1.5. Fuentes éditas

Empresa Explotadora Los Molles (1930). *Los Molles. Sinónimo de Salud. Hotel y balneario*. Buenos Aires: Est. Gráfico Rasso.

Peck, A. S. (1914). *La excursión sudamericana*. Londres: Hodder y Stoughton.

Pérez, F. (1890). *Guía de Mendoza para el primer semestre de 1890*. Año IV. Mendoza: Bazar Argentino.

Posada, A. (1912). *La República Argentina. Impresiones y Comentarios por Adolfo Posada, profesor en la Universidad de Madrid.* Madrid: Librería General de Victoriano Suárez.

S. A. Termas de Cacheuta (1932). *Libro de Oro de Cacheuta.* Buenos Aires: Cía. Gral. Fabril Financiera Talleres Gráficos.

6.1.6. Fuentes disponibles *on line*

Así es el nuevo museo sanmartiniano de Mendoza (2019, 21 de agosto). *Diario MDZ* [On line]. https://www.mdzol.com/cultura/2019/8/21/asi-es-el-nuevo-museo-sanmartiniano-de-mendoza-40919.html

De nuestros seguidores (2016, 8 de febrero). *Hotel Turismo de San Rafael (1954) hoy sede del Museo Municipal de historia Natural*. Muestra del Pasado de San Rafael. [Fotografía]. Facebook https://www.facebook.com/125247657679426/photos/a.408101859394003/435912026612986

Bac, J. C. (2018, 11 de junio). Breve historia de nuestra querida terminal de ómnibus. *Los Andes* [On line]. https://www.losandes.com.ar/breve-historia-de-nuestra-querida-terminal-de-omnibus-por-julio-cesar-bac/

Brizzi, B. (2017, 21 de febrero). Rosario S. de Larrechea de Zoubov. *MNAD twitter*. https://issuu.com/mnad/docs/011_rosario_s._de__larrechea_de_zub

EltreceTV (2010, 20 de enero). En el camino: La historia del hotel Los Molles [Video]. https://www.eltrecetv.com.ar/videos/telenoche/en-el-camino-la-historia-del-hotel-los-molles_004480

Gazzo, W. (2021, 6 de marzo). Conocé la historia de "Virgen de la Carrodilla" y "Canto a Mendoza", las canciones fundamentales de nuestra Vendimia. *Sitio Andino*, Mendoza.

Grupo Las Bóvedas-Tambillos Uspallata (2021, 13 de enero). Año 1927. Alta Montaña en HD [Vídeo]. Facebook. https://www.facebook.com/166756886848357/videos/1830485093794670

Izuel, M. E. (2013, 16 de febrero). Historia de San Rafael: hoteles termales en la región Sur. *Diario UNO* San Rafael [On line]. https://www.diariouno.com.ar/san-rafael/historia-san-rafael-hoteles-termales-region-sur-16022013_SkGrGGu-JH

Mercado, P. (2018, 18 de marzo). Emilio O. Schiffner. *Corazondearquitectura.blogspot.com.* Obtenido de: https://corazondearquitectura.blogspot.com/2018/03/emilio-o-schiffner.html

Nuestra Historia (s. f.). Lahuen Có Hotel-Termas. https://hotellahuenco.com.ar/historia/

Rostand, M. (2014, 21 de noviembre). Una increíble historia detrás de un aviso clasificado. *Sitio Andino* [On line]. https://www.sitioandino.com.ar/n/139735-una-increible-historia-detras-de-un-aviso-clasificado/

Sosa Baccarelli, N. (2014, 6 de agosto). Los Bauco: habitantes pioneros de Chacras. *Correveidile.* [On line]. https://www.correveidile.com.ar/2014/08/06/los-bauco-habitantes-pioneros-de-chacras/

Vendimia inolvidable de 1950: el mayor escenario y un homenaje único a San Martín (2021, 28 de febrero). *Los Andes* [On line]. https://www.losandes.com.ar/sociedad/vendimia-inolvidable-de-1950-el-mayor-escenario-y-un-homenaje-unico-a-san-martin/

6.2. BIBLIOGRAFÍA

6.2.1. Bibliografía sobre historia argentina

Ballent, A. (2005a). Kilómetro cero: la construcción del universo simbólico del camino en la Argentina de los años treinta. *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana Dr. Emilio Ravignani,* (27), 107-136.

---------- (2005b). *Las huellas de la política: vivienda, ciudad, peronismo en Buenos Aires, 1943-1955.* Buenos Aires: Ed. Universidad Nacional de Quilmes.

---------- (2008). Ingeniería y estado: la red nacional de caminos y las obras públicas en la Argentina, 1930-1943. *História, Ciencias, Saúde-Manguinhos, 15*(3), 15-43.

Barrancos, D. (2012). *Mujeres en la sociedad argentina: una historia de cinco siglos*. Buenos Aires: Sudamericana.

Belej, C. (2011). Entre el panamericanismo y el nacionalismo. Alfredo Guido y su mural para el Automóvil Club Argentino. *Papeles de Trabajo*. Revista electrónica del Instituto de Altos Estudios Sociales de la Universidad Nacional de General San Martín. Año 4, (7), 93-113.

Bruno, P. [Paula]. (2007). Un balance acerca del uso de la expresión generación del 80 entre 1920 y 2000. *Secuencia*, (68), 115-161.

Cicalese, G. (2018). *La Nación Argentina justa, libre, soberana: un atlas nacional para representar el mundo peronista. Un ensayo de interpretación.* Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata. Disponible en http://nulan.mdp.edu.ar/2958/

Cirvini, S. (2004). *Nosotros los arquitectos: campo disciplinar y profesión en la Argentina moderna*. Mendoza: Zeta.

Echarri, F. J. (2015). Los Vélaz en Argentina: su contribución al desarrollo productivo y comercial. En *Azcona Pastor, J. M. (ed.). Identidad y estructura de la emigración vasca y navarra hacia Iberoamérica siglos (XVI-XXI): Redes sociales y desarrollo socioeconómico* (pp. 270-286). Aranzadi Thomson Reuters.

Fallace, M. (2010). *Alemanes en la arquitectura argentina-Deutsche Architektur in Argentinien.* 1a ed. – Buenos Aires: Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto.

García Heras, R. (1985). *Automotores norteamericanos, caminos y modernización urbana en la Argentina, 1918-1939*. Buenos Aires: Libros de Hispanoamérica.

Gerchunoff, P. y Antúnez, D. (2001). De la bonanza peronista a la crisis de desarrollo. En T*orre, J. C. (Dir.). Nueva Historia Argentina. Tomo VIII: Los años peronistas (1943-1955)* (pp. 125-205). Buenos Aires: Sudamericana.

Gómez, T., y Tchordonkian, S. (2016). En torno al sistema de transportes en la Argentina. Caminos y vías férreas, 1930-1950. *TST Transportes, Servicios y telecomunicaciones*, (30), 48-79.

Gorelik, A. y Ballent, A. (2001). *País urbano o país rural: La modernización territorial y su crisis*. *En: Cattaruzza, A. (dir.). Nueva Historia Argentina. Tomo VII: Crisis económica, avance del Estado e incertidumbre política (1930-1943).* Buenos Aires: Sudamericana.

Korol, J. C. (2001). La Economía. *En: Cattaruzza, A. (dir.). Nueva Historia Argentina. Tomo VII: Crisis económica, avance del Estado e incertidumbre política (1930-1943).* Buenos Aires: Sudamericana.

Liernur, J. (2004). *Arquitectura en la Argentina del siglo XX. La construcción de la modernidad.* Fondo Nacional de las Artes. Buenos Aires: Artes gráficas Corin Luna.

Liernur, J., Aliata, F., Crispiani, A., y Silvestri, G. (2004). *Diccionario de Arquitectura en la Argentina*. Buenos Aires: AGEA.

Novick, A. y Rojas, M. (2004). Sánchez, Lagos y de la Torre. En Liernur, J. F., Aliata, F., Crispiani, A., y Silvestri, G. *Diccionario de Arquitectura en la Argentina*. Tomo S-Z. Buenos Aires: AGEA.

Romero, J. L. (2007). *Latinoamérica. Las ciudades y las ideas.* 2ª ed. Buenos Aires: Siglo XXI.

Stawski, M. (2005). *El Populismo paralelo: política social de la Fundación Eva Perón (1948- 1955).* X Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Escuela de Historia de la Facultad de Humanidades y Artes, Universidad Nacional del Rosario. Departamento de Historia de la Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional del Litoral, Rosario.

6.2.2. Bibliografía sobre historia del Turismo

Ballent, A. (2002). El peronismo y sus escenarios: la operación territorial de Ezeiza (1944-1955). *Entrepasados, 11*(22), 7-25.

---------- (2016). El Estado como problema: el Ministerio de Obra Públicas y el centro de Buenos Aires durante la presidencia de Agustín P. Justo, 1932-1938. *Estudios del hábitat*, 14(2), 1-19.

Bartolucci, M., Booth, R., Cáceres, G., da Cunha, N., Pastoriza, E., Sabatini, F. y Zuppa, G. (2002). *Las puertas al mar: consumo, ocio y política en Mar del Plata, Montevideo y Viña del Mar*. Mar del Plata: Editorial Biblos.

Bruno, P. (2010). Los hoteles de turismo (1930-1955): piezas claves del territorio turístico de la Argentina. *Registros. Revista de Investigación Histórica*, (9), 54-80.

Bruno, P. y Lemme, A. (2010). Turismo, territorio y paisaje en la costa bonaerense argentina, 1920-1940. *Estudios y perspectivas en turismo, 19*(1), 45-62. http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V19/v19n1a%2003.pdf

Cunha, M. (2007). Hotel Architecture in Portugal. *En Pereira, M. S. (ed.). A Portrait of State-of-the-Art Research at the Technical University of Lisbon.* Lisboa: Springer Netherlands.

Garazi, D. (2020). *El revés de las vacaciones: Hotelería, trabajo y género. Mar del Plata, segunda mitad del siglo XX.* 1a ed. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes. Libro digital, PDF. Disponible en https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/2251

González B., M. y Leloutre, S. P. (2020). Distinción, descanso y confort: los grandes hoteles como avanzada de la Argentina turística (1886-1914). *Claves. Revista de Historia*, 6(10), 7-35.

Khatchikian, M. (2000). *Historia del turismo*. Escuela Profesional de Turismo y Hotelería. Lima: Universidad de San Martín de Porres.

Lacoste, P. (comp.) (1998). *Grandes obras de Mendoza. Aportes para el estudio de la historia del turismo y la Ingeniería*. Mendoza, Diario UNO.

Lacoste, P., y Castro Pino, J. (2021). Cultura y turismo del vino en la revista *En Viaje* (Chile, 1933-1973). *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional,* (31), 57, 1-29.

Larrinaga R., C. (2002). El turismo en la España del siglo XIX. *Historia contemporánea*, 25, 157-179.

---------- (2005). A Century of Tourism in Northern Spain, 1815-1914. *En: Histories of Tourism.* Bristol: Chanel View Press, pp.88-103.

---------- (2007). El turismo y la ciudad de San Sebastián en la edad contemporánea. Un análisis en el largo plazo. En: *Il turismo e la cittá tra XVIII e XIX secolo. Italia e Spagna a confront*, 108-126.

---------- (2011). Termalismo y turismo en la España del siglo XIX, en: *La evolución de la industria turística en España e Italia.* Encuentro de Historia Económica 6º Palma de Mallorca, 569-608.

Larrinaga R., C. y Pastoriza, E. (2009). Dos balnearios atlánticos entre el fin de siglo y la crisis del treinta, San Sebastián y Mar del Plata: un ejercicio comparativo. *Historia contemporánea*, (38), 277-310.

Löfgren, O. (1999). *On holiday: a history of vacationing.* Berkeley: University of California Press.

Lolich, L., Vejsbjerg, L., Weibel, H., y Cherubini, G. P. (2013). Estado y paisaje. Estudio comparativo de la arquitectura hotelera desde una perspectiva binacional, *en: María Andrea Nicoletti y Paula Nuñez (comp.). Araucanía Norpatagonia: La territorialidad en debate*, 55-80.

Navarro Floria, P. (2008). El proceso de construcción social de la región del Nahuel Huapi en la práctica simbólica y material de Exequiel Bustillo (1934-1944). *Revista Pilquen. Sección Ciencias Sociales*, *10*(1), 1-14.

Nicoletti, M. Andrea y Nuñez, Paula (comps.). *Araucanía-Norpatagonia: la territorialidad en debate. Perspectivas ambientales, culturales, sociales, políticas y económicas,* Bariloche, IIDYPCA-CONICET/UNRN, 32-53.

Ospital, M. S. (2005). Turismo y territorio nacional en Argentina. Actores sociales y políticas públicas, 1920–1940. *Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe*, 16(2), 63-84. http://eial.tau.ac.il/index.php/eial/article/view/346

Pastoriza, E. (2008a). El turismo social en la Argentina durante el primer peronismo. Mar del Plata, la conquista de las vacaciones y los nuevos rituales obreros, 1943-1955. *Nuevo Mundo Mundos Nuevos, Debates* [En línea]. http://nuevomundo.revues.org/36472

---------- (2008b). Estado, gremios y hoteles. Mar del Plata y el peronismo. *Estudios Sociales, 34*(1), 121-147.

---------- (2018). Memoria obrera y turismo. Las vacaciones populares durante el Primer peronismo: el caso del complejo turístico Chapadmalal. *Pasado Abierto*, *4*(8), 115-140.

---------- (2020). Consumo y ocio de los trabajadores. Hotelería sindical en la Argentina (1940-1990). *Transportes, Servicios y Telecomunicaciones*, *41*, 167-188.

Pastoriza, E. y Piglia, M. (2012). Asociaciones civiles, empresas y Estado en los orígenes del turismo argentino. *Anuario IEHS*, 27, 393-416.

Pastoriza, E. y Schenkel, E. (2020). Viejas y nuevas miradas sobre el turismo social. El impacto de la Ley Nacional de Turismo, en*: Amadasi, Enrique y López Ibáñez, José Luis. El turismo en la Argentina desde 2005: una mirada desde la Ley Nacional de Turismo, pp. 199-221.* T. 2. Neuquén: EDUCO - Universidad Nacional del Comahue. Libro digital, EPUB Archivo Digital.

Pastoriza, E. y Torre, J. C. (2019) *Mar del Plata, un sueño de los argentinos*. Buenos Aires: Edhasa.

Piglia, M. (2011a). Automóviles, nafta y caminos: los vínculos entre el Automóvil Club Argentino y el Estado en los años treinta. *Entrepasados*, (36,37), 155-174.

---------- (2011b). The awakening of tourism: the origins of tourism policy in Argentina, 1930–1943. *Journal of Tourism History*, 3(1), 57-74.

---------- (2012). En torno a los parques nacionales: primeras experiencias de una política turística nacional centralizada en la Argentina (1934-1950). *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, *10*(1), 61-73.

---------- (2018). Poder aéreo y concurrencia regulada: las raíces de la política aérea argentina, 1935-1966. *Revista de Gestión Pública,* 7(1), 77-105.

---------- (2019). *Autos, rutas y turismo: el Automóvil Club Argentino y el Estado*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

Piglia, M. y Pastoriza, E. (2017). La construcción de políticas turísticas orientadas a los sectores medios durante el primer peronismo: Argentina 1946-1955. *Licere, 20*(1), s.p.

Raffa, C. y Pastor, G. (2012). Representaciones, turismo y Estado: imágenes y discursos en torno de los paisajes culturales de Mendoza (Argentina). *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural,* 10(5), 467-476.

Scarzanella, E. (1998) El ocio peronista: vacaciones y "turismo popular" en Argentina (1943-1955). *Entrepasados,* (14), 65-84.

Schlüter, R. G. (2003). El Turismo en Argentina: del balneario al campo. Buenos Aires: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Buenos Aires: Talleres CPC.

Schlüter, R. G. y Winter, G. (2003). Turismo: Una perspectiva empresarial. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Buenos Aires: Talleres CPC.

Schlüter, R. G. (2008). *Turismo: una visión integradora.* Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Buenos Aires: Talleres CPC.

Silvestri, G. (1999). Postales Argentinas. *En: Altamirano, C. La Argentina en el siglo XX.* Buenos Aires: UNQ, pp.111-135.

---------- (2011). *El lugar común. Una historia de las figuras de paisaje en el Río de la Plata.* Buenos Aires: Edhasa.

Solís, J. C. (2001). Las topografías médicas: revisión y cronología. *Asclepio*, 53(1), 213- 144.

Torre, J. C. y Pastoriza, E. (2002). La democratización del bienestar. *En: Torre Juan Carlos (dir.) Los años peronistas. Col. Nueva Historia Argentina* (pp. 257-312). Buenos Aires: Sudamericana.

Troncoso, C., y Lois, C. (2004). Políticas turísticas y peronismo. Los atractivos turísticos promocionados en Visión de Argentina (1950). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 2*(2), 281-294.

6.2.3. Bibliografía sobre historia general de Mendoza

AAVV (1996). Historia contemporánea de Mendoza a través de sus gobernadores. Tomo I (1932-1966). Junta de Estudios Históricos de Mendoza. Mendoza: ARTES GRÁFICAS UNIÓN.

Bragoni, B. (2007). Un linaje de notables del interior argentino en el proceso de unificación política: los Civit de Mendoza. *Entrepasados*, *16*(31), 13-34.

Caroglio, A. V. (2009). Las contiendas electorales bajo la égida demócrata, Mendoza, 1931-1937. *Estudios: Centro d Estudios Avanzados, (22),* 77-104.

Cuadra Z., E. (1998). *Gobernador Carlos Horacio Evans*. Mendoza: INCA EDITORIAL y Talleres Gráficos Cooperativa de Trabajo Ltda.

Cueto, A., Romano, A. y Sacchero, P. (1991) *Historia de Mendoza, desde los primitivos habitantes hasta nuestros días.* Mendoza: Ed. Diario Los Andes.

Cueto, A., Giamportone, T. y Micale, A. (1992). *Historia Institucional de Mendoza. El Poder Ejecutivo. Los Ministerios. Tomo I: Gobierno y Hacienda*. Mendoza: Ediciones Culturales de Mendoza.

Cremaschi, V. (2015b). Ideas estéticas de los plásticos de Mendoza (Argentina) en la década de 1930. El grupo de gente de Artes y Letras La peña. *Káñina, 39*(2), 265-276.

Gago, A. (2004) La economía: de la encomienda a la moderna industria mendocina. *En A. Roig, P. Lacoste, y M. C Satlari (comp.), Mendoza, cultura y economía.* Mendoza: Caviar Bleu, 17-56.

Garzón Rogé, M. (2012). Prácticas políticas en la construcción del partido peronista. Mendoza, 1946-1948. *Estudios Sociales. Revista Universitaria Semestral, 42*(1), 91-118.

---------- (2013). Una mise en scène peronista provincial: discursos, imaginarios y performances del gobierno de Blas Brísoli en Mendoza. *En: Macor, D. y Tcach, C. (eds.). La invención del peronismo en el Interior del país.* Santa Fe: Ediciones UNL.

Girini, L. (2006). *La Enoteca. Patrimonio de la tierra del vino.* Mendoza: Fondo Vitivinícola de Mendoza.

Lacoste, P. (1994). *La Unión Cívica Radical en Mendoza y en la Argentina (1890-1946).* Mendoza: Ediciones Culturales de Mendoza.

Magnani, A. E. (2011). *Club Andinista Mendoza. Sus primeros 25 años en la exploración y conquista de nuestras montañas (1935-1960)*. Tomo I. Mendoza: Zeta.

Mateu, A. M. (2004) Entre el orden y el progreso (1880-1920). En *A. A Roig, P. Lacoste, y M. C Satlari (comp.), Mendoza, a través de su historia* (pp. 247-288). Mendoza: Caviar Bleu.

Oviedo, J. E. (2010). *El Periodismo en Mendoza. Historia del Periodismo Argentino.* Volumen V. Academia Nacional de Periodismo. Buenos Aires: Impresiones Dunken.

Ponte, J. R. (1999). *La fragilidad de la memoria. Representaciones, prensa y poder de una ciudad latinoamericana den tiempos del modernismo. Mendoza, 1885-1910*. Mendoza: Ediciones Fundaciones CRYCIT.

Puig, R. H. (2006). *Las calles cuentan su historia: así creció Mendoza*. Tomo 1. 1ª ed. Mendoza: Signo Gráfica.

Richard-Jorba, R. (2011). Los gobiernos lencinistas en Mendoza. Salud pública y vivienda popular, 1918-1924. *Avances del Cesor*, (8), 31-62.

---------- (2013). Somos el Pueblo y la Patria: El populismo lencinista en Mendoza frente al conflicto social y la prensa: discursos, representaciones y acciones, 1917-1919. *Revista de historia americana y argentina*, *48*(1), 11-54 .

Romero Day, R. (2011-2012). Frank Romero Day. Familia, actuación e impronta en Mendoza. *Revista de la JEHM*, 3ra.época, (10-11), 15-30.

Videla de Rivero, G. (2000). *Revistas culturales de Mendoza 1905-1977.* Serie Documentos y Testimonios. Mendoza: EDIUNC.

6.2.4. Bibliografía sobre historia material de Mendoza

Aguerregaray, R. (2017). Fahnoe, Ib Manuel. En: *Raffa, C. Arquitectos en Mendoza. Biografías, trayectorias profesionales y obras (1900-1960)* (pp. 130-131). IHA- FFyL-UNCUYO. https://bdigital.uncu.edu.ar/9327

Bianchi, P. (2019). La edilicia hotelera en Mendoza (Argentina) impulsada por las leyes de fomento del turismo, durante el período neoconservador (1932-1943). *Registros. Revista de Investigación Histórica, 15*(2), 29-51.

---------- (2022). El Pabellón 24 de la Feria de América (1954): una aproximación en clave biográfica. *Arquitecturas del Sur, 40*(61), 102–117. https://doi.org/10.22320/07196466.2022.40.061.07

Bianchi, P. y Raffa, C. (2018). Arquitectura para el turismo (1936-1943). *La construcción del destino Mendoza y el análisis de sus discursos promocionales.* Ponencia presentada a la XXVI Jornadas de Jóvenes Investigadores, AUGM. 17-19 de octubre. UNCuyo, Mendoza. Disponible en: https://bdigital.uncu.edu.ar/fichas.php?idobjeto=12994

Bianchi, P. y Villalobos, A. M. (2019). La modernidad en Mendoza (1890-1930): el enclave Cacheuta como testimonio de montaña. *Anales de Investigación en Arquitectura, 9*(2), 69-88. https://doi.org/10.18861/ania.2019.9.2923

Bórmida, E., Villalobos, A. M. y Ellena, L. (1990). *Los italianos en la construcción de Mendoza después del terremoto de 1861*. Revista de la Universidad de Mendoza.115-135. Mendoza: IDEARIUM.

Bórmida, E. y Moretti, G. (2005). *Guía de Arquitectura de Mendoza*. Sevilla: Junta de Andalucía.

Cirvini, S. (1996). El parque del oeste. De paseo aristocrático a parque popular*. En: AAVV. Centenario Parque General San Martín. 1896-1996.* Ministerio de Ambiente y Obras Públicas de Mendoza. Mendoza: Zeta Editores.

Cirvini, S. y Manzini, L. (2010). Las casas de la Constructora Andina. *Revista de Historia Americana y Argentina*, (45) (Tercera época), 135-175.

Cremaschi, V. (2015a) Hoteles monumentales El impulso al turismo durante los gobiernos demócratas en la provincia de Mendoza, Argentina. (1930-1943). CAIANA, Revista de Historia del Arte y Cultura Visual del Centro Argentino de Investigadores de Arte (CAIA). No. 6 -1er. semestre 2015, 101-118.

Cremaschi, V. (2021). El estilo neocolonial en Mendoza, Argentina, en la primera mitad del siglo XX. Obras e ideas sobre la arquitectura de tendencia hispánica. *Revista de Historia Americana y Argentina, 56* (2), 139-166. https://doi.org/10.48162/rev.44.014

Durá G., I. (2017). Pablo Widmer. En Raffa, C. (dir.), *Arquitectos en Mendoza. Biografías, trayectorias profesionales y obras (1900-1960).* TOMO 1, Mendoza, IHA-FFyL-UNCUYO, 120-123. Disponible en: https://bdigital.uncu.edu.ar/9327

Favre, P. (1997). Historia del Casino y el Hotel Plaza. La Manzana de las Luces. *Primera Fila*, (94), 54-58.

Favre, P. (2017). *Itinerarios monumentales: catálogo de escultura pública en Mendoza.* 1a ed. ilustrada. Facultad de Filosofía y Letras, UNCUYO. Mendoza: Ediciones Culturales de Mendoza.

Lacoste, P. (1997). La ruta internacional de Mendoza a Chile por el paso «Los Libertadores» a través de la prensa (1923-1961): aportes para el estudio de la integración binacional. *Cuadernos de Historia*, (17), 203-221.

---------- (2000). *El Ferrocarril Trasandino. Un siglo de transporte y política entre Argentina y Chile.* Santiago: Centro de Investigaciones Diego Barros Arana.

---------- (2003). El Ferrocarril Trasandino y la invención de la montaña como espacio social. *Entrepasados, 24,* 177-198.

---------- (2004). Vida social en los Andes Centrales Argentino-Chilenos: hoteles de turismo, centros termales y deportes de alta montaña (1883-1939). *Historia y Geografía*, 18, 914-936.

---------- (2013). *El Ferrocarril Trasandino y el desarrollo de los Andes Centrales argentino-chilenos, 1872-2013.* Editorial IDEA.

Lucchesi, A., Sala, C., Sales, R. y Scaramella, M. (2013). Arquitectura moderna en Argentina: el Automóvil Club Argentino y la representación del poder (1935-1946). *Arquitecturas del Sur,* (43), 92-107.

Luis, N. (2018). Estado sanitario y democratización de servicios: la extensión de la red de agua potable y cloacal en Mendoza durante el período de los gobiernos lencinistas (1918-1928). En *La alpargata en el espacio público. Los efectos de la política lencinista en el espacio público mendocino (1918-1928)* (tesis doctoral inédita).

Luis, N. (2020). Agua potable y red cloacal. La extensión de los servicios sanitarios en Mendoza durante las gobernaciones lencinistas (1918-1928). *Revista de Historia Americana y Argentina*, *55*(1), 115-153.

Luis, N. y Bianchi, P. (2021, 4 de diciembre). *Red vial y turismo de montaña. Mendoza en las primeras décadas del siglo XX.* Ponencia presentada al XVIII Encuentro de Geografías de América Latina. Construyendo saberes emancipatorios. EGAL – Red de Geografía de universidades públicas argentinas.

Luis, N. y Esteves, M. (en prensa). Técnica y política en la construcción sismorresistente de Mendoza en la década del `20. La acción del Estado en los casos de Costa de Araujo y Villa Atuel. *Estudios Sociales del Estado*.

Manzini, L. (2011). *Las bodegas vitivinícolas en Mendoza, Argentina (1850–1950). Un aporte histórico arquitectónico para la lectura del significado cultural del patrimonio vitivinícola americano.* Alemania. Editorial Académica Española.ISBN 978-3-8465-6198-0.

Morales G., F. (1943). *Villavicencio a través de la historia*. Mendoza: Peuser.

Moretti, G. (2014). Cemento, petróleo y paternalismo industrial en Mendoza (1930-1994). *Labor e Engenho, 8*(4), 17-34.

Moretti, G. (2015). Pedro Ribes, de “dibujante-proyectista” a “empresario-constructor”. Mendoza (1932–1962). *Registros. Revista de Investigación Histórica*, (12), 53-74.

Moretti, G.; Lucchesi, A.; Scaramella, M.; Sala, C. y Sales, R. (2016). Paisajes industriales y Arquitectura Moderna. Presencia e imagen de YPF y el ACA en Mendoza. *Revista de las Facultades de Arquitectura e Ingeniería,* (1), 1-21.

Moretti, G. (2017a). Ernesto Schiffrin. En Raffa, C. (dir.), *Arquitectos en Mendoza. Biografías, trayectorias profesionales y obras (1900-1960).* TOMO 1, Mendoza, IHA-FFyL-UNCUYO, 220-222. Disponible en: https://bdigital.uncu.edu.ar/9327

---------- (2017b). Lino Martinelli. En Raffa, C. (dir.), *Arquitectos en Mendoza. Biografías, trayectorias profesionales y obras (1900-1960).* TOMO 1, Mendoza, IHA-FFyL-UNCUYO, 154-157. Disponible en: https://bdigital.uncu.edu.ar/9327

Pastor, G. y Raffa, C. (2013). Huellas de relatos en movimiento. Los patrimonios emergentes del itinerario argentino-chileno de casas de postas: la ruta mendocina.

Ponte, J. (2007). *Mendoza, aquella ciudad de barro. Ilustrado: historia de una ciudad andina desde el siglo XVI hasta nuestros días*. Mendoza: CONICET

Quiroga, W. (2012). *Feria de América: vanguardia invisible*. Mendoza: Fundación del Interior.

Raffa, C. (2012). Ideología y ciudad: imaginarios nacionalistas sobre el espacio público mendocino (1929-1931). *Andinas Revista de Estudios Culturales*, 1, 6-19.

---------- (2016). *Plazas fundacionales: el espacio público mendocino entre la técnica y la política 1910-1943.* (1a ed. Ilustrada). Guaymallén. Libro Digital. https://bdigital.uncu.edu.ar/9256?fbclid=IwAR0UQzqIPxLvUXnN3aKXXNikXJ8BRzt0tH85gvnBAWbI9OgIKJ9IOpykmWs

---------- (2017). Arístides Cottini. En: *Raffa, C. (dir.), Arquitectos en Mendoza. Biografías, trayectorias profesionales y obras (1900-1960) (pp. 115-117).* TOMO 1, Mendoza, IHA-FFyL-UNCUYO, 120-123. Disponible en: https://bdigital.uncu.edu.ar/9327

---------- (dir.). (2017). *Arquitectos en Mendoza. Biografías, trayectorias profesionales y obras. Tomo 1***,** Mendoza, Instituto de Historia del Arte, Universidad Nacional de Cuyo. [Libro Digital, PDF]. https://bdigital.uncu.edu.ar/fichas.php?idobjeto=9327

---------- (2018a). El avance del Estado: arquitectura y políticas públicas en el territorio (Mendoza-Argentina, 1932-1943). *Avances del Cesor, 15*(19), 25-47.

---------- (2018b). Turismo social: entre simbolismos y materializaciones. En: *Raffa, C. y Hirschegger, I. (dir.). Proyectos y concreciones: obras y políticas públicas durante el primer peronismo en Mendoza (1946-1955)*. 1a Ed. ilustrada. Mendoza: Universidad Nacional de Cuyo. Secretaría de Ciencia, Técnica y Posgrado, 172-197.

---------- (dir.). (2019). *Arquitectos en Mendoza. Biografías, trayectorias profesionales y obras. Tomo 2***,** Mendoza, Instituto de Historia del Arte, Universidad Nacional de Cuyo. [Libro Digital, PDF]. https://bdigital.uncu.edu.ar/fichas.php?idobjeto=13376

---------- (2020a*). Construir Mendoza. Obras y políticas púbicas en el territorio (1932-1943).* Universidad Nacional de Cuyo. Facultad de Filosofía y Letras. Mendoza: Instituto de Historia del Arte. Dirección URL del libro: https://bdigital.uncu.edu.ar/15153

---------- (2020b) El turismo como estrategia del Estado: visiones políticas y aportes técnicos en Mendoza (1936-1943). *Anuario de la Escuela de Historia Virtual*, (17), 104-127.

Raffa, C. y Hirschegger, I. (dir.) (2018). *Proyectos y concreciones: obras y políticas públicas durante el primer peronismo en Mendoza (1946-1955)*. 1a Ed. ilustrada. Mendoza: Universidad Nacional de Cuyo. Secretaría de Ciencia, Técnica y Posgrado. Libro Digital, PDF. Disponible en: https://bdigital.uncu.edu.ar/11476

Raffa, C. y Luis, N. (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, 7*(2), 146-172.

Raffa, C. y Marchionni, F. (2011). El patrimonio efímero y la representación del trabajo: pabellones de exposiciones y escenarios vendimiales en Mendoza (Argentina), 1950-1955. *Anales 9º Seminario DOCOMOMO Brasil.* Obtenido de https://docomomo.org.br/wp-content/uploads/2016/01/004_M27_OR-El-patrimonio-efimero-y-la-representacion-del-trabajo-ART_cecilia_raffa.pdf

Ramos, V.; Cegarra, M.; Pérez, D. y Miranda, F. (2008). Puente del Inca. Ingeniería Natural. En Ardolino, A. y Lema, H. (Coord.). *Sitios de Interés Geológico de la República Argentina*. Instituto de Geología y Recursos Minerales. Servicio Geológico Minero Argentino, Anales 46, I. Buenos Aires: CSIGA.

Seisdedos, S. (2009). El ferrocarril transandino. ARQ (Santiago), (71), 50-57.

6.2.5. Bibliografía teórico-metodológica

Agulhon, M. (2016). *Política, imágenes, sociabilidades: de 1789 a 1989*, vol. 115, Prensas de la Universidad de Zaragoza.

Banchs, M. A. (1994). Deconstruyendo una deconstrucción: lectura de Ian Parker (1989) a la luz de los criterios de Parker y Shotter (1990). *Papers on social representations*, *3*, 52-74.

---------- (2000). Aproximaciones procesuales y estructurales al estudio de las representaciones sociales. *Papers on Social Representations*, 9, 1-15.

Barthes, R. y Akçakaya, R. (2009). *La cámara lúcida*. Barcelona: Paidós.

Benedetti, A., y Laguado, I. (2013). El espacio fronterizo argentino-chileno. Definición de categorías operativas y primera aproximación descriptiva. En *Fronteras, territorios y montañas. La cordillera de los Andes como espacio cultural*, 451-483.

Berghoff, H. y Korte, B (2002). *Britain and the making of modern tourism: an interdisciplinary approach*, citado por Walton. *Aproximación a la historia del turismo en el Reino Unido, siglos XVIII-XX,* en: *Historia Contemporánea*, (25), 65-82.

Berman, M. (1988) *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad.* Madrid: Siglo XXI.

Boyer, M. (20002). El turismo en Europa, de la edad moderna al siglo XX. *Historia Contemporánea*, 25, 13-31.

Bourdieu, P. (1998). *La distinción: criterio y bases sociales del gusto.* Madrid: Taurus.

Carbonari, M. R. y Carini, G. (2020) Hacer la historia local y regional hoy. En: *Carbonari et al., Historia local y regional: balances y agenda de una perspectiva historiográfica*, Río Cuarto: UniRío Editora, 7-14.

Cea D´Ancona, M. A. (1996). El uso de fuentes documentales y Estadísticas. En: *Metodología Cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social,* Proyectos de Editorial Síntesis Sociológica. Madrid.

Cirvini, S., Gómez, J. A., Manzini, L., Raffa, C., Angeleri, F. y Marchionni, F. (2009). Patrimonio arquitectónico del área metropolitana de Mendoza y desarrollo local. Jornadas "El uso turístico del patrimonio como recurso para el desarrollo local", 1.

Chartier, R. (1991). *El mundo como representación. Historia cultural: entre práctica y representación.* Barcelona: Gedisa

Corbin, A. (1993). *El territorio del vacío. Occidente y la invención de la playa.* Milán: Mondadori.

---------- (2019). *Historia del silencio. Del Renacimiento hasta nuestros días* (trad. de Jordi Bayod). Barcelona: Acantilado.

de Pisón, E. M. (2012). La montaña simbólica. *Cuadernos Geográficos*, (51), 8-17.

Eco, U. (1981). *La estructura ausente. Introducción a la Semiótica.* Barcelona: Ed. Lumen.

--------- (2000). *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Ed. Lumen.

Fitz Canca, M. J. (2001). Análisis documental y fotografía histórica. *Patrimonio Histórico: Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, 34, 232-241.

Frampton, K., y Sainz, J. (2000). *Historia crítica de la arquitectura moderna*. Barcelona: Gustavo Gili.

García Gutiérrez, A. (1990) *Suficiencia estructural y tipología de la omisión en el análisis documental*. *Documentación de las Ciencias de la Información.* Madrid: Universidad Complutense, (13), 73-86.

Giménez, G. (2000). Territorio, cultura e identidades. La región sociocultural. *Cultura y Región.* Bogotá, CES-Universidad Nacional, 55-69.

---------- (2001). Cultura, territorio y migraciones. Aproximaciones teóricas. *Alteridades*, (22), 5-14.

Jodelet, D. (1984). Réflexions sur le traitement de la notion de représentation sociale en psychologie sociale. *Communication. Information Médias Théories*, *6*(2), 14-41.

---------- (1986). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En *Moscovici, S. (Comp.), Psicología Social II.* Barcelona: Paidós, 469-494.

---------- (2003). Pensamiento social e historicidad. *Relaciones. Estudios de historia y sociedad*, 24(93), 98-113.

---------- (2008). El movimiento de retorno al sujeto y el enfoque de las representaciones sociales. *Cultura y representaciones sociales*, *3*(5), 32-63.

Lara López, E. (2005). La fotografía como documento histórico, artístico y etnográfico: una epistemología. *Revista de Antropología Experimental.* Andalucía; Universidad de Jaén [en línea], (5), 1-28.

Man, R. (2020). Diálogos, problemas y perspectivas metodológicas en los estudios regionales y locales. Registros culturales comparados sobre el ámbito regional santafesino. En: *Carbonari et al., Historia local y regional: balances y agenda de una perspectiva historiográfica*, Río Cuarto: UniRío Editora, 67-82.

Montaña, E. (2008). Las disputas territoriales de una sociedad hídrica. Conflictos en torno al agua en Mendoza, Argentina. *Revista Iberoamericana de Economía Ecológica (REVIBEC),* 9, 1-17.

Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público.* Buenos Aires: Huemul.

---------- (1981). On social representations. *Social cognition: Perspectives on everyday understanding, 8*(12), 181-209.

---------- (1988). Notes towards a description of social representations. *European Journal of Social Psychology*, *18*(3), 211-250.

Nogué, J. (2007). El paisaje como constructo social. En: Nogué, J. y Noguâe i Font, J. (eds.). *La construcción social del paisaje*. Madrid: Biblioteca Nueva, 11-24.

Oszlak, O. (2006). Burocracia estatal: política y políticas públicas. *POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político*, (11), 11-56.

Pastoriza, E. (2011). *La Conquista de Las Vacaciones: breve historia del turismo en la Argentina*. Buenos Aires: Edhasa.

Pastoriza, E. y Campodónico, R. (2020). Introducción al Tema Central N° 10. Historia y Turismo: una perspectiva rioplatense. *Claves. Revista de Historia, 6*(10), 1-5.

Perera Pérez, M. (2003). *A propósito de las representaciones sociales: apuntes teóricos, trayectoria y actualidad*. La Habana, CD Caudales, CIPS.

Piovani, J. I. (2010). La Observación. En: Marradi, A.; Archenti, N. y Piovani, J. I. *Metodología de las Ciencias Sociales.* Buenos Aires: Emecé.

Raffa, C. (2020c). Lo local en la construcción de una Historia de la Arquitectura nacional: Mendoza como caso de estudio. En: *Carbonari et al., Historia local y regional: balances y agenda de una perspectiva historiográfica*, Río Cuarto: UniRío Editora, 127-153.

Raffestin, C. (2011). *Por una geografía del poder.* Michoacán: El Colegio de Michoacán.

Roig, A. A. (1993). *Historia de las ideas, Teoría del discurso y pensamiento latinoamericano.* Colombia: USTA.

Roig, A. A. (s. a.). La teoría del discurso y la investigación de lo ideológico. En: Roig, A. A. *Narratividad y Cotidianeidad.* Ecuador: Quipus.

Salazar Vargas, C. (2012). La definición de política pública. *Bien Común*, 18, 47-52.

Sautu, R. (2003). *Todo es teoría: objetivos y métodos de investigación.* Buenos Aires: Lumiere.

Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P. y Elbert, R. (2005). *Manual de metodología: construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. CLACSO.

Sierra Bravo, R. (1997). *Técnicas de investigación social: teoría y ejercicios* (vol. 14). Madrid: Paraninfo.

Tedeschi, E. (1972). *Teoría de la arquitectura.* Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.

Urry, J. y Larsen; J. (2011) *The tourist gaze 3.0.* London, Sage Publications.

Valle Gastaminza, F. (1999). Dimensión documental de la fotografía. *En: Manual de documentación fotográfica.* Madrid: Síntesis.

---------- (2002). Perspectivas sobre el tratamiento documental de la fotografía. En: *Imagen, cultura y tecnología: Primeras Jornadas*: [Madrid, 1 al 5 de julio], Archiviana.

Valles, M. (1999). La investigación documental: técnicas de lectura y documentación. En: *Técnicas cualitativas de investigación social: Reflexión metodológica y práctica profesional***.** Madrid: Síntesis.

Vasilachis, I. Condiciones de trabajo y representaciones sociales. El discurso político, el discurso judicial y la prensa escrita a la luz del análisis sociológico-lingüístico del discurso. *Discurso & Sociedad*, *1*(1), 148-187.

Waisman, M. (1972). *La estructura histórica del entorno.* Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión SAIC.

---------- (1993). *El interior de la Historia. Historiografía Arquitectónica para uso de Latinoamericanos.* Bogotá: Escala.

Walton, J. K. (2002). Aproximación a la historia del turismo en el Reino Unido, siglos XVIII-XX. *Historia Contemporánea*, (25), 65-82.

Zevi, B. (1998). *Saber ver la arquitectura. Ensayo sobre la interpretación espacial de la arquitectura.* Barcelona: Ediciones Apóstrofe.

6.3. Listado de Abreviaturas

ACA Automóvil Club Argentino

ACM Automóvil Club Mendoza

AGN Archivo General de la Nación

AGPM Archivo General de la Provincia de Mendoza

AHTER Arquitectura, Historia Tecnología y Restauración

AM Arquitectura Moderna

BPGSM Biblioteca Pública General San Martín

CeDIAP-AABE Centro de Documentación e Investigación de Arquitectura Pública -Agencia de Administración de Bienes del Estado

CNMMyLH Comisión Nacional de Museos, Monumentos y Lugares Históricos

CCT- CONICET Centro Científico Tecnológico. Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas

DPA Dirección Provincial de Arquitectura

DPT Dirección Provincial de Turismo

EPRE Entre Provincial Regulador Eléctrico

F1 Figura 1

FCT Ferrocarril Trasandino

has hectáreas

INCIHUSA Instituto de Ciencias Humanas, Sociales y Ambientales

km kilómetros

m metros

m.s.n.m. metros sobre el nivel del mar

m^2 metros cuadrados

N° número

PE Poder Ejecutivo

RN Ruta Nacional

RP Ruta Provincial

RS Representaciones Sociales

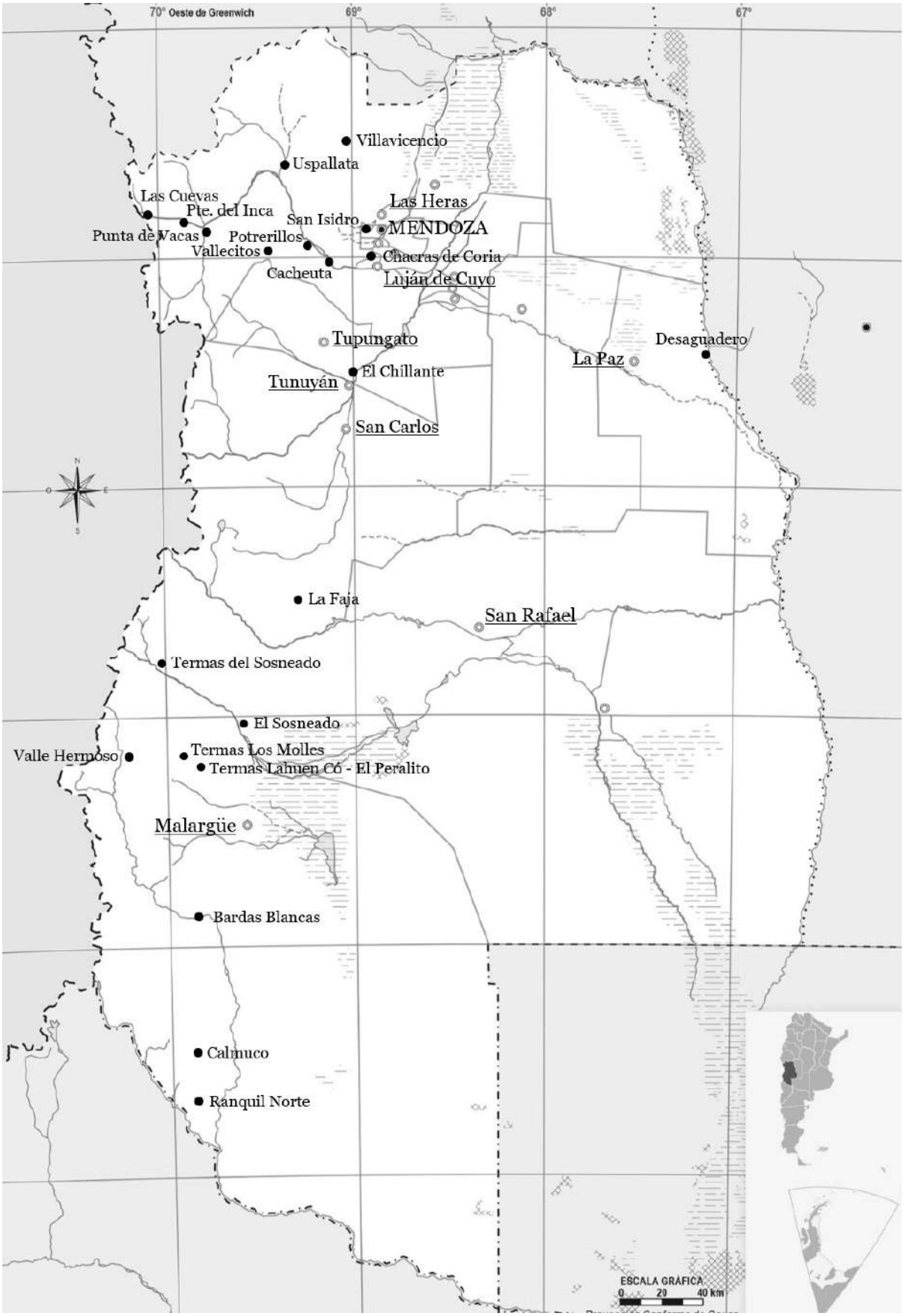
SA Sociedad Anónima

TCA Touring Club Argentino

UBA Universidad de Buenos Aires

UM Universidad de Mendoza

6.4. Plano de las localidades mencionadas en la Tesis



6.5. Repositorios consultados

6.5.1. Repositorios físicos

Archivo de la Dirección de Administración de Contratos y Obras Públicas- DACOP, Ministerio de Infraestructura. Gobierno de Mendoza.

Archivo de la Secretaría de Turismo. Gobierno de Mendoza.

Archivo del Ente Provincial Regulador Eléctrico- EPRE.

Archivo General de la Provincia de Mendoza.

Archivo y Biblioteca de la Legislatura de Mendoza.

Hemeroteca mayor, Hemeroteca menor y Biblioteca de Autores Locales, de la Biblioteca Pública General San Martín.

6.5.2. Repositorios virtuales

AGN- Departamento documentos fotográficos y repositorio fílmico y sonoro
https://www.argentina.gob.ar/interior/archivo-general-de-la-nacion

Archivo de documentación pública CeDIAP-AABE http://cdi.mecon.gob.ar/cediap/contacto/

Archivo Nacional de Chile https://www.archivonacional.gob.cl/sitio/

Biblioteca Digital de la Biblioteca Nacional de Maestros
http://www.bnm.me.gov.ar/catalogos/

Biblioteca Nacional Mariano Moreno https://www.bn.gov.ar/

Biblioteca Nacional Digital de Chile http://www.bibliotecanacionaldigital.gob.cl/bnd/612/w3-channel.html

Blog Mendozantigua https://mendozantigua.blogspot.com/

Centro de Documentación de Arquitectura Latinoamericana –CEDODAL
https://issuu.com/cedodal

Colección de Revistas Digitalizadas. Biblioteca de la UBA.
https://biblioteca.fadu.uba.ar/catalogo/revistas/inicio.php

Hemeroteca Digital- Biblioteca Nacional de España
http://hemerotecadigital.bne.es/index.vm?q=parent:0004080157&lang=es

Facebook Archivo Histórico Malargüe-CRIDC
https://www.facebook.com/profile.php?id=100067697094793

Facebook Archivo de Mendoza
https://www.facebook.com/archivo.demendoza

Facebook Muestra del Pasado de San Rafael
https://www.facebook.com/Muestra-del-Pasado-de-San-Rafael-Mendoza-Argentina-125247657679426

Comisión Nacional de Museos, Monumentos y Lugares Históricos
https://www.argentina.gob.ar/cultura/monumentos
Herramienta de consulta de leyes provinciales de la Legislatura de Mendoza
https://www.legislaturamendoza.gov.ar/consulta-de-leyes-provinciales/
Centro Cultural Argentino de Montaña
http://www.culturademontania.org.ar/
Ferrocarril Trasandino Argentino
https://www.ferrocarril-trasandino.com.ar/
Blog ModernaBuenosAires. Consejo Profesional de Arquitectura y Urbanismo de Buenos Aires- CPAU. https://www.modernabuenosaires.org/
Diario MDZ, Mendoza https://www.mdzol.com/
Diario Los Andes, Mendoza https://www.losandes.com.ar/
Diario UNO, San Rafael https://www.diariouno.com.ar/san-rafael
Diario Ecos Diarios, Necochea https://elecos.com.ar/
Diario El Territorio, Misiones https://www.elterritorio.com.ar/
Blog Corazón de Arquitectura
https://corazondearquitectura.blogspot.com/2018/03/emilio-o-schiffner.html?fbclid=IwAR3YeBWPEXEPYuWl7mOM-hAQfWiFWY1_wcmUhF6pPxsekvMLcDdTGsVJop4
Museo Nacional de Arte Decorativo
https://issuu.com/mnad/docs/011_rosario_s._de__larrechea_de_zub

	1884 - 1917							1918 - 1930		1932 - 1943								1946 - 1955												
ESTILO	Neoclásico Tardío	Neoclásico Tardío	Pintoresquista	Pintoresquista	Neoclásico Tardío	Neoclásico Tardío	Neoclásico Tardío	Academicista	Pintoresquista	Art Decó	Pintoresquista	Racionalista	Neocolonial/Californiano	Pintoresquista	Pintoresquista Arts & Crafts	Racionalista	Californiano	Racionalista	Pintoresquista	Academicista	Neopataresco	Racionalista	Racionalista	Racionalista	Pintoresquista	Racionalista	Californiano	Racionalista	Racionalista
AUTOR	s.d.	s.d.	s.d.	s.d.	Agustín Daverio & Cía / José Polizzi e Hijos	s.d.	s.d.	Arq. Ing. Alfredo Israel / Mauricio Kinbaum & Cía	Constructor Fermín Díaz	Pablo Widmer / s.d.	Lyman O. Dudley / Christiani & Nielsen	s.d.	Manuel y Arturo Civit (Dirección Provincial de Arquitectura) / s.d.	Sánchez, Lagos y de la Torre / Emilio López Frugoni	Daniel Ramos Correas / Remo Ronchietto y Luis Dorca	s.d.	s.d.	Ernesto Schiffrin y Pedro Ribes / Ribes, Indiveri & Cía	Dirección Provincial de Arquitectura / s.d.	Lino Martinelli / Isaac Kolton	Ernesto Schiffrin y Pedro Ribes / s.d.	Aristides Cottini (Dirección Provincial de Arquitectura) / s.d.	s.d.	Lino Martinelli / Mario Giambelli	Departamento de obras de la FEP / s.d.	Aristides Cottini (Dirección Provincial de Arquitectura) / s.d.	Ib Fahnoe / Francisco Bauco	Luis María Bianchi (Dirección Nacional de Arquitectura)	Abel Carreño y Silverio Orbaiz / Isaac Kolton
OBRA	**Bauer** 1898	**Gran Hotel San Martín** 1900 ca.	**Hotel Termas de Puente del Inca** 1903	**Hotel Termas de Villavicencio** 1905 ca.	**Hotel y Balneario Termas de Cacheuta** 1913	**Gran Hotel España** 1914 ca.	**Nacional** 1915	**Plaza Hotel** 1925	**Hotel Termas de Los Molles** 1930 ca.	**Imperial** 1937	**Hotel Termas del Sosneado** 1938	**Palace** 1940	**Arco de Desaguadero Hotel Petrerillos Hostería del Dique Cipolletti** 1936 - 1941	**Hotel Termas de Villavicencio** 1941	**Argentino** 1941	**Gran Hotel** 1942	**Rincón Vasco** 1943	**San Martín** 1945	**Hotel Turismo Malargüe** 1948	**Grand Balbi** 1948	**Cervantes** 1946	**Hotel Turismo San Rafael** 1951	**Alcor** 1952	**Ritz** 1952	**Hostería de Las Cuevas** 1952	**Hotel Turismo Tupungato** 1953 ca.	**San Francisco** 1954	**Hotel Puente del Inca*** 1954	**Sussex** 1953
TECNOLOGÍA	Ladrillo cocido con barras de A° / techos de madera con cubierta de chapa sinusoidal	Ladrillo cocido con barras de A° / techos de madera con cubierta de chapa sinusoidal	Piedra / techos de madera con cubierta de chapa sinusoidal	Piedra / techos de madera con cubierta de chapa sinusoidal	Ladrillo cocido con barras de A° / losas de techos de H°A°	Ladrillo cocido con barras de A°	Ladrillo cocido con barras de A° / techos de madera con cubierta de chapa sinusoidal	Ladrillo cocido / vigas y columnas de H°A° / losas de techos de H°A°	Piedra - ladrillo cocido (a/sector) / techos de madera con cubierta de chapa sinusoidal	Ladrillo cocido / vigas y columnas de H°A° / losas de entrepisos y techos de H°A°	Ladrillo cocido / vigas, columnas y losas de entrepisos de H°A° / techos de madera con cub. de chapa sinusoidal	Ladrillo cocido / vigas y columnas de H°A° / losas de entrepisos y techos de H°A°	Ladrillo cocido / vigas, columnas y losas de entrepisos de H°A° / techos de madera con cubierta de tejas españolas	Ladrillo cocido / vigas, columnas y losas de entrepisos de H°A° / techos de madera con cubierta de fibrocemento	Ladrillo cocido / vigas, columnas y losas de entrepisos de H°A° / techos de madera con cubierta de tejuela	Ladrillo cocido / vigas y columnas de H°A° / losas de entrepisos y techos de H°A°	Ladrillo cocido / vigas, columnas y losas de entrepisos de H°A° / techos de madera con cub. de tejas españolas	Ladrillo cocido / vigas y columnas de H°A° / losas de entrepisos y techos de H°A°	Ladrillo cocido / vigas, columnas y losas de entrepisos de H°A° / techos de madera con cub. de chapa sinusoidal	Ladrillo cocido / vigas y columnas de H°A° / losas de entrepisos y techos de H°A°	Ladrillo cocido / vigas y columnas de H°A° / losas de entrepisos y techos de H°A°	Ladrillo cocido / vigas y columnas de H°A° / losas de entrepisos y techos de H°A°	Basamento de piedra, muros de block revestidos en madera / vigas, columnas y entrepisos de H°A° / techos de madera con cubierta de tejuela	Ladrillo cocido / vigas y columnas de H°A° / losas de entrepisos y techos de H°A°	Ladrillo cocido / vigas, columnas y losas de entrepisos de H°A° / techos de madera con cubierta de tejas españolas	s.d.	Ladrillo cocido / vigas y columnas de H°A° / losas de entrepisos y techos de H°A°
LUGAR	**Ciudad de Mendoza**	**Ciudad de Mendoza**	**Puente del Inca**	**Villavicencio**	**Cacheuta**	**Ciudad de Mendoza**	**Ciudad de Mendoza**	**Ciudad de Mendoza**	**Los Molles**	**Ciudad de Mendoza**	**El Sosneado**	**Ciudad de Mendoza**	**La Paz Luján de Cuyo**	**Villavicencio**	**Ciudad de Mendoza**	**Ciudad de Mendoza**	**Ciudad de Mendoza**	**Ciudad de Mendoza**	**Malargüe**	**Ciudad de Mendoza**	**Ciudad de Mendoza**	**San Rafael**	**Ciudad de Mendoza**	**Ciudad de Mendoza**	**Las Cuevas**	**Tupungato**	**Chacras de Coria**	**Puente del Inca**	**Ciudad de Mendoza**
PRÁCTICAS																													