Ayer: Avance en línea DOI: 10.55509/ayer/3113

Paisaje, tradición e indigenidad. La construcción simbólica del noroeste argentino como región turística (1930-1960)

Landscape, Tradition, and Indigeneity. The Symbolic Construction of the Argentine Northwest as a Tourist Region (1930-1960)

Carlos Martín Rodríguez Buscia
CONICET- UNSAM
crodriguez@unsam.edu.ar

Resumen: En este artículo se analiza la configuración simbólica del noroeste argentino como región turística entre 1930 y 1960, enfocándose en la conformación de sus representaciones e imágenes. El aporte original radica en abordar una mesoescala poco explorada para examinar la región como una construcción cultural impulsada a instancias nacionales. En cuanto a la metodología, se analizan guías de viaje, en particular del Automóvil Club Argentino y la editorial Peuser, entendidas como vehículos culturales que organizaron pedagógicamente la mirada turística. Los resultados indican que esta regionalización turística se cimentó en tres pilares: el paisaje, concebido a partir de la experiencia sublime y la domesticación pintoresca; la tradición hispánica, orientada a reforzar la identidad nacional, y lo indígena, estereotipado desde el exotismo y la alteridad controlada. Se concluye que la definición de este imaginario turístico regional contribuyó a la consolidación simbólica de la nación, asignándole al noroeste la función de resguardar la autenticidad y la tradición.

Palabras clave: turismo, paisaje, identidad nacional, pueblos indígenas, noroeste argentino.

Abstract: This article examines the symbolic construction of Northwestern Argentina as a tourist region between 1930 and 1960, focusing on the formation of its representations and imaginaries. Its original contribution lies in addressing the meso-regional scale —an approach that has received little scholarly attention— to analyze the region

Recibido: 09-06-2025 Aceptado: 12-12-2025 Publicado *on-line:* 16-11-2026

Publicado bajo licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional.

as a cultural construct shaped by national actors and institutions. Methodologically, the study draws on travel guidebooks, primarily those published by the Automóvil Club Argentino and the Peuser publishing house, treating them as cultural media that pedagogically structured the tourist gaze. The findings show that the tourist regionalization of Northwestern Argentina rested on three main pillars: the landscape, framed through the aesthetics of the sublime and the domestication of the picturesque; the Hispanic heritage, mobilized to reinforce national identity; and Indigenous peoples, represented through exoticizing and othering narratives. The article concludes that this regional tourist imaginary contributed to the symbolic consolidation of the Argentine nation by assigning the Northwest the role of preserving authenticity and tradition.

Keywords: tourism, landscape, national identity, indigenous peoples, Argentine Northwest.

Introducción

El objetivo de este artículo consiste en analizar el surgimiento del noroeste argentino como región turística entre 1930 y 1960 enfocando los procesos de construcción de sus representaciones e imágenes turísticas hegemónicas.

A diferencia de diversos destinos europeos que recibían contingentes de turistas extranjeros, el desarrollo turístico argentino se orientó a una escala doméstica o interna. A lo largo de la primera mitad del siglo XX la costa argentina de aguas frías y, en especial, Mar del Plata fueron protagonistas de un fenómeno de creciente incorporación de distintos sectores sociales a las prácticas turísticas. La conversión del turismo en un problema público desde los años treinta, la intensificación de políticas específicas apuntaladas por reformas laborales y sociales y las mejoras salariales impulsadas por el peronismo tuvieron como consecuencia la democratización del turismo[1]. Esta ampliación social de la actividad llevó aparejada la multiplicación de destinos en el país, junto con el redescubrimiento de ciertas zonas de la mano de la construcción de infraestructuras

[1] Juan Carlos TORRE y Elisa PASTORIZA: «La democratización del bienestar», en Juan Carlos TORRE (dir.): *Nueva historia argentina. Los años peronistas (1943-1955),* t. 8, Buenos Aires, Sudamericana, 2002, pp. 257-313.

de transporte y de alojamiento[2]. Así, la Capital Federal, Córdoba, la Patagonia y Cuyo se añadieron al calendario turístico establecido por guías y revistas especializadas. Esta impronta también benefició a las distintas provincias, ciudades, localidades y pueblos del noroeste argentino, muchos de las cuales se vieron retratados como una posibilidad que los argentinos podían elegir para sus vacaciones. Esta tendencia fue acompañada por la construcción de un repertorio de imágenes turísticas y representaciones de distintas regiones con el fin de entrenar la *mirada del turista*[3]. En el noroeste argentino, la formación, consolidación y difusión de estas imágenes se produjo, de hecho, durante los años de crecimiento, avance y popularización del turismo nacional, lo cual explica la cronología de este estudio.

Desde el último cuarto del siglo XX, la historiografía se ha enfocado en el turismo como una temática relevante para observar las dinámicas sociales, las transformaciones culturales, las prácticas colectivas, los procesos de territorialización y los vínculos entre la sociedad civil y el Estado, entre otros tópicos. Tanto en Europa y Estados Unidos como en Latinoamérica, los estudios históricos del turismo se han revelado como un campo pujante. Como resultado de estos avances, la historiografía argentina se ha preocupado por realizar síntesis nacionales que pusieran un mayor énfasis explicativo sobre las zonas turísticas más dinámicas del país, es decir, la costa atlántica[4]. De ahí que los estudios históricos del turismo prestasen particular interés a Mar del Plata[5], aunque también a la nor-

---

[2] Sobre este fenómeno, véanse Anahí BALLENT: «Monumentos, turismo e historia. Imágenes del noroeste en la arquitectura promovida por el Estado, 1935-1945», ponencia inédita presentada en Jornadas Perspectivas Históricas sobre el Estado Argentino, Universidad Nacional de Quilmes, 26 y 27 de junio de 2003, pp. 1-25 (texto facilitado por su autora), y Melina PIGLIA: *Autos, rutas y turismo. El Automóvil Club Argentino y el Estado,* Buenos Aires, Siglo XXI, 2014.

[3] Expresión tomada del título de John URRY: *The Tourist Gaze,* London, Sage, 2002.

[4] Dos exponentes de esta tendencia: Regina SCHLÜTER: *El turismo en Argentina. Del balneario al campo,* Buenos Aires, CIET, 2001, y Elisa PASTORIZA: *La conquista de las vacaciones. Breve historia del turismo en la Argentina,* Buenos Aires, Edhasa, 2011.

[5] Elisa PASTORIZA: «Estado, gremios y hoteles. Mar del Plata y el peronismo», *Estudios Sociales,* 34(1) (2008), pp. 121-147; Elisa PASTORIZA y Graciela ZUPPA: «La conquista de las riberas. Política, cultura, turismo y democratización social. Mar del

patagonia[6]. Más recientes son los estudios de otros casos como Mendoza, Tucumán y Salta[7], lo cual demuestra la expansión de un campo otrora considerado fútil por la historiografía. La provincia que más interés recibió del noroeste argentino fue Jujuy, debido a que a una de sus áreas geográficas, la Quebrada de Humahuaca, se la declaró en 2003 Patrimonio de la Humanidad. Este reconocimiento por parte de la UNESCO generó una gran transformación turística en el área y llevó a que la mayoría de los trabajos académicos se preocuparan por su impacto, si bien, algunas obras emplearon un enfoque histórico con el fin de analizar la larga duración de los procesos turísticos y evidenciar con más claridad la escala de los cambios en el territorio[8].

Plata (1886-1970)», *Revista Trace,* 45 (2004), pp. 93-109, y Elisa Pastoriza y Juan Carlos Torre: *Mar del Plata, un sueño de los argentinos,* Buenos Aires, Edhasa, 2019.

[6] Véanse Jens Andermann: «Estilo austral. Paisaje, arquitectura y regionalismo nacionalizador en el Parque Nacional Nahuel Huapi (1934-1943)», *Artelogie. Recherche sur les arts, le patrimoine et la littérature de l'Amérique latine,* 10 (2017), pp. 1-23, y Paula Núñez y Laila Vejsbjerg: «El turismo, entre la actividad económica y el derecho social. El Parque Nacional Nahuel Huapi, Argentina, 1934-1955», *Estudios y Perspectivas en Turismo,* 19(6) (2010), pp. 930-945.

[7] Véanse, para Mendoza: Pablo Bianchi: «Planificación, turismo y hotelería de montaña durante el primer peronismo en Mendoza, Argentina (1952-1955)», *Limaq,* 11 (2023), pp. 133-163, y Cecilia Raffa y Natalia Luis: «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) (2020), pp. 146-172; para Tucumán: Carlos Rodríguez Buscia: «Turismo, conflicto y políticas públicas. El caso de Tucumán hacia 1936», *Conflicto Social,* 16(29) (2023), pp. 155-188, e íd.: «Estado y turismo en Tucumán durante las gobernaciones radicales (1935-1943)», *Quinto Sol,* 28(2) (2024), pp. 1-21, y, para Salta: Carlos Rodríguez Buscia: «Agencias estatales y políticas turísticas en Salta (1934-1943)», *Historia Regional,* 48 (2022), pp. 1-17; íd.: «El turismo en la Salta peronista (1946-1955). Una aproximación a través del análisis de las agencias estatales», *Población y Sociedad,* 31(1) (2024), pp. 1-28, y Claudia Troncoso: «El desplazamiento turístico a través de propuestas de recorridos e itinerarios. La ciudad de Salta (Argentina) y la consolidación de los paseos por su centro histórico», *Claves. Revista de Historia,* 6(10) (2020), pp. 95-119.

[8] Liliana Bergesio, Jorge Montial y Lucía Scalone: «Territorio imaginado. El caso de la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina)», *Pampa. Revista Interuniversitaria de Estudios Territoriales,* 8 (2012), pp. 111-136; Liliana Bergesio y Lucía Scalone: «Análisis comparativo de las (re)presentaciones de Jujuy en la difusión de sus potencialidades turísticas (1950-2013)», ponencia presentada en III Jornadas Nacionales sobre Estudios Regionales y Mercados de Trabajo, Universidad Nacional de Jujuy y Red SIMEL, 4 y 5 de septiembre de

Es decir, gran parte de los estudios históricos del turismo se enfocaron en escalas que recuperaban lo local —a partir de ciudades o provincias—, aunque también se interrogaron por la escala nacional. En ese sentido, la originalidad de este artículo radica en tratar de analizar una mesoescala poco explorada: el noroeste argentino[9]. Este nivel se encuentra a mitad de camino entre el alcance del nivel micro de los pueblos y ciudades y el macro nacional. No obstante, este nivel intermedio, denominado aquí como «región», tampoco resulta autoevidente. La región existe solo en la medida en que sea posible advertir regularidades y parámetros comunes (que no son preexistentes ni estáticos) entre una multiplicidad de elementos. Entendidas siguiendo a la geografía y la historia regional, como escalas dinámicas, abiertas y porosas, las regiones se moldean y transforman tanto por los actores que las habitan y dan forma como por los investigadores que las definen. Así pues, es posible distinguir que el turismo tuvo un rol crucial en forjar una serie de estereotipos culturales que se convirtieron en ejes de consumo por parte de los turistas que definieron y orientaron formas de ver, sentir y actuar. Dichas estructuraciones permearon las identidades visuales, las fisonomías urbanas, guiaron las políticas públicas específicas y construyeron un «otro» esperable para los turistas. De esta forma,

---

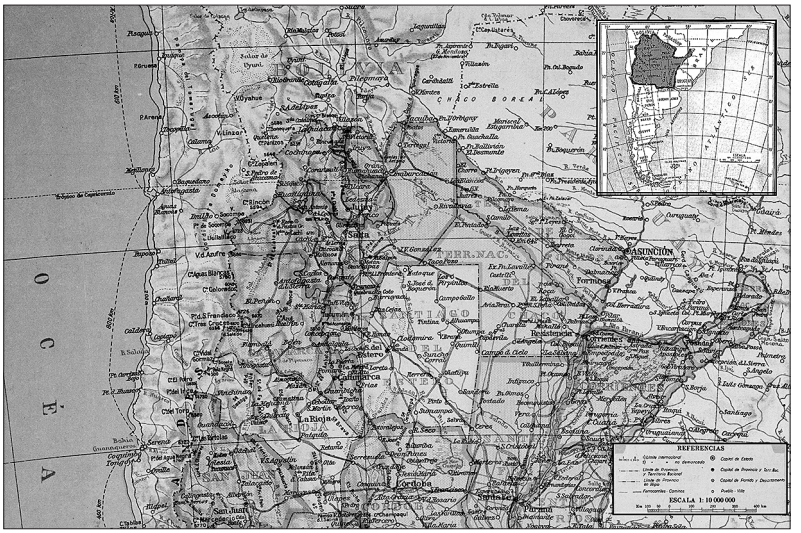
2014, pp. 1-23, https://www.aacademica.org/iii.jornadas.nacionales.sobre.estudios.regionales.y.mercados.de.trabajo/3.pdf (consultado el 3 de septiembre de 2026); Claudia Troncoso: «Turismo, desarrollo y participación local. La experiencia de Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina)», *Aportes y Transferencias,* 12(2) (2008), pp. 110-130; Perla Bruno: «La Quebrada de Humahuaca. Ruta de "viajes imposibles" y su transformación en destino turístico», *Registros. Revista de Investigación Histórica,* 7 (2010), pp. 158-183; Clara Mancini: *Arqueología, patrimonio y usos del pasado. Las transformaciones territoriales de la Quebrada de Humahuaca hacia un paisaje cultural,* tesis doctoral, Universidad de Buenos Aires, 2016; íd.: «El cine documental y la construcción de la alteridad en la Quebrada de Humahuaca, Jujuy, Argentina (1947-1977)», *Cine Documental,* 21 (2019), pp. 73-104; Marcelo Jerez: «La obra pública durante la "Restauración Conservadora" en Jujuy. Discursos, proyectos y prácticas en torno al hotel Termas de Reyes», *Coordenadas. Revista de Historia Local y Regional,* 7(2) (2020), pp. 173-189, y Constanza Tommei: *De ciudad huerta a pueblo boutique. Transformaciones territoriales en Purmamarca (provincia de Jujuy) a partir de los procesos de patrimonialización y turistificación (1991-2014),* tesis doctoral, Universidad de Buenos Aires, 2016.

[9] Un esfuerzo por analizar esta escala se observa en Carlos Rodríguez Buscia: «El turismo como lógica espacial. El caso del noroeste argentino (1930-1960)», *Historia Social,* 112 (2025), pp. 79-102.

un conjunto heterogéneo y diferenciado de ciudades, pueblos, localidades y provincias asumieron un conjunto de estándares, parámetros y miradas que los aglutinaron en una región turística.

FIGURA 1

Mapa del norte argentino en 1950



Fuente: elaboración propia con datos de INSTITUTO GEOGRÁFICO MILITAR: *Mapa de la República Argentina,* 1950, y AUTOMÓVIL CLUB ARGENTINO: *Guía de Viaje de la Argentina. Zona Norte,* Buenos Aires, Editorial ACA, 1954, p. 2.

En ese sentido, se señala como hipótesis que la regionalización turística tuvo sobre todo un carácter cultural y simbólico que, impulsado nacionalmente, tuvo el fin de estabilizar, difundir y masificar imaginarios y representaciones turísticas que orientaran consumos y prácticas turísticas.

Este planteamiento se asienta en la premisa de que el turismo ha contribuido a reforzar las identidades locales, regionales y nacionales a lo largo de todo el mundo[10]. De hecho, tal como lo expresa

[10] Eric STORM: «Overcoming Methodological Nationalism in Nationalism

un vasto número de estudios, la relación entre turismo, identidades nacionales y nacionalismo ha sido históricamente simbiótica. En Estados Unidos, el estudio clásico de Sears demostró que las atracciones turísticas estadounidenses decimonónicas ofrecieron un sentido de peregrinación secularizado[11]. Diversos sitios naturales, tales como las cataratas del Niágara y el Parque Nacional Yellowstone, fueron claves para forjar la identidad colectiva de la joven nación estadounidense durante el siglo XIX. Otros sitios como las prisiones, los asilos y los cementerios rurales, visitados por los viajeros, se interpretaron como emblemas del progreso social y la benevolencia de la nación. Shaffer profundizó este análisis durante la primera mitad del siglo XX al señalar que el movimiento See America First no fue una simple estrategia de publicidad turística, sino un complejo esfuerzo para fortalecer la identidad nacional y el papel del oeste estadounidense frente a la modernización industrial[12]. En Europa, el trabajo seminal de Koshar demostró que las guías de viaje tuvieron un papel destacado en difundir una autenticidad subyacente a la aparente poco reflexiva práctica turística. Esto es, contribuyeron a sedimentar un sentimiento de pertenencia a una comunidad nacional, ya que aconsejaban la visita de objetos, sitios y lugares, en general históricos y naturales, conectados con los supuestos orígenes de esa colectividad[13]. Estos trabajos pioneros fueron enriquecidos en las últimas décadas por un gran acervo de estudios que abordaron una multiplicidad de épocas y latitudes[14].

En América Latina, diversos aportes demostraron la ligazón estrecha entre la cristalización del sentir nacional y las formas que

---

Studies. The Impact of Tourism on the Construction and Diffusion of National and Regional Identities», *History Compass,* 12(4) (2014), pp. 361-373.

[11] John F. SEARS: *Sacred Places. American Tourist Attractions in the Nineteenth Century,* New York, Oxford University Press, 1989.

[12] Marguerite SHAFFER: *See America First. Tourism and National Identity 1880-1940,* Washington, Smithsonian Institution, 2001.

[13] Rudy KOSHAR: «"What Ought to Be Seen". Tourists' Guidebooks and National Identities in Modern Germany and Europe», *Journal of Contemporary History,* 33(3) (1998), pp. 323-340.

[14] Algunos trabajos dan mayores precisiones de este profuso campo: Elspeth FREW y Leanne WHITE (eds.): *Tourism and National Identities. An International Perspective,* London, Taylor & Francis, 2011, y Eric ZUELOW: «Nationalism and Tourism since the Eighteenth Century», *Studies on National Movements,* 14(1) (2025), pp. 1-17.

asumieron las prácticas turísticas. En países como México, Honduras, Guatemala, Perú y Bolivia, hubo sistemáticos esfuerzos por imaginar los orígenes de la nación mediante la restauración y recuperación de un pasado que expresara la grandeza de las civilizaciones indígenas[15]. Así, sitios como Machu Picchu, Tikal o Chichen Itzá se transformaron en referencias ineludibles no solo para los turistas domésticos, sino también para los internacionales. En Argentina, a diferencia de los casos mencionados, las prácticas turísticas reforzaron una identidad nacional blanca, hispánica y católica, oficializada a través de los procesos de patrimonialización de mediados del siglo XX. Junto con ello, la creación de Parques Nacionales, influenciada por las experiencias estadounidenses, contribuyó a definir valoraciones estéticas hegemónicas de la nación argentina alejadas de cualquier registro de la vida de los pueblos originarios[16].

---

[15] En Honduras, desde principios del siglo XX, el Estado se preocupó por «mayanizar» el país con el objeto de dotarse de una identidad nacional poscolonial. Esto entroncó con los intentos civilizadores de la arqueología norteamericana y el discurso del mestizaje adoptado por el Estado desde 1920; véase Darío EURAQUE: «Antropólogos, arqueólogos, imperialismo y la mayanización de Honduras: 1890-1940», *Revista de Historia,* 45 (2002), pp. 73-103. En el caso de México, la identidad nacional estuvo centrada de manera obsesiva en lo azteca y en menor medida en lo maya. La reconstrucción regional en Oaxaca demuestra incluso un marcado interés por recuperar lo zapoteca desde distintos niveles. La protección de lo patrimonial indígena en esta área desde los años cuarenta vio confluir a las instituciones centrales de conservación (el Instituto Nacional de Antropología e Historia) y a las comunidades originarias en tanto continuación de la museología comunitaria de las primeras décadas del siglo XX; véase Manuel BURÓN DÍAZ: «Comunidades, patrimonio y arqueólogos. Relaciones entre municipios e instituciones culturales de Oaxaca en el periodo indigenista», *Estudos Ibero-Americanos,* 43(1) (2017), pp. 67-80. En Perú, las lecturas nacionalistas de la historia se apropiaron de las historias indígenas anteriores a la conquista, definiendo todos los sitios y objetos patrimoniales como patrimonio nacional. Asimismo, intentaron reconstruir supuestos rituales antiguos en pos de recuperar un pasado deteriorado en los llamados Monumentos Arqueológicos Prehispánicos. Declaraciones que, por lo general, fueron vistas por las comunidades locales como un recorte de su territorio y como un arrebato de sus sitios y lugares; véanse Alexander HERRERA WASSILOWSKY: «Turismo patrimonial, identidad y desarrollo en el Perú», *Indiana,* 34(1) (2017), pp. 199-230, y Mark RICE: *Destino Machu Picchu. La política del turismo en el Perú del siglo XX,* Lima, Universidad del Pacífico, 2021.

[16] Distintos estudios abordaron la construcción histórica de las representaciones de la Patagonia argentina y cómo contribuyeron, a través de su consumo turís-

Para realizar el abordaje metodológico de esta propuesta se trabajó con un importante acervo de guías de viaje. Este instrumento era indispensable para la movilidad turística de mediados del siglo XX en tanto que ofrecía informaciones, mapas, dibujos y crónicas, las cuales, por lo general, eran presentadas en un tono enciclopédico y supuestamente objetivo. Pero no solo ello: el acto de regionalizar a través de la elaboración de las guías turísticas supuso, asimismo, un acto de poder[17]. De hecho, las principales productoras de estos artefactos fueron empresas impulsadas por editoriales y asociaciones civiles radicadas en Buenos Aires de gran difusión nacional. Dicha mirada centralista otorgó sentidos y sensibilidades sobre el territorio argentino, conminando no solo a visitar determinados atractivos, sino disponiendo cómo sentirse ante ellos. Entre estas iniciativas editoriales cabe mencionar, en particular, las guías turísticas del Automóvil Club Argentino (ACA)[18] y las realizadas por la editorial Peuser[19]. Ambas conta-

---

tico, a consolidar la identidad nacional. Véanse Gabriela ÁLVAREZ: «El lugar de los parques nacionales en la representación de una Patagonia turística. Discusión y habilitación del paisaje patagónico durante el siglo XX», *Magallania (Punta Arenas),* 42(1) (2014), pp. 53-76; Gabriela LANDINI: «Parques Nacionales y la configuración de un destino turístico. Transformaciones socio territoriales en San Martín de los Andes, Argentina (1937-1955)», *Anuario de Historia Regional y de las Fronteras,* 26(1) (2021), pp. 71-110, y Giulietta PIANTONI y Liliana PIERUCCI: «Paisaje, nación y turismo. La política de promoción de los parques nacionales de la Norpatagonia (1934-1955)», en Laura MÉNDEZ (ed.): *Desandando pasados. Escuelas, cuerpos, museos y narrativas en diálogo (Norpatagonia, siglo XX),* Buenos Aires, Prometeo, 2021, pp. 129-157.

[17] Rogerio HAESBAERT: «Del mito de la desterritorialización a la multiterritorialidad», *Cultura y Representaciones Sociales,* 8(15) (2013), pp. 9-42.

[18] Se trabajaron las siguientes guías de viaje: AUTOMÓVIL CLUB ARGENTINO: *La Guía de viaje. Zona noroeste,* Buenos Aires, Editorial ACA, 1944; ÍD.: *Guía de viaje de la Argentina. Zona norte,* Buenos Aires, Editorial ACA, 1954; ÍD.: *Guía de la Argentina tradicional y pintoresca,* Buenos Aires, Editorial ACA, 1958; ÍD.: *Guía turística de la Argentina,* Buenos Aires, Editorial ACA, 1964, e ÍD.: *Guía turística de la Argentina,* Buenos Aires, Editorial ACA, 1968. Asimismo, se consultaron las publicaciones mensuales de *Automovilismo* (publicada en Buenos Aires por la editorial ACA) entre los años 1929 y 1956. Estas revistas eran el producto oficial de un organismo preocupado por la difusión del uso del automóvil, la construcción de una red vial y el conocimiento de todo el país. La difusión del ACA y su nutrida cantidad de socios la situaban como una formidable institución de la sociedad civil.

[19] Se emplearon las siguientes guías turísticas: *Turismo. Guía Peuser,* Buenos Aires, Peuser, 1942 y 1944; *Guía Peuser. Turismo,* Buenos Aires, Peuser, 1946,

ban con gran tirada nacional, reconocimiento y prestigio público, por lo cual eran muy empleadas. Junto con ello y a pesar de tratarse de empresas privadas, su vínculo con los Gobiernos de la época permite interpretar a estas dos iniciativas porteñas como operaciones nacionales de dominación sobre diversos territorios del interior y, en determinados casos, sobre las provincias y localidades del norte argentino. Ambas guías de viaje se transformaron en mecanismos o formas de influir y controlar una multiplicidad de aspectos del territorio, por lo que resultan de gran relevancia metodológica[20]. La mirada nacional presente en estas fuentes creó, convalidó y reforzó una territorialidad de dimensiones simbólicas. A saber, una organización pedagógica del viaje que significó, influyó y controló la región asignándole valencias determinadas y modos de consumos esperables. Por consiguiente, la regionalización se sirve del turismo como mediación cultural. Es decir, el control sobre un espacio se logra a partir de la difusión de visione(s) hegemónica(s) acerca de cómo concebirlo. En concreto, una de las estrategias espaciales de la nación sobre el territorio consistió en asumir un conjunto de «significaciones» en clave regional, traducido como un *logos* ordenatorio, clasificatorio y jerarquizador. De hecho, además de una dimensión material, el territorio implicaba siempre una dimensión simbólica y cultural construida a través de una identidad que se activaba como forma de control simbólico sobre el espacio[21].

Así, el noroeste argentino, en tanto región turística, definió sus fronteras, siempre flexibles y maleables, a partir de vehícu-

---

1947, 1949, 1950, 1951, 1952, 1953, 1954, 1955, 1956, 1959, 1962 y 1966, y *Guía Peuser de turismo argentina y sudamericana,* Buenos Aires, Peuser, 1969-1970.

[20] El análisis se complementará con otras guías de alcance más modesto tales como Touring Club Italiano: *Las guías azules. Argentina, Paraguay, Uruguay,* Milano, s. e., 1932; *Guía social del norte. Tucumán y Catamarca,* Tucumán, s. e., 1936; *Viajes sudamericanos,* Buenos Aires, Agencia Salvatierra, 1934 y 1946; *Viajes y turismo,* Buenos Aires, Asociación Anunciadora de Viajes y Agentes, 1952 y 1953; Asociación Tucumana: *Guía oficial: Tucumán turismo,* Tucumán, Asociación Tucumana, 1944; Antonio Morey: *Guía argentina de turismo,* Buenos Aires, Talleres Gráficos Lumen, 1955; *Revista al servicio del turismo. Noroeste argentino. De las provincias de Tucumán, Salta y Jujuy,* 1(1), 1958, y *Guía del automotor y turismo. Salta-Jujuy,* General Margalef, HOGASA, 1969.

[21] Rogerio Haesbaert: *Deterritorialization and Identity. The «Gaúcha» Network in the Northeast,* Niterói, EdUFF, 1997, p. 42.

los culturales que funcionaron como insumos de territorialidad y otorgaron significados aglutinantes. Las imágenes y las representaciones turísticas le dieron contornos más o menos precisos a la región, puesto que actuaron como herramientas de poder al intervenir sobre el carácter simbólico del territorio[22]. En otras palabras, la territorialidad como un componente del poder no era tan solo un medio para crear y mantener el orden, sino «una estrategia para recrear y mantener gran parte del contexto geográfico a través del cual se experimentaba el mundo y se lo dotaba de significado»[23].

La semantización del territorio socializado produjo una serie de imágenes turísticas arquetípicas. Estas funcionaron como «cartas de presentación» de los territorios turísticos[24]. A través de diversos formatos tales como postales, prensa, mapas, manuales escolares, crónicas de viajeros, discursos académicos, la región turística del «noroeste» o el «norte» asumió formas peculiares. Las guías de viaje condensaron estas expresiones culturales y establecieron qué ver, qué no ver y cómo hacerlo. Así, las imágenes turísticas difundidas reflejaban la exterioridad de determinados rasgos materialmente asibles del territorio y comportaban, al mismo tiempo, el proceso por el cual se construía y se cargaba de simbolismo dicho territorio[25]. Es decir, las guías turísticas tendieron a construir un espacio que funcionaba como apropiación simbólica en estrecha correlación con la práctica social.

Así pues, en este artículo se atenderán tres aspectos de la territorialidad: el paisaje, lo folclórico y lo indígena. Dichas expresiones dotaron de significados, imaginarios y representaciones turísticas al noroeste argentino, traduciéndose como versiones autorizadas de consumo para el turismo nacional.

---

[22] Joël Bonnemaison y Luc Cambrézy: «Le lien territorial entre frontières et identités», *Géographie et Cultures,* 20 (1996), pp. 7-18.

[23] Rogerio Haesbaert: *El mito de la desterritorialización. Del fin de los territorios a la multiterritorialidad,* México, Siglo XXI, 2011, p. 77.

[24] Mercedes González Bracco: «La construcción de una imagen turística para la ciudad de Buenos Aires en las guías de viaje de la primera mitad del siglo xx», *Nuevo Mundo, Mundos Nuevos* (2017), pp. 1-16.

[25] Graciela Silvestri: «El arte en los límites de la representación», *Bifurcaciones. Revista de Estudios Culturales Urbanos,* 14(13) (2013).

El paisaje. Entre la experiencia sublime y la domesticación pintoresca

Una de las claves para analizar la imagen turística del noroeste argentino consiste en explorar las implicaciones culturales del elemento más recurrente de las guías de viaje: el paisaje[26]. El paisaje ofrecido en las guías turísticas argentinas proponía al potencial turista la posibilidad de apartarse durante un tiempo de su entorno cotidiano y construir una imagen anticipatoria del viaje. Las guías contribuyeron a la reproducción de las representaciones de paisaje con el fin de convertirlo en un espacio deseado, recordado y somático de la imaginación y los sentidos[27]. A lo largo del periodo en estudio, a través de las guías pueden observarse regularidades en las imágenes paisajísticas[28]. Las relaciones de los hombres con el medio operaron en un tiempo geográfico marcado por la lentitud y expresado a partir de estructuras simbólicas de larga duración[29].

Esto se debió, en gran medida, a que las imágenes turísticas del noroeste expresadas en las guías se asentaron sobre la base imagi-

---

[26] El paisaje es un elemento sustancial del fenómeno turístico y un recurso de gran valor para el desarrollo y la consolidación de la oferta turística, véase Paulo Dos Santos PIRES: «Marco teórico-metodológico de los estudios del paisaje. Perspectivas de aplicación en la planificación del turismo», *Estudios y Perspectivas en Turismo,* 20(3) (2011), pp. 522-541.

[27] Los avances técnicos favorecieron la difusión de los paisajes. Primero, la fotografía aplicó las convenciones paisajísticas de la pintura; luego, la invención del vuelo a motor alejó aún más al espectador de la superficie de la tierra y le dio la posibilidad de contemplar el paisaje a una nueva escala. Remito a Denis COSGROVE: «Observando la naturaleza. El paisaje y el sentido europeo de la vista», *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles,* 34 (2002), pp. 63-89, esp. p. 75. Asimismo, la extensión del ferrocarril y el automóvil hicieron posible visitar los paisajes que se reproducían en distintos soportes.

[28] Sobre el paisaje confluyeron el ambiente natural y las formas de interpretarse o transformarse, véase Graciela SILVESTRI: «Paisaje y representación», *Prismas. Revista de Historia Intelectual,* 3(2) (1999), pp. 231-248, esp. p. 231. Dichas formas de interpretación se modificaban con ritmos más lentos que los modelos políticos y económicos, que son, en definitiva, los que cambian su fisonomía, véase Joan NOGUÉ: «The Countryside and Tourism», *Estudios Turísticos,* 103 (1989), pp. 35-46, esp. p. 42.

[29] Graciela SILVESTRI: «Postales argentinas», en Carlos ALTAMIRANO (ed.): *La Argentina en el siglo XX,* Buenos Aires, Ariel, 1999, pp. 111-135.

naria proyectada por el Estado-nación. Tal como señala Graciela Silvestri, hacia finales de 1930 se consolidó una forma común de entenderlo y apreciarlo a partir de un grupo reducido de imágenes paisajísticas que debían cumplir con dos características: ser naturales y sublimes[30]. Algunos de estos arquetipos culturales no solo traducían el carácter nacional de los diferentes componentes, sino que suponían dotar de significado peculiar a las regiones argentinas. Cada región enarboló rasgos identitarios a partir de un procedimiento nacional que otorgaba sentido de cohesión territorial. Silvestri sugiere que esta división en regiones no obedecía a criterios descriptivos y científicos, sino a caracteres estéticos[31]. Así, el noroeste argentino adquirió para sí, entre otros elementos, la composición estética del paisaje montañoso. La naturaleza estilizada se entendió sobre todo como orografía, anclando a través del suelo una multiplicidad de representaciones. Las distintas alusiones a la región se vieron influenciadas por la geografía y sus caracterizaciones respecto al terreno escarpado: «sierras, valles amables, quebradas viboreantes y trepadoras, puna volcánica y gélida, el noroeste es un todo bien compenetrado entre sí por los caminos de las quebradas»[32]. La referencia a estos tipos de paisajes resultaba muy atrayente como mundo extraño para el flujo predominante de turistas, provenientes de los llanos. Estas alusiones eran acompañadas por la idea de que el noroeste era una misma «provincia geográfica» donde «se respira el mismo aire, se vive bajo el mismo cielo de pureza sin par»[33]. Las imágenes turísticas de la región a partir de las representaciones del paisaje en las guías de viaje se convirtieron en un instrumento eficaz para construir la idea de la *apariencia,* un «algo esencial» más allá de las palabras[34].

Los paisajes del noroeste se presentaban como inexplorados y recónditos, por lo cual un primer contacto sugería una «revelación» a través de la vista dominante sobre el objeto[35]. Así se establecía una relación de dominio y subordinación entre el espectador —turista—

---

[30] *Ibid.,* pp. 111-135.

[31] *Ibid.,* p. 120.

[32] Automóvil Club Argentino: *Guía de viaje...* (1954), p. 4.

[33] Automóvil Club Argentino: *Guía de viaje...* (1944), p. 7.

[34] *Ibid.*

[35] *Ibid.,* p. 11. En efecto, esta percepción es coincidente con la definición «clásica» del paisaje, que lo presenta como un espectáculo visual conseguido desde lo alto, como un panorama. El paisaje sería la parte del territorio a la que se puede ac-

y el objeto de visión que estaban emplazados en distintos lugares. Una guía de 1944 sugería la ubicación ideal para contemplar el valle que se abría desde las sierras de Villa Nougués en Tucumán: «Allí en la cima, como sobre una plataforma, se nos ofrece la visión de hermosos panoramas que forman los valles y los poblados de más abajo pudiéndose contemplar desde esta apreciable altura un horizonte infinito»[36]. Las guías inducían *modos de ver,* al decir de Berger, y generaban paisajes con significados más o menos precisos[37].

Pero en las guías las distintas *apariencias* se confundían entre sí, entremezclándose en una suerte de naturaleza omnímoda. Así, la composición del paisaje brindaba experiencias sensoriales que extralimitaban la vista sobre un objeto. Respecto a la relación entre esa naturaleza y el turista una guía indicaba: «el paisaje lo penetra, lo imanta de una sensibilidad dúctil y potente, que se manifiesta en el amor a lo que lo rodea»[38].

La regionalización turística del noroeste argentino se asentó en representaciones de paisajes imponentes que abonaban la identidad nacional y a la vez brindaban la imagen cultural de un espacio homogéneo[39]. La belleza natural se presentaba en las guías de viaje como algo visible y tangible, como una representación fiel de la naturaleza, contribuyendo a afianzar esquemas de visión de cánones de paisajes. Esta consolidación de sensibilidades compartidas permitía articular formas de naturaleza local en una región entendida como una parte de la nación. Las guías contribuyeron a difundir las composiciones paisajísticas tradicionales en un fenómeno de circu-

---

ceder mediante la vista, pero desde cierta distancia. Denis COSGROVE: «Observando la naturaleza...», p. 72.

[36] ASOCIACIÓN TUCUMANA: *Guía oficial: Tucumán...,* p. 47.

[37] Véase John BERGER: *Mirar,* Buenos Aires, Ediciones de la Flor, 2005.

[38] ASOCIACIÓN TUCUMANA: *Guía oficial: Tucumán...,* p. 48. Si bien la vista ha sido tradicionalmente considerada el principal sentido para internalizar el paisaje, no era el único, puesto que la experiencia turística suponía una interacción sensorial compleja donde el cuerpo se amalgamaba con el paisaje. Véase Joan NOGUÉ: «Emoción, lugar y paisaje», en Toni LUNA e Isabel VALVERDE (dirs.): *Paisaje y emoción. El resurgir de las geografías emocionales,* Barcelona, Observatori del Paisatge de Catalunya-Universitat Pompeu Fabra, 2015, pp. 137-147.

[39] Jens JAGER: «Picturing Nations. Landscape, Photography, and National Identity in Britain and Germany in the Mid-Nineteenth Century», en Joan SCHWARTZ y James RYAN (eds.): *Picturing Place. Photography and the Geographical Imagination,* London, Routledge, 2003, pp. 117-140.

lación de imágenes, donde las postales resultaron cruciales en el momento de la formación del Estado-nación[40].

En la selección turística, los valores naturales del noroeste también se condensaron en paisajes imponentes, anclados en el placer de su consumo. Así, el terreno escarpado y montañoso se constituyó en un pilar clave de la formación de la imagen turística de la región. Una vez más, no se trataba de cualquier montaña, la selección de tal o cual forma radicaba en aquellas que generaran una impresión irresistible, una huella imborrable y un goce estético[41]. La experiencia del viajero de elite argentino del siglo XIX que descubría el paisaje de su país ahora era ofrecida por las guías de viaje de modo masivo y mercantilizado a los sectores medios recomendando compenetrarse con lo sublime, con la soledad y el silencio de los paisajes del noroeste[42]: «montañas, cerros, desfiladeros, cumbres, elevan y ennoblecen los espíritus que viven horas observando y descansando en el ambiente de estas obras de naturaleza milenaria»[43]. Así, las guías operaban sobre el viajero un recogimiento sobre su propia existencia mortal. Por ejemplo, los icónicos cactus de la Quebrada de Humahuaca se describieron como «espinosos fúnebres cirios, semejantes a grandes candelabros»[44]. La búsqueda in-

---

[40] La construcción de la patria como un biotopo que se relacionaba con las raíces de la nación en Jens ANDERMANN: *Mapas de poder. Una arqueología literaria del espacio argentino,* Rosario, Beatriz Viterbo, 2000, p. 123. Para el caso estadounidense, Nash analiza dos vertientes de la identificación entre naturaleza y nación: de un lado, la naturaleza sublime, «prístina», ancestral (conservada en los parques nacionales); del otro, el énfasis en los hombres emprendedores, los «pioneros», que dominan la naturaleza salvaje y la convierten en riqueza y civilización; véase Roderick NASH: *Wilderness and the American Mind,* New Haven, Yale University Press, 1979.

[41] Estos temas no son una invención del siglo XX, sino que representan un renovado interés por aquellas formas físicas del territorio que distintos escritores habían evidenciado a finales del siglo XIX en distintos textos. Ejemplo de ello son las obras de Joaquín GONZÁLEZ: *Mis montañas,* Buenos Aires, Cesáreo García Librero-editor, 1905, y Roberto PAYRÓ: *En las tierras de Inti,* Buenos Aires, Casa Editora é Impresora M. Rodríguez Giles, 1909.

[42] Lo sublime estuvo motivado por la idea del dolor y la angustia y se basó en una sensación de peligro: la amenaza de la autoconservación. Impulsó la reflexión sobre los grandes temas del pensamiento humano del infinito, la muerte y el sentido de la vida; véase Graciela SILVESTRI y Fernando ALIATA: *El paisaje como cifra de armonía,* Buenos Aires, Nueva Visión, 2001, pp. 90-91.

[43] *Guía Peuser...* (1944), p. 236.

[44] TOURING CLUB ITALIANO: *Las guías azules...,* p. 390.

trospectiva fue muy propicia en entornos naturales y, en especial, desolados (véanse las figuras 2 y 3). Así, la referencia al silencio y la soledad fueron frecuentes. Uno de los paisajes con frecuencia descritos de esa manera era la puna: «meseta desierta, silenciosa donde soplan vientos violentísimos»[45]:

> «Domina una calma que infunde pavor. Momentos hay en ella que todo enmudece como si la naturaleza misma estuviese en expectación de algo extraordinario; ni un eco, ni una ráfaga, ni un suspiro altera su profundo silencio. Suele, entonces, el viajero más audaz asustarse de sus propios movimientos, detiene su marcha, su misma presencia le atormenta y agitado de religiosa inquietud eleva su espíritu hacia aquel cuya voz teme oír en tan lóbrega soledad»[46].

En este caso, el relato asumía un carácter religioso e invitaba al turista a la humildad ante los atributos sobrenaturales propios del paisaje. La expectación del viajero ante un portento de la naturaleza también se ve reflejada en la imagen en donde la soledad iba acompañada por la posibilidad, durante los meses de verano, de crecidas de ríos cuyos cauces marchaban a lo largo de las quebradas. A propósito de ello, en una guía se comentaba: «el anecdotario de los moradores de estos valles está colmado de referencias a episodios catastróficos acaecidos a raíz de las crecientes»[47].

FIGURA 2

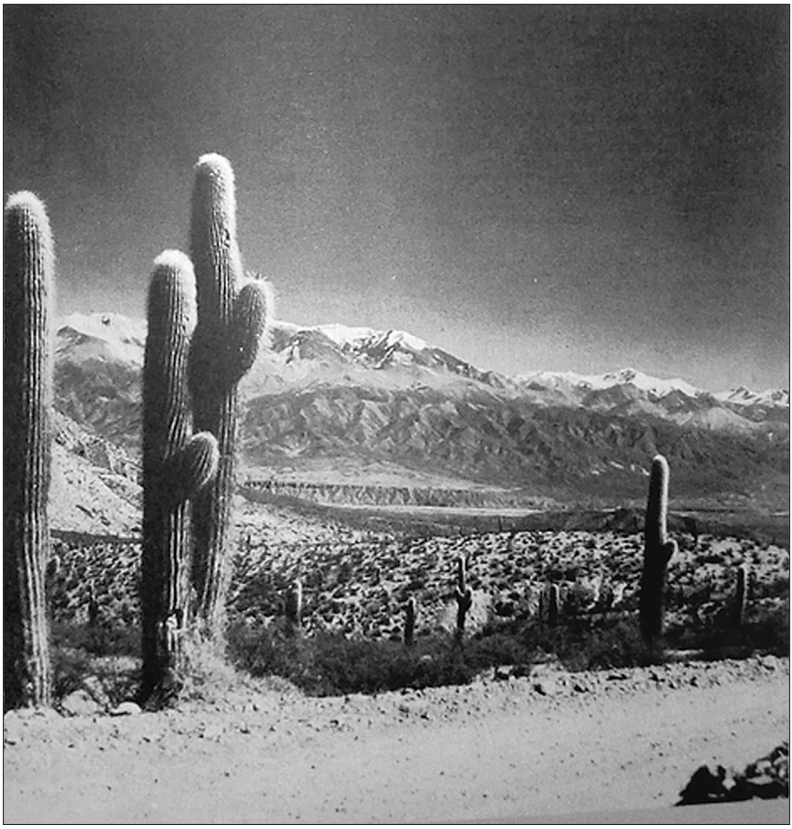
Punto de unión de las quebradas Capilla y Toro (Salta)



Fuente: FERROCARRILES DEL ESTADO: *Turismo a Tucumán, Salta y Jujuy*, s. l., Talleres Gráficos de los Ferrocarriles del Estado, 1931, p. 9.

[45] *Guía Peuser...* (1962), p. 280.
[46] *Revista al Servicio del Turismo...,* pp. 39-40.
[47] AUTOMÓVIL CLUB ARGENTINO: *Guía de viaje...* (1944), p. 9.

FIGURA 3
Cuesta del Obispo (Salta)



Fuente: AUTOMÓVIL CLUB ARGENTINO: *Guía turística de la Argentina,* Buenos Aires, Editorial ACA, 1964, p. 90.

Junto con ello, algunas tecnologías surgidas al fragor del peligro que suponía lo extremo de la naturaleza adquirieron características turísticas. No solo porque representaron hitos en pos de la modernización y la integración de Argentina, sino también por el carácter sublime inherente a la experiencia de movilidad. Los discursos (escritos y visuales) transformaron las tecnologías en mojones icóni-

cos, resaltando el rol domesticador de la obra pública sobre el territorio hostil a la actividad humana. Así, el *sublime tecnológico* entroncó con la oficialización de las imágenes del noroeste turístico[48]. El interés por estas obras estuvo condicionado a partir del gusto occidental «por lo salvaje, la grandeza y el poder abrumador que, en un destello de intensidad, podía arrebatar el alma con un repentino transporte de pensamientos o sentimientos»[49]. Lo sublime natural prefiguró la imagen de un paisaje complejo y condicionó las sensaciones y experiencias de la movilidad. Por caso, los viajes a los valles calchaquíes tucumanos eran «fatigosos y no están exentos de peligro, ya que bordean abismos y montañas cortadas a pique, abras frondosas, y ventisqueros tremendos en su atracción mortal»[50]. La sensación de terror evocada en un viaje al límite de los precipicios recordaba la presencia amenazante de la muerte. En la misma línea se expresaba un relato sobre un viaje en automóvil a Antofagasta (Chile) a través de la puna salteña: «arrancamos hacia Chile bajo una tormenta de agua y de innumerables rayos que obstaculizó la marcha, deteniéndonos horas enteras en el lodo a medianoche a tal punto que los 35 kilómetros entre Salta y Río Blanco apenas los cubrimos en 8 horas», y más adelante advertía: «soplaba un viento siberiano. El termómetro marcaba 7 grados bajo cero. Acampar en aquel páramo era exponernos a quedar duros de frío»[51].

Estas sensaciones en los viajes no desaparecieron con la construcción de las infraestructuras, a pesar del efecto tranquilizador de las guías y las publicaciones periodísticas, sino que pervivieron en el tiempo como elemento inherente a la experiencia de movilidad y como rasgo distintivo de las representaciones turísticas del paisaje del noroeste argentino. De hecho, el viaje en automóvil o en ferrocarril no estuvo exento de peligros, ya que se intuyó un delicado equilibrio entre la firmeza de las obras humanas y los fenómenos naturales.

---

[48] Sobre este concepto, véase David NYE: *American Technological Sublime,* Cambridge, MIT Press, 1996.

[49] *Ibid.,* p. 2.

[50] S. A.: «El gran camino a los valles calchaquíes», *El Orden* (San Miguel de Tucumán), 15 de enero de 1943, p. 4.

[51] Juan Carlos DÁVALOS: «Primera excursión salteña a Antofagasta», *El Intransigente* (Salta), 22 de febrero de 1948, pp. 8-9.

Otro de los aspectos visuales y sensoriales que operaron como presentación del paisaje norteño fue la noción de lo pintoresco, la cual alude a la combinación perfecta de determinados fragmentos de la naturaleza[52]. Así, las valencias del «noroeste montañoso de la Argentina»[53] otorgaron distintos matices a sus formas y, por ende, a los sentidos que pretendían consumirlas como atractivos. Por ejemplo, los valles solían diferenciarse de las cumbres. Las descripciones estéticas aludían a su cariz bello, colorido, luminoso y, sobre todo, indulgente con la actividad humana: «valles fértiles y bien cultivados»[54] en Salta, «amables»[55] en Catamarca y convertidos en «huerta y jardín»[56] en Tucumán. Este sentido de lo bello tenía una impronta que se conmovía ante formas suaves, delicadas entre sí, sin ángulos contrastantes de colores puros y luminosos. La belleza así estimulada apuntaba a sentimientos de cohesión social, en tanto se interpretaban como orden y armonía[57].

Crucialmente, lo pintoresco, junto con lo sublime, funcionó en las guías de viaje como herramienta interpretativa y selectora de apropiación del paisaje. Ambos aspectos tuvieron un carácter especular, ya que permitieron la miniaturización del paisaje, su *souvenirización* y, en ese sentido, su estereotipación. Tal como señala Stewart, la representación eliminaba al referente, reagrupaba las proporciones y desarticulaba la experiencia de lo real. Así, el turista internalizaba las representaciones de la cultura presentes en las guías de viajes y en las postales más difundidas, alejándose de lo real[58]. Dicha construcción del *souvenir* implicaba su instrumentalización y su descontextualización de un lugar de origen que permanecía inaccesible y generaba deseo de consumirlo[59].

---

[52] En tanto opuesto a lo sublime, lo pintoresco es aquello fragmentario, discontinuo, sobre lo que se puede intervenir. Es también lo quebrado y lo abrupto, lo que evita el orden geométrico y se identifica con el orden natural, véase Graciela Silvestri y Fernando Aliata: *El paisaje como cifra...,* p. 89.

[53] Automóvil Club Argentino: *Guía de viaje...* (1954), p. 3.

[54] *Guía argentina de turismo...* (1955), p. 392.

[55] *Guía Peuser...* (1949), p. 239.

[56] *Guía argentina de turismo...* (1955), p. 391.

[57] Graciela Silvestri y Fernando Aliata: *El paisaje como cifra...*

[58] Susan Stewart: *El ansia. Narrativas de la miniatura, lo gigantesco, el souvenir y la colección,* Rosario, Beatriz Viterbo Editora, 2013, pp. 141-142.

[59] *Ibid.,* p. 222.

La tradición colonial e hispánica como reserva moral y espiritual de la nación

Ahora bien, la imagen turística de la región se construía no solo a partir de las representaciones paisajísticas y los significados en torno a la montaña, sino que incluía también el tema de las costumbres, la tradición y lo «típico». Si se consideran estos aspectos, es posible hablar de la «unidad folclórica del paisaje-habitante»[60].

Por una parte, las representaciones paisajísticas se consolidaron junto con imágenes del pasado colonial traducidas como valencias artísticas, arquitectónicas y estéticas de lo hispánico. La figura 4 expresa la típica postal de antiguas capillas enclavadas en entornos marcados por la desolación de montañas imponentes. El paisaje que se observa aquí se entiende como una construcción social, que permite mostrar la acción humana a lo largo del tiempo y reconocer aspectos de la historia en el paisaje actual. Como testimonio de las formas de vida que lo han modelado, el paisaje forma parte intrínseca de la identidad cultural[61].

En efecto, lo colonial constituyó un elemento del pasado nacional recuperado sistemáticamente, sobre todo a través de la arquitectura como consecuencia de los afanes conservacionistas del periodo[62]. Esto se vio reflejado en la gran notoriedad que asumió lo colonial en la imagen turística de la región. Las guías de viaje destacaron, en cada provincia perteneciente a la región, el aspecto colonial como un icono central de la imaginería turística. Si lo colonial se enlazaba con la base de la historia nacional, su conservación suponía cargar a los pueblos del norte con la representación de lo puro y de la fidelidad a la tradición. Estas representaciones pueden observarse en la figura 5, la cual retrataba un conjunto de significados culturales expresados a través de una sinécdoque visual de distintas provincias de la región. ¿Qué aspectos en común

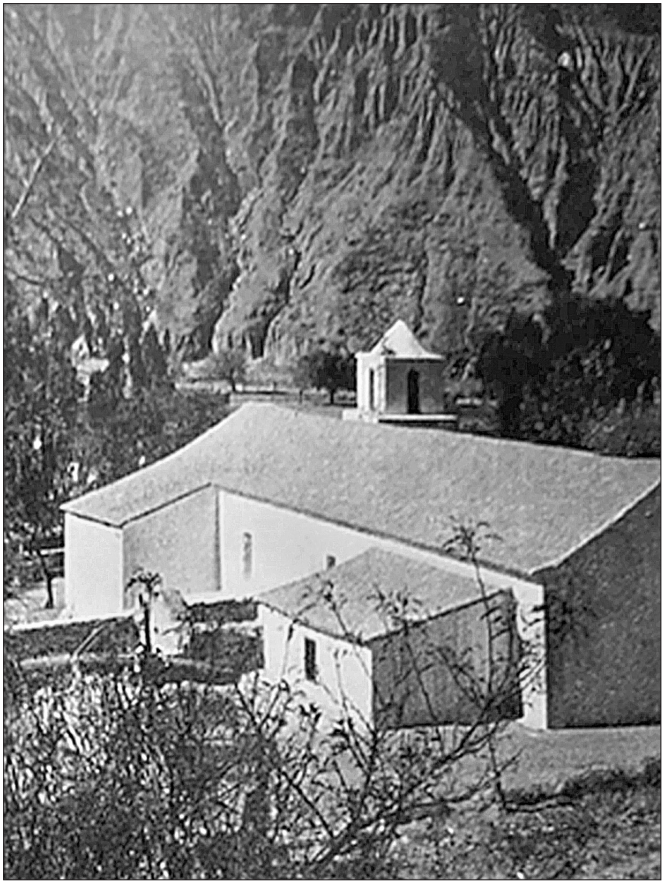
[60] Graciela Silvestri: «Postales argentinas...», p. 134.

[61] Rodrigo Booth: «Turismo y representación del paisaje. La invención del sur de Chile en la mirada de la *Guía del veraneante* (1932-1962)», *Nuevo Mundo, Mundos Nuevos,* 8 (2008), pp. 1-17.

[62] Carlos Rodríguez Buscia: «Patrimonio y Estado en el noroeste argentino, 1938-1955», *Revista de Historia (Concepción, Chile),* 30(1) (2023), pp. 1-29.

FIGURA 4

«Entre la inmensidad de los cerros jujeños, asoma la pequeña y tradicional capilla de Purmamarca»



Fuente: AUTOMÓVIL CLUB ARGENTINO: *Guía de la Argentina tradicional y pintoresca,* Buenos Aires, Editorial ACA, 1958, p. 311.

tenían estas representaciones? En principio, eran bocetos que respondían a una imagen mental socialmente aceptada. Daban cuenta de elementos específicos que buscaban representar un todo: la capilla-celda de San Francisco Solano a Santiago del Estero, la portada

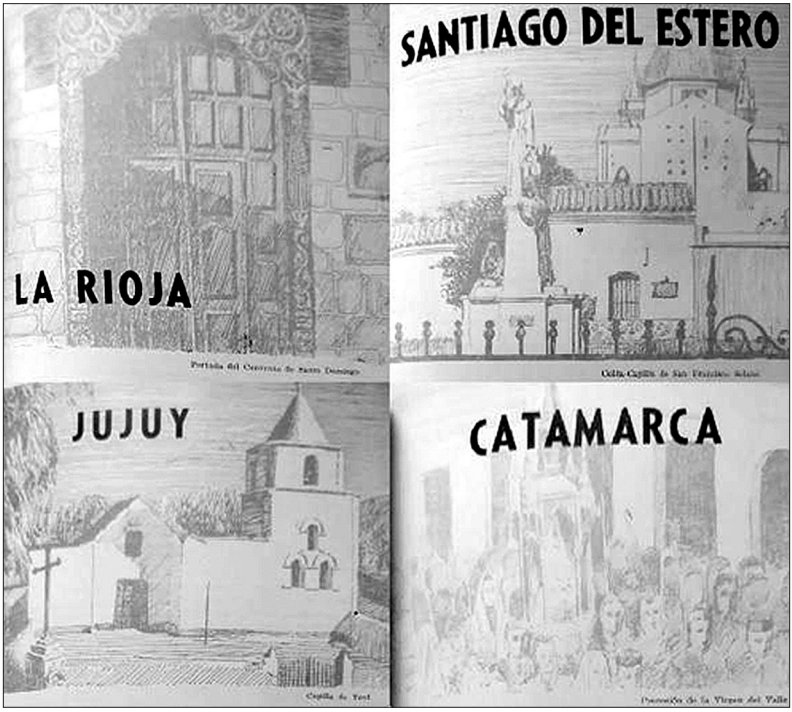
del convento de Santo Domingo a La Rioja, la capilla de Yavi a Jujuy y la procesión de la Virgen del Valle a Catamarca. Asimismo, dichas manifestaciones expresaban sentidos compartidos que eran integrados en la construcción turística de la imagen de la región. En todos los casos estaban presentes rasgos del pasado hispánico, ya sea a través de la arquitectura de capillas y conventos o mediante el fervor popular de las distintas festividades religiosas. Así, las guías de viaje construían la idea de que la región turística era la depositaria de un acervo espiritual inalterado que estaba jalonado por la pertenencia a una comunidad imaginaria mayor, que a la vez la definía en sus formas y posibilidades. Este sustrato se expresaba en la materialidad de su ejido urbano, y en un abanico de características folclóricas tales como rituales y ceremoniales populares y estereotipaciones de personajes y costumbres.

Por otra parte, a pesar de que las guías turísticas mencionaban con frecuencia los progresos materiales que transitaban las provincias del *norte* y que hacían más amable las estadías de los turistas, se ufanaban, al mismo tiempo, de mantener y difundir la imagen de una región *detenida en el tiempo.* En efecto, la rápida modernización, urbanización y racionalización de las principales ciudades argentinas (Buenos Aires, Rosario y Córdoba) durante las primeras décadas del siglo XX motivó la estrategia cultural opuesta: sostener un anclaje en los supuestos orígenes identitarios de la nación a través de su pervivencia en lo urbano, en las tradiciones y en la cultura del noroeste. Así, la imagen turística de la región funcionó como un recurso convocante de afianzamiento de pertenencia a la comunidad imaginada.

La tradición criolla de las provincias, entendida como baluarte de la nación, replicaba alusiones permanentes a la pureza de las formas culturales. Por ejemplo, sobre Catamarca se decía que conservaba «riquísimas expresiones en bailes y canciones» y una tradición oral que se reflejaba en «la delicadeza señorial de los espíritus sencillos»[63]; acerca de Salta se exponía que «pocas ciudades argentinas mantienen un sentido urbano tan castizo, tan en armonía con el ambiente y la tradición»[64], y sobre Jujuy se mencionaba que «atesoraba ese dejo de tradición, en la cual hay un recuerdo o

[63] *Guía social del norte...,* p. 23.
[64] *Turismo. Guía Peuser...* (1944), p. 253.

FIGURA 5
Representaciones de provincia



Fuente: elaboración propia con datos de AUTOMÓVIL CLUB ARGENTINO: *Guía de la Argentina...,* pp. 333, 507, 301 y 135.

una emoción»[65]. Así, se pensaba en la región como la depositaria de un legado puro no corrompido por la inmigración, la modernidad y la vorágine de la cotidianeidad de las grandes urbes. El arquetipo cultural que resaltaba era el del gaucho, personaje típico y auténtico depositario de la esencia nacional. Se buscaba construir las señas de una identidad regional y exaltar lo autóctono, inmerso, al decir de Lowenthal, en un sentimiento nostálgico que llevaba a

[65] *Guía Peuser...* (1954), p. 348.

despertar el apego hacia recuerdos, espacios y tiempos más imaginados que vividos[66].

En el marco de las transformaciones culturales del país, visitar la región suponía acceder a un espacio atravesado por la tradición, entendida como un «pasado vivo en el presente»[67]. Así pues, la construcción de la tradición como atractivo suponía una cierta selección de la realidad social pasada desde un presente que, desde los años treinta, estuvo surcado por una fuerte impronta nacionalista. De esta manera, todo aquello que podía reafirmar la identidad nacional se transformó en objeto factible de consumirse turísticamente, relacionándose de manera muy estrecha con un proceso de patrimonialización. Algunas provincias «manipularon la tradición»[68], instrumentalizada con deliberación a través de políticas públicas con el fin de satisfacer la mirada del turista. Un ejemplo claro de ello fue la identidad visual neocolonial que asumió el ejido urbano céntrico de la capital salteña a partir de los distintos planes reguladores durante los años treinta y cuarenta.

La mirada turística de lo indígena. Entre el exotismo y la alteridad controlada

Ahora bien, no toda la tradición estaba relacionada con la nación, sino que una gran parte de ella se operaba a partir de un fenómeno de alterización. Acceder al noroeste suponía retrotraerse a un mundo que se suponía no corrompido por los avances tecnológicos y culturales: un mundo sencillo, rural, primitivo, atravesado por prácticas desconocidas u olvidadas. Lugares cuyo pasado remoto se desmarcaba por completo de lo europeo. Paisajes de gran antigüedad sumados a la presencia de vestigios de civilizaciones perdidas y la existencia de supuestas valencias prístinas,

---

[66] Agustín SANTANA TALAVERA: «Patrimonios culturales y turistas: Unos leen lo que otros miran», *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural,* 1(1) (2003), pp. 1-12.

[67] Javier ARÉVALO: «La tradición, el patrimonio y la identidad», *Revista de Estudios Extremeños,* 60(3) (2004), pp. 925-956, esp. p. 927.

[68] Miguel BARRETO: *Transformaciones de la vida urbana argentina a finales del siglo XX. La dimensión simbólico-ideológica del espacio urbano público,* Berlin, Editorial Académica Española, 2011, p. 2.

no alteradas por la modernidad. Si bien es cierto que lo prehispánico y lo indígena no se incorporaron como un rastro de la identidad argentina, se incluyeron en los paisajes como una representación identitaria de la región. Así, la imagen de una naturaleza muy vasta era acompañada por rastros arqueológicos de un pasado remoto poco conocido y por poblaciones originarias con conexiones singulares con la tierra, representadas, al igual que la naturaleza, por su silencio. A su vez, el silencio conjunto de la montaña y del «indio» remitía a la idea de lo inaccesible, de lo secreto, incluso de lo incognoscible.

Las guías de viaje tradujeron este tipo de tradición en objetos turísticos exóticos. Se produjo, así, una selección no neutral de la cultura, la cual, según Markwell, fue objetivada y despersonalizada, sacada de contexto, con el fin de obtener un producto presentable como auténtico, fuera de tiempo, cuyo último objetivo fuera constituirse en un objeto repetible y estandarizado[69]. Un modo de contribuir a la formación de lo indígena como atractivo fue la difusión de estereotipos turísticos y la conversión de algunos elementos en sinécdoque de lo exótico. «Todo es extraño al viajero: complicados atuendos, pausado hablar, maneras, comidas, forma de llevar a los niños en la espalda»[70]. Estos aspectos cobraban relevancia en tanto, tal como lo señala MacCannell[71], los grupos étnicos turistificados a menudo estaban debilitados por una historia de explotación y no contaban con grandes edificios, máquinas, monumentos o maravillas naturales para desviar la atención de los turistas de los detalles íntimos de su vida diaria[72]. Lo visual contribuía a asentar estas representaciones, tal como se observa en la figura 6. A través de este tipo de fotografías, las guías

[69] En Agustín SANTANA TALAVERA: «Patrimonios culturales...», p. 4.

[70] AUTOMÓVIL CLUB ARGENTINO: *Guía de viaje...* (1944), p. 11.

[71] Dean MACCANNELL: *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa,* Barcelona, Melusina, 2003, p. 8.

[72] Esto es cierto, aunque también cabe destacar que lo exótico incluía los yacimientos arqueológicos de culturas «avanzadas», en especial si se trataba de presencia incaica. En efecto, esta civilización aumentaba el prestigio del atractivo, entendiéndose esto como un proceso de traspolación identitaria donde se aceptaban materiales, símbolos e insignias de otros grupos. Véase Rodrigo GRÜNEWALD: «Turismo e etnicidade», *Horizontes Antropológicos,* 9 (2003), pp. 141-159, esp. p. 146.

turísticas intentaban institucionalizar arquetipos de grupos étnicos, imponer un modo de verlos, conocerlos y reconocerlos, tejiendo así una división clara del mundo social[73]. Las imágenes demuestran la intención de construir una *mirada turística* sobre un objeto que estaba en exhibición, un espectáculo vivo que debía ser fotografiado y examinado[74]. En suma, desde los años cuarenta y cincuenta se observa un interés por asir lo exótico e integrarlo al acervo de representaciones de la región turística. Este proceso puede entenderse, según MacCannell, como la conservación artificial de los grupos étnicos y atractivos locales para que pudieran consumirse como experiencias turísticas[75]. No obstante, es clave advertir que la formación turística de dichos objetos se llevó a cabo sin el consentimiento o compromiso de los grupos étnicos, los cuales no pudieron determinar qué aspectos de su identidad podían promocionar las guías turísticas y comprar, después, los turistas. Esto devela un violento etnocentrismo, puesto que las guías turísticas se traducían como genuinos portavoces de quienes «se les quita el habla y son negados»[76]. Si bien el turismo étnico fue una práctica posterior al periodo analizado, es preciso destacar que las guías de viaje contribuyeron a constituir a un *otro* turístico[77].

---

[73] Véase Pierre Bourdieu: *Language and Symbolic Power,* Cambridge, Harvard University Press, 1991.

[74] John Urry: *The Tourist Gaze...*

[75] Dean MacCannell: *El turista...,* p. 111.

[76] Fernando Rada Schultze: «La historia la escriben los que ganan y ganan los que la escriben: imaginarios sociales sobre el "Pesebre Coya" en Salta, Argentina», *Diálogo Andino,* 38 (2011), pp. 149-156, esp. p. 150. Al respecto este autor muestra cómo en la actualidad la aristocracia salteña censura las prácticas rituales coyas, identificadas con los originarios del noreste andino, aduciendo que violan la tradición, el catolicismo y la «argentinidad», concepto por omisión definido. Los miembros de la elite se presentan como verdaderos argentinos, como legítimos católicos y como portavoces autorizados para declarar qué es la tradición (p. 152). Así pues, la subalternidad de lo indígena no es un mero dato del pasado, sino una construcción histórica que se produjo y reforzó con el turismo.

[77] Entiéndase como una forma de viaje asociada con motivaciones de participar y ser testigo de prácticas folclóricas, incluyendo rituales y eventos culturales, combinado con peregrinaje por paisajes de significados folclóricos, por ejemplo, ríos y montañas conectados con cuentos populares o sitios religiosos de culto. Véase Jack Hunter y Rachael Ironside (eds.): *Folklore, People, and Places. International Perspectives on Tourism and Tradition in Storied Places,* New York, Routledge, 2023.

FIGURA 6

«Con originales atavíos de plumas, estos "samilantes" promesantes, participan activamente en las fiestas tradicionales de la Quebrada de Humahuaca»



Fuente: AUTOMÓVIL CLUB ARGENTINO: *Guía de la Argentina...,* p. 305.

En esa situación, las mujeres indígenas ocuparon un rol doblemente subyugado. En efecto, a las relaciones asimétricas e históricas de género, clase y etnia ahora se le sumaba la conformación de imágenes con fines turísticos, entendidas como cristalizaciones

arquetípicas de modos y condiciones de vida[78]. ¿Qué grupos podían ser considerados *genuinos*? En especial, aquellos que respondían a un estereotipo de género y a rasgos étnicos característicos. La imagen que retrataba mujeres ejerciendo tareas de cuidado en el marco de sus jornadas laborales puede interpretarse a partir de un doble proceso de dominación. Por una parte, la diferenciación sexual como constitutiva de las divisiones de género del trabajo y, por otra, en tanto objetos cosificables, susceptibles de ser consumidos por los turistas. En efecto, las mujeres cuidaban a sus hijos porque el rol social que se les asignaba era, ante todo, el de madres, con independencia de las múltiples tareas que se vieran compelidas a realizar. No obstante, adviértase que en el epígrafe de la fotografía el rasgo distintivo de las mujeres retratadas no era su rol de género, sino el trabajo rural. De hecho, se invisibilizan las tareas de cuidado, concebidas como inherentes a la condición femenina, y ponían en primer plano las actividades de subsistencia, ya sea en el marco de una economía familiar o en el de una explotación de cañaverales o ingenios. Se buscaba con ello reflejar estilos de vida diferenciados de las posibilidades que los turistas podían encontrar en el mundo moderno urbano del cual provenían. En la búsqueda de lo genuino se quería captar el movimiento cotidiano de mujeres indígenas y campesinas. Las vestimentas típicas exaltadas por lo visual construían la imagen homogénea de un colectivo cultural y étnico diferente a la comunidad nacional y reforzaban la creencia de que la región turística estaba poblada sobre todo por descendientes de pueblos originarios. Con ello, las guías turísticas contribuían a difundir representaciones de autenticidad

[78] Sin pretender exhaustividad, algunos trabajos clave que trabajan el vínculo entre turismo y género son: Lucy FERGUSON: «Turismo, igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en Centroamérica», *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global,* 111 (2010), pp. 123-133; Beatriz GALÁN y Norma FULLER: «Turismo rural comunitario, género y desarrollo en comunidades campesinas e indígenas del sur del Perú», *Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia,* 31 (2015), pp. 95-119; Gabriela KARASIK: «Haciendas, campesinos y antropología. Conflictos sociales y colonialidad en el extremo noroeste argentino en la primera mitad del siglo XX», *Travesía. Revista de Historia Económica y Social,* 10 (2010), pp. 197-223; Juana NORRILD: «Relación entre turismo, género y sexo. El caso de Buzios-Brasil», *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural,* 5(3) (2006), pp. 331-341, y Marrion SPARRER: «Género y turismo rural. El ejemplo de la costa coruñesa», *Cuadernos de Turismo,* 11 (2003), pp. 181-197.

y condicionaban las formas de mirar y fijar patrones esperables de mercantilización de las costumbres y tradiciones.

FIGURA 7

Motivo típico de Jujuy: las vendedoras de hortalizas



Fuente: S. A.: «Tipo y costumbres del norte», *Automovilismo,* mayo de 1941, s. p.

Conclusiones

En el presente artículo se ha podido comprobar cómo la imagen turística del noroeste argentino presentada por las guías de viaje se asentó sobre la territorialidad que imprimió la nación. La base imaginaria de las representaciones turísticas de la región se proyectó desde instancias centrales y apuntó a constituir un todo armónico nacional. Para ello se constituyó una serie de imágenes arquetípicas

regionales que rebasaban y aglutinaban un conjunto heterogéneo de pueblos, ciudades y provincias.

Los aspectos arquetípicos analizados, en tanto formas de territorialidad simbólica, fueron tres. En primer lugar, el paisaje, el cual, a través de las representaciones fotográficas de las guías, se entendió como un ambiente natural predominantemente montañoso. Se destacó su carácter sublime y se ligó este sentido a las formas que asumió su representación, así como a los modos de internalización de consumo, como, por ejemplo, el concedido a las experiencias de movilidad turísticas en las infraestructuras de montaña. Por su parte, lo pintoresco funcionó como contracara de lo sublime al presentarse como un recurso que habilitaba aprehender el paisaje domesticado. La tensión entre lo incontrolable y lo controlable, entre la muerte y la vida, entre el terror ubicuo y la naturaleza dócil funcionaba como herramientas especulares para el turista. Lo sublime y lo pintoresco se tradujeron de forma sintética como estereotipos culturales que permitieron el alejamiento de la realidad y su *souvenirización.* Es decir, las guías de viaje influyeron tanto en la orientación de la mirada turística como en la producción de los espacios turísticos que buscaban adaptarse a las expectativas externas nacionales.

En segundo término, se designó al paisaje como una unidad con lo humano, exhibiendo su conexión con construcciones eclesiásticas y coloniales. Así, lo prístino y lo puro se configuraron en significados dominantes de las representaciones turísticas del noroeste, vinculadas a su vez con la construcción de la nacionalidad. En el noroeste argentino descansaban una autenticidad originaria y una armonía social que se consumían en forma de romantización de las desigualdades sociales y la explotación de los sectores subalternos.

Por último, se hizo referencia a lo exótico como elemento de alteridad controlada de la imagen del noroeste y se constituyó lo indígena en un objeto sin sujetos que pudieran decidir sobre las valorizaciones impuestas desde el exterior. Una alteridad, asimismo, idealizada en sus rasgos de autenticidad y desvinculada de los procesos de cambio social.

En suma, la tradición folclórica, la costumbre y la narración oral funcionaron como insumos de un proceso de objetivación turística, estableciendo dos estereotipos regionales: el gaucho, de raigambre identitaria nacional, y el indígena, no nacional y exótico, pero sí tí-

picamente local. Así, los arquetipos culturales moldearon a la región turística y contribuyeron a otorgarle sentido para los turistas. Junto con ello, la imagen idealizada de las culturas populares criollas e indígenas, exaltadas por su belleza y su autenticidad, no era abordada a partir de su pobreza o marginalidad. De esta forma, en la construcción de la región turística operaba la reconciliación entre el atraso económico y la riqueza cultural, encubriendo así las desigualdades preexistentes.

En este sentido, el análisis de las fuentes permite comprender de qué manera la definición de un imaginario regional contribuyó a la consolidación simbólica de la nación. Al aglutinar lo heterogéneo y diverso bajo la categoría de «noroeste» no solo se integró este espacio al territorio nacional, sino que se le asignó una serie de funciones específicas dentro del conjunto. La región resguardaba la tradición y la autenticidad de la nación. Por ende, la regionalización operó como un mecanismo indispensable para dotar a la identidad argentina moderna de una profundidad histórica y una raíz territorial que, por paradójico que resulte, se definía desde el centro. La proyección de la nación sobre el territorio requirió de la cristalización de estas imágenes regionales para validarse como un todo histórico y cultural. Asimismo, el noroeste —en tanto representación turística— asumió y estabilizó esos signos de identidad, validándose como una parte constitutiva y necesaria del todo nacional.

En qué medida la cosificación etnocéntrica impulsada por la mirada nacional se consolidó a lo largo de las décadas posteriores a este estudio y despertó formas disímiles de resistencia forma parte de una agenda futura de trabajo[79].

---

[79] Para el caso actual de Salta, Troncoso advierte que las imágenes del *marketing* provincial presentan a los habitantes de los destinos turísticos en función de estereotipos regionales, étnicos y pintorescos en los que el «gaucho» y el «coya» se transformaron en los habitantes «típicos» de la provincia y aun del noroeste argentino. Véase Claudia Troncoso: «Turismo y promoción en la provincia de Salta (Argentina). Las imágenes oficiales de la geografía turística provincial», *Cuadernos de Geografía. Revista Colombiana de Geografía,* 30(1) (2021), pp. 125-143, esp. p. 137. Otros estudios muestran cómo la figura del coya es muy empleada por la publicidad provincial para graficar a los habitantes del territorio imaginado no solo de la Quebrada de Humahuaca, sino de todo Jujuy. Véase Liliana Bergesio, Jorge Montial y Lucía Scalone: «Territorio imaginado...», pp. 111-136.

Por último, resulta necesario seguir aportando perspectivas que pongan en diálogo distintas escalas de análisis. La producción turística no se agota en lo local, lo regional o lo nacional como niveles separados y aislados. Más bien, problematizar estas dimensiones de forma interrelacionada permite complejizar los procesos de desarrollo turístico. Así, la construcción de los arquetipos culturales y las representaciones dominantes de la imagen turística del noroeste analizados desde el exterior por la nación serían reproducidas, redefinidas y resignificadas por las provincias, las ciudades y los pueblos. Auscultar dichos procesos permitirá, en futuras indagaciones, explorar los desarrollos turísticos divergentes y las desiguales en el noroeste argentino.