

# FORMACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LOS ATRATIVOS TURÍSTICOS DEL NOROESTE ARGENTINO A TRAVÉS DE LAS GUÍAS DE VIAJE (1930-1960)

*Carlos Martín Rodríguez Buscia\**

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas  
Universidad Nacional de San Martín. Argentina  
<https://orcid.org/0000-0001-5884-1708>

## RESUMEN

El siguiente artículo explora el proceso de formación y consolidación de los atractivos turísticos del noroeste argentino a partir del examen de las guías de viaje entre 1930 y 1960. El trabajo se inserta en el campo de los estudios históricos y ensaya un abordaje regional.

Se sostiene que un modo indispensable de indagar este fenómeno consiste en auscultar las guías de viaje en tanto instrumentos claves de la práctica turística de ese tiempo. Para ello se recupera un amplio acervo de guías de viaje, entre las que destacan las producidas por el Automóvil Club Argentino y la Editorial Peuser.

**Palabras clave:** Noroeste Argentino; turismo; guías de viaje; Automóvil Club Argentino; Editorial Peuser.

**Formation and consolidation of tourist attractions in the Argentine Northwest through travel guides (1930-1960)**

## ABSTRACT

The following article explores the process of formation and consolidation of tourist attractions in north-western Argentina based on an examination of travel guides from 1930 to 1960. The work falls within the field of historical studies and takes a regional approach.

Fecha de recepción: 11 de abril de 2025.

Fecha de aceptación: 24 de septiembre de 2025.

\*Centro de Investigación y Desarrollo del Turismo. Escuela de Economía y Negocios. Universidad Nacional de San Martín. Caseros 2241, San Martín. BUENOS AIRES (Argentina). E-mail: [crodriguez@unsam.edu.ar](mailto:crodriguez@unsam.edu.ar)

It argues that an indispensable way of investigating this phenomenon is to examine travel guides as key instruments of tourism practice at that time. To this end, it draws on a large collection of travel guides, notably those produced by the Automóvil Club Argentino and Editorial Peuser.

**Keywords:** Northwest Argentinian; tourism; travel guides; Automóvil Club Argentino; Editorial Peuser.

## 1. INTRODUCCIÓN

El objetivo central de este artículo es describir el proceso de configuración histórico del noroeste argentino como región turística a partir del examen de las guías de viaje durante los años 1930 y 1960.

El surgimiento y expansión del turismo nacional en Argentina desde finales de los años veinte y los primeros treinta y la aceleración del proceso que amplió la base social a dichas prácticas durante la época peronista contribuyó, tal como lo demuestra la historiografía del turismo, a la consagración de destinos clásicos tales como Mar del Plata (Pedetta, 2018; Pastoriza y Zuppa, 2004; Pastoriza y Torre, 1999; 2019) y, de modo más general, la costa atlántica (Kaczan, 2020; Fernández, 2018; Bruno, 2015). Otros destinos como la Capital Federal (González Bracco, 2021, 2017), Córdoba (García, 2012), Mendoza (Bianchi, 2023; Raffa y Luis, 2020; Raffa, 2020a, 2020b) y en menor medida la Patagonia y sus parques nacionales (Piantoni y Pierucci, 2021; Vargas y Núñez, 2020; Andermann 2017; Núñez y Vejsbjerg, 2010; Floria, y Vejsberg, 2009) fueron difundidos y visitados. El noroeste o norte argentino, menos estudiado que otras zonas del país, no escapó a esta lógica, sino que desde los años conservadores y durante los años peronistas se vio atravesado por un proceso de turistificación material y simbólico que contribuyó a constituir una oferta que se consolidaría desde la década de 1960. A partir de ello, es posible identificar un conjunto de elementos y parámetros comunes que contribuyeron a dar forma al proceso de regionalización turística del noroeste argentino.

En ese sentido, los estudios turísticos sobre el noroeste argentino si bien trabajaron en reconstruir las dinámicas de localidades, ciudades y pueblos, no se enfocaron en examinar desde una perspectiva histórica las diversas estrategias y mecanismos que produjeron la región turística.<sup>1</sup> Por tal motivo, este artículo pretende contribuir al campo de la historia del turismo a partir de una perspectiva que recupere el marco regional.<sup>2</sup> Para esgrimir esta

1 Recientemente una serie de estudios se preocuparon estudiar el desarrollo del turismo en clave histórica de algunas provincias de dicha región como ser Tucumán (Rodríguez Buscia, 2024a; 2024b; Tolosa, 2018) y Salta (Rodríguez Buscia, 2024c, 2022). Otros estudios, más centrados en temporalidades recientes, enfocaron los antecedentes de la Quebrada de Humahuaca (Bergesio, Montial y Scalone, 2012; Bruno, 2010; Mancini, 2016, 2019; Mancini y Petit, 2025 Tommei, 2016; Troncoso, 2012), Jujuy (Bergesio y Scalone, 2014; Jerez, 2020) y Salta (Troncoso, 2020).

2 Los estudios que abordaron en Argentina esta escala geográfica identificaron a la Patagonia como una región con una larga tradición turística nacional (Bertoncello, 2012). Asimismo, este tipo de aportes pueden enmarcarse en un panorama más vasto, el de las contribuciones regionales de los estudios turísticos en Latinoamérica. En ese sentido, los cuantiosos avances realizados resultan difícilmente abarcables en este artículo. Por

mirada, se recuperan los aportes realizados por la literatura preocupada en definir y estudiar la región. Así, se entiende a esta escala como una “hipótesis a demostrar” (Van Young, 1987: 257). Esto quiere decir que no se la piensa como una estabilidad dada, sino como un proceso de configuración espacial atravesado por continuismos y transformaciones sociales heterogéneas. La operatividad de esta conceptualización sugiere la constitución de una región turística delimitada según las características epocales. De modo tal que despojada de cualquier elemento preexistente es posible definir a la región como un andamiaje flexible y vinculado a los avatares de la producción turística del espacio (Santos, 1985; Sánchez, 1991; De Jong, 2001).

Un abordaje clave para examinar qué atractivos se asociaron y cristalizaron históricamente como partes intrínsecos de la región turística durante el periodo 1930-1960, debe apelarse a un examen de las guías de viaje.<sup>3</sup> Desde una etapa anterior al periodo que abarca este trabajo, las guías fueron dispositivos incuestionados, incuestionables y supuestamente objetivos que informaban respecto de los destinos, transformándose en verdaderos saberes expertos del turismo (MacCannell, 2003).<sup>4</sup> Para ello incorporaron conocimientos disciplinares de la geografía, la historia, la arquitectura, la arqueología, el arte, entre otras disciplinas, y los dispusieron junto con consejos prácticos del viaje y materiales complementarios tales como fotografías, dibujos y mapas. Toda esa disposición jerarquizada de información presente en las guías de viaje puede entenderse como literatura apodemia, es decir como literatura didáctica que tiene importantes funciones performativas y de agencia sobre el turista (Jack y Phipps, 2003). Dicho en otras palabras, obras cuya preocupación central es proporcionar reglas sistemáticas y útiles para los viajes y la observación (Stagl, 1980).<sup>5</sup> Las guías informan cómo ver o cómo no ver, qué ver, qué hacer y, de ese modo, insinúan cómo se imagina la geografía. Barthes (1957) en su análisis sobre la *Hachette Guide Blue* sostenía que en lugar de actuar como una ayuda indexada, la guía operaba como un “agente de ceguera”, condicionando al turista y dominando la influencia que el paisaje tiene en el viajero. Asimismo, estos arte-

---

ello, sin pretender exhaustividad, pueden mencionarse aquellos que realizaron esfuerzos de síntesis analíticas de la estructura regional del turismo en México (Benseny, 2007; Frejomil y Crespín, 2002) o Uruguay (Campodónico, 2019). En buena medida, gran parte de los aportes se enfocaron en desarrollos regionales puntuales entre los que pueden señalarse los realizados sobre Goiás (Brasil) (Brenner, 2006), los Andes chilenos (Inostroza, 2008) o el Caribe colombiano (Aguilera Díaz, Bernal Mattos y Quintero Puentes, 2006). Cabe destacar que este tipo de enfoques escalares encontraron gran desarrollo en España donde se analizaron, entre una multiplicidad de casos, a Cantabria (Gil de Arriba y Larrinaga Rodríguez, 2021), Murcia (Martínez del Vas, 2017) y Madrid (Toitino Torralba, 2014). En suma, la región como eje de análisis de los estudios turísticos permite no sólo arrojar luz, en términos comparativos, entre distintas regiones, sino también identificar complejidades y desafíos usualmente invisibilizados por los niveles municipales o nacionales.

3 La guía de viaje se configura como uno de los géneros textuales más específicos del turismo desde su nacimiento en el siglo XIX. La práctica social y profesional de esta actividad; a partir de los años 30 del siglo XIX, ve destacar los nombres de Karl Baedeker en Alemania y John Murray III en Inglaterra, los cuales estarán indisolublemente asociados a este fenómeno incipiente. Las primeras guías pueden considerarse como textos fundadores del discurso del turismo, capaces de expresar los valores propios de dicho sector (Calvi, 2016: 16).

4 Dean MacCannell (2003) usó la Guía Baedeker de París como base para su análisis estructuralista y semiótico en *El Turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*.

5 El uso educativo de la escritura de viajes fue advertido por Bepler (1994) en su investigación sobre la literatura de viajes en los territorios germánicos del siglo XVII. El diario de viaje debía proporcionar instrucción y mejora moral y el viajero como figura ejemplar debía fungir como prueba de rectitud moral y lección de vida.

factos establecieron una serie de elementos comunes que los turistas debían consumir en pos de construir un tipo de capital simbólico que, a la vuelta de sus recorridos, operaban como factor de distinción social. Estos instrumentos contribuyeron a la creación de un imaginario en torno a destinos singularizados, de los cuales emergieron elementos de consumo turístico que tendieron a estandarizarse y reproducirse.

Si bien se trabaja con un gran acervo guías de viaje, el examen se centra en las iniciativas a cargo del Automóvil Club Argentino (ACA) y la Editorial Peuser. Esta decisión metodológica se basa en que ambos organismos publicaron volúmenes de manera sostenida a lo largo del periodo aquí trabajado, lo cual permite examinar la producción turística del noroeste a partir de sus cambios y permanencias. Sumado a ello, dichas instituciones tenían una gran incidencia en el público lector, ya que contaban con gran prestigio, cuantiosas tiradas y una escala nacional.

Así pues, en una primera instancia se realizarán precisiones respecto del sustento documental de esta propuesta. Posteriormente, se describirá la producción y evolución de los atractivos a lo largo de las décadas que aborda este estudio.

## 2. CONTEXTO DE PRODUCCIÓN HISTÓRICO DE LAS GUÍAS DE VIAJE

Las guías de viaje tuvieron una gran importancia para comprender la geografía del territorio nacional. Desde las primeras décadas algunos folletos impresos por la división cartográfica de los FF.CC del Estado anunciaban las vías de tránsito y las características generales de las provincias del norte; tal como lo hacía el folleto *Turismo. Tucumán, Salta y Jujuy* (1931) (véase figura 1). Esta actividad informativa se multiplicó durante la década de 1930 con la construcción de la red vial. No obstante el esfuerzo aislado de algunas publicaciones únicas y esporádicas, tales como las *Guías Azules* (1932) del Touring Club Italiano o la *Guía Social del Norte* (1936), a partir de la década de 1940 dos grandes iniciativas se impusieron como referencias ineludibles del viaje turístico: las guías turísticas del ACA y las de la editorial Peuser.

En el caso del ACA, este trabajo recupera 5 ediciones a lo largo de tres décadas: 1- *La Guía de Viaje. Zona Noroeste* (1944), 2- *la Guía de Viaje de la Argentina. Zona Norte*. (1954), 3- *la Guía de la Argentina tradicional y pintoresca* (1958), 4- *la Guía turística de la Argentina* (1964), 5- *la Guía turística de la Argentina* (1968). En este punto resulta apropiado realizar una breve digresión acerca de la importancia del ACA como entidad impulsora del turismo en Argentina desde las primeras décadas del siglo XX (Piglia, 2014). Se trata no sólo de destacar su relevancia histórica, sino de señalar también el alto reconocimiento público de esta institución al promediar la mitad del siglo XX en Argentina. Por mencionar algunas de sus funciones, hacia 1945 asistía a sus más de 60 mil socios a través de diferentes servicios de avituallamiento automovilístico y asesoramiento turístico, ayudaba al Estado con la señalización de carreteras, construía estaciones de servicio a lo largo de todo el país y comercializaba la nafta de Yacimientos Petrolíferos Fiscales (la empresa petrolera del Estado argentino) luego de un contrato de exclusividad celebrado en 1936. Junto con ello relevaba minuciosamente el estado de las carreteras y elaboraba a partir de su departamento cartográfico, mapas y cartas de turismo. Desde finales de los años

**Figura 1**  
**FOLLETO TURÍSTICO DEL NORTE ARGENTINO**



Fuente: Ferrocarriles del Estado (1931) *Turismo a Tucumán, Salta y Jujuy*.

veinte organizaba campings, excursiones y *raids* automovilísticos por todo el país. Además, tenía delegaciones y representantes en toda Argentina, lo que favorecía el relevo de una gran cantidad de información.<sup>6</sup> De esta manera, resultaba absolutamente coherente que las guías turísticas elaboradas por el club fuesen instrumentos indispensables y altamente valorados por el turista en general y no sólo por sus socios. En efecto, se trataba de un recurso escaso, puesto que no existía abundancia de información respecto a los “atractivos turísticos” diseminados por los confines de todo el país. Mucho menos que dicha información estuviera condensada en un volumen fácilmente accesible para el conjunto de la población, pero no por ello menos riguroso y serio. El prestigio del ACA se volcaba en la elaboración científica de datos, enumeraciones, descripciones densas y explicaciones. Se invitaban a expertos de distintas disciplinas para caracterizar las provincias, sus geografías, características demográficas, actividades económicas, rasgos culturales y costumbristas. El afán informativo apoyado en el recurso del saber

<sup>6</sup> En 1928 el ACA contaba ya con 77 delegaciones y 120 delegados en todo el país. Con la firma del convenio ACA-YPF en 1936 la expansión geográfica del club se vio potenciada (Piglia, 2014).

experto coincidía con la voluntad del Estado por asir la realidad social a través de las dependencias de estadística. Es decir, el turismo ordenado en distintos volúmenes por región se presentaba legitimado por verdaderos cánones de racionalidad y cientificismo. Cabe señalar que, además de las guías presentadas esporádicamente, gran parte de las descripciones e informaciones turísticas de las distintas partes del país eran vertidas en *Automovilismo*, la revista mensual del ACA y suministradas a requerimiento de los socios por la oficina de turismo pertinente.<sup>7</sup>

Por otra parte, la segunda gran iniciativa de publicación de guías de viaje estuvo a cargo de la editorial Peuser (véase figura 2).<sup>8</sup> Se trataba de volúmenes que comenzaron a publicarse anualmente a partir de 1942. Desde 1867 Peuser produjo todo tipo de impresos menores como láminas, etiquetas para envases, boletos, estampillas, papelería y libros comerciales y escolares, además de sus clásicas postales con vistas de Buenos Aires. En 1887 editó su famosa guía de la ciudad de Buenos Aires, con información sobre calles, transporte, reparticiones públicas, etc. (Ares, 2018: 41). Rápidamente se convirtió en una de las editoriales más importantes del país, reflejándose esto en el volumen de publicaciones y los avances técnicos de sus equipos. Su reconocimiento público y conexiones con los gobiernos le posibilitaron la edición de volúmenes oficiales y de obras de una gran variedad de artistas y escritores (Costa, 2018). “Quién no recuerda por Florida el clásico y monótono pregón: ¡Salió la nueva Guía Peuser! (...) El nombre “Peuser” llegó a ser sinónimo de Guía” (Miranda, 2001: 84, citado en Ares, 2018: 41).

El turista que arribaba al norte podía vivenciar individualmente el viaje pero estaba ciertamente orientado por las fronteras simbólicas que se derivaban de las guías y otros instrumentos propagandísticos y por los tipos de turismo ofrecidos a partir de la construcción material y la producción de espacios turísticos. En otras palabras, los significados que asumían los territorios y la mirada del turista se diseñaron y planificaron a través de las guías durante el periodo de estudio. Estos dispositivos constituían verdaderas usinas de construcción del “saber experto” y proponían un paradigma de consumo compuesto por un universo limitado de objetos, experiencias y emociones. Solo a partir de esta apreciación es posible identificar la disposición jerarquizada de objetos situados en el abanico de opciones que presentaba la organización social del viaje. En ese sentido, las guías turísticas fueron uno de los pilares de la movilidad moderna ya que contribuyeron al desarrollo de la confianza hacia la pericia profesional en viajes y turismo (Lash y Urry, 1998: 342). Sumado a ello, estos instrumentos no eran un producto cerrado, es decir, las guías entre las décadas del treinta y el sesenta si bien presentaban muchos aspectos reiterativos, tam-

---

7 Si bien no se cuenta con cifras precisas respecto a la tirada de las guías de viaje y de la revista, puede tenerse una idea de su magnitud a partir de la amplia popularidad obtenida del club. Hacia 1942 el ACA contaba con 51 mil socios, lo cual representaba que 1 de cada 9 automóviles en circulación estuviera asociado al club (Piglia, 2014: 31).

8 Jacobo Peuser se instaló en Montserrat en 1867 con su Librería Nueva y en 1868 compró la librería de José Alejandro Bernheim. Su establecimiento se dedicó a la venta de artículos de librería y escritorio, rayado y encuadernación de libros, e imprenta. Su progreso fue tan notable que pronto debió instalar otro local en Del Parque (hoy Lavalle) y Uruguay, y más tarde, en 1890, la necesidad de ampliar sus talleres gráficos lo llevó a Barracas. Compra el predio de la avenida Patricios 567, donde instala sus máquinas para tipografía y litografía. Allí permanecerán hasta el cierre de la compañía en 1964 (Ares, 2018).

bién expresaban novedades. Esta evolución de las guías turísticas da cuenta de que los territorios no eran un espacio fijo y finalizado, sino abierto y en transformación. Es decir, en la medida que las guías otorgaban sentidos a los territorios, estos se modificaban. La semantización del territorio implicaba, en un sentido amplio, la socialización y culturización de un entorno dotado de significados variables relacionados con la actividad humana (Haesbaert, 2004: 60). Aquí se entiende que dicha “semantización” en las guías de viaje estuvo mediada por la objetivación de la región turística, entendida como un constructo espacial, temporal y flexible.

**Figura 2**  
**GUÍAS PEUSER DE TURISMO**



A continuación se explorarán estas vicisitudes distinguiendo los conjuntos de atractivos turísticos presentes en las guías según cada una de las cuatro décadas que componen la cronología del artículo.

### 3. ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL NOROESTE ARGENTINO (1930-1960)

Las premisas sobre las que se asentaba la elaboración de las guías turísticas desde los años treinta, pero especialmente desde la época peronista, consideraban que existía un interés incuestionable y un deseo permanente de la población por consumir el potencial turístico, natural, patrimonial, histórico y costumbrista de Argentina y, especialmente, del noroeste del país. Se trataba de una aspiración por conocer que se traducía en una certeza innata que era replicada no sólo por el Estado, sino también en las asociaciones civiles. Frente a la necesidad de la movilidad turística, la guía de viaje se convertía en un artefacto indispensable. Entendida como instrumento autosuficiente fungía de hoja de ruta, de mapa, de compendio de ilustraciones, de pequeña enciclopedia donde confluía la historia, la geografía, la lingüística, la poesía, el folclorismo, etc. Su finalidad debía ser la “incitación al viaje y el conocimiento de regiones plenas de encanto y sugestión”, (ACA, 1944: 4) además de orientar al turista para que “valore en su justa medida lo que vaya encontrando en su gira” (ACA, 1954: 3). Es decir que la guía turística tenía una función pedagógica- cultural y favorecía la construcción de un territorio susceptible de ser incorporado a través de la racionalidad y la emocionalidad específica del turista.

La aparición de las guías turísticas durante los años treinta estuvo asociada, tal como ya se advirtió más arriba, a la obra vial nacional realizada por la Dirección Nacional de Vialidad (Rodríguez Buscia, 2023). No sólo la irrupción del automóvil y su cultura, sino la posibilidad de recorrer nuevos paisajes, caminos y lugares convirtió a las guías de viaje en instrumentos claves para redescubrir un país nuevo. No obstante, las guías de viaje de la década de 1930 aún no poseían la estructura clara y precisa de consejos prácticos y de sitios y atractivos a visitar que tendrán en términos de organización discursiva durante las décadas subsiguientes. Aun así, visitar el norte suponía consumir los siguientes atractivos: paisajes naturales, arquitectura colonial, capillas e iglesias, actividad económica específica, baños termales, festividades religiosas y personajes típicos.

Entre los distintos paisajes descollaban las formaciones orográficas: montañas, quebradas y valles. Así, se podía disfrutar de Tilcara en Jujuy, del Cerro San Bernardo en una Salta capital rodeada de montañas, el viaje en tren entre Salta y San Antonio de los Cobres –que luego incluía un trayecto sobre el viaducto La Polvorilla, el “más alto del mundo”-, en Tucumán, resaltaban las referencias a su naturaleza popularizando expresiones como “edén” y “jardín de la república”. Las alusiones hacia lo colonial destacaban las características de la región turística y contribuían a formar una imagen de conjunto. A modo de ejemplo pueden señalarse, la Casa del Obispo Colombres en Tucumán, el Cabildo en Salta, su geografía urbana capitalina, sus conventos, las callejuelas de Humahuaca, las capillas y catedrales provinciales, entre la que destacaba la de San Fernando del Valle de Catamarca, hacia la cual confluyen hasta nuestros días peregrinos de toda la región durante la fiesta de la Virgen. Entre otros aspectos también sobresalían las caracterizaciones de las actividades productivas. Así, se destacaba al azúcar como industria y sinécdoque de las relaciones sociales de producción. Se invisibilizaban las condiciones de explotación y se glorificaba la tecnificación de los ingenios y la capacidad de producir y comercializar. Otro elemento señalado daba cuenta de las termas como espacio de descanso y recomposición física y espiritual. Con una descripción densa de los tipos de aguas se adelantaban los beneficios

en el tratamiento de una gran variedad de enfermedades. El lugar predilecto de las élites era Termas de Rosario de la Frontera, aunque la prensa de la época también aludía a Termas de Reyes en Jujuy y a Termas de Río Hondo, en Santiago del Estero. Respecto de esta última se afirmaba que era un “lugar de turismo que paulatinamente está conquistando las simpatías de los veraneantes”.<sup>9</sup> Por último, desde las guías de viaje también daban cuenta de elementos “típicos” en términos culturales. Por ejemplo, la exaltación de determinados estereotipos como “el arriero” (Touring Club Italiano, 1932) o menciones respecto al resguardo de la “tradicción más vernácula” (*Guía Social del Norte*, 1936).

Las guías del ACA y las de la editorial Peuser que se publicaron desde los años cuarenta retomarán esta serie de elementos, constituyéndose en herramientas clave de producción turística en los años posteriores (véase cuadro 1).

**Cuadro 1**  
**TABLA COMPARATIVA DE GUÍAS DEL ACA Y DE LA EDITORIAL PEUSER**  
**DURANTE LOS AÑOS 1940- 1960**

	Automóvil Club Argentino	Peuser
1940's	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Idea de Región: Interrelación humana- naturaleza.</li> <li>2. Organización de los atractivos: La guía de 1944 relevó de 320 de las cuales sugirió visitar solo el 26%.</li> <li>3. Tipos de atractivos.</li> <li>4. Jerarquiza y otorgaba prioridades de consumo: por ej. paisajes.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Idea de Región: Difusa.</li> <li>2. Organización de atractivos: en torno a la provincia.</li> <li>3. Tipo de atractivo: Coincidente con ACA.</li> <li>4. Intenta relevar la mayor cantidad de jurisdicciones. No jerarquiza.</li> </ol>
1950's	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Idea de Región: Continuidismo.</li> <li>2. Organización de atractivos por localidades. “Inflación” de objetos turísticos. La guía de 1954 ponderó un 53% de pueblos como digno de ser visitado. La guía de 1958 se ordena en torno a la idea de “monumento”.</li> <li>3. Tipo de atractivo. Continuidismo.</li> <li>4. Se otorga prioridad a los aspectos folclóricos y la vuelta al tradicionalismo local. Exaltación de aspectos de la economía como rasgo de la industrialización y la modernización peronista.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Idea de región: Asociada al turismo invernal. Se propuso una configuración especialmente física. Componían esta zona Catamarca, Jujuy, La Rioja, Salta, Santiago del Estero y Tucumán.</li> <li>2. Organización de los atractivos: En torno a la provincia.</li> <li>3. Tipo de atractivo. Similares a los de la década precedente.</li> <li>4. Otorga mayor importancia a las fiestas folclóricas de las provincias.</li> </ol>

<sup>9</sup> “Las carreteras de Santiago han sido mejoradas” (09-10/1935). *Automovilismo*

	Automóvil Club Argentino	Peuser
1960's	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Idea de región: Continuiismo.</li> <li>2. Organización de atractivos por localidades.</li> <li>3. Tipo de atractivo: Se cristalizan las tipologías ya presentes en las décadas previas.</li> <li>4. Se refuerza lo folclórico como parte de la tradición nacional. Lo indígena se consolida como atractivo exótico.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Idea de Región: Una unidad de rasgos físicos y humanos.</li> <li>2. Organización de los atractivos. En torno a la provincia.</li> <li>3. Tipo de atractivos. Patrimonio turistizado, fiestas tradicionales y religiosas, rasgos folclóricos.</li> <li>4. Otorga mayor importancia a las capitales provinciales, centros de mayor infraestructura.</li> </ol>

Fuente: Elaboración propia en base al corpus de guías correspondientes.

Las guías de viaje de la editorial Peuser durante la década de 1940 advertían que “las regiones del norte” se caracterizaban por los beneficios que otorgaban al turista durante una época del año, es decir, la temporada invernal debido a la “suavidad del clima y la ausencia de lluvias” (*Turismo. Guía Peuser*, 1942: 5) y a que “el calor atempera el espíritu” (*Turismo. Guía Peuser*, 1944: 239). Así, una parte no desdeñable de la promoción al “norte” buscaba restituir las condiciones salutíferas al turista mediante el consumo de la naturaleza. “Conocer el espectáculo geográfico de magníficas montañas (...)” y “descansando en el ambiente de esas obras de naturaleza milenaria” (*Turismo. Guía Peuser*, 1944: 239.). Hacia el final de la década de 1940, el “norte” sobresalía por las características de la población, a la cual se le adjudicaban condiciones prístinas y auténticas que se expresaban en la cordialidad y humildad de los habitantes como “hondo arraigo en la propia idiosincrasia” (*Guía Peuser de Turismo*, 1949: 305).

Ordenaban los atractivos por provincias y presentaban un continuismo respecto a los criterios de selección señalados para la década previa. Sobresalían los epítetos con el que cada espacio subnacional era mencionado, algunos clásicos y recurrentes como “Tucumán, Jardín de la República” u otros esperables que definían atractivos a priori o buscaban causar un efecto de sorpresa controlada. Por ejemplo, Salta era “cumbres, quebradas, selvas y termas” (*Guía Peuser de Turismo*, 1946: 248), “la de los bellos paisajes y suave clima” (*Guía Peuser de Turismo*, 1949: 318), Santiago era “paisajes y termas” (*Guía Peuser de Turismo*, 1946: 258), Catamarca era la de las “bellas montañas” (*Guía Peuser de Turismo*, 1949: 348), La Rioja “Grácil y panorámica” (*Guía Peuser de Turismo*, 1949: 341) y Jujuy era “desfiladero, quebradas y valles” (*Guía Peuser de Turismo*, 1946: 267). Las descripciones brindadas por las guías de viaje apuntaban a construir una mirada anticipatoria sobre lo desconocido (Urry, 1996). Así, se valorizaban las características paisajísticas porque resultaban visualmente más distantes respecto a la cotidianeidad de los turistas urbanos porteños y al mismo tiempo consagraba expectativas de consumo sobre la región turística. Por otro lado, la idea de que casi cualquier lugar pudiese transformarse en turístico llevaba a que durante los primeros cuarenta se describieran la mayor parte de las jurisdicciones y no se privilegiaran unas sobre otras. Así, por ejemplo, en Jujuy se destacaba casi con la

misma extensión los llanos que llevaban desde la capital a San Pedro y Ledesma que la Quebrada de Humahuaca, cuyo potencial turístico quedaría evidenciado con el transcurso de las décadas (*Guía Peuser de Turismo*, 1942: 6).

Por otra parte, las guías del ACA estuvieron fuertemente influenciadas por la geografía profesional durante la década de 1940 y tuvieron una propensión a identificar de forma más explícita la región geográfica. Así, se presentaba al noroeste como parte de un rompecabezas que conformaba la totalidad del territorio argentino, entidad que también se asumía como una permanencia.<sup>10</sup> En contraste, en las guías Peuser la región se presentaba con contornos difusos y poco claros. El enfoque del ACA tenía una influencia de la escuela regional francesa de corte humanista que sugería que el paisaje era producto de la interacción entre el hombre y la naturaleza. La noción de región geográfica hacia la década de 1940, condensó una síntesis entre regiones naturales y acciones humanas, conformando unidades que reunían rasgos que le otorgaban identidad propia y las diferenciaban del resto (Benedetti y Salizzi, 2016: 14). Uno de los principales expertos que escribió artículos centrales en las guías de viaje del ACA, e incluso organizó algunos volúmenes durante los años sesenta, fue Federico Daus.<sup>11</sup> Considerado como uno de los geógrafos más prestigiosos del país, fue quien introdujo la perspectiva humana deudora de la geopolítica propuesta inicialmente por Friedrich Ratzel y la geografía regional impulsada por Vidal de la Blache. Para este enfoque, las regiones eran concebidas como mera naturaleza previa en la que las poblaciones se asentaban. No se entendían como unidades de decisión política, ya que se presentaban como particiones excluyentes entre sí (Martínez, 2016), atravesando las divisiones jurisdiccionales de las provincias según criterios naturales-humanos. De esta manera, el volumen del ACA de 1944 se titulaba *Zona Noroeste* e incluía a las provincias de Catamarca, Jujuy, La Rioja, Salta, Santiago del Estero y Tucumán. Esta perspectiva arrojaba la idea de la región abstraída de la circulación histórica de bienes y personas, de alianzas estratégicas de poderes locales (Martínez, 2016), inmóvil y homogénea. La regionalización parecía ser la única opción posible para conocer e interpretar las diferencias internas del país, donde cada región se distinguía de las otras por poseer una personalidad singular y por tener una posición única dentro del territorio argentino que nunca rebasaba sus límites políticos (Benedetti y Salizzi, 2016). Así, Daus (1957) proponía un noroeste cuya demarcación incorporaba una parte de Jujuy, una fracción de Salta, otra de Tucumán y de Catamarca. Esta propuesta ya había sido desarrollada en trabajos previos y fue presentada en la guía de viaje del ACA de 1944.

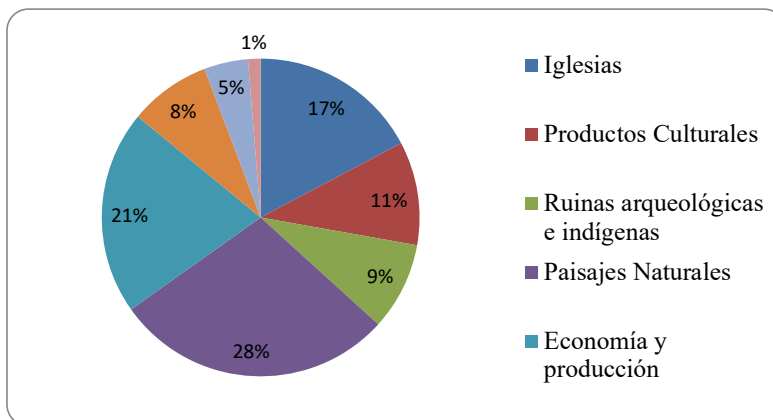
La guía del ACA de 1944 relevó 320 localidades en el noroeste argentino de las cuales consideró pertinente visitar solamente un 26%. En ese sentido, es posible afirmar que, para esta entidad, no cualquier objeto de la realidad podía ser turistificado. Las guías turísticas ordenaron los atractivos a través de significados y jerarquías específicas. Esta disposición otorgaba prioridades de consumo, moldeaba las experiencias y determinaba qué objetos era esperable conocer antes que otros. Es decir, se conminaba al turista a entablar un

10 A pesar de que no todas las teorías de la regionalidad trabajan a partir de una partición excluyente del espacio, en la Argentina desde 1920 han primado las que sí lo hacen, dando forma mediante este procedimiento a la construcción de un mapa que necesitaba del Estado-Nación para visualizarse e integrarse (Quintero, 2002).

11 Daus comenzó a elaborar su propuesta de geografía regional en la década de 1930 pero el triunfo de la región geográfica en los programas oficiales en la escuela ocurrió durante la década de 1950.

vínculo de mayor profundidad y conexión afectiva con determinados atractivos. Cabe preguntarse, ¿existían objetos más atrayentes y menos atrayentes? Los elementos que con mayor frecuencia eran ofrecidos para ser visitados por la guía de 1944 aludían a paisajes naturales, iglesias y rastros de la actividad económica de las provincias (Véase gráfico 1). La aparición frecuente de un objeto en una guía no suponía instantáneamente un mayor consumo por parte del turista de dicho elemento, aunque sí le daba una mayor visibilidad y potencialmente una incorporación subjetiva más frecuente. Las guías de viaje en ese sentido fueron negociadoras del lugar turístico, argumentaron y propusieron lecturas, no sólo registraron, observaron y recomendaron, sino que aplicaron “fuerza” sobre lo que se pretendía interpretar (Michalski, 2004: 188). En segunda instancia, las guías de viaje produjeron territorios con significados que a su vez orientaban formas de sentir y experimentar. Dicho de otra forma, los paisajes y los lugares turísticos para las guías fueron formas de abordaje, hechos y producciones simbólicas antes que entes a ser encontrados (Merriman, Revill, Creswell, 2008: 200).

**Gráfico 1**  
**ATRATIVOS TURÍSTICOS SEGÚN CATEGORÍAS**



Fuente: Elaboración propia en base a ACA, 1944.

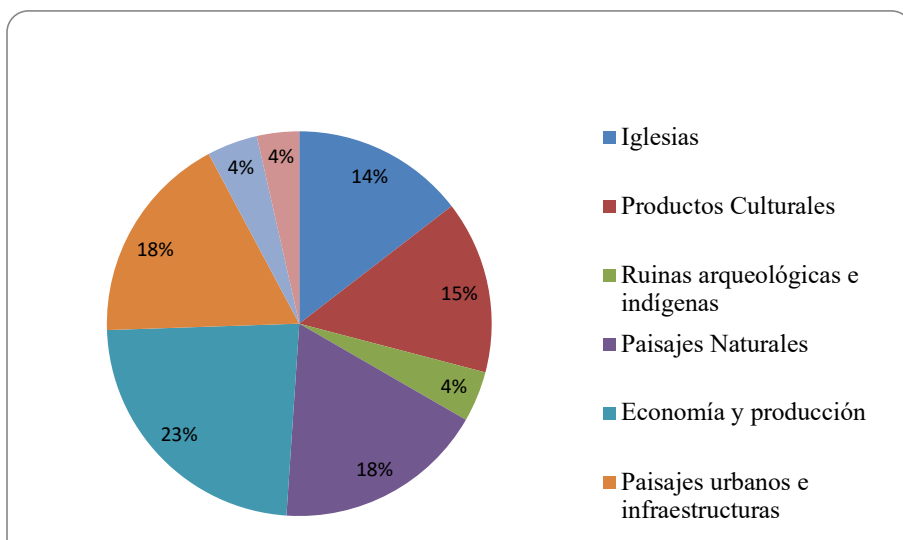
La década de 1950 puede trazar una línea de continuismo y algunas marcas de transformaciones en las guías de viaje. Si bien no todos los rincones resultaban turísticos, hacia el final del período peronista se produjo una “inflación” de objetos turísticos. La guía del ACA de 1954 del total de pueblos auscultados ponderó un 53% como digno de ser visitado en contraste con el 26% de la guía de 1944. Estas cifras daban cuenta de un creciente proceso de turistificación durante el periodo estudiado en el marco del fenómeno de la democratización del bienestar (Torre y Pastoriza, 2002) y la creciente masificación del turismo (Pastoriza y Torre, 2019). Precisamente, la guía del ACA de 1954 dividía el territorio nacional en amplias zonas, entre las que sobresalía la norte, particionado en noroeste y nordeste. La caracterización de la región respondía a la definición mixta de

aspectos físicos y humanos ya advertidos previamente. Asimismo, la presentación de las distintas provincias y sus atractivos obedecía a criterios ya señalados para la década del cuarenta aunque con algunas novedades (véase gráfico 2).

Las guías del ACA del cincuenta reforzaron los aspectos folclóricos de la región y la vuelta al tradicionalismo local. Esto se produjo en sintonía con la construcción de estos elementos como recursos identitarios colectivos durante los años peronistas (Chamosa, 2012). Así, las guías turísticas resaltaron la naturaleza supuestamente prístina que “anida” en los lugareños norteños a través de la oralidad, la poesía, la música y las tradiciones en una búsqueda de mistificar la experiencia turística (MacCannel, 2003).

Otro de los atractivos que fue enfatizado por las guías turísticas se relacionaba con los productos derivados de las actividades económicas de las provincias. Este aspecto adquirió una mayor consideración durante la época peronista junto con los paisajes urbanos y las infraestructuras (véase gráfico 2).

**Gráfico 2**  
**ATRACTIVOS TURÍSTICOS SEGÚN CATEGORÍAS**



Fuente: Elaboración propia en base a ACA, 1954.

A lo largo de todo el periodo, las economías de los espacios subnacionales eran presentadas sin contradicciones ni desafíos. Como si se tratara de prósperas actividades generadoras de progreso, la imagen idílica presentada contrastaba con la escasa integración de las provincias al modelo productivo nacional. Se ocultaba el hecho de que las estructuras económicas habían generado fuertes desigualdades sociales y alumbrado un extendido campesinado rural dominado por una poderosa aristocracia. Asimismo, se preocuparon por exaltar la modernización impulsada por la pujante industrialización peronista y el

desarrollismo posterior. Así, tanto la guía de 1954 como la de 1958 se congratulaban en señalar datos de la producción y en destacar el grado de tecnologización de algunas ramas industriales tales como los ingenios. Junto con ello, se intentaba glorificar una mirada similar sobre la renovada matriz urbana. Se presentaba un retrato de ciudades pavimentadas, electrificadas, ordenadas, con parques y plazas amplias y limpias dispuestas a recibir a contingentes turísticos ávidos por conocer de forma “confortable y moderna” el noroeste del país. Se intentaba con ello desmitificar la idea de un interior atrasado y rudimentario por la imagen del progreso de la obra peronista. La modernización como recurso al cual apelaba el turismo se reflejaba en un aumento de objetos urbanos e infraestructuras como atractivos a ser consumidos a partir de la guía de 1954.

Hacia finales de la década del cincuenta, el ACA produjo un intento sistemático de categorización de los atractivos a partir de la idea de monumento.<sup>12</sup> Esta iniciativa buscaba objetivar los distintos atractivos y ordenarlos según criterios otorgados por la historia, la arqueología y la geografía. El turismo se convertía entonces en una práctica de placer sustentada en la legitimidad científica. Así, hicieron su aparición formal las tipologías de monumento natural y de monumento arqueológico, acompañando la de monumento histórico.<sup>13</sup> Debe advertirse al respecto, que la presencia indígena en estos monumentos no era entendida como parte de la historia nacional, sino más bien como parte de un pasado remoto que no incidía en la identidad argentina.<sup>14</sup>

Por otra parte, durante la década de 1950, a diferencia de las guías del ACA donde la región tenía una concepción físico-humanista, las guías de viaje de la editorial Peuser profundizaron la idea de región turística vinculado especialmente a lo físico y a través de una idea ya consolidada, el turismo de invierno. Componían esta zona las provincias de Catamarca, Jujuy, La Rioja, Salta, Santiago del Estero y Tucumán. En las guías Peuser resulta evidente la continuidad con la década precedente en lo atinente a organización interna, los atractivos descriptos y la forma de abordaje de los mismos. Señalaban qué se debía visitar en cada provincia al mismo tiempo que se describieron excursiones, medios de transporte, distancias y precios. Entre uno de los aspectos novedosos, se puso mucho más énfasis en las fiestas folclóricas de las provincias. Este elemento comprobado también en las guías del ACA demuestra los resultados del peronismo respecto a la inclusión de la cultura popular en sus diferentes expresiones. Entre los diferentes eventos, las guías exaltaron las fiestas “paganas” de la Quebrada de Humahuaca, los valles calchaquíes salteños y catamarqueños y la puna, como así también las cuantiosas festividades “religiosas”. Des-

12 Para Daus por monumento natural se entendían aquellos objetos naturales por sus “formas, grandiosidad, aurea armonía (...) dimensión, forma, color, elementos constituyentes, cincelado y movimiento” (ACA, 1958: 35-36). Hacia 1954 el gobierno nacional había designado como monumento natural solamente a los bosques petrificados de Jaramillo en Santa Cruz (Dto. N°7252). Pero la guía del ACA de 1958 retomaba esta categorización y sugería distintos monumentos naturales a visitarse en el país. En el noroeste señalaba entre otros los cerros de sal en Salta, las termas del Palmar en Jujuy y Los Colorados en La Rioja.

13 Cabe señalar que si bien es cierto que hasta ese momento se había señalado con gran celo qué objeto turístico era patrimonial, tanto la guía de 1954 como de 1958 se preocuparon por publicar artículos introductorios en la materia. Convocaron para ello a Ricardo Levene, un especialista que había ingresado en el ostracismo de la opinión pública durante los años peronistas pero que había sido uno de los protagonistas del impulso patrimonialista a fines de los años treinta y los primeros cuarenta.

14 No debe soslayarse que esta configuración de los atractivos estaba sustentada en la legitimidad que tenía la arqueología profesional para acceder a la opinión pública (Tommei, 2016; Mancini, 2016).

tacaron atuendos, rituales, lenguajes y prácticas populares de fervor y devoción. La guía de viaje funcionaba como una escenificación de prácticas consideradas auténticas y establecía un marco interpretativo para la mirada del turista: a. Describía cuál era la festividad más importante; b. informaba respecto a qué santo venerar, en dónde y cuándo; c. relataba en qué consistía el ritual; d. aclaraba respecto a qué lugar debía ocupar el espectador, cómo comportarse, qué sentir y dónde dirigirse según el momento; e. presentaba personajes típicos de la cultura indígena generando un extrañamiento controlado como choque entre lo desconocido y lo esperable. En ese sentido, es posible entender a las guías como una *borderzone* (Bruner, 2005), es decir, un escenario donde conviven lo conocido y lo exótico, donde se invita al turista a participar de lo extraño de forma controlada.

Otro de los aspectos novedosos de las guías Peuser durante los años cincuenta apuntó a que cada espacio subnacional contara con un apartado propagandístico a cargo de las direcciones de turismo locales. En ellos se produjo una situación paradójica, pues la promoción se daba a contramano de los presupuestos propuestos por la guía nacional. Por ejemplo, las agencias de turismo de Salta y Tucumán expresaban explícitamente que sus provincias podían ser visitadas durante todo el año y no solo durante la temporada invernal, tal como proponía el calendario turístico nacional. Asimismo, la propaganda de estos “apartados estatales” ponían el énfasis no en lugares turísticos típicos, sino que insistía en la posibilidad de que todos los rincones provinciales fueran susceptibles de ser visitados.<sup>15</sup>

Como ya se mencionó, otras guías turísticas abordaron en esos años las provincias de Tucumán, Salta y Jujuy. La *Guía Argentina de Turismo* (1955), por ejemplo, expresaba que el noroeste argentino encontraba unidad fundamentalmente en ser la “cima del patrimonio histórico”. Por su parte, la guía regional *Noroeste* (1958) exaltaba las “dotes en belleza y clima” de las provincias de Catamarca, Jujuy, Salta, Santiago del Estero y Tucumán. Proponía reemplazar el viaje a Europa por un recorrido local y reclamaba contra el centralismo gubernamental y el descuido de las provincias “más alejadas”.

Durante la década de 1960 tanto las guías Peuser como las guías del ACA reafirmaron la idea de región compuesta por elementos físicos y humanos. Asimismo, expresaron una consolidación en las tipologías de atractivos turísticos ya presentes en las décadas precedentes. La importancia otorgada a cada uno de ellos (véase gráfico 3) da cuenta de las permanencias culturales.

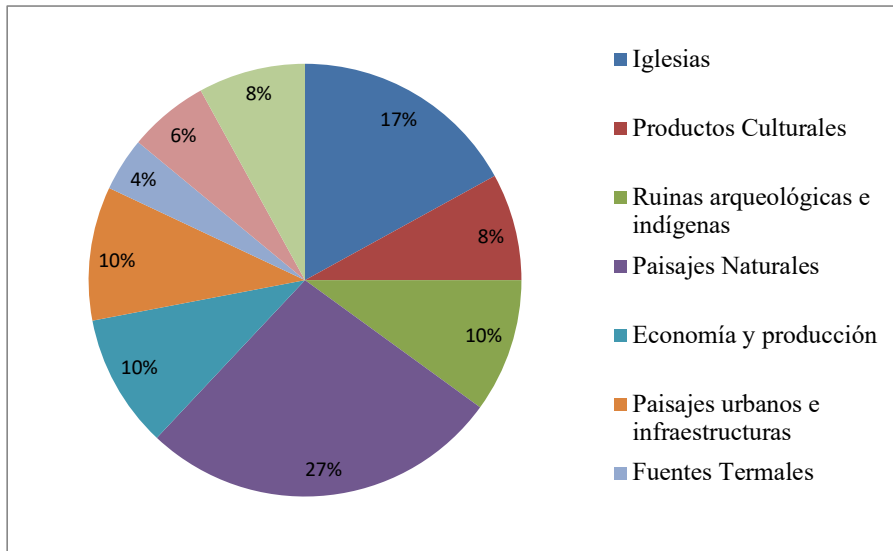
Durante la década de 1960 las guías Peuser reafirmaron en línea de continuismo con las décadas previas, la idea de región estática y prefijada principalmente por los aspectos físicos. Sobre esto, un volumen de 1964 expresaba: “cada región tiene su propio paisaje y su propio encanto, cada una habla un lenguaje distinto en su tierra” (*Guía Peuser de Turismo*, 1964: 1). No obstante, hacia fines de la década del sesenta la guía Peuser retomó una idea más tradicional de la región norte,<sup>16</sup> entendiéndola no sólo a partir de rasgos físicos, sino en el sentido propuesto por la geografía humanista de las décadas precedentes, es decir, una unidad naturaleza-humanidad. Hacia el final del periodo puede observarse una esquematización más clara de cuáles eran los lugares turísticos y cuáles no. Todas las

15 Así, la dirección salteña invitaba a conocer en partes iguales la selva chaqueña, sus valles centrales y la precordillera (*Guía Peuser de Turismo*, 1953: 332).

16 La gran región norte incluía las provincias de Catamarca, La Rioja, Jujuy, Salta, Tucumán, pero también Córdoba. *Guía Peuser de Turismo argentina y sudamericana* (1969-1970): 4.

capitales provinciales eran un punto obligatorio de la movilidad turística por la región. Las guías de viaje contribuyeron a consolidar a las ciudades capitales como cabeceras de los itinerarios turísticos puesto que eran las que poseían mayor infraestructura y desde las cuales se organizaban las excursiones.

**Gráfico 3**  
**ATRATIVOS TURÍSTICOS SEGÚN CATEGORÍAS**



Fuente: Elaboración propia en base a ACA, 1964.

Del mismo modo que las guías Peuser de los últimos años de la década de 1960 las guías de viaje del ACA continuaron su tradición respecto a la idea de región, saber un conjunto con límites relativamente precisos a partir de la conjunción entre aspectos físicos y humanos. Asimismo, expresaron una consolidación en las tipologías de atractivos turísticos ya presentes en las décadas precedentes. Así, la región turística era depositaria de una serie de elementos turísticos característicos. La importancia otorgada a cada uno de ellos (véase gráfico N°3) da cuenta de las permanencias culturales. En efecto, la región turística constituía su identidad a partir del cariz de las tipologías de atractivos. Así, el paisaje ocupaba un lugar preponderante, destacándose, las características orográficas (véase gráfico N°4). Luego, las iglesias, que funcionaban desde la doble perspectiva del orden de la tradición, la fe prístina de la región y la arquitectura colonial, rasgo excluyente en términos visuales. La tradición ha sido una forma no de oponerse a la modernización sino un mecanismo para maximizar el capital simbólico disponible en el imaginario de modo tal que se atenuase la exclusión productiva y material de una región pobre. Esta operación fue reforzada, tal como señala Flores Klarik (2011) para el caso de Salta, por la tradición entendida como argumento favorable al poder de las élites locales que apostaban por modelos culturales que eran la expresión de relaciones sociales asimétricas.

Otro aspecto que se observa consolidado en términos turísticos hacia la década de 1960 fueron las ruinas indígenas (véase gráfico 4). En ese sentido puede observarse una evolución a lo largo de cuatro décadas desde su invisibilización durante las décadas del treinta y los cuarenta hasta su designación como monumento arqueológico en los años cincuenta. El tratamiento que las guías de 1960 realizaron de estos restos materiales fue negar cualquier genealogía con la patria. Más bien, se trató de rasgos identitarios de la región turística como parte de un pasado que se replicó en la toponimia y en las festividades paganas. Lo indígena, a diferencia de lo gauchesco o folclórico constituyó una alteridad absoluta y sus expresiones culturales se situaron en el plano del espectáculo sugerido al turista urbano como consumo exótico y “típico” de la región.<sup>17</sup>

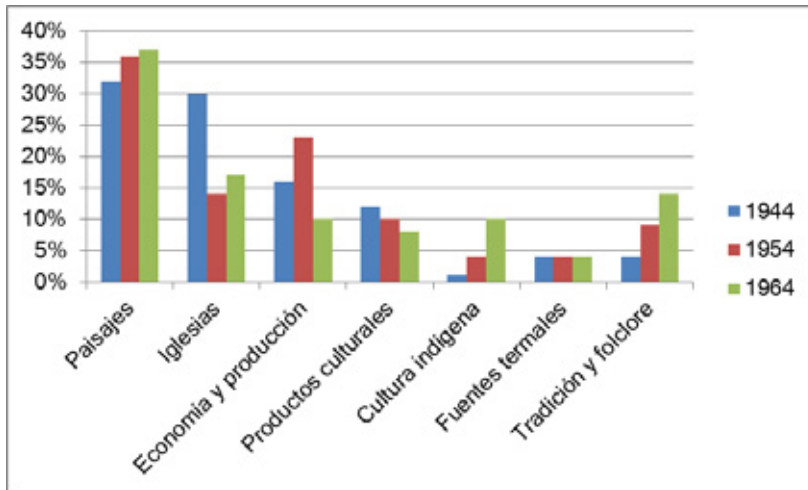
En ese sentido, lo folclórico y la figura del gaucho cobraron gran relevancia en las guías turísticas constituyéndose en atractivos regionales (véase gráfico N°4). Así, adquirieron preeminencia los rasgos típicos surgidos de la tradición: formas de vestimenta, gastronomía, formas de hablar, música, etc. Esto promovió escenas costumbristas que se aconsejaba reproducir: “Lo ideal en Salta, es comer escuchando buena música norteña y esto se logra en alguna de las concurridas peñas decoradas con motivos regionales, con buena comida criolla (...)” (*Guía Peuser de Turismo argentina y sudamericana* (1969-1970): 114c). Así, lo folclórico popular turístico también buscó recrear algún aspecto de la vida del gaucho personaje arquetípico de la independencia y de la campaña. Según Ezequiel Adamovsky el gaucho se convirtió en la personificación de la nación puesto que representó los valores de la “libertad, la nobleza de espíritu y el coraje” (2019: 3). El emblema del gaucho permitió forjar la homogeneidad identitaria nacional frente al aluvión inmigratorio difundiéndose desde las élites a los sectores populares bajo la forma de tradicionalismo, nativismo y criollismo (2019: 5). Hacia la década de 1960 la figura del gaucho constituía un referente aglutinante sobre el que no incidían los antagonismos ideológicos ni las disputas políticas puesto que se había transformado en un producto cultural aceptado unánimemente. Esto propició que los turistas buscaran lo folclórico como objeto de consumo regional.

En cualquier caso, la profusión de tipologías turísticas formó parte de un proceso de sinergias culturales cuyo objeto consistió en la reproducción y sedimentación de imágenes culturales y representaciones de la región turística. En efecto, las guías de viaje, en tanto saberes expertos y legítimos de la práctica turística, fueron una herramienta de producción de sentido insoslayable sobre el territorio.

---

17 En la década de 1960 ciertas fiestas populares quebradeñas, como el carnaval, quedan incorporadas como atractivo en los calendarios turísticos oficiales (Troncoso, 2008).

**Gráfico 4**  
**EVOLUCIÓN DE TIPOLOGÍAS DE ATRACTIVO DEL NOROESTE ARGENTINO EN LAS GUÍAS DEL AUTOMÓVIL CLUB ARGENTINO**



Fuente: Elaboración propia.

#### 4. CONCLUSIONES

En el presente artículo se llevó a cabo un examen del proceso de configuración de la región turística del noroeste argentino a partir de las guías de viaje entre el periodo 1930 y 1960. En virtud de ello, fue posible dar cuenta de un fenómeno global que aglutinó una serie de localidades, pueblos y ciudades en pos de conformar una escala regional, ciertamente porosa, flexible y dinámica.

Asimismo, la mirada cultural inscripta en la periodización de este estudio, permitió desembarazarse de las limitaciones de las coyunturas políticas y las oscilaciones gubernamentales, poniendo en foco en la dinámica de la mirada turística presente en las guías turísticas. En ese sentido, pudo observarse cómo la formación de determinados atractivos fueron adquiriendo notoriedad a lo largo de los años treinta, para pasar a consolidarse, en las décadas posteriores, como imprescindibles para las sociedades de origen de los turistas. En tanto se auscultó la evolución de las guías de viaje en el tiempo, fue posible distinguir los cambios y continuidades en la estructuración del conjunto de atractivos propuestos a escala nacional.

Tanto el ACA como la editorial Peuser se convirtieron en empresas de divulgación turística a través de sus guías, las cuales se convirtieron en imprescindibles para todo aquel potencial visitante que quisiera recorrer la región en estudio. En efecto, el prestigio, la tirada a lo largo del país y la presencia de estos instrumentos en la práctica de los automovilistas y/o viajeros, permitió identificar a las guías como un elemento metodológico clave

de prospección y construcción histórica. Asimismo, la inclusión de información detallada de rutas, destinos, alojamientos, atractivos, junto con la participación de destacados especialistas, confería a estos volúmenes un estilo de objetividad y científicidad.

Así pues, a lo largo de las décadas analizadas, las guías conformaron una región que tendió a reunir una multiplicidad de lugares y sitios a partir de la lógica humanista de la escuela francesa de Vidal de La Blache. La conjunción de la naturaleza y lo humano presente en la delimitación del noroeste argentino incluyó a una serie de tópicos turísticos recurrentes. Desde la década de 1930 y en las décadas subsiguientes, los paisajes y las iglesias se constituyeron en los principales atractivos regionales. Los años peronistas, en la línea con la difusión de la cultura de masas, dieron lugar a una mayor presencia de rasgos folclóricos tales como la música, la vestimenta, la gastronomía y estereotipos gauchescos. La tradición y el costumbrismo cristalizaron como elementos turísticos centrales, reafirmando el rol histórico asignado al noroeste argentino en la formación de la nación. Es decir, las guías impulsaron una serie de atractivos turísticos de carácter esencialista contribuyendo a reforzar la identidad nacional. Esto es, en la medida que se construían los territorios turísticos, las guías orientaban la mirada del turista, jerarquizando y ordenando el universo simbólico y material de atractivos regionales. Por otra parte, lo indígena, invisibilizado en los años treinta y cuarenta, comenzó a aparecer desde los años cincuenta, constituyendo un elemento exótico de la argentinidad, pero susceptible de ser controlado y consumido turísticamente. La forma en cómo se construyó turísticamente este elemento, así como los significados y formas que adquirió, tendrían consecuencias sociales y culturales sobre los modos de vinculación entre los visitantes y los pueblos originarios, su cultura y territorialidad a lo largo de la segunda mitad del siglo XX y hasta la actualidad.

En este punto, resulta clave interrogarse respecto a los sentidos de este conjunto de temas turísticos proyectados por las guías de viaje. En primer lugar, ¿qué incidencia tenía la nación sobre las distintas localidades, pueblos y ciudades en la medida que configuraba imaginarios turísticos masivos que los viajeros esperaban encontrar? Es decir, dichos estereotipos culturales nacionales ¿de qué forma se relacionaron con las escalas subnacional y/o municipal?, ¿existieron vínculos de subordinación y/o condicionamiento entre las escalas nación-provincias-municipios?, ¿era lo regional turístico un mecanismo de reproducción operado por las provincias?, o bien, ¿cuál era el grado de autonomía de las provincias para producir espacios turísticos? Este tipo de preguntas resultan medulares para comprender cómo se interrelacionaron y tensionaron escalas de análisis tradicionalmente analizadas por separado. En segundo lugar, este artículo presenta una necesaria descripción que, en una instancia posterior, será empleada para llevar a cabo un análisis de los significados de las tramas recurrentes regionales. Así, la historización del imaginario turístico del noroeste argentino permite explicar cómo el paisaje, lo folclórico y lo indígena se convirtieron en objeto de deseo turístico hasta nuestros días. En efecto, la actual circulación industrial y comercial y el consumo de determinados elementos típicos son el resultado final de un proceso histórico de sedimentación y cristalización cultural que puede rastrearse al periodo analizado a lo largo de este trabajo.

**Declaración responsable:** El autor declara que no existe ningún conflicto de interés relacionado con la publicación de este artículo.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

- Adamovsky, E. (2009). *Historia de la clase media argentina: apogeo y decadencia de una ilusión, 1919-2003*. Planeta.
- Aguilera-Díaz, M., Bernal-Mattos, C. y Quintero-Puentes, P. (2006). Turismo y desarrollo en el Caribe colombiano. *Documentos de Trabajo Sobre Economía Regional y Urbana*; (79). <https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/DTSER-79.pdf>
- Andermann, J. (2017). Estilo austral: paisaje, arquitectura y regionalismo nacionalizador en el Parque Nacional Nahuel Huapi (1934-1943). *Artelogie. Recherche sur les arts, le patrimoine et la littérature de l'Amérique latine*, (10). <https://doi.org/10.4000/artelogie.834>
- Ares, F. (2018). *En torno a la imprenta de Buenos Aires (1780-1940)*. GCBA, Dirección General de Patrimonio, Museos y Cascos Históricos.
- Automóvil Club Argentino (1944). *La Guía de Viaje. Zona Noroeste*. Ed. ACA
- Automóvil Club Argentino (1954). *Guía de Viaje de la Argentina. Zona Norte*. Ed. ACA.
- Automóvil Club Argentino (1958). *Guía de la Argentina tradicional y pintoresca*. Ed. ACA.
- Automóvil Club Argentino (1964). *Guía turística de la Argentina*. Ed. ACA.
- Automóvil Club Argentino (1968). *Guía turística de la Argentina*. Ed. ACA.
- Barthes, R. (1957) *Mitologías*. París: Editions du Seuil.
- Benedetti, A. y Salizzi, E. (2016). 150 años de geografía regional en Argentina: cambios y continuidades en las propuestas de regionalización del territorio nacional (1839 a 1988). *Folia histórica del nordeste*, (25), 11-34. <https://doi.org/10.30972/fhn.025313>
- Benseny, G. (2007). El turismo en México. Apreciaciones sobre el turismo en espacio litoral. *Aportes y transferencias*, 11(2), 13-34. <https://www.redalyc.org/pdf/276/27611202.pdf>
- Bepler, J. (1994). The traveller-author and his role in seventeenth-century German travel accounts. En Von Martels, Z., *Travel Fact and Travel Fiction* (pp. 183-193). Brill.
- Bergesio, L., Montial, J. y Scalone, L. (2012). Territorio imaginado. El caso de la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina). *Pampa: Revista Interuniversitaria de Estudios Territoriales*, (8), 111-136. <https://doi.org/10.14409/pampa.v1i8.3218>
- Bergesio, L., y Scalone, L. (2014). Análisis comparativo de las (re) presentaciones de Jujuy en la difusión de sus potencialidades turísticas (1950-2013). En *III Jornadas Nacionales sobre estudios regionales y mercados de trabajo*. Universidad Nacional de Jujuy (Facultad de Cs. Económicas y Unidad de Investigación en Comunicación, Cultura y Sociedad de la Facultad de Humanidades y Cs. Sociales) y Red SIMEL.
- Bertoncello, R. (2012). Los imaginarios de espacios distantes a partir del turismo. En Lindon, A. y Hiernaux, D. (Dir.), *Geografías de lo imaginario* (pp.205-221), Anthropos.
- Bianchi Palomares, P. (2023). Planificación, turismo y hotelería de montaña durante el primer peronismo en Mendoza, Argentina (1952-1955). *Limaq*, 11, 133-163. <https://doi.org/10.26439/limaq2023.n011.5836>
- Brenner, E. (2006). La motivación turística: el caso de la región de las aguas termales de Goiás, Brasil. *BAGE. Boletín de la Asociación Española de Geografía*, (42), 303-316.

- Bruner, E. (2005). *Culture on Tour: Ethnographies of Travel*. The University of Chicago Press.
- Bruno, P. (2010). La Quebrada de Humahuaca: ruta de “viajes imposibles” y su transformación en destino turístico. *Registros. Revista de Investigación Histórica*, (7), 158-183. <https://revistasfaud.mdp.edu.ar/registros/article/view/156>
- Bruno, P. (2015). Del turismo escolar y sanitario infantil al turismo social: colonias de vacaciones en la Provincia de Buenos Aires, Argentina. *História, Ciências, Saúde-Manguinhos*, 22, 1467-1490. <https://doi.org/10.1590/S0104-59702015000400015>
- Calvi, M. (2016). Guía de viaje y turismo 2.0. *Ibérica*, (31), 15-38. <https://revistaiberica.org/index.php/iberica/article/view/187>
- Campodónico, R. (2019). Los inicios de la regionalización turística: Uruguay en la década del 60. *Registros. Revista de Investigación Histórica*, 15(2), 129-144.
- Chamosa, O. (2012). *Breve historia del folclore argentino*. Edhasa.
- Costa, M. (2018). Los talleres multigráficos de Guillermo Kraft y Jacobo Peuser en los inicios de la industria editorial argentina. Fabio, A. (Comp.) *En torno a la imprenta de Buenos Aires (1780-1940)*, 179-228.
- De Jong, G. (2001). *Introducción al método regional*. Neuquén, Argentina: LIPAT-Universidad Nacional del Comahue.
- Fernández, M. (2018). Construcciones para el turismo. Balnearios fluviales y lacustres. Buenos Aires, 1936-1940. *Investigación+ Acción*, (21), 127-142. <https://revistasfaud.mdp.edu.ar/ia/article/view/271>
- Ferrocarriles del Estado (1931). *Turismo a Tucumán, Salta y Jujuy*. División Turismo, Publicaciones y Cartografía.
- Flores Klarik, M. (2011). De la representación del salteño y sus tradiciones a la construcción de los primeros discursos del turismo (1910-1945). En Álvarez Leguizamón, S. (Comp.). *Poder y salteñidad. Saberes, políticas y representaciones sociales*. CEPIHA.
- Floria, P. y Vejsberg, L. (2009). El proyecto turístico barilocheño antes de Bustillo: entre la prehistoria del Parque Nacional Nahuel Huapi y el desarrollo local. *Estudios y perspectivas en turismo*, 18(4), 414-433. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180714241004.pdf>
- Frejomil, E. y Crispín, Á. (2002). Estructura regional del turismo en México. *Ería: Revista cuatrimestral de geografía*, (59), 386-394.
- García, E. (2012). *Turismo inducido a través del cine: génesis del imaginario romántico de Córdoba en el contexto cinematográfico español (1920-1930)*. (Tesis Doctoral), Universidad Carlos III de Madrid.
- Gil de Arriba, C., y Rodríguez Larrinaga, C. (2021). La cornisa cantábrica como región turística en las primeras décadas del siglo XX (1902-1931). *Investigaciones de Historia Económica-Economic History Research (IHE-EHR), Journal of the Spanish Economic History Association*, 17(01), 26-36. <https://recyt.fecyt.es/index.php/IHE/article/view/80265/49985>
- González Bracco, M. (2017). 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*. <https://doi.org/10.4000/nuevomundo.71602>

- González Bracco, M. (2021). Conocer la capital: apuntes sobre construcción de la ciudad de Buenos Aires como destino turístico interno en la primera mitad del siglo XX. *Registros. Revista de Investigación Histórica*, 17(1), 115-133. <https://revistasfaud.mdp.edu.ar/registros/article/view/503>
- Guía de Turismo Peuser* (1947). Editorial Peuser.
- Guía Peuser de Turismo* (1949). Editorial Peuser.
- Guía Peuser de Turismo* (1950). Editorial Peuser.
- Guía Peuser de Turismo* (1951). Editorial Peuser.
- Guía Peuser de Turismo* (1952). Editorial Peuser.
- Guía Peuser de Turismo* (1953). Editorial Peuser.
- Guía Peuser de Turismo* (1954). Editorial Peuser.
- Guía Peuser de Turismo* (1955). Editorial Peuser.
- Guía Peuser de Turismo* (1956). Editorial Peuser.
- Guía Peuser de Turismo* (1959). Editorial Peuser.
- Guía Peuser de Turismo argentina y sudamericana* (1969-70). Editorial Peuser.
- Guía Peuser de Turismo*(1962). Editorial Peuser.
- Guía Peuser de Turismo*(1966). Editorial Peuser.
- Guía Peuser. Turismo* (1946). Editorial Peuser.
- Guía Social del Norte. Tucumán y Catamarca* (1936).
- Haesbaert, R. (2004). Dos múltiples territorios à multiterritorialidade. *Porto Alegre*, 16. <https://www.ufrgs.br/petgea/Artigo/rh.pdf>
- Inostroza, G. (2008). Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la región andina. *Gestión turística*, (10), 77-90. <https://doi.org/10.4206/gest.tur.2008.n10-06>
- Jack, G., y Phipps, A. (2003). On the uses of travel guides in the context of German tourism to Scotland. *Tourist studies*, 3 (3), 281-300. <https://doi.org/10.1177/1468797603049660>
- Jerez, M. (2020) La obra pública durante la “Restauración Conservadora” en Jujuy. Discursos, proyectos y prácticas en torno al Hotel Termas de Reyes. *Coordenadas. Revista de Historia Local y Regional*, 7(2), 173-189.
- Kaczan, P. (2020). Viajes de mujeres. Representaciones sobre el vacacionar en la costa marítima. Mar del Plata, Argentina hacia 1920-1940. *Memorias: revista digital de historia y arqueología desde el Caribe*, (42), 111-142. <https://doi.org/10.14482/memor.42.982>
- Lash, S. y Urry, J. (1998). *Economías de signos y espacio: sobre el capitalismo de la posorganización*. Amorrortu.
- MacCannell, D. (2003). *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*. Melusina.
- Mancini, C. (2016). *Arqueología, patrimonio y usos del pasado: Las transformaciones territoriales de la Quebrada de Humahuaca hacia un Paisaje Cultural*. (Tesis Doctoral). Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.
- Mancini, C. (2019). El cine documental y la construcción de la alteridad en la Quebrada de Humahuaca, Jujuy, Argentina (1947-1977). *Cine Documental* (21), 73- 104. <https://revista.cinedocumental.com.ar/wp-content/uploads/CD21-ART4-MANCINI.pdf>
- Mancini, C. y Petit, F. (2025). El turista imaginado. Un análisis sobre la construcción dialéctica de los imaginarios del turismo en comunidades anfitrionas de la Quebrada

- de Humahuaca y la Puna de Jujuy. *Aportes y Transferencias*, 23(1), 0291-0291. <https://eco.mdp.edu.ar/revistas/index.php/aportes/article/view/413>
- Martínez Del Vas, G. (2017). Proceso de configuración de un Destino Turístico y efectos de la Política Turística en la región de Murcia. *Cuadernos De Turismo*, (40), 439-464. <https://doi.org/10.6018/turismo.40.310061>
- Martínez, A. (2016). Los mapas del Primer Congreso de Planificación Integral del Noroeste Argentino, o la región como búsqueda. *Población y sociedad*, 23(2), 115-148. <http://www.poblacionysociedad.org.ar/archivos/23/P&S-V23-N2-Martinez.pdf>
- Merriman, P., Revill, G., Cresswell, T., Lorimer, H., Matless, D., Rose, G., y Wylie, J. (2008). Landscape, mobility, practice. *Social & Cultural Geography*, 9(2), 191-212. <https://doi.org/10.1080/14649360701856136>
- Michalski, D. (2004). Portals to metropolis: 19th-century guidebooks and the assemblage of urban experience. *Tourist Studies*, 4(3), 187-215. <https://doi.org/10.1177/1468797604057322>
- Núñez, P., Matossian, B., y Vejsbjerg, L. (2012). Patagonia, de margen exótico a periferia turística. Una mirada sobre un área natural protegida de frontera. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 10(1), 47-59. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.005>
- Pastoriza, E., y Torre, J. (1999). Mar del Plata, un sueño de los argentinos. En Madero, M. y Devoto, F. (ed.) *Historia de la vida privada en la Argentina*. T.3. Buenos Aires: Tauro.
- Pastoriza, E., y Torre, J. (2019). *Mar del Plata, un sueño de los argentinos*. Edhasa.
- Pastoriza, E., Zuppa, G. (2004). La conquista de las riberas. Política, cultura, turismo y democratización social. Mar del Plata (1886-1970). *Revista Trace*, (45), 93-109. <https://doi.org/10.22134/trace.45.2004.506>
- Pedetta, M. (2018). Escenarios de ilusión. Prácticas sociales y de consumo en los casinos de Mar del Plata entre las décadas de 1930 y 1950. *Pasado Abierto*, 4(8). <https://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/pasadoabierto/article/view/2913/3081>
- Piantoni, G. y Pierucci, L. (2021) Paisaje, Nación y Turismo: La política de promoción de los Parques Nacionales de la Norpatagonia (1934-1955). En Méndez, L., Piantoni, G. y Podlubne, A. (Comp.) *Desandando Pasados. Escuelas, cuerpos, museos y narrativas en diálogo (Norpatagonia, siglo XX)*. (pp. 129-157) Prometeo.
- Piglia, M. (2014). *Autos, rutas y turismo: el Automóvil Club Argentino y el Estado. Siglo XXI*. Editores.
- Quintero, S. (2002). Geografías regionales en la Argentina. Imagen y valorización del territorio durante la primera mitad del siglo XX. *Scripta Nova*, 6(127), 1-18. <https://revistes.ub.edu/index.php/ScriptaNova/article/view/459>
- Raffa, C. (2020a). 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. <https://doi.org/10.31049/1853.7049.v.n17.24473>
- Raffa, C. (2020b). *Construir Mendoza: Obras y políticas públicas en el territorio (1932-1943)*. Universidad Nacional de Cuyo.
- 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.

- Rodríguez Buscia, C. (2022). Agencias estatales y políticas turísticas en Salta (1934-1943). *Historia Regional*, (48), 1-17. <https://historiaregional.org/ojs/index.php/historiaregional/article/view/676>
- Rodríguez Buscia, C. (2023). Rutas y turismo. El papel de la DNV en el noroeste argentino. En Gruschetsky, V. y Del Cueto, C. (2023) (Eds.). *Vialidad Nacional 90 años: conectando caminos* (pp. 48-78). Rincón de Milerg, Área cuatro.
- Rodríguez Buscia, C. (2024). El turismo en la Salta peronista (1946-1955). Una aproximación a través del análisis de las agencias estatales. *Población y sociedad*, 31(1), 215-242. <https://doi.org/10.19137/pys-2024-310110>
- Rodríguez Buscia, C. (2024). Estado y turismo en Tucumán durante las gobernaciones radicales (1935-1943). *Quinto sol*, 28(2), 118-138. <https://doi.org/10.19137/qs.v28i2.7265>
- Rodríguez Buscia, C. (2025). Estado, vialidad y turismo en Tucumán (1932-1943). *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana Dr. Emilio Ravignani*, (62), 54-79. <https://doi.org/10.34096/bol.rav.n62.13523>
- Sánchez, J. (1991). *Espacio, economía y sociedad*. Siglo XXI editores.
- Santos, M. (1985). *Espacio y método. Algunas consideraciones sobre el concepto de espacio*. Alianza.
- Stagl, J. (1980). Die Apodemik oder' Reisekunst 'as Methodik der Sozialforschung vom Humanismus bis zur Aufklärung. En Rassem M. y Stagl J. (eds) *Statistik und Staatbeschreibung in der Neuzeit*. Paderborn. 131-202
- Toitíño Torralba, L. (2014). Las ciudades patrimonio de la humanidad de la región turística de Madrid: niveles medios de funcionalidad y adecuación turística del patrimonio cultural. *Papers de turisme*, (51), 108-131. <https://www.turisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/199>
- Tolosa, S. (2018). *Los Antiguos y el estado. Historia de la construcción material del patrimonio arqueológico, sur de los valles Calchaquíes (1877-2008)*. (Tesis Doctoral). Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Buenos Aires.
- Tommei, C. (2016a). *De ciudad huerta a pueblo boutique: Transformaciones territoriales en Purmamarca (provincia de Jujuy) a partir de los procesos de patrimonialización y turistificación (1991-2014)*. (Tesis Doctoral). Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Buenos Aires.
- Touring Club Italiano (1932). *Las guías azules. Argentina, Paraguay y Uruguay*. Flotte Riunite Cosulich, Lloyd Sabauo.
- Troncoso, C. (2008). Turismo, desarrollo y participación local. La experiencia de Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina). *Aportes y transferencias*, 12(2), 110-130. <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/373/>
- Troncoso, C. (2012). *Turismo y patrimonio en la Quebrada de Humahuaca. Lugar, actores y conflictos en la definición de un destino turístico argentino*. PASOS Edita.
- Troncoso, C. (2020). El desplazamiento turístico a través de propuestas de recorridos e itinerarios. La ciudad de Salta (Argentina) y la consolidación de los paseos por su centro histórico. *Claves. Revista de Historia*, 6(10), 95-119. <https://doi.org/10.25032/crh.v6i10.5>
- Turismo. Guía Peuser* (1942). Editorial Peuser.
- Turismo. Guía Peuser* (1944). Editorial Peuser.

- Van Young, E. (1987). Haciendo historia regional. Consideraciones metodológicas y teóricas. *Anuario IEHS: Instituto de Estudios histórico sociales*, (2), 255-281. <https://ojs2.fch.unicen.edu.ar/ojs-3.1.0/index.php/anuario-ies/article/view/2648>
- Vargas, M. y Núñez, P. (2020). Miradas antagónicas del turismo en Argentina, una revisión sobre Bariloche y las guías de turismo del peronismo (1945-1955). *Claves. Revista de Historia*, 6(10), 151-178. <https://doi.org/10.25032/crh.v6i10.7>