

<http://dx.doi.org/10.18232/alhe>.

Artículos

El turismo y los inicios de una industria en Chile (1910-1950)

The Tourism and the Beginnings of an Industry in Chile (1910-1950)

Juan C. Yáñez¹, *  0000-0003-0317-3292

¹ Universidad de Valparaíso, Valparaíso, Chile.

* Correspondencia: juancarlos.yanez@uv.cl

Resumen. En este artículo se reconstruyen, de manera exploratoria, los antecedentes estadísticos del desarrollo del turismo en Chile entre 1910 y 1950, que permiten dimensionar sus alcances como actividad económica importante. Se parte del supuesto de que los estudios históricos sobre la materia han privilegiado enfoques socioculturales para analizar el fenómeno turístico, dando por supuesto muchas veces la existencia de una oferta y demanda turísticas, de una política sobre la materia y de un mercado laboral atractivo para desempeñarse en él. A través de la recopilación de información proveniente de guías y folletos turísticos, leyes y reglamentos, anuarios estadísticos, entre otros, se busca dimensionar los alcances reales que tuvo el turismo como actividad económica, lo que hizo posible la formulación temprana de una política de fomento turístico por parte del Estado chileno desde fines de la década de 1920.

Palabras clave: turismo; industria; estadísticas; Chile.

Abstract. This article reconstructs in an exploratory way the statistical background of the development of tourism in Chile in the first decades of the twentieth century that allows to dimension its scope as an important economic activity. It is assumed that historical studies on the subject have privileged socio-cultural approaches to analyze the tourist phenomenon, often assuming the existence of a tourist offer and demand,

CÓMO CITAR: Yáñez, J. C. (2021). El turismo y los inicios de una industria en Chile (1910-1950). *América Latina en la Historia Económica*, 28(3), 1-21. DOI: [10.18232/alhe.1189](https://doi.org/10.18232/alhe.1189)



Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional

a policy on the subject and an attractive labor market. Through the collection of information from tourist guides and brochures, laws and regulations, statistical yearbooks, among others, it seeks to measure the real scope of tourism as an economic activity, which made the early formulation of a tourism promotion policy possible by the Chilean State since the late 1920s.

Key words: tourism; industry; statistics; Chile.

JEL: J22; N76; N96; Z32.

Recibido: 29 de marzo de 2020

Aceptado: 05 de octubre de 2020

Publicado: 23 de junio de 2021

Organismo patrocinador: El presente artículo forma parte del proyecto de Iniciación del Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico de Investigación núm. 11190167, titulado “Los trabajadores se toman un descanso. Las políticas de promoción del tiempo libre y el turismo social en Chile: 1927-1973”.

INTRODUCCIÓN

El objetivo del presente artículo es ofrecer una serie de indicadores sobre el desarrollo del turismo en Chile entre 1910 y 1950, el cual permite caracterizar la existencia de una actividad económica reconocida y diferenciada. Si bien las actuales perspectivas asumen los supuestos teóricos provenientes de la historia del turismo, en el sentido de reconocer la construcción de nuevas pautas culturales y de consumo asociadas a la cultura de masas de comienzos del siglo xx (Boyer, 2002; Corbin, 1995), son pocos los trabajos que han estudiado las condiciones que posibilitan las prácticas de consumo asociadas al turismo y al tiempo libre, en especial analizadas a partir de indicadores económicos. Razones de orden metodológico y disponibilidad de fuentes explican en parte esta falta de interés en el pasado más remoto, aunque también, en términos teóricos, la vinculación del turismo con las industrias de consumo moderno y la mayor disponibilidad de tiempo libre que ofrece la sociedad de bienestar, ha favorecido el interés por estudiar las prácticas de consumo a partir de los años 1950 (Milanesio, 2014; Pastoriza, 2002; Vallejo, 2002).

Reconociendo la importancia de algunos pocos estudios que han abordado el desarrollo económico de la industria turística a partir de la década de 1940 (Altamira y Muñoz, 2007; Vallejo, 2002), el presente artículo señala que las investigaciones sobre la historia del turismo en América Latina han pasado por alto los indicadores que permiten analizar las condiciones materiales que presentaban los países para el desarrollo turístico, mientras que, en otros casos, dichos indicadores se dan por conocidos, sin presentar una información sistematizada sobre diversos aspectos que se reconocen como fundamentales para que surja el turismo, no sólo como una práctica social y cultural, sino también económica. Dicho de otra manera, muchos trabajos asumen como existente la oferta y demanda turística, la infraestructura que permite los traslados o un sistema de promoción de los destinos turísticos.

Dos enfoques han predominado al momento de abordar el estudio histórico del turismo (Yáñez, 2020). El primero comprende un enfoque sociocultural, donde las prácticas turísticas y de recreación permiten conocer la formación cultural de las clases trabajadoras fuera del ámbito industrial (Camarero, 2005; Porrini, 2011; Silva, 2018; Silva y Henríquez, 2017). Un segundo enfoque es el político, donde los historiadores han estudiado el turismo en el contexto de la emergencia de ideologías populistas y nacionalistas. Para el caso latinoamericano, experiencias como la

de Getúlio Vargas, en Brasil, y Juan Domingo Perón, en Argentina, han permitido comprender cómo el turismo fue utilizado como vía de movilización y de identificación de los trabajadores con un proyecto nacional de desarrollo (Comparato, 2014; Pastoriza, 2008; Scarzanella, 1988; Torre y Pastoriza, 2002).

Algunas investigaciones han situado la emergencia del turismo a partir de la crisis del modelo de *desarrollo hacia afuera* que marcó la crisis económica de 1929 y la posterior a la Gran Depresión. El turismo habría operado como un resorte para potenciar determinados sectores económicos orientados a la captación de divisas extranjeras y el desarrollo de un mercado interno de viajeros (Cunha y Campodónico, 2005).

La hipótesis que sostiene este artículo apunta a que los datos que se ofrecen, junto con mostrar los tempranos inicios de esta industria, dan cuenta de un sistema turístico lo suficientemente en forma como para que las autoridades chilenas implementaran, desde fines de la década de 1920, una política pública en la materia. El hecho de que esta política haya tenido altibajos, en especial en el contexto de la crisis económica de la década de 1930, y debido a los diversos ministerios a los cuales fue adscrito el ramo de turismo, no debiera llevar a suponer que esta actividad económica fue irrelevante para el país. Por el contrario, este artículo busca demostrar que este primer desarrollo del turismo ayudó a sentar las bases de una institucionalidad más robusta a partir de la década de 1960.

El disfrute del tiempo libre y las prácticas asociadas al turismo se han transformado en una dimensión relevante para evaluar el bienestar en las sociedades modernas, siendo, además, comprendidas en la actualidad como motor económico fundamental de los países. Estudiar el tiempo libre y el turismo es importante desde un punto de vista histórico porque permite otra forma de conocer el pasado. Conceptualmente el turismo se entiende actualmente como un complejo sistema que comprende una demanda que requiere servicios cada vez más especializados (alojamiento, alimentación y actividades), una oferta vinculada a determinados espacios geográficos que poseen un atractivo para la recreación, y un marco de infraestructura y sistema de comunicaciones que facilita que las personas se desplacen de un lugar a otro con menores costos posibles (Vogeler y Hernández, 2000).

El desarrollo de la sociedad capitalista supuso la expansión del consumo, lo que implicó que crecientes sectores sociales accedieran a diferentes bienes y servicios, junto al aumento de la producción que permitió colocar en el mercado de manera más rápida y a bajo costo nuevos productos, siendo, a su vez, un factor dinamizador en el aumento de la producción, la innovación y la generación de otras demandas asociadas a la industria del ocio (Milanesio, 2014). Sin embargo –en términos negativos– las nuevas prácticas de consumo generaron procesos de diferenciación social que dieron forma a distinciones sociales más refinadas y modalidades de exclusión asociadas a la moda y el acceso a bienes culturales (Veblen, 2004).

Si bien las prácticas turísticas son de antigua data –mismas que se vinculan a espacios de esparcimiento propios de las elites (Corbin, 1995)–, el turismo de *masas* surge a partir de la década de 1930 en el contexto de una serie de procesos asociados a las ideologías nacionalistas, las luchas de los obreros por la reducción del tiempo de trabajo y la consolidación de una estructura y oferta turística cada vez más variada (Gordon, 2002).

En términos historiográficos, no ha habido un gran interés por estudiar el turismo, lo que se explica en parte –según Pastoriza (2012)– porque esta actividad es vista como algo lúdico –una extensión menor de los ámbitos de la producción y reproducción– alejada de los temas académicos. En este sentido, los estudios que se han hecho sobre el tiempo libre y el turismo en América

Latina, siendo muy importantes, adolecen de una visión integral y de largo plazo, y conocemos sólo una historia a gran escala, como es la obra de Fernando Armas (2018) para el caso de Perú en los siglos XIX y XX. En un diagnóstico un tanto diferente, Ospital (2005) señala que, si bien el turismo es un objeto de estudio historiográfico reciente, los historiadores se han interesado en investigar este campo por la multiplicidad de enfoques que permite, sintiéndose muy cómodos al analizar sus dimensiones políticas, sociales y culturales.

La investigación es de tipo exploratoria-descriptiva, la cual implica un proceso de recopilación de datos e indicadores que permiten dimensionar los alcances de la actividad turística con base en registros oficiales. Los elementos descriptivos apuntan a caracterizar cada uno de los aspectos analizados de la actividad turística, como la política de turismo, la oferta y demanda, trabajadores y mercado laboral, en particular para un periodo (1910-1950) donde existen muy pocos estudios.

El presente artículo se sustenta en la puesta en valor de una serie de fuentes y registros estadísticos para una mejor comprensión del turismo en su dimensión económica, que da cuenta de su posicionamiento como una actividad importante, identificando un naciente marco regulatorio, los inicios de una demanda y los principales recursos ofertados por Chile para transformarse en un destino turístico. En primer lugar, se destaca la información contenida en el Anuario Estadístico de la República de Chile entre 1910 y 1950, los censos de población de 1930 y 1940, y el censo industrial y comercial de 1937. Los folletos y revistas permiten acceder a información sistematizada sobre la oferta turística, en especial de los destinos, hoteles y restaurantes.

El marco temporal se explica porque en el contexto de las fiestas del centenario de la independencia de Chile (1910) se publica la primera guía de turismo de carácter moderno, iniciando un mercado editorial en constante crecimiento y enfocado a mostrar los atractivos turísticos del país. Si bien estos esfuerzos estuvieron orientados en un primer momento al turista extranjero, la promoción y la inversión pública apuntaron, a partir de los años 1930 y 1940, a desarrollar la cultura turística entre la clase media y los trabajadores industriales. El cierre del marco temporal de 1950 permite disponer de información estadística más consolidada, entendiendo, además, que hacia fines de la década de 1950 se presentan nuevos fenómenos vinculados a un marco regulatorio e institucional más robusto, los cuales dan forma a otra etapa del desarrollo del turismo en Chile.

EL ESTADO Y LA FORMULACIÓN DE UNA POLÍTICA TURÍSTICA

La institucionalidad turística comprende el entramado de disposiciones reglamentarias y legales, así como el marco burocrático, que permiten el desenvolvimiento de las prácticas turísticas de acuerdo con ciertas pautas preestablecidas y legitimadas por los distintos actores que participan de la industria. El Estado desempeña un papel importante en tanto promotor y regulador de dicha industria. Por ejemplo, el hecho de que algunos Estados latinoamericanos promovieran a partir de la década de 1920 la jornada laboral de ocho horas abrió un campo inesperado para el disfrute del tiempo libre. De igual forma, estas discusiones se enriquecieron con las reuniones científicas de especialistas y las recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo en el sentido de promover las actividades de ocio luego de la jornada de trabajo y las vacaciones pagadas (al menos de una semana), tal como lo señaló el convenio núm. 52 de 1936. Los congresos panamericanos, por su parte, resolvieron en numerosas oportunidades ofrecer facilidades para que los turistas y los distintos medios de transporte, en especial los vehículos, pudieran disponer de mejores condiciones para traspasar las fronteras. En la VII Conferencia Panamericana de 1933, realizada en Montevideo, se resolvió aprobar una recomendación sobre el fomento del turismo,

proponiendo la reducción de trabas en la obtención de pasaportes y visados, y el reconocimiento de la categoría de turista a través de un pasaporte gratuito por tres meses, entre otras medidas (Unión Panamericana, 1938).

Si bien se registra en Chile la creación en 1926 de una Asociación Central de Fomento al Turismo de carácter público y privado (García y Valdivia, 2012), fue con la creación en 1927 de una Oficina Central de Propaganda dependiente del Ministerio de Fomento cuando se implementa una política por parte del gobierno de Carlos Ibáñez del Campo (1927-1931) que vio en el turismo un motor importante para la actividad económica (Vidal, 2019).

El Ministerio de Fomento fue el vehículo clave para la implementación de un proyecto de recuperación económica durante el gobierno de Ibáñez. Creado en 1927, con el decreto con fuerza de Ley núm. 7912, entre sus objetivos estaban el fomento a la industria y la producción, el desarrollo agrícola y ganadero, la promoción del crédito agrario, comercial e industrial, regulación forestal, políticas de regadío y concesiones de agua, la estadística de la república, fomento y regulación de la navegación, caminos y ferrocarriles, entre otras prerrogativas. En este contexto, era evidente que la formulación de una política de turismo debía recaer en el Ministerio de Fomento, en la medida que las autoridades entendieron la importancia del turismo como actividad económica.

El Departamento de Turismo fue creado en febrero de 1929 al alero del Ministerio de Fomento, en el marco de la Ley núm. 4585 de Fomento al Turismo, con la finalidad de fomentar y regular la actividad, teniendo entre otras atribuciones las siguientes:

- a) Dar a conocer, dentro y fuera de la república, los centros de turismo y las bellezas naturales del país.
- b) Fiscalizar la exhibición y repartición de afiches, folletos, películas y demás publicaciones destinadas especialmente a propagar el conocimiento de las regiones o centros de turismo. Se exceptúan de esta intervención los diarios, revistas o publicaciones de carácter periódico.
- c) Fomentar la construcción o instalación de hoteles, balnearios, termas y demás sitios destinados a alojar o a proporcionar estadía a los viajeros y turistas, e intervenir en el examen y aprobación de los proyectos de construcción o instalación de tales establecimientos.
- d) Fiscalizar la aplicación exacta y uniforme de las tarifas que cada año los dueños o administradores de hoteles o casas de hospedaje deben fijar para sus establecimientos, tarifas que no podrán ser aumentadas dentro del periodo correspondiente, salvo en épocas o circunstancias especiales, previa autorización de la Sección Turismo y hasta 25 por ciento.
- e) Fiscalizar el funcionamiento de toda empresa que se dedique a organizar o realizar viajes de turismo.
- f) Autorizar y fiscalizar los viajes de turismo colectivos organizados por empresas, y exigir las garantías del caso para la debida realización de sus programas.

Como se puede comprender, estas funciones implicaban un alto nivel de intervención, en un marco ideológico donde se veía de manera positiva la acción del Estado y donde los cuadros técnicos –como los ingenieros– asumían posiciones de poder (Ibáñez, 1983). Además, la administración de Ibáñez del Campo estaba empeñada en un proceso de reestructuración administrativa

CUADRO 1. PRESUPUESTO ANUAL EN PESOS, DEPARTAMENTO DE TURISMO, 1928-1930

<i>Concepto</i>	<i>Presupuesto</i>
Jefe del Departamento	30 000
Ayudante arquitecto	21 000
Dibujante	12 000
Dactilógrafo	6 000
Publicaciones	28 915
Películas	11 835
Taller y laboratorio fotográfico	44 755
Gastos del Congreso Sudamericano de Turismo	30 000
Confección de gráficas, mapas, etc.	2 500
Propaganda radiotelefónica	1 500
Gastos de instalación	6 000
<i>Total</i>	187 305

Fuente: elaboración propia con base en Ministerio de Fomento (1930).

y modernización del Estado. Se desarrolló un plan de obras públicas y se crearon importantes instituciones, como Carabineros de Chile y la Fuerza Aérea de Chile, lo cual significó un alto endeudamiento público. En materia de política interior, la administración de Ibáñez tuvo características autoritarias, teniendo un fuerte control sobre los partidos políticos, exiliando a los políticos opositores e interviniendo las organizaciones sindicales. La crisis económica de 1929 y la interrupción de los préstamos extranjeros, especialmente de Estados Unidos, desestabilizó el apoyo de los sectores medios, obligando a Ibáñez a renunciar en julio de 1931.

Las fuentes de financiamiento del Departamento de Turismo provenían de los impuestos de Ferrocarriles del Estado, transporte marítimo, hotelería e ingreso de turistas extranjeros. Además, recibía aportes por la venta de publicaciones y fotografías, multas por infracciones a la propia ley y fondos generales del presupuesto. Las entradas eran destinadas al fomento del turismo, el mejoramiento de los espacios vacacionales y el pago del personal (República de Chile, 1929) (véase cuadro 1).

La promoción fue una función importante del Departamento de Turismo, y parte de la acción que llevaron a cabo muchos Estados latinoamericanos interesados en posicionarse en el mercado internacional de viajeros.¹ Las autoridades veían en la labor de promoción turística no sólo una manera de mostrar el país a los visitantes extranjeros, sino también para dar a conocer sus adelantos comerciales e industriales, no escatimando esfuerzos entre la empresa privada y el Estado en estas actividades publicitarias. Para ello se recurría a convenios con casas comerciales, contactos diplomáticos con embajadas y delegaciones en el extranjero, o incluso el uso de los viajes de instrucción de la corbeta General Baquedano.²

¹ Se puede consultar la publicación oficial del Departamento de Turismo, *Boletín de Informaciones* (30 de mayo de 1930).

² Archivo Ministerio de Fomento, Oficio 17 de mayo de 1929, vol. 236, 1929.

De acuerdo con el presupuesto de 1928, los recursos de la propaganda turística debían estar enfocados en la elaboración de afiches, fotografías y películas, los cuales serían repartidos en las distintas capitales, participando en muestras y exposiciones internacionales (Dümmer, 2012). Para ello se consignaba la instalación de un taller fotográfico y la filmación de dos películas tituladas *Algunos balnearios de Chile* y *El sur de Chile*.³ A lo anterior se agregaba la elaboración de los siguientes folletos: *Chile, país de turismo*; *Sur de Chile*; *Balnearios de Chile*; *Termas de Chile*, *Viajes de Turismo* (Yáñez, 2018).

Además, se contemplaba la propaganda en la radio, tanto en Chile como en Argentina, atención a turistas y diferentes tipos de concursos como los fotográficos, de afiches y para hoteles. Los objetivos iniciales de la promoción turística apuntaban a dar a conocer el país en el extranjero y desarrollar una imagen diferenciadora (Vidal, 2019). Es hacia las décadas de 1910 y 1920 que se proyecta en las guías turísticas la imagen de un país alejado de los grandes circuitos de viajeros, en cierta forma aislado, aunque con atractivos naturales que lo diferencian del resto del mundo. Una guía de turismo dice al respecto lo siguiente: “La afición de los viajes de turismo se intensifica más y más a medida que aumentan las facilidades y comodidades que se ofrecen para trasladarse de un extremo a otro del mundo, siendo mayor el interés cuando más remoto y desconocido es el país al que se dirigen” (Oficina Municipal de Turismo, 1933, p. 1).

Sin embargo, el fortalecimiento presupuestario del área de turismo del Ministerio de Fomento fue insuficiente para enfrentar los efectos de la crisis de 1929 y la consiguiente Gran Depresión que afectó a Chile durante la primera parte de la década de 1930. En 1931 se determinó el cierre del Departamento de Turismo, para luego, en 1932, nombrarse un inspector jefe y otros cuatro funcionarios, lo que muestra las medidas erráticas que tuvieron las autoridades del periodo en sostener una política de turismo, pero también cierto realismo en asumir que no estaban dadas las condiciones, al inicio de la década de 1930, para financiar una amplia burocracia en un área que no era considerada de prioridad social. El argumento de las autoridades de gobierno para justificar el nombramiento de estos funcionarios apuntaba –según el decreto de Ley núm. 112 de 1932– a que la eliminación del Departamento de Turismo había significado “una fuerte disminución de las entradas que, por ese ramo, recibía el Fisco”, pasando de 492 050 pesos en 1930 a 156 310 en 1932, lo que sumado al hecho de que su contratación no superaba los 58 000 pesos anuales, son un indicio de que las razones presupuestarias pesaron mucho más en su contratación que las razones de promoción turística.⁴ De esta forma, el decreto ley núm. 112 determinó, con un claro objetivo de recaudación, como tarea de estos funcionarios el “supervigilar el pago de los impuestos y derechos que la citada ley [Ley de Fomento del Turismo de 1929] estableció en favor del fisco, y velar, además, por el cumplimiento de ella y de todas las leyes, reglamentos y decretos en vigencia que tengan relación con el turismo” (Dirección General de Informaciones y Cultura, 1943). En esta misma línea, la creación en 1935 de un Servicio de Turismo dependiente del Ministerio de Fomento se explica por la necesidad de acompañar y sostener la recuperación del turismo como actividad económica y fuente de ingresos para el país.

Es importante mencionar que el interés del Estado en promover las prácticas recreativas no estuvo radicado sólo en el Ministerio de Fomento. En el marco de la Gran Depresión, el Estado creó en 1932 el Departamento de Extensión Cultural, dependiente del Ministerio del Trabajo,

³ Archivo Ministerio de Fomento, Decreto 10 de julio de 1928, vol. 73, 1928.

⁴ Los funcionarios que se nombraban eran un inspector jefe de turismo (grado 6) con 24 000 pesos anuales; dos inspectores visitadores (grado 11) con 12 600 pesos anuales cada uno, y un dactilógrafo (grado 16) con 8 400 pesos anuales.

CUADRO 2. ORGANISMOS PÚBLICOS VINCULADOS AL TURISMO (1927-1950)

<i>Organismos</i>	<i>Año</i>	<i>Funciones</i>
Oficina Central de Propaganda y Fomento del Turismo (Ministerio de Fomento)	1927	Promoción
Departamento de Turismo (Ministerio de Fomento)	1929	Fomento, inspección
Departamento de Extensión Cultural (Ministerio del Trabajo)	1932	Ocio, tiempo libre
Servicio de Turismo (Ministerio de Fomento)	1935	Inspección
Dirección General de Informaciones y Cultura (Ministerio del Interior)	1942	Promoción
Departamento de Turismo (Ministerio de Relaciones Exteriores)	1948	Promoción

Fuente: elaboración propia con base en Yáñez (2018), Yáñez (2020), Vidal (2019).

que incluyó entre sus funciones la promoción del ocio y tiempo libre entre las organizaciones de trabajadores, desarrollando veladas literarias, cursos, excursiones, entre otras actividades (Yáñez, 2016). Si bien no tuvo entre sus objetivos el fomento turístico, su interés en proporcionar condiciones para el disfrute del ocio y esparcimiento entre los trabajadores sindicalizados hizo que, en la práctica, existieran en el Estado durante la década de 1930 dos reparticiones con objetivos similares, aunque con enfoques diferenciados: un Servicio de Turismo, dependiente del Ministerio de Fomento, que vio en el turismo una actividad económica y fuente de ingresos, junto con un Departamento de Extensión Cultural, dependiente del Ministerio del Trabajo, que entendió el turismo, el ocio y el tiempo libre, como derechos fundamentales a promover en el marco de la expansión del Estado, en especial a partir del gobierno de Pedro Aguirre Cerda (1938-1941) y el triunfo del Frente Popular (Silva y Henríquez, 2017).

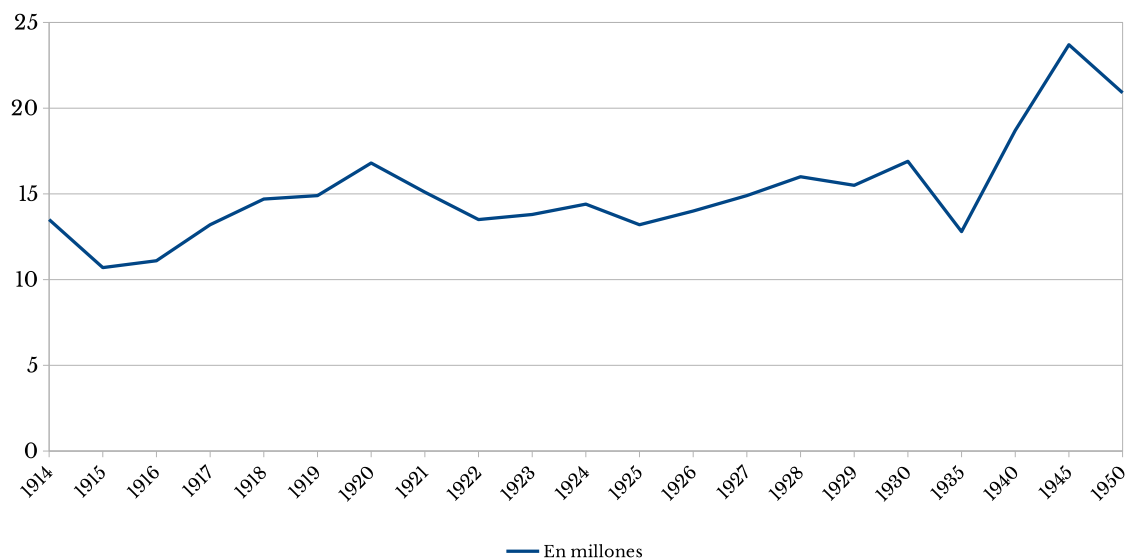
El gobierno de Juan Antonio Ríos (1942-1946) llevó a cabo en 1942 una reorganización administrativa de distintos ministerios, centrando en la recién creada Dirección General de Informaciones y Cultura, dependiente del Ministerio del Interior, las actividades de promoción turística y del tiempo libre de los trabajadores que hasta ese momento habían estado repartidas en los dos ministerios antes mencionados. Por su parte, el gobierno de Gabriel González Videla (1946-1952) decidió en 1948 separar el Departamento de Turismo de la Dirección General de Informaciones y Cultura y trasladarlo al Ministerio de Relaciones Exteriores, hasta la creación en 1960 de la Dirección de Turismo, etapa que no forma parte del presente estudio (véase cuadro 2).

DEMANDA TURÍSTICA

Demanda interna

Las condiciones favorables para el desarrollo del turismo de masas suponen un aumento importante de la demanda interna, mejores condiciones para conectar los centros urbanos con los atractivos turísticos y la presencia de medios de transporte masivos, como el ferrocarril. La población chilena durante el periodo de estudio tuvo un crecimiento absoluto de 1 587 425 habitantes, pasando de 2 700 000 según el censo de 1895 a 4 287 445 en el censo de 1930, con una tasa de crecimiento

GRÁFICA 1. PASAJEROS MOVILIZADOS EN FERROCARRILES DEL ESTADO (1914-1950)



Fuente: elaboración propia con base en Dirección General de Estadística (1914-1950).

anual promedio de 1.6%. De acuerdo con el censo de 1930, la población urbana igualaba a la rural. Sin embargo, la clase trabajadora, la cual la historiografía ha identificado como el motor clave para la expansión del turismo de masas, tuvo un lento desarrollo durante el periodo si se toman en cuenta las estadísticas de la población activa, la cual se mantuvo estable en un promedio de 35%. Si se analiza la población activa por sectores de la economía, se observa un importante crecimiento de los trabajadores mineros, de 35 809 a 83 418, y del comercio, de 76 911 a 84 000, aunque una disminución de los trabajadores manufactureros, los que pasaron de 253 543 a 221 766. En 1930, el conjunto de estos tres sectores comprendía 32% de la fuerza de trabajo total del país, un mercado importante para los programas de bienestar que comenzaron a desarrollar las compañías mineras y manufactureras a partir de la década de 1920 (Videla, Venegas y Godoy, 2016).

La teoría turística le asigna a la existencia de una infraestructura y red de transporte una función clave para conectar la oferta y la demanda. En este entramado la red ferroviaria desempeña un papel fundamental, ya que desde el siglo XIX se transformó en un medio de comunicación fundamental entre las ciudades y entre estas y las zonas rurales. En el caso de Chile, los ferrocarriles se expandieron desde fines del siglo XIX a través de una extensa línea férrea (sin contar las líneas privadas), con 2 000 km construidos hacia 1900 y que se triplicó hacia 1940, con 5 924 km. Para 1950 alcanzaba los 6 275 km de extensión. Este crecimiento en los kilómetros construidos de líneas férreas permitió disponer de una oferta variada de traslados en una red central, con sus respectivos ramales, movilizandole anualmente a millones de personas (véase gráfica 1).

Hacia la década de 1920 se observa un cierto estancamiento en la demanda de transporte de ferrocarriles, que se puede explicar por la crisis salitrera postprimera guerra mundial y la crisis económica de 1929, la cual tuvo su impacto en Chile en 1931, recuperándose la cantidad de pasajeros que se movilizaban en 1930 recién en 1935 (véase gráfica 1). De todas maneras, dicha cantidad

se mantuvo relativamente estable, aunque mostrando un repunte hacia 1940, lo que se puede explicar por la implementación masiva de los primeros convenios entre Ferrocarriles del Estado y la Caja del Seguro Obrero que permitió que miles de trabajadores pudieran utilizar los ferrocarriles a precios preferenciales. Un artículo de la revista turística *En Viaje* destacaba “el bajo costo de los viajes en Chile”, que permiten recorrer gran parte del sur del país a un precio competitivo de 200 pesos, según se señalaba.⁵

Demanda externa

La demanda externa de turistas está vinculada al arribo de extranjeros al país a través de distintas vías, tanto marítimas, como terrestres y aéreas. A comienzos del siglo xx la vía marítima era prácticamente la vía exclusiva que tenían los visitantes extranjeros para ingresar al país. Para ello diferentes compañías navieras unían Europa y Norteamérica con el puerto de Valparaíso. A partir de 1913 las estadísticas consignan el ingreso por vía terrestre, en especial por el Ferrocarril Transandino que conectaba con Argentina a través de la Cordillera de Los Andes. A partir de 1926 el ingreso por tierra comenzó a superar al ingreso por vía marítima. Desde 1929, las estadísticas registran los primeros ingresos por vía aérea: en 1929 ingresaron 110 pasajeros, 287 en 1930, y 261 en 1931. Para 1941 el ingreso de pasajeros por esta vía aérea alcanzaba la importante suma de 5 468 (Dirección General de Estadística, 1941).

De acuerdo con los ingresos al país por vía marítima, terrestre y aérea, se observa que el número de visitantes a este país fue irregular, mostrando momentos de una importante alza en 1914 –con 47 147 ingresos– y otros de una baja ostensible, como en 1918, con 17 953 ingresos. La tasa de crecimiento promedio de los visitantes entre 1908 y 1940 fue de 3 % anual, aunque entre 1940 y 1950 se dio un crecimiento superior a 10 % anual, lo que permitió duplicar los ingresos de 46 368 en 1940 a 102 489 en 1950 (véase gráfica 2).

OFERTA TURÍSTICA

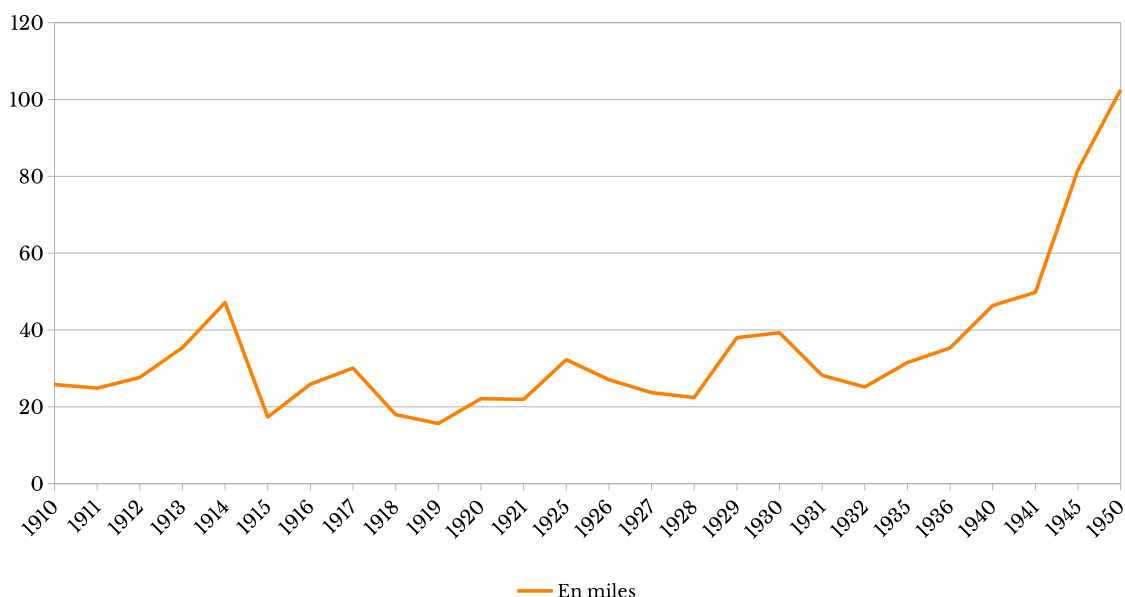
Atractivos culturales y naturales

En el marco de un sistema turístico es importante que los destinos ofrezcan un circuito de atractivos culturales –como los museos, bibliotecas, monumentos, entre otros– y naturales –como las playas, lagos, parques y sectores rurales aledaños. Las primeras guías de viajero se construyeron a través de un relato, tanto visual como narrativo, que buscaba poner en valor determinados lugares y hacerlos atractivos para el público.

Las primeras guías de viajes dieron a conocer los atractivos de las principales ciudades y territorios de un país, siendo parte de un circuito editorial de información que ayudó a modelar el recorrido de los turistas (Diego, 2014). El que muchas de estas primeras guías de viaje se difundieran en América Latina a finales del siglo xix y comienzos del xx, refleja el interés de las autoridades y editores de mostrar las transformaciones urbanísticas y arquitectónicas que estaban experimentando las ciudades latinoamericanas (González, 2017; Mendoza, 2016). Para el caso de

⁵ El artículo agregaba: “Un grupo de tres personas, por ejemplo, puede viajar desde Santiago a Puerto Montt con escala en los puntos turísticos más importantes de esas regiones, durante un mes, por la suma de 3 200 incluidos los gastos de hotel, automóvil para excursiones, navegación fluvial y gastos imprevistos, etc”. *En Viaje*, 1934, núm. 3, p. 3. La suma –según el mismo reportaje– equivalía a 125 dólares.

GRÁFICA 2. EVOLUCIÓN DE LOS INGRESOS AL PAÍS (1910-1950)



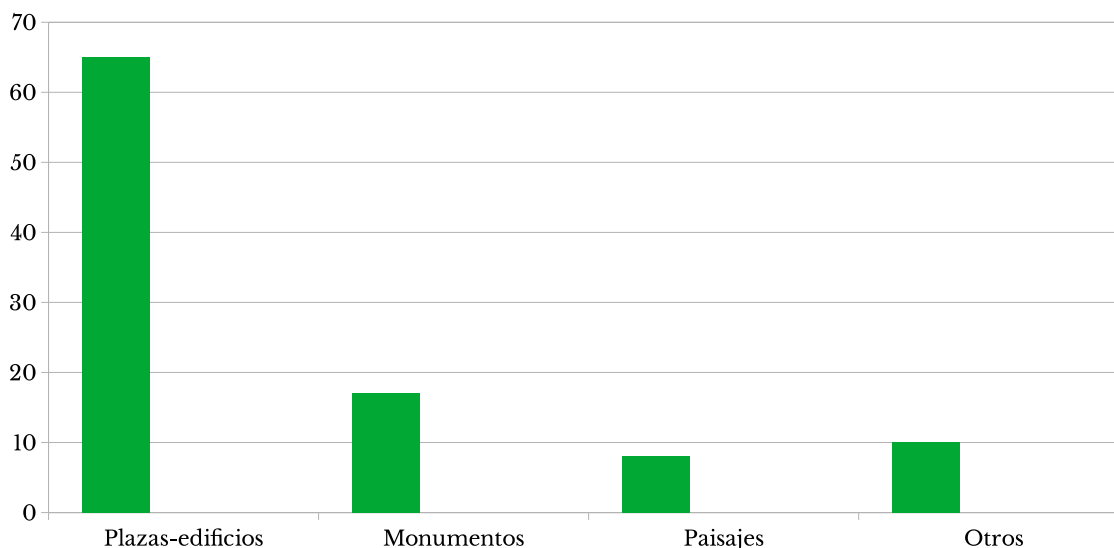
Fuente: elaboración propia con base en Dirección General de Estadística (1914-1950).

Chile es sintomático que la primera guía de viajes se hubiese publicado para las fiestas del centenario de la Independencia en 1910, siendo una oportunidad para mostrar los cambios urbanísticos y arquitectónicos que estaba teniendo en particular la capital. Esta guía, titulada *Manual del viajero. Baedeker de la República de Chile*, fue elaborada por la Sociedad Editora Internacional en 1910, la cual señala que hasta el momento no existía una verdadera guía para el viajero que visitaba Chile:

A llenar este vacío, que sería hondamente sensible en las fiestas centenarias, por el gran número de extranjeros que nos visitarán, viene esta Publicación que a la vez llena el patriótico objeto de hacer por medio de ella una propaganda práctica y eficaz, dado que irá a los demás países a demostrar la verdad de lo que somos y el grado de progreso a que hemos llegado en el primer centenario de la nuestra vida de pueblo libre (Sociedad Editora Internacional, 1910, p. 1).

Es interesante el hecho de que las primeras guías chilenas destaquen los circuitos urbanos por sobre los paisajes más naturales del sur de Chile. En el caso de las primeras guías de viajeros, los principales recorridos que se ofrecen son por las ciudades más importantes de la zona central del país, como Santiago de Chile, Valparaíso, Viña del Mar y Concepción, destacando en especial los monumentos y reparticiones públicas, los museos, bibliotecas y restaurantes, entre otros. Del análisis de la primera guía de viajeros de Chile, publicada en 1910 por la Sociedad Editora Internacional, de un total de 61 fotografías, 65 % correspondía a vistas panorámicas de ciudades, plazas o edificios y 17 % a monumentos. Sólo 8 % correspondía a fotografías de paisajes, como por ejemplo la que mostraba el cruce por la Cordillera de Los Andes del Ferrocarril Transandino, el

GRÁFICA 3. IMÁGENES EN PORCENTAJES PRESENTES EN EL MANUAL DEL VIAJERO (1910)



Fuente: elaboración propia con base en Sociedad Editora Internacional (1910).

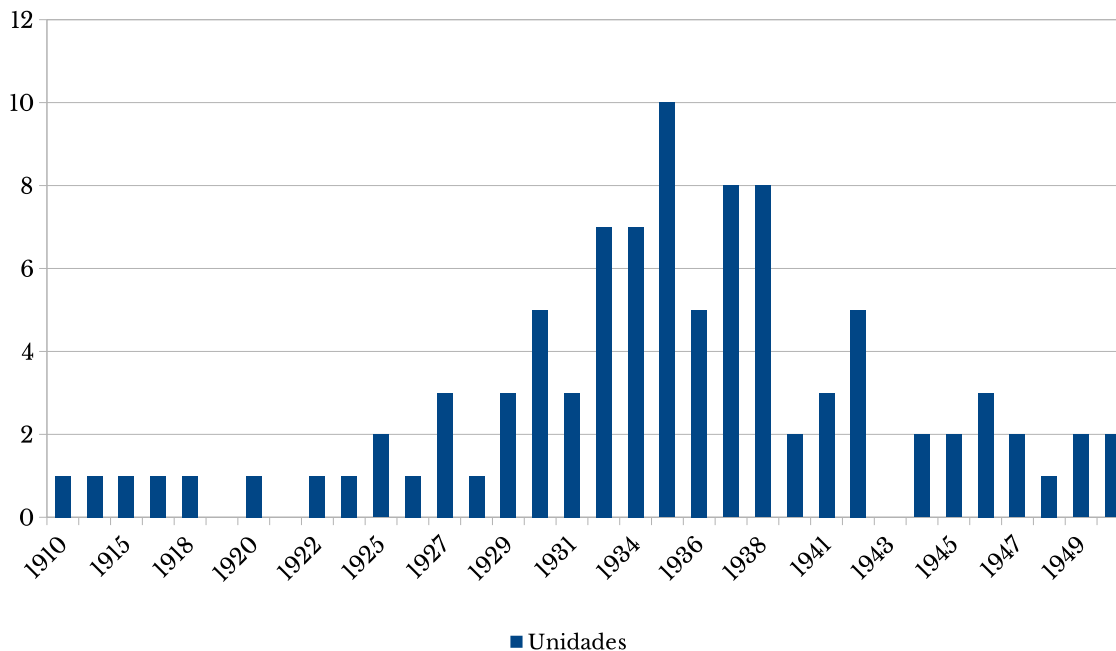
cual había sido inaugurado ese mismo año, con lo que abría a Chile “una vasta puerta hacia el Atlántico y por consiguiente hacia el viejo mundo” (Sociedad Editora Internacional, 1910, p. 3) (véase gráfica 3).

A comienzos de la década de 1930 es cuando de manera explícita se comienzan a promocionar los atractivos naturales y se disminuye la importancia de los atractivos culturales vinculados con monumentos, plazas y edificios. En la guía de viaje elaborada por García (1929), se publica la información proporcionada por el Departamento de Turismo del Ministerio de Fomento y se destaca como atractivo diferenciador de Chile su extraña configuración geográfica:

Chile como país de turismo, presenta las características más atrayentes y, al mismo tiempo, de mayor valor que pueden imaginarse, dentro de una clasificación semejante. La curiosa configuración de su territorio que se extiende, en una larga y angosta faja de tierra, limitada por altas cordilleras y el mar Pacífico en 3 400 km de extensión, le hace abarcar todos los climas, regulados por la defensa del macizo andino y por la fresca temperatura de las aguas marinas (p. 34).

Lo anterior coincide con la oferta de publicaciones que el mercado editorial chileno comienza a publicitar. Si se toma como base el depósito legal de obras vinculadas al turismo –que por ley se hace en la Biblioteca Nacional de Chile–, se puede establecer que durante la década de 1910 se registró en promedio una obra al año, aunque a partir de mediados de la década de 1920 se registraron tres al año y durante la década de 1930 se llegaron a registrar diez obras al año vinculadas al turismo, como ocurrió en 1935. En total, entre 1910 y 1950 se registraron 103 obras sobre turismo, comprendiendo libros, folletos y guías (véase gráfica 4).

GRÁFICA 4. PUBLICACIONES SOBRE TURISMO DEPOSITADAS EN LA BIBLIOTECA NACIONAL DE CHILE (1910-1950)



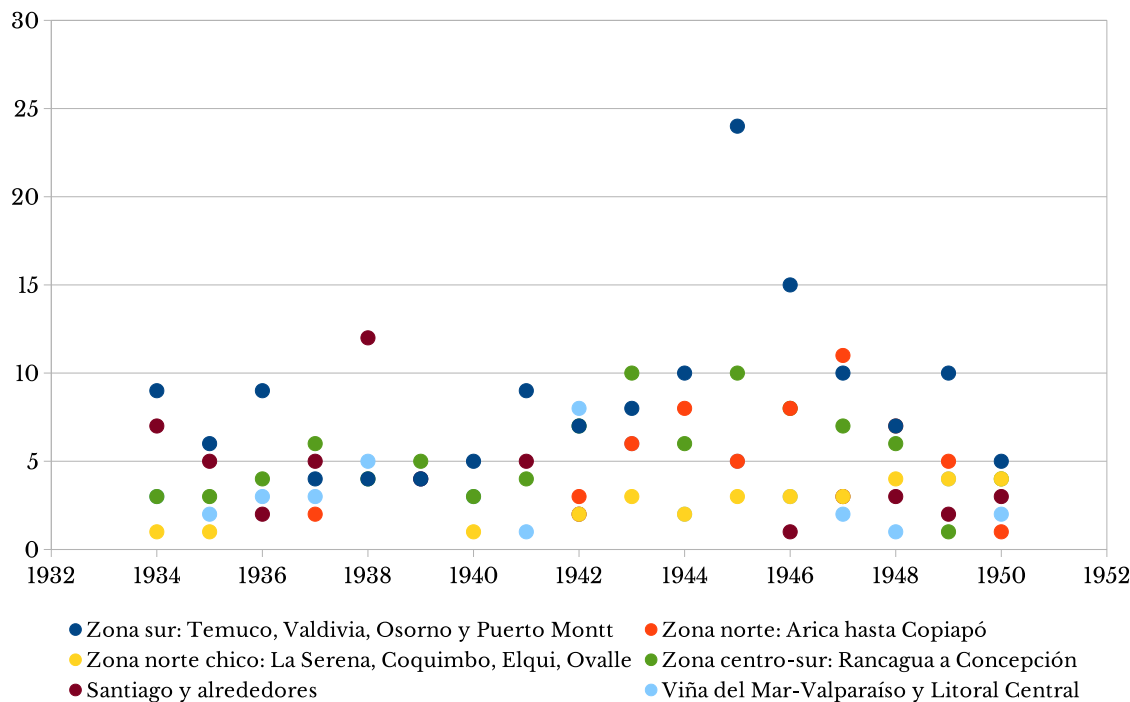
Fuente: elaboración propia con base en depósitos legales en Biblioteca Nacional, varios años.

Las guías y revistas de turismo, junto con destacar los atractivos de la zona sur, en especial sus lagos, no le asignan valor a la zona norte del país y al desierto, lo cual se explica porque las zonas desérticas no eran consideradas como un atractivo turístico (González, 2013). En la guía de la Oficina Municipal de Turismo de Valparaíso (1933) al describir los atractivos del país, se señala metafóricamente que “desde el desierto hacia el sur la naturaleza se *despierta* gradualmente, la vegetación cubre las montañas” (p. 1). Con ello se buscaba destacar lo exótico y romántico del espacio natural y silvestre del país, vinculando los lagos y bosques del sur de Chile como sinónimo de atractivo turístico. Así, por ejemplo, la zona de la Araucanía (ubicada a 700 km al sur de la capital de Santiago), territorio indómito asociado a la lucha de los mapuches con el Estado chileno, se transformó en la “Suiza chilena” por la similitud geográfica de lagos y montañas con el país europeo (Booth, 2010). La revista *En Viaje*, en un reportaje sobre la “Suiza chilena”, describe la región de Los Lagos como el lugar “donde la naturaleza ha acumulado sus mayores bellezas”.⁶

Las revistas de turismo de circulación mensual que comienzan a aparecer a partir de comienzos de la década de 1930, destinadas a un público nacional e internacional, también ayudaron a promover los atractivos del sur del país. Si se analizan los reportajes presentes en la revista *En Viaje*, entre 1934 y 1950, es decir 194 números, se pueden identificar 441 reportajes sobre destinos turísticos. De ellos, 146 artículos (33 %) promocionaban la zona sur del país (provincias de la Araucanía y Los Lagos) y 97 artículos (22 %) la zona centro-sur, es decir, el límite sur de Santiago y la provincia de Concepción (véase gráfica 5).

⁶ *En Viaje*, 1934, núm. 3, p. 29.

GRÁFICA 5. DESTINOS TURÍSTICOS PROMOCIONADOS EN LA REVISTA *EN VIAJE* (1934-1950)



Fuente: elaboración propia con base en la revista *En Viaje* (1934-1950).

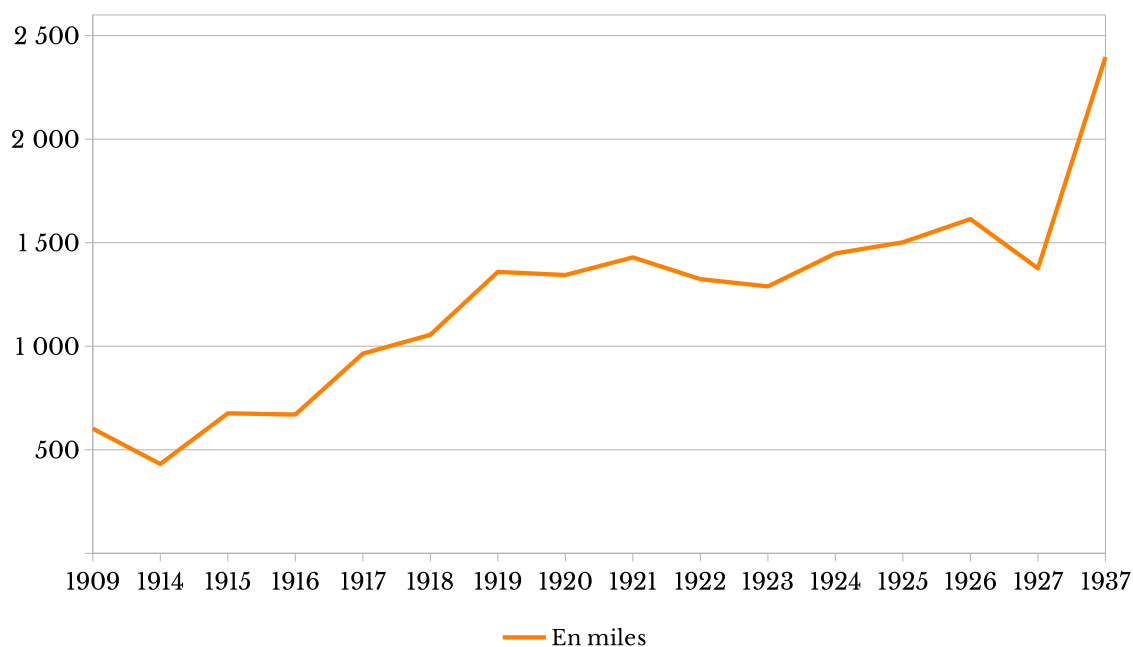
Oferta de servicios: hoteles y restaurantes

Las estadísticas hoteleras y gastronómicas, que comprendían el núcleo central de las actividades comerciales que se vinculan con los servicios ofrecidos a los turistas nacionales y extranjeros, no son precisas ni sistemáticas. Por su parte, las guías y anuarios estadísticos no ofrecen información detallada y sistemática sobre cantidad de establecimientos existentes.

Desde la promulgación de la Ley de Fomento del Turismo en 1929, el gobierno se mostró dispuesto a promover la construcción de hoteles. Diversas leyes de fines de la década de 1920 y comienzos de la de 1930 facultaron al presidente de la república chilena para expropiar terrenos para su construcción. El desarrollo de una infraestructura hotelera a lo largo de Chile fue importante para la consolidación, hacia fines de la década de 1930, de una oferta turística a nivel nacional. Los primeros hoteles construidos con apoyo estatal fueron el Gran Hotel Pucón en la región de Los Lagos, del sur de Chile, el hotel O'Higgins en la ciudad de Viña del Mar y el hotel Carrera en pleno centro de la capital (Booth y Lavín, 2013; Vidal, 2019).

El Censo Comercial e Industrial de 1937 de la Dirección General de Estadística (1937) ofrece información relevante sobre la existencia de establecimientos vinculados con la actividad turística, como hoteles y restaurantes. De acuerdo con este censo, los hoteles, casas residenciales y pensiones

GRÁFICA 6. EVOLUCIÓN DE HOTELES, RESIDENCIAS Y PENSIONES (1909-1937)



Fuente: elaboración propia con base en Dirección General de Estadística (1937).

pasaron de 235 en 1901 a 2 396 en 1937 (véase gráfica 6). Lo interesante es que 52% de estos establecimientos se creó entre 1933 y 1937, lo cual muestra una industria con una importante capacidad de recuperación luego de la crisis económica de 1929.

En 1939, una revista de turismo –*El Turismo en Chile*– ofrece información de carácter más cualitativa sobre la oferta de hoteles en el país, que permite comparar esta información con la del Censo Industrial y Comercial de 1937. La mayor cantidad de hoteles se encontraba en la capital (17 en total), aunque los hoteles que disponían la mayor cantidad de habitaciones era el *Liguria* (138 habitaciones) de Valparaíso y el *O'Higgins* (125 habitaciones) de Viña del Mar, ciudades turísticas por excelencia.⁷

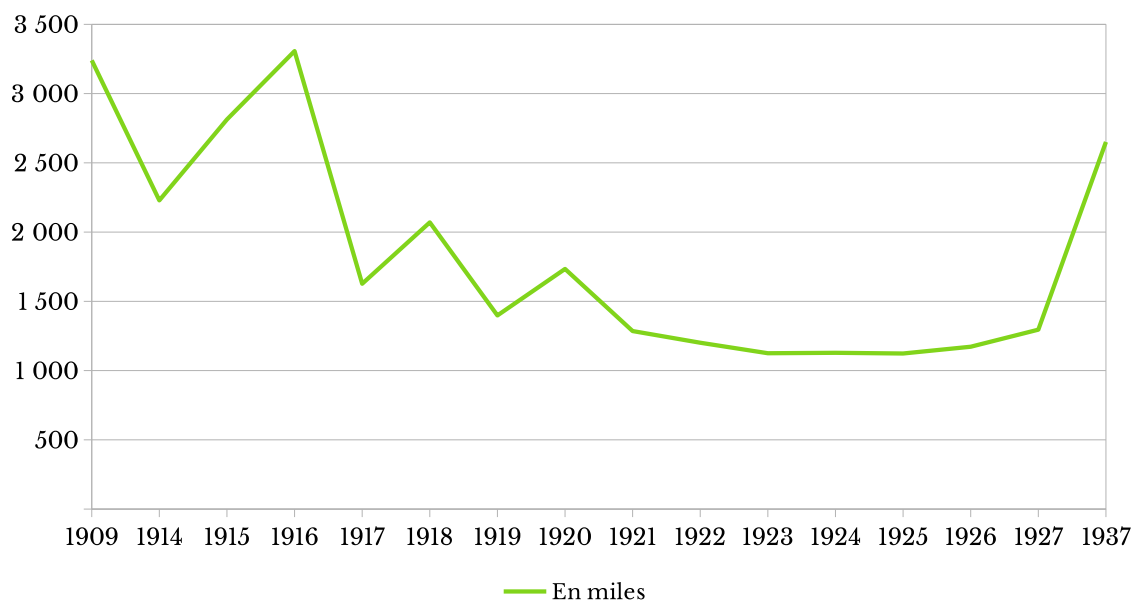
En cuanto a los restaurantes y servicios asociados, como cantinas, bares y casinos, los establecimientos disminuyeron de 3 585 en 1901 a 2 651 en 1937, lo que puede explicarse por los crecientes controles sanitarios que sufrió el sector, en especial a partir del Código Sanitario de 1918 (véase gráfica 7). En cuanto al año de creación, 58% de los restaurantes, cantinas, bares y casinos fueron creados después de 1933.

TRABAJADORES Y MERCADO LABORAL

Uno de los aspectos importantes para medir una actividad económica corresponde al impacto que genera en el empleo. Para el periodo de estudio es complejo poder dimensionar el impacto real que las actividades turísticas tenían en la generación de puestos de trabajo. Las estadísticas hoteleras y

⁷ *El Turismo en Chile*, 1939, núm. 1, pp. 113-116.

GRÁFICA 7. EVOLUCIÓN DE RESTAURANTES, CANTINAS, BARES Y CASINOS (1909-1937)



Fuente: elaboración propia con base en Dirección General de Estadística (1937).

de restauración, que comprendían el núcleo central de las actividades comerciales que se vinculan con los servicios ofrecidos a los turistas nacionales y extranjeros, no son precisas ni sistemáticas. Sin embargo, el Censo Industrial y Comercial de 1937 de la Dirección General de Estadística (1937) ofrece información sobre la cantidad de trabajadores que se desempeñaban en los servicios hoteleros y gastronómicos, así como los salarios que percibían los obreros y los empleados. El total de trabajadores que se desempeñaban en hoteles y restaurantes era de 11 199 trabajadores: 56.6 % obreros y 43.4 % empleados (véase cuadro 3).

Para dimensionar el número total de trabajadores que se desempeñaban en los servicios hoteleros y gastronómicos, es importante conocer la población activa del periodo. De acuerdo con el censo de población de 1940 (República de Chile, 1940), los trabajadores alcanzaban 1 838 363,

CUADRO 3. TRABAJADORES DE HOTELES Y RESTAURANTES (1937)

<i>Tipo de establecimiento</i>	<i>Tipo de trabajador</i>	<i>Total</i>
Hoteles, residencias y pensiones	Empleados	3 227
	Obreros	3 644
Restaurantes, cantinas, bares y casinos	Empleados	1 651
	Obreros	2 677
Total		11 199

Fuente: elaboración propia con base en Dirección General de Estadística (1937).

CUADRO 4. SALARIOS DE OBREROS Y EMPLEADOS DE HOTELES Y RESTAURANTES (1937)

<i>Categoría</i>	<i>Tipo de establecimiento</i>	<i>Salarios (en pesos)</i>
Empleados	Hoteles	3.6
Obreros	Hoteles	4.7
Empleados	Restaurantes	4.5
Obreros	Restaurantes	6.3

Fuente: elaboración propia con base en Dirección General de Estadística (1937).

de tal forma que los 11 199 trabajadores correspondían a 0.6 % del total. Sin embargo, para 1940 las personas que se desempeñaban en el rubro hotelero y de servicios personales –que incluía a restaurantes y cafeterías– había aumentado a 59 553, representando 3.24 % del total de la población activa (República de Chile, 1940), aunque 29 137 se declararon patrones, lo que muestra que muchas actividades correspondían a cuentapropistas. Los obreros correspondían a 24 878 y los empleados a tan sólo 5 538 (República de Chile, 1940, p. 121). La distribución de los trabajadores por provincia corresponde, en primer lugar, a Santiago con un total de 25 096 personas dedicadas al rubro de la hotelería y restauración, seguido por la provincia de Valparaíso con 9 196 y Concepción con 2 860, lo que es coincidente con el patrón de ser las principales capitales provinciales del país.

Otra vía para dimensionar el impacto de la naciente industria turística es el crecimiento que tuvo el movimiento obrero en el rubro hotelero y gastronómico. Si bien es difícil establecer de manera cuantitativa los niveles alcanzados por las organizaciones de trabajadores y empleados, se observa una evolución coincidente con otros sectores, desde las nacientes sociedades de socorro mutuo hasta los sindicatos y federaciones.⁸ Fue con la Ley de Sindicatos núm. 4057 y la Ley de Empleados Particulares, núm. 4059, ambas de 1924, que dieron un impulso a la organización del personal de la industria hotelera y gastronómica, en el marco del reconocimiento oficial a los sindicatos y la política de cooptación de los trabajadores que promovía el gobierno de Carlos Ibáñez del Campo (Rojas, 1993). En 1945, el *Sindicato Profesional de Empleados de Hoteles y Ramos Similares*, que agrupaba a empleados hoteleros y gastronómicos de las principales ciudades del país, informaba que tenía un total de 30 000 asociados.⁹

En cuanto a salarios, el censo industrial y comercial de 1937 entrega información relevante. Las cifras muestran que los obreros ganaban más que los empleados y que los hoteles pagaban menos que los restaurantes. Es decir, ser un obrero y desempeñarse en un restaurante podía asegurar ganar el doble que un empleado que se desempeñaba en un hotel (véase cuadro 4). Los bajos salarios que pagaban los hoteles y percibían los empleados, coincide con la participación femenina de 66 % en los servicios hoteleros y de 71 % en la categoría de empleados.

⁸ Las primeras organizaciones del rubro hotelero y gastronómico fueron la *Confederación de Arte Culinario* de 1906 y la *Federación de Empleados de Hoteles y Ramos Similares* de 1913.

⁹ *El Garzón*, 20 de agosto 1945.

De todas maneras, los salarios que pagaban los hoteles y los restaurantes eran muy bajos en relación con los salarios declarados en el mismo censo industrial y comercial de 1937 para otras actividades económicas. Por ejemplo, las actividades industriales pagaban a un obrero entre nueve y doce pesos diarios. Si los estudios de los médicos durante esos años establecieron un valor de tres pesos para asegurar una ingesta calórica de 3 000 calorías, el resto de los ingresos iban dirigidos al pago de habitación, vestuario y transporte, dejando muy poco para otros gastos (Yáñez, 2019). En este sentido es necesario precisar que los salarios declarados por los trabajadores de hoteles y restaurantes correspondían al salario base, a lo cual había que sumarle las propinas que podían doblar o triplicar el salario, siendo, además, la alimentación asegurada por el establecimiento.

CONCLUSIONES

En el presente artículo se ha buscado demostrar la existencia de una primera política pública sobre turismo implementada en Chile a fines de la década de 1920. También se planteó que dicha política se sustentó en ciertas condiciones materiales que dan cuenta del turismo como una actividad económica en crecimiento.

Con la creación del Departamento de Turismo en 1929 es cuando se inicia una intervención directa del Estado en el ámbito turístico. El primer organismo orientado a la promoción y desarrollo de dicha actividad dispuso en los primeros años de algunos recursos que le permitió cumplir con sus objetivos, aunque producto de la crisis económica de 1929 y la posterior Gran Depresión las autoridades optaron por cerrar dicho organismo. Una vez reinaugurado, el Departamento de Turismo se centró en funciones más bien de inspección, y deambuló en los años 1940 por diversos ministerios en función de la concepción y alcances que los gobiernos le dieron al turismo.

Los indicadores analizados muestran que el turismo fue una creciente actividad económica en Chile a partir de la década de 1920. Tanto la demanda interna como externa muestran flujos importantes de pasajeros, predominando el transporte en ferrocarril para el primer caso y el transporte marítimo para el segundo. Con la llegada del transporte aéreo en 1929 se diversificó el arribo de pasajeros y las rutas de entrada al país. Aunque se reconoce que dichas estadísticas no permiten diferenciar entre los turistas y los pasajeros que se trasladaban con otros fines, el hecho de que el país pudiera ofertar una red de transportes consolidada y diversificada permitió con el tiempo que crecientes capas de clase media y de trabajadores industriales tuvieran acceso a la experiencia del turismo.

En cuanto a los atractivos turísticos, este estudio mostró la importancia que tuvo la identificación temprana de atractivos para el desarrollo de un destino turístico diferenciador del resto de los países de la región. Si bien las primeras guías mostraron los avances y modernizaciones que el país experimentaba en las primeras décadas del siglo xx, destacando con ello los destinos urbanos, pronto el circuito editorial, gubernamental y de empresarios, buscó potenciar el sur de Chile como un lugar distintivo del resto de América Latina. A partir de la década de 1930 las revistas, folletos y guías comenzaron a destacar las playas, los deportes de invierno y la región de Los Lagos.

Hacia la década de 1930 se observa una importante oferta de servicios hoteleros y gastronómicos, dando cuenta de la recuperación que tuvo el sector luego de la crisis de 1929. El número de hoteles y restaurantes muestra que se distribuían entre las principales capitales provinciales y ciertos destinos más populares del país, como la ciudad de Viña del Mar y Valparaíso. Sin embargo, la documentación de carácter más cualitativo da cuenta de la escasez de grandes hoteles en el país y la necesidad del apoyo estatal para su construcción.

Sobre los trabajadores que se desempeñaron en el sector turístico, las fuentes no son precisas ni sistemáticas. El censo industrial y comercial de 1937 determinó un número de 11 163 trabajadores, correspondiente a 0.6% del total de la población activa, mientras que el censo industrial de 1940 estableció que 3.2% de la población activa se desempeñaba en la industria turística, lo que ofrecía cerca de 60 000 empleos directos. Se puede afirmar que el salario no era tan atractivo como en otros sectores de la economía. De acuerdo con el censo industrial y comercial de 1937, los obreros ganaban más que los empleados y los restaurantes pagaban mejor que los hoteles, lo cual se puede explicar por la alta participación femenina en los servicios hoteleros y en la categoría de empleados. Esta consolidación de un mercado laboral fue acompañada desde la segunda mitad de la década de 1920 de un movimiento de trabajadores y empleados que comienzan a organizarse en los primeros sindicatos.

LISTA DE REFERENCIAS

- Altamira, R. y Muñoz, X. (2007). El turismo como motor de crecimiento económico. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, 40, 677-710.
- Armas, F. (2018). *Una historia del turismo en el Perú: El Estado, los visitantes y los empresarios (1800-2000)*. (Vols. 1-2). Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Booth, R. (2010). "El paisaje aquí tiene un encanto fresco y poético". Las bellezas del sur de Chile y la construcción de la nación turística. *Revista de Historia Iberoamericana*, 3(1), 10-32. DOI: 10.3232/RHI.2010.V3.N1.01
- Booth, R. y Lavín, C. (2013). Un hotel para contener el sur. *ARQ*, 83, 56-61. DOI: 10.4067/S0717-69962013000100009
- Boyer, M. (2002). El turismo en Europa. De la Edad Moderna al siglo xx. *Historia Contemporánea*, 25, 13-31.
- Camarero, H. (2005). Experiencias de cultura obrera: Las prácticas de entretenimiento y erudición de los socialistas y los comunistas durante los años 1920-1930. *X Jornadas Interescuelas*. Presentado en Rosario. Rosario: Universidad Nacional del Rosario/Universidad Nacional del Litoral.
- Comparato, G. (2014). Matices populistas: La política turística de Getúlio Vargas (1937-1954) y de Juan Domingo Perón (1946-1952). *Trashumante, Revista Americana de Historia Social*, 3, 116-133.
- Corbin, A. (1995). *L'avènement des loisirs, 1850-1960*. París: Aubier.
- Cunha, N. E. y Campodónico Pérez, R. (2005). Aportes al estudio comparativo del turismo en el Cono Sur (1900-1930). *América Latina en la Historia Económica*, 12(2), 37-60. DOI: 10.18232/alhe.v12i2.361
- Diego, E. (2014). *Rincones de postales: Turismo y hospitalidad*. Madrid: Cátedra.
- Dirección General de Estadística (1914). *Anuario estadístico*. Santiago de Chile: Imprenta Universo.
- Dirección General de Estadística (1937). *Censo Industrial y Comercial*. Santiago de Chile: República de Chile.
- Dirección General de Estadística (1941). *Anuario estadístico*. Santiago de Chile: Imprenta Universo.
- Dirección General de Informaciones y Cultura (1943). *Recopilación de las disposiciones legales y reglamentarias sobre los servicios que integra la Dirección General de Informaciones y Cultura*. Santiago de Chile: Autor.

- Dümmer, S. (2012). *Sin tropicalismos ni exageraciones: La construcción de la imagen de Chile para la Exposición Iberoamericana de Sevilla en 1929*. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile/RIL Editores.
- García, G. (1929). *El turista. Guía general del turismo en Chile*. Santiago de Chile: T. Conelli y Cía.
- García, M., y Valdivia, I. (2012). La empresa de ferrocarriles del Estado de Chile y el despertar del turismo nacional, rutas y paisajes. *Estudios Hemisféricos y Polares*, 3(2), 88-101.
- González, J. A. (2013). Geografía del desierto y turismo de la naturaleza: La revista *En Viaje* y la mirada sobre el paisaje nortino: 1945-1966. *Revista de Geografía del Norte Grande*, 54, 219-239. DOI: 10.4067/S0718-34022013000100012
- González, 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*. DOI: 10.4000/nuevomundo.71602
- Gordon, B. (2002). El turismo de masas: Un concepto problemático en la historia del siglo xx. *Historia Contemporánea*, 25, 125-156.
- Ibáñez, A. (1983). Los ingenieros, el Estado y la política en Chile. Del Ministerio de Fomento a la Corporación de Fomento, 1927-1939. *Historia*, 18, 45-102.
- Mendoza, H. (2016). Las guías urbanas: Imagen e invención del espacio de la ciudad de México. *Investigaciones Geográficas*, 89, 90-106. DOI: 10.14350/rig.47648
- Milanesio, N. (2014). *Cuando los trabajadores salieron de compras: Nuevos consumidores, publicidad y cambio cultural durante el primer peronismo*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Ministerio de Fomento. (1930). *Memoria. Ministerio de Fomento*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Oficina Municipal de Turismo de Valparaíso (1933). *Guía del turista*. Valparaíso: Imprenta Roma.
- Ospital, M. S. (2005). Turismo y territorio nacional en Argentina. Actores sociales y políticas públicas, 1920-1940. *Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe*, 16(2), 63-84.
- Pastoriza, E. (2002). *Las puertas al mar: Consumo, ocio y política en Mar del Plata, Montevideo y Viña del Mar*. Buenos Aires: Biblos.
- Pastoriza, E. (2008). El turismo social en la Argentina durante el primer peronismo. Mar del Plata, la conquista de las vacaciones y los nuevos rituales obreros, 1943-1955. *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*. DOI: 10.4000/nuevomundo.36472
- Pastoriza, E. (2012). Nuevos objetos de la historia: Los estudios turísticos en una perspectiva comparada. *Anuario IEHS*, 27, 323-330.
- Porrini, R. (2011). Izquierda uruguaya y culturas obreras. Propuestas al “aire libre”: Pic-nics y paseos campestres en Montevideo: 1920-1950. *Revista Mundos do Trabalho*, 3(6), 105-129.
- República de Chile, Ministerio de Fomento (1929). *Ley de Turismo No. 4585*.
- República de Chile (1940). *Chile, XI Censo de Población (1940)*. Santiago de Chile: CELADE.
- Rojas, J. (1993). *La dictadura de Ibáñez y los sindicatos (1927-1931)*. Santiago de Chile: Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, Centro de Investigaciones Diego Barros Arana.
- Scarzanella, E. (1988). El ocio peronista: Vacaciones y “turismo popular” en Argentina (1943-1955). *Entrepasados*, 14, 65-84.
- Silva, B. (2018). La espacialidad y el paisaje en las representaciones nacionales durante el Frente Popular Chileno, 1938-1941. *Revista de Historia Social y de las Mentalidades*, 1, 129-153.
- Silva, B. y Henríquez, R. (2017). El Frente Popular: representaciones sobre la ciudadanía en Chile, 1930-1950. *ERLACS*, 103, 91-108. DOI: 10.18352/erlacs.10182
- Sociedad Editora Internacional (1910). *Manual del viajero. Baedeker de la República de Chile*. Santiago de Chile: Autor.

- Torre, J. C. y Pastoriza, E. (2002). La democratización del bienestar. En J. C. Torre (ed.), *Nueva historia argentina. Los años peronistas 1943-1955* (pp. 257-312). Buenos Aires: Sudamericana.
- Unión Panamericana (1938). *Conferencias internacionales americanas, 1889-1936*. Washington: Dotación Carnegie.
- Vallejo, R. (2002). Economía e historia del turismo español del siglo xx. *Historia Contemporánea*, 25, 203-232.
- Veblen, T. (2004). *Teoría de la clase ociosa*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Vidal, P. (2019). “Se nos desconoce y se nos ignora como país turístico”. El problema de la propaganda turística en Chile entre 1929 y 1959. *Apuntes: Revista de Ciencias Sociales*, 46(85), 23-52. doi: 10.21678/apuntes.85.1044
- Videla, E., Venegas, H. y Godoy, M. (eds.). (2016). *El orden fabril: Paternalismo industrial en la minería chilena 1900-1950*. Valparaíso: America en Movimiento.
- Vogeler, C., y Hernández, E. (2000). *El mercado turístico: Estructura, operaciones y procesos de producción*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- Yáñez, J. C. (2016). Trabajo y políticas culturales sobre el tiempo libre: Santiago de Chile, década de 1930. *Historia*, 49(2), 595-629. doi: 10.4067/S0717-71942016000200010
- Yáñez, J. C. (2018). El Instituto de Educación Hotelera de Chile. Una experiencia pionera de formación en el campo de la hospitalidad. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27(1), 178-193. doi: 10.4067/S0717-71942016000200010
- Yáñez, J. C. (2019). Cuando los médicos hablaron de economía: familia, salario y alimentación en Chile (1930-1950). *América Latina en la Historia Económica*, 26(2), 1-22. doi: 10.18232/alhe.955
- Yáñez, J. C. (2020). Trabajadores y prácticas recreativas. Otra mirada al mundo del trabajo en América Latina (1930-1950). *Izquierdas*, 49, 1895-1911. doi: 10.4067/S0717-71942016000200010

Otras fuentes

Archivos

Archivo Nacional, Ministerio de Fomento, 1928-1929.
Depósito Legal, Biblioteca Nacional de Chile, 1910-1950

Hemerografía

Anuario Estadístico de la República de Chile, 1908-1950.
En Viaje, Santiago de Chile, 1934-1950.
El Garzón, Santiago de Chile, 1945.
El Turismo en Chile, Santiago de Chile, 1939.