

Asociación Uruguaya de Historia Económica (AUDHE)

Terceras Jornadas de Historia Económica

Montevideo, 9 al 11 de julio de 2003

Simposio N° 22

Nombre del simposio: Turismo, espacio y ciudad a partir del S. XIX. Hacia una visión multidisciplinaria

Coordinadores: Nelly da Cunha, Alvaro López Gallero, Elisa Pastoriza

Título de la ponencia: Montevideo “ciudad de turismo”, desde las primeras décadas del S. XX.

Autor(es): Nelly da Cunha

Adscripción institucional: Facultad de Ciencias Sociales y Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, UDELAR

Correo electrónico: ndacunha@netgate.com.uy

## Introducción

Desde principios del S. XX, Montevideo en un proceso de intensa expansión integró zonas prácticamente vacías en función de la apertura de lugares adecuados al ocio, pero también de nuevos espacios productivos. Con la adecuación de los recursos naturales costeros se modificó el paisaje, se instalaron redes de transporte, y se implementaron políticas urbanas afines a esas nuevas funciones. El proceso de valorización de ese territorio fue casi inmediato a su apropiación, luego el propio desarrollo turístico bajo circunstancias diferentes le confirió otras características. Es decir, que al predominio turístico de las áreas costeras le sucedió el residencial, permaneciendo su potencial recreativo y de descanso que ha caracterizado el espacio ocupado por la rambla costanera y sus parques aledaños.

En función del análisis del turismo así como de la ocupación territorial en el que se sustenta, el estudio del acondicionamiento hotelero resulta insoslayable. Fue parte fundamental del modelo de turismo de la época, aún elitista y exclusivo pero en transición hacia la integración de las capas medias en expansión. Los hoteles entonces no sólo ocuparon el sitio de lugar de hospedaje predominante sino que cumplieron la función de espacio de sociabilidad. Por ambas condiciones se los puede concebir –así como los paseos marítimos– como elementos generadores de la imagen de ciudad turística en su carácter de base de desarrollo de las *estaciones balnearias*. El título de la ponencia proviene de la serie de afiches titulada “Montevideo Ciudad de Turismo” con la que se promocionaba el turismo de veraneo en las primeras décadas del S. XX.

Para el período que se analiza el Municipio de la ciudad se apropió de un servicio hotelero diferenciado. Iniciado el siglo unos pocos hoteles prestaban servicio en la costa montevideana. El Hotel Argentino en Pocitos habilitado desde fines del siglo XIX tuvo corta vida y pronto dejó de prestar servicio de hospedaje, el Hotel Pocitos después de la reforma de 1912 adquirió auge y en los años '20 y '30 una serie de pequeños hoteles –producto de la adecuación de residencias– adaptaron el uso de la costa a sectores de menores recursos, tipo de demanda a la que también acudiría el gobierno municipal con la apertura en 1936 y 1937 de los Hoteles Miramar y del Lago.

El servicio de primer nivel quedó en manos del Municipio a partir de 1915 con la adquisición de los Casino Parque Hotel, funcionando desde 1909, y el Casino Carrasco Hotel, aún en construcción e inaugurado el verano de 1921. Se intercalaron períodos de administración directa o bien en concesión privada en el caso del Casino Parque Hotel. La competencia privada más relevante surgió en 1935 con la inauguración del Rambla Hotel que también obtuvo el privilegio de la concesión de casino, simultáneamente se demolió el Hotel Pocitos con la finalidad de unir los dos grandes tramos de la rambla costanera.

¿Y la ciudad como ámbito, fue generadora de transformaciones o mero receptáculo de edificios, avenidas, áreas verdes y de políticas municipales? Intentar una aproximación conduce la mirada a procesos simultáneos en el tiempo, comenzando por la región.

## Los hoteles-balnearios

Las categorías “ciudad balneario” y “país balneario”, fueron utilizadas por el historiador Raúl Jacob particularizando el proceso que integró la tentativa batllista por diversificar el predominante modelo agroexportador.

La primera refiere a la modernización de Montevideo en la que al turismo se le confiere un rol protagónico en su expansión, al integrar el entorno costero inicialmente marginal y vacío. Proceso que se vio incentivado por la intervención del Estado –central y municipal- y las inversiones privadas.

La segunda, el “país balneario”, fruto de la difusión de la idea de veraneo y balneario terminaría ocupando el litoral rioplatense y atlántico, coincidiendo ambos en el tiempo pero con desarrollos diferentes. A partir de la década del '30, país y balneario se fusionarían a largo plazo mediante la institucionalización del turismo con la creación de un organismo director, regulador y asignador de recursos.<sup>1</sup>

Con similar actitud, en esta oportunidad conviene tratar de diferenciar el servicio hotelero. Se puede convenir que el hotel ubicado en el centro comercial de la ciudad tradicional, en especial en las capitales, proporcionan un servicio para visitantes involucrados en tareas comerciales o de negocios, con necesidades que no van más allá de un confortable hospedaje y de una ubicación acorde a sus actividades. La excepción se puede encontrar en aquellas ciudades que por sí mismas constituyen un atractivo; París, Londres, Viena, Madrid, entre otras ciudades europeas, o bien Buenos Aires en Latinoamérica. En el caso de Montevideo, sus hoteles céntricos proporcionaron estadía a los veraneantes hasta que a partir de fines del S. XIX el equipamiento de la costa incluyera el alojamiento.

El hotel, ubicado en el entorno de un atractivo como lo fue el de la costa montevideana tuvo al menos dos cometidos: el de iniciador de un potencial balneario o bien el de proporcionar jerarquía al lugar donde se ubicaba. De hecho sus instalaciones los convertían en verdaderos “complejos turísticos”. El edificio se debía distinguir en su arquitectura dando la idea de exclusividad, integrando además de los servicios propios al hospedaje, espacios para el descanso, el esparcimiento y sociabilidad. Jardines, canchas de diversos deportes, salones de fiesta, teatro y casino formaban un conjunto indisoluble.

Unos fueron exitosos por cierto período, otros tuvieron corta vida, otros apenas se llegaron a construir, y alguno no se concretó más que en un proyecto. Los mejores exponentes de ese modelo hotelero se pueden encontrar en el Casino Parque Hotel, el Hotel Casino Carrasco, el Hotel Pocitos. Fuera de Montevideo, uno de los más significativos lo fue el hotel del Real de San Carlos en la ciudad de Colonia rodeado de variadas instalaciones: muelle, deportes, plaza de toros, luego Casino, y cuya diferencia fundamental fue su fuerte pero efímero auge.

El antecedente que comparte parte de esas características fue el Hotel Nacional (1888) ubicado en el Balneario de la calle Piedras en la Ciudad Vieja. De ese proyecto privado de balneario techado ubicado en pleno centro del Montevideo decimonónico y cercano al puerto, sólo funcionó la instalación balnearia. Ante el impacto de la crisis de los 90' el hotel-balneario no llegó a funcionar, aunque luego debieron incidir, emergentes modalidades de baño de mar en nuevos paisajes costeros, con otras instalaciones e iniciadoras del tramo sur-este: Ramírez, y Pocitos.

---

<sup>1</sup> Raúl Jacob, *Modelo batllista ¿Variación sobre un viejo tema?*. Montevideo, Proyección, 1988.

## **Una breve mirada sobre la actitud gubernamental**

La posición del gobierno municipal mayoritariamente batllista al adquirir El Parque Hotel y el Carrasco, ubicados estratégicamente en los extremos opuestos de la costa montevideana, se sustentó en la valoración -expuesta en múltiples oportunidades- de aspectos tangibles como intangibles, que se pueden resumir en:

- 1- la función reguladora de los hoteles municipales sobre la hotelería de la ciudad y del país. Lejos de efectuar una competencia desleal, se resaltaba su contribución en el estímulo de la atracción de turistas extranjeros de mayores recursos. Perfil de turista que por cierto demandaba confort y lujo exclusivos,
- 2- complementando ese sector, la ciudad debía ampliar el mercado con hoteles económicos y calidad de servicios, concibiéndolos como herramienta clave en el aprovechamiento de los atractivos naturales,
- 3- los beneficios económicos no recaían únicamente en las arcas municipales, fundamentalmente vía casinos, sino que se le confería al flujo turístico el valor de factor dinamizador de la economía de la ciudad,
- 4- la gestión directa del patrimonio hotelero municipal fue concebida en sí misma, parte del fomento turístico. Su “abandono” - la entrega a manos privadas-, aparte de no aumentar los recursos de forma tal que compensara la medida, implicaría terminar con el “derecho a intervenir en forma efectiva en el contralor de las necesidades del turista en materia de hospedaje” mediante el cual, se conservaba la calidad y que pretendía evitar la “explotación” del turista. Política sumamente exigente en recursos cuando se efectuaron las adquisiciones, construcciones y acondicionamientos, que sólo exigiría en el futuro –así se argumentaba- mantenimiento y buenas administraciones,<sup>2</sup>
- 5- el valor urbanístico adquirido en el selecto barrio Carrasco se asociaba a las inversiones comunales. Se presumía que el interés privado en el Hotel Carrasco tratando de maximizar beneficios en su gestión, resultaría perjudicial para la propiedad municipal del hotel así como de su entorno.

## **La complejidad de la ciudad**

En esta oportunidad se plantea la idea de que si hubo cierta simultaneidad temporal entre la expansión de la ciudad y las propuestas de orden turístico, fundamentalmente de veraneo y/o de balneario, se debería rescatar el rol de estas como factor de expansión y como formadoras de una perdurable imagen de ciudad.

La idea central es que la ciudad no es un objeto pasivo que refleja lo que acontece en otros niveles.

De ahí en más, la ciudad no sería una mera depositaria sino parte y motor de los cambios socio económicos y políticos bajo el supuesto que no sólo sería un ámbito físico sino que utilizando la expresión del historiador José Luis Romero representa “una estructura compleja”, producto de las relaciones que en ella acontecen y provocadora a su vez de nuevas situaciones y cuna de otras relaciones productivas. Siguiendo el marco referencial proporcionado por Romero, en primer término la ciudad sería una forma de vida histórica y no un mero recinto físico, ni una sociedad

---

<sup>2</sup> Concejo de Administración Local, “Boletín Municipal”, Nº 271, T.2, 25 de noviembre de 1929, p. 4518.

en un determinado momento de su desarrollo, ni una estructura rígida. Existiría como continuidad en el cambio porque “es vida histórica”.

En segundo lugar, el mundo urbano, el mundo de las ciudades y las sociedades urbanas, estarían montados sobre una totalidad territorial y socioeconómica dotada de dinámica propia y de carácter histórico, en un estrato más profundo que en el que aparecen las unidades políticas.

Por último, serían polos de actividad múltiple: semejantes en los rasgos externos a las que surgieron antes en otros lugares, diferentes por otros rasgos sutiles, y constituyendo cada ciudad un pequeño universo pero funcionando como “focos de una red”, *el mundo urbano*.

En cuanto a la dinámica de la ciudad, Romero establece tres grandes etapas a partir de la ciudad burguesa. La *ciudad originaria*, caracterizada por un sistema - relaciones, costumbres, valorizaciones, objetivos- flexible, incompleto y abierto pero con tendencia a la inmovilidad y a la institucionalización. Entre experimentaciones y conflictos se abriría el período de *transición* hacia la *ciudad consolidada* en la que la vida histórica consistiría en lidiar contra la rigidez impuesta. Como trasfondo lo *real* y lo *ideal*: lo real, las relaciones entre individuos y entre éstos y las cosas, partiendo de nuevas situaciones sociales, necesidades políticas y tendencias culturales. Lo ideal o ideológico, ordenándose sobre nuevas actitudes y formas de comunicación, surgiendo interpretaciones de la realidad y conciencia colectiva. A través de interpretaciones –la imagen- se elaboraría un marco de referencia con respecto a la ciudad física y de las relaciones entre los individuos entre sí y con los objetos surgiendo modelos interpretativos de la realidad y proyectivos o sea, la búsqueda de transformar el presente.

El *mundo urbano* sería producto de las relaciones entre ciudades que escapa al área regional y política a la que pertenecen. La sociedad de consumo, de masas, competitiva, es propia de los aglomerados urbanos que por supuesto resisten matices.<sup>3</sup>

Siguiendo esa óptica se podría concebir a Montevideo como ciudad que transitaba por su apertura al adosar balnearios, parques y ramblas costaneras e integrándose con avenidas y calles en la búsqueda de la interconexión. Ese desarrollo acelerado que se logró en pocas décadas fue posible a partir de la ciudad histórica, con una sociedad urbana en continuo cambio, con nuevas aspiraciones, y con el apoyo administrativo y asignador de recursos de autoridades municipales que respondieron por un lado, a una de las formas de apertura del modelo agroexportador y que por el otro apoyaron aquellas aspiraciones.

Montevideo, de fundación tardía con respecto a las grandes ciudades latinoamericanas (a partir de 1724), basó su primer fisonomía en su carácter de ciudad bastión del imperio español, consolidando esa función con el amurallamiento de su escasa población. Pronto nacería su vocación de centro comercial. El puerto representó la oportunidad de comunicación con el exterior, su condición de ultramarino a partir de 1764 y otra serie de disposiciones españolas, a las que se agregaron las invasiones inglesas de 1806 como fugaz apertura a la libertad comercial, posibilitaron como consecuencia natural el surgimiento de una pujante clase comercial.

La demolición de la fortificación ordenada en 1829 por la Asamblea General Constituyente, significativa materialización de la independencia, contempló la

---

<sup>3</sup> José Luis Romero, “La estructura histórica del mundo urbano”. En *Siglo XIX*, Revista de Historia, Título del volumen: *La ciudad, los hombres y la política. Argentina, Brasil, México, Perú*. Segunda época, No.11, enero-julio de 1992.

necesidad de la creciente población de extender la ciudad. El amanzanamiento en el ejido contiguo a la vieja ciudad proporcionó recursos genuinos al nuevo Estado. De ahí en más la expansión tomó diversas modalidades y obedeció a otros tantos factores. La arteria “Camino de Maldonado” que comunicaba la ciudad hacia el este del país, resultó eje de nuevos asentamientos de pobladores estables dedicados mayoritariamente a tareas agrícolas, complementado la actividad agropecuaria iniciada con saladeros y molinos. Originariamente los inmigrantes, incentivados por contratistas que actuaron en el contexto de un plan gubernamental de 1834 para atraer artesanos, peones y labradores, se afincaron en distintos parajes con lo cual la ciudad se fue extendiendo sobre la base de pequeñas aldeas.

La Guerra Grande (1839-51) con la ciudad sitiada por las fuerzas del Gral. Manuel Oribe se convirtió en factor coyuntural de apertura de la ciudad. El puerto en el Buceo, Villa Restauración, el Cerrito de la Victoria y chacras del Miguelete constituyen nuevos núcleos que se integrarán luego de superado ese período bélico.

A fines del S. XIX, la ciudad extendida comenzó a adquirir unidad, los vacíos entre los poblados desaparecieron y Montevideo emprendió su mirada a la costa inicialmente ocupada por pequeñas aldeas de trabajadores, artesanos, pescadores y lavanderas. Al filo del comienzo del siglo siguiente comenzó la tarea del embellecimiento. Extendidos parques, áreas verdes pertenecientes a quintas privadas, y nuevos proyectos de avenidas y paseos costeros ubicados más allá del territorio portuario, atraerán los recursos municipales y los intentos de planificación. Los emprendedores empresarios del transporte, como peculiares especuladores buscaron la extensión de sus líneas con la apertura de barrios costeros, encontrando inversionistas que rivalizaron en loteos y remates, entre los cuales se destacó Francisco Piria. Si el primer Censo de Población de 1908 registró 309.260 habitantes radicados en Montevideo, cerca de la mitad del total de la población del país, en 1930 la había duplicado alcanzado los 650.000.

### **Algunas consideraciones sobre la región en la búsqueda comparativa**

En tanto la transformación territorial en función del ocio fue parte de la adecuación a comportamientos sociales propios del enriquecimiento de la burguesía, tomando como referente el modelo europeo, es posible encontrar procesos similares en la región. Cuyo punto en común es que constituyen el *mundo urbano* y cuyo límite es su desarrollo en función de prácticas turísticas de veraneo.

La diferencia básica fue el interés del municipio de Montevideo que lo condujo no sólo a la apropiación de los hoteles más significativos sino a su gestión directa. Mar del Plata es el modelo de turismo veraniego argentino que en primer lugar puede tomarse en cuenta, se nutrió de un mercado fundamentalmente interno, el mismo que alentó las inversiones en Montevideo. El proyecto de ciudad balnearia, de acuerdo a historiadores argentinos, nació con el ferrocarril del Sud que en 1886 extendió las vías desde el pueblo Maipú. Dos años más tarde se inauguró el Bristol Hotel, símbolo de la etapa aristocrática del balneario. También fueron diseñados los primeros balnearios, el Bristol, La Perla, el Saint James ubicado en un recodo costero llamado “de los ingleses” apelación bastante común que también encontramos en nuestra costa. Entre 1900 y 1920 la cifra de pasajeros arribados se cuadruplicó.

Nuevas ópticas históricas ubican el proceso de apertura a sectores sociales no aristocráticos o de arranque como centro turístico masivo a partir de la década del veinte, así como el aumento del poder municipal –en manos del Partido Socialista– reflejado en políticas urbanísticas y en los tipos de alojamientos, intervención que en el

último caso no llegaría a la magnitud adquirida en Montevideo. El surgimiento de los típicos chalets “estilo Mar del Plata” y de hoteles menos ostentosos es tomado como síntoma de una nueva etapa, que refleja el avance de las comunicaciones y de la acelerada ampliación del mercado, permitiendo en 1935 el uso del slogan “Mar del Plata, veraneo agradable y económico”.<sup>4</sup>

Flujos turísticos en aumento, demostrativos del estado de prosperidad del “granero del mundo” pero quizá también como proceso de huida aristocrática que así como inventó nuevos balnearios en Mar del Plata, cruzó el estuario en busca de apartados refugios.

El otro punto de América que revela simultaneidad en este proceso es Río de Janeiro, conteniendo trayectorias disímiles que derivarán en futuros bien diferentes. Así como la ciudad se acercaba a la costa, irrumpió la hotelería cuyos dos primeros ejemplares lo constituyen el Hotel Gloria de 1920, quizá el de mayor capacidad en la época con 600 habitaciones, cercano al centro de la ciudad, y el Copacavana Palace de 1923 ubicado sobre la costa sur. Ambos de origen y gestión privada. El Copacabana nació como parte del proceso de modernización de Brasil, como el elemento de ostentación en el marco de los festejos del centenario de la Independencia en 1922, oportunidad que se prestó a la búsqueda de una anhelada proyección internacional. Aunque finalmente no se logró la inauguración para esa ocasión, su larga fama internacional trajo el olvido de que no todo había salido según lo planeado inicialmente: sólo dos presidentes de los invitados acudieron a los festejos y el hotel en construcción tuvo que aguardar su inauguración para el año siguiente.

Al igual que la construcción de la hotelería costera de Montevideo y de Mar del Plata el Hotel Copacabana vino a cubrir las crecientes necesidades de hospedaje de veraneo. En 1904 habían arribado los primeros vapores con turistas europeos, ese mismo año el Carnaval immortalizaba las bellezas de Río de Janeiro convirtiéndola en la “cidade maravilhosa”, en 1906 se inauguraba el infaltable paseo marítimo con la Avenida Atlántica convirtiéndola en balneario al incipiente barrio Copacabana.

Si cronológicamente las similitudes se suceden, las diferencias en términos de gestión surgen apenas se profundiza en la búsqueda de información aunque en ambos casos es el gobierno quien asumió el rol disparador ante la retracción privada. En el caso del Copacabana Hotel fue el propio presidente de Brasil, Epiácio Pessoa, quien salió a la búsqueda de un arriesgado inversor capaz de garantizar sus sueños ostentosos. Acudió al hotelero Octavio Guinle, dueño del Hotel Palace en Río de Janeiro y perteneciente a una de las familias más acaudaladas con inversiones en energía eléctrica, inmobiliarias, industria textil, bancos y seguros.<sup>5</sup>

La condición de empresario con trayectoria parece repetirse, fue el caso de Alfredo Arocena vinculado al sector financiero al integrar directorios de la banca estatal y privada así como al transporte urbano y de ahí en más su objetivo fue la ocupación de los terrenos marginales del luego balneario Carrasco iniciándolo con el hotel, o de Francisco Piria vinculado al negocio inmobiliario de Montevideo que se internó en la costa Este del país fundando el balneario Piriópolis e iniciando entre otros el negocio

---

<sup>4</sup> Elisa Pastoriza, *Mar del Plata, 1886-1970: representación de una sociedad móvil*, Departamento de Historia, Universidad de Mar del Plata, Argentina, versión mimeográfica, p. 10. (Publicado en “Cuadernos del CEISAL”, N°2 -3, Rosario, 1994.

<sup>5</sup> Ricardo Boechat, *Copacabana Palace. Um hotel e sua história*. San Pablo, Dórea Boosk and Art, 1999.

hotelero. Las inversiones en hotelería parecen la culminación, a manera de broche de oro, de sus esfuerzos en otros rubros.<sup>6</sup>

Una de las constantes entonces, dada la magnitud de la inversión que exigía la construcción hotelera, es que a menudo las inversiones venían precedidas de trayectorias empresariales importantes. Y por el contrario de lo sucedido en Montevideo, el gobierno brasileño sólo imaginó el proyecto, su culminación y desarrollo permaneció en manos privadas.

Con inicios cronológicamente comparables si se amplía la comparación regional incluyendo a Chile, se encuentran procesos disímiles en cuanto a logros, pero idénticos en lo que concierne a aspiraciones. No es casual que tanto la prensa de época como investigaciones actuales lleguen a conclusiones similares. En 1922 la prensa hacía eco de aspiraciones particulares de la necesidad de transformar Viña del Mar emulando a los envidiables balnearios europeos, pero en primer lugar a los instalados en la región, y probablemente de éstos últimos provenía la sensación de atraso, del quedar fuera del cercano proceso modernizador. Se planteaba la interrogante de “(...) ¿Qué podría hacer Viña del Mar para ponerse a la altura del balneario de Mar del Plata, Piriápolis, Biarritz, San Sebastián, (...)?”. La respuesta tendió a responsabilizar al gobierno municipal sugiriendo una serie de acciones como la construcción de establecimientos de baños o la apertura de un Casino.<sup>7</sup> En Viña del Mar, así lo consigna el investigador Rodrigo Booth, se habían construido instalaciones para baños marítimos en el S. XIX, sin embargo la acción estatal privilegió el uso portuario industrial de la zona y construyó a partir de 1870 la vía férrea en el borde de la costa, provocándose el previsible conflicto por el uso del espacio. Los balnearios poco desarrollados surgieron con el exclusivo esfuerzo privado, y la zona residencial como lugar de veraneo de la alta clase de Valparaíso quedó alejada de la costa.<sup>8</sup> De alguna manera parecería un proceso similar al de Montevideo, cuando el veraneo transcurría en las quintas del Prado al noroeste de la ciudad, sin embargo la lectura de ambos procesos sociales no debe confundir cuestiones de diferente naturaleza. Las quintas respondieron a comportamientos vacacionales diferentes a los que promovieron los balnearios costeros como prototipos que se desarrollan paulatinamente en el transcurso del S. XX a los que parece responder pese a sus peculiaridades el lento crecimiento de Viña del Mar.

El primer factor diferenciador es el papel del Estado y de los gobiernos municipales, aún cuando Viña del Mar parece ser fruto de la definición de Valparaíso como puerto pero con aspectos topográficos limitantes que determinaban cuantiosos recursos para adaptar la costa como espacio de ocio. Un segundo factor, de índole cultural, e ideal en el marco del proceso de modernización de las ciudades, fue la aspirada pero lenta adaptación al concepto en boga de balneario, en el que no podía faltar el acondicionamiento hotelero con el adicional de juegos de azar y al que remitía el artículo de “El Mercurio de Valparaíso”.

---

<sup>6</sup> Se han citado estos casos a manera de ejemplo. Para una versión amplia de los empresarios iniciadores del turismo en Uruguay, así como de los grupos económicos intervinientes, ver en: Jacob, Raúl, *La quimera y el oro*. Montevideo, Arpoador, 2000.

<sup>7</sup> “El Mercurio de Valparaíso”, 17 de diciembre de 1922, citado por Rodrigo Booth, “El Estado Ausente: la paradójica configuración balnearia del Gran Valparaíso (1850-1925)” en *EURE, Revista Latinoamericana de Estudios Urbanos Regionales*, Vol. XXVIII / No. 83/ Mayo 2002, Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos, Pontificia Universidad Católica de Chile, Editada por el Instituto de Investigación y Posgrado, p.108.

<sup>8</sup> Rodrigo Booth, “El Estado Ausente...” pp.107-123.



## Los hoteles elitistas

Los hoteles-balnearios, categoría útil para identificar la hotelería construida en terrenos costeros, fueron los iniciadores al igual que la forestación de la apropiación de territorios “improductivos” para la explotación agropecuaria. Asimismo en Montevideo y Río de Janeiro como casos de ciudades tradicionales de principios del S. XX, el ubicarse en ese espacio no era más que ocupar un lugar carente de infraestructura y servicios propios de la ciudad, a la orilla del mar pero también de la ciudad. Esta, tarde o temprano tendría que prestarle un adecuado cobijo. El concepto de suburbio expresa esa situación en el espacio urbano, aunque como se ha hecho notar por analistas urbanísticos, ofrece reparos en cuanto a su significado asimilable al de “conventillo” tan común en la ciudad latinoamericana en expansión.

No obstante y pese a que esa acepción es aplicable también a la ciudad europea, fue precisamente en Londres donde adquirió el significado opuesto al señalado. Sobre el final del siglo XVIII y precisamente como reacción al hacinamiento de la ciudad industrial, parte de la burguesía se ubicó en sus límites, adaptando el chalet o el palacio, en espacios verdes contiguos a la ciudad. Se inauguraba el “suburbio enjardinado”, cuidadosamente planificado y en los que no siempre es posible definir espacios contrapuestos entre la residencia permanente y la de descanso. Realidad que es posible observar en la historia urbanística de Estados Unidos, o por ejemplo en ciudades como Río de Janeiro y Valparaíso.<sup>9</sup>

Con la dirección técnica del Arqto. Federico West, el Parque Hotel se adecuó en términos generales a la hotelería europea de la Belle Epoque que tuvo su auge entre 1890 y 1914. Esta, de estilo monumental clásico y neoclásico ocupó los centros turísticos urbanos y costeros. La descripción de hoteles realizada por analistas del turismo europeo proporciona detalles que identifican tanto al Parque Hotel como al Hotel Carrasco construido pocos años más tarde. “La recargada decoración del exterior presentada como un introito, se abre a través de un gran vestíbulo o salón, lleno de mármoles, pinturas y oros. Grandes espejos que reflejan las luces de las clásicas arañas de cristal completan el cuadro.”<sup>10</sup> La mezcla de barroquismo y neoclasicismo expresaba sin fronteras ni pudores el gusto nostálgico de las élites por lo cortesano. En muchos casos funcionando como vehículo de ostentación de un poder económico real, en otros, como expresión de la aspiración de entablar “buenas relaciones” abriendo la posibilidad del ascenso social.

Con las concesiones de terrenos y de casinos el Municipio interpretó esos comportamientos elitistas con el objetivo de convertir a Montevideo en ciudad turística. “Los nuevos deseos y necesidades” tomando la expresión de Alain Corbin al referirse a lo acontecido en Europa, fueron plasmados en “un proyecto voluntarista patrocinado en ocasiones por las autoridades”, formando “un conjunto alrededor de un único establecimiento de baños, destinado a polarizar las actividades terapéuticas, lúdicas y festivas del lugar”.<sup>11</sup> Proyecto que se reiteraría pese a variaciones de orden

---

<sup>9</sup> El caso de Valparaíso ha sido analizado en estos términos por Gonzalo Cáceres, Rodrigo Booth y Francisco Sabatini en *Suburbanización y suburbio en Chile: una mirada al Gran Valparaíso decimonónico (1820-1870)* (Inédito)

<sup>10</sup> Luis Fernández Fuster, *Historia general del turismo de masas*, p.154.

<sup>11</sup> Alain Corbin, *El territorio del vacío...* p.342. Observa tres etapas en el desarrollo del equipamiento racional europeo que comenzó en Inglaterra en las dos últimas décadas S. XVIII, el modelo es interpretado en Alemania y tardíamente en Francia. Señalando como período decisivo el iniciado a partir de 1820-30 con el siguiente perfil de instalaciones: los paseos, malecón en las playas, constituidos por escolleras para el “desfile social” –piers- donde los turistas disponían de un salón y comercios e instalaciones para baños en el mar de importantes dimensiones y abigarrada construcción a partir de 1860.

arquitectónicos, en los primeros emprendimientos de Colonia y en la costa del este fuera de Montevideo.

Los hoteles de Palm Beach de principios del S. XX han sido sintetizados como “fantasías privadas ofrecidas en uso y visión a los otros” compartidas “como espacio entre artefacto y naturaleza”. Asimismo el Walford Astoria de Nueva York es considerado el ejemplar por excelencia del lujo, distinción y ostentación del nuevo mundo, en consideración al “carácter mágico” de su entrada, intencionalmente dirigida al ingreso al mundo de las aspiraciones y deseos.<sup>12</sup>

La cuestión entonces es presentada para el caso de los hoteles vacacionales o en los ubicados en ciudades-atractivos, con mayor complejidad. Se considera que no siempre están dirigidos a proporcionar meros hospedajes sino que se constituyen en espacios que hacen referencia a los gustos y modas de determinada clase social, constituyéndose en prototipos o modelos de hotelería a trasladar. De ahí en más el paisaje resultante fue más allá de la copia fiel, fue el de la conjugación de “algo propio y algo extraño”, tomando la acertada expresión de José Luis Romero.<sup>13</sup>

En síntesis estos “monumentos turísticos” –continúen o no con su función inicial-, los hoteles-balnearios serían el producto de comportamientos elitistas que pertenecerían a otro “estrato” y de cuya interpretación surgieron como nuevas realidades o como objetos inéditos en el naciente S. XX del cono sur americano en sus pretensiones de modernizarse.

Desde la óptica de la demanda, se puede entender que los factores de motivación no sólo han sido los atractivos naturales y culturales y su necesidad de confort en el alojamiento, sino que componentes intangibles como deseos e ilusiones están determinando la elección del destino. Y que el veraneo se constituyó para la burguesía en el escenario de ostentación de sus riquezas reales o bien la oportunidad para su conquista. Ningún lenguaje arquitectónico era el más adecuado que el eclecticismo como mezcla de elementos del barroco francés y la tradición clásica en el que se aunaba la sofisticación y la obsesión por lo europeo, en el entendido de que los edificios como símbolos e instrumentos de expresión, especializaron su estilo. Así como la mezcla del barroco y el clásico o bien el art nouveau, se utilizaron para edificios públicos, residencias y hoteles, las estaciones ferroviarias sobre la base de estructuras de hierro - simbolizando el progreso industrial- aplicaron en su momento el modelo victoriano. Sin duda, que si se aplicara el término ecléctico a la ciudad como resultado de la suma de imitaciones, Montevideo, como cualquiera de las ciudades de América, estaría aludiendo a esa diversidad sobre la cual se construyó paulatinamente la imagen motivante.

Al igual que los edificios públicos, los hoteles de estilo monumental se convertirán en símbolos de la transformación de algunas ciudades, cuyo resultado fue la integración de espacios dedicados a la evasión y el tiempo libre. Atrás quedaron los tiempos de las grandes casillas de baño de madera o de la costa como corto paseo, donde los turistas pernotaban en hoteles de la lejana ciudad. En pocos años el paisaje provinciano del entorno costero se transformó con la demolición de aquellas construcciones siendo suplantadas por el cemento de los paseos marítimos y de los grandilocuentes hoteles en sus orillas. Y si bien para la costa montevideana fue toda una

---

Muy cerca, grandes hoteles con galerías, rodeados de jardines. En Ostende se abrió en 1837 el primer Casino, precediendo al establecimiento de baños.

<sup>12</sup> Giandoménico Améndola, *La ciudad posmoderna. Magia y miedo de la Metrópolis Contemporánea*, Celeste Ediciones, España, 2000, p.176.

<sup>13</sup> José Luis Romero, *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*. Buenos Aires, Siglo Veintiuno, 2001, p. 285.

innovación, lo cierto es que los ejemplos ya abundaban: San Sebastián, en 1869 ocupaba la costa española con construcciones de madera en la zona de “La Perla del Atlántico” con la Caseta Real de Baños, en 1888 procesaba su transformación al comenzar las obras del Palacio Real de Miramar.

Elementos comunes que se repiten independientemente de su estilo: constituyen construcciones con “ventanas hacia el mar”, iniciando de forma inequívoca y perdurable el diseño residencial de cara a la costa; los “espacios muertos” constituidos por innumerables salas y espaciosos pasillos, ocupaban un sitio privilegiado en los grandes hoteles, rescatables como otro síntoma de que las necesidades espaciales de sociabilidad eran tan importantes como las de hospedaje.

A menudo los grandes hoteles necesitaron ampliaciones. En 1948 se amplió el Hotel Copacabana de Río de Janeiro con un anexo de 11 pisos en la cual no se respetó su estilo neoclásico inicial. Privilegiando criterios de funcionalidad, las habitaciones se convirtieron en apartamentos con dormitorio y sala separados, como producto del reconocimiento de nuevas necesidades: la residencia temporal. En menor magnitud, el Hotel Carrasco fue ampliado en esos años, en este caso y contradictoriamente al filo del comienzo de su declive como hotel-balneario.

A la luz de los cambios acontecidos en el área costera a partir de la aprobación de la Ley de Propiedad Horizontal en 1946 se puede advertir el retraso del gobierno municipal en su adecuación a modalidades de veraneo emergentes. El balneario esteño ubicado en lugares que aún escapaban a la saturación –los departamentos costeros- se constituyó en el nuevo ideal de vacaciones y los viejos balnearios montevideanos dieron paso a los barrios-jardín ya formados pero confiriéndoles el status de lugar de residencia de los mismos sectores adinerados que habían “inventado” el balneario.

### **La imagen como interpretación de la realidad en la promoción de los hoteles-balnearios**

El Municipio de Montevideo utilizó la estrategia de promoción para hacer conocer sus hoteles, dado que en la actividad turística –así lo concibe actualmente la economía del turismo- “la comunicación y la promoción del producto son importantes en este sector, donde los consumidores no pueden probar el producto antes de comprarlo (...)”<sup>14</sup>.

No es posible afirmar que la publicidad fuese planificada, menos aun que fuera producto de estudios de mercado, estrategias significativas de la sociedad de masas. Pero no sólo cabe mencionar esta limitación propia del contexto histórico, sino la que restringe la labor del historiador que depende a veces de circunstanciales hallazgos de fuentes, de los que no siempre es posible inferir ciertos procesos o cubrir el período impuesto en la investigación. En los años '30 funcionaba la Oficina de Propaganda e Informaciones, organismo que centralizó las actividades de publicidad municipal.

La folletería fue uno de los medios de promoción posibles para la época. De hecho, proporcionan al investigador por un lado las modalidades de promoción y por otro, las normas y hábitos sociales de la época. Fue utilizada por los hoteleros privados, quienes en general hicieron hincapié en el lujo o confort de sus instalaciones, con alguna mención a su ubicación cercana al centro comercial. En los folletos municipales se condensaba en apretado resumen y en singular mezcla aquellos aspectos distintivos de las instalaciones, desde los que servían para captar veraneantes a los

---

<sup>14</sup> Adrian Bull, *La economía del sector turístico...* p. 77.

argumentos de índole política, justificativos éstos de una pretendida buena gestión. El predominio de la escritura sobre la imagen los caracterizaba.

A pocos años de la inauguración del Hotel Casino Carrasco (1921), se publicó un extenso folleto. El atractivo natural y la instalación hotelera constituían el centro de atención, los elementos motivantes y exclusivos restringidos al consumo elitista. “El Hotel más suntuoso de Sud América y la playa más hermosa del Atlántico”, frase inicial e impactante seguida por la aspiración de “Montevideo es la gran ciudad sudamericana del turismo”. Uno más de los tantos señalamientos de la pretendida singularidad de Uruguay en el continente, y que se puede considerar como indicativo de un acotado sustento al mito que lo identificaría como la “Suiza de América.”

En abigarrada sucesión de calificativos se extendía el folleto, tras anotar la “rara coincidencia” de ciudad moderna y rico recurso natural se sucedían las expresiones: “las extensas y tranquilas playas marítimas”, “la más oceánica, la más pintoresca y la más aristocrática de las playas uruguayas” junto al “majestuoso palacio del Casino Hotel Carrasco” sentándose la comparación con el Ritz Hotel de Londres. Tampoco faltó la detallada lista de servicios y entretenimientos, así como el moderno confort de su acondicionamiento.<sup>15</sup> Expresiones que dotaban de valor simbólico, de indudable representación de estatus social, al balneario nacido en los “dorados años veinte”.

A comienzos de los años treinta las referencias al Parque Hotel aparecían supeditadas a las características del Hotel Carrasco: “al igual que Carrasco” los servicios eran “inmejorables” y “excepcionales”. Las diversas atracciones que complementaban el servicio de hospedaje lo adecuaban a la imagen de balneario de la época, constituida por un importante edificio cercano al mar, rodeado de parques y canchas de deportes constituyendo en su conjunto el lugar apropiado para el veraneo, entendido éste como un propicio espacio de sociabilidad. A la vez se mezclaban aspectos de gestión, que no aparecen en el folleto de 1923, resaltando al Municipio atento por “dotar a esos establecimientos de todas las exigencias de los grandes balnearios (...)”<sup>16</sup>

En 1935 los factores que convertían a Carrasco “en un lugar ideal de veranero” según la opinión formada por 14 años de gestión directa, eran en primer término, la concurrencia de políticos, diplomáticos y empresarios, convirtiéndolo en “círculo de sociabilidad de la tradición” y de relacionamiento internacional. El segundo lugar lo ocupaba el “cuidadoso confort”, comparable a los mejores del mundo, y la incorporación de elementos modernizadores. En lo referente a la administración se resaltaba al detalle a los responsables de la gestión hotelera, la labor del Intendente Alberto Dagnino y de la Comisión de Hoteles y Casinos. En capítulo aparte y por último, se rescataban las ventajas: su ubicación alejada de la ciudad, que lo salvaguardaba de un “carácter popular”, aspecto enfatizado en la exaltación de la selecta arquitectura del balneario.<sup>17</sup>

Probablemente la intención de estos folletos fue la de ampliar el mercado con nuevos turistas de alto poder adquisitivo, tanto nacionales como argentinos. El proceso de popularización de Mar del Plata iniciado en los años '20, la emergencia de clases acomodadas que intentaban acercarse a las más tradicionales, y la cercanía geográfica, le proporcionaban ventajas al balneario. De los casinos municipales se recordaba la garantía del contralor y vigilancia oficial que seleccionaba la concurrencia, proporcionando seguridad al turista. El incentivo del retorno, aspecto de particular

---

<sup>15</sup> Folleto *Hotel Carrasco Casino Municipal*, Temporada 1924-25, Empresa de Publicidad “Orientación”.

<sup>16</sup> Folleto realizado por las Comisiones Delegadas de Vigilancia en los Hoteles y Casinos Municipales, noviembre de 1931, Año VII, Nº 64.

<sup>17</sup> Folleto *Hoteles y Casinos municipales*, Año XI, Nº 110, 1935.

importancia para garantizar el éxito de la gestión, no se descuidó con el mejoramiento del servicio.

En una breve hojeada a folletos posteriores a 1950 se ha constatado que mientras los folletos municipales de la década del treinta sólo promocionaban a Montevideo y la gestión municipal, avanzados los años cincuenta brindan información sobre Colonia, Atlántida, Piriápolis y Punta del Este. Circunstancia que más allá de lo anecdótico, puede ser interpretada no sólo como reconocimiento del protagonismo de la ampliada costa turística, determinante del fin del auge montevideano, sino como expresión de la conciencia de país turístico, sustituyendo la idea de *ciudad de turismo*.

De la lectura de la prensa de la época surge otra forma de promoción que se relaciona al aspecto señalado anteriormente, el de espacio de sociabilidad que conformaba el veraneo y como extensión de los ámbitos políticos y empresariales. En los meses de alta temporada o en Semana de Turismo, en las columnas sociales frecuentemente se publicaban apellidos prominentes y figuras relevantes del ámbito político que se trasladaban a los hoteles balnearios. Modalidad que seguramente propiciaba la oportunidad de figurar, la búsqueda de ascenso social o la concertación de alianzas familiares y de negocios.

Las actividades de promoción también fueron compartidas con otras entidades. El Touring Club Uruguayo, agrupación privada internacional dedicada al fomento del turismo, realizaba publicidad en Argentina con material proporcionado por la Intendencia. En 1935 la Comisión Nacional de Turismo y el Municipio participaron conjuntamente en la “Muestra de Turismo” realizada en Río de Janeiro.<sup>18</sup> Dicha Comisión, a partir de su formación a comienzos de esa década como primer organismo de carácter nacional vinculado al turismo, contribuyó activamente en la promoción del país sobre todo mediante la publicación de una revista de alto nivel.

## Conclusiones

La ponencia presentada en esta oportunidad forma parte de un proyecto de investigación de más largo alcance pero que constituye a la vez un avance en el intento de insertar el turismo en la noción de desarrollo de la ciudad de Montevideo. Se ha tomado uno de los elementos, el hotel-balneario, como tema central debido a su importancia como elemento iniciador del turismo en el país, como constructor de la imagen de la ciudad e integrante de la idea de modernización.

El proceso de cambio de esa expansión en forma de “núcleos o aldeas” a la propia formación de una unidad, estuvo constituido por múltiples factores, entre ellos el turismo o la aspiración de adecuarla a nuevas modalidades de disfrute del tiempo de ocio. La sociedad urbana integró esas aspiraciones como producto de las relaciones que en la ciudad acontecen y a su vez fue provocadora de nuevas situaciones, nuevos paisajes, otras relaciones productivas. Representaría un sistema urbano abierto, la *ciudad originaria* se había superado en una desordenada expansión, y hasta mediados del S. XX se transitaría hacia la *consolidación*, en la que el veraneo sirvió de excusa para la extrema ocupación residencial.

De manera inicial se intenta la comparación con otras ciudades americanas cuyo factor común fue la apuesta a objetivos similares, la búsqueda de la ansiada modernización transitando por el camino del balneario. Es este sentido se puede percibir la apertura de un abanico de matices pero compartiendo proyectos, acciones,

---

<sup>18</sup> Boletín Municipal, N° 48, 27 de marzo de 1935, p.1437.

intervenciones en el paisaje natural y a veces marginal de la ciudad, o influyéndose unas a otras en la toma de decisiones políticas.

## BIBLIOGRAFÍA

AMÉNDOLA, Giandoménico, *La ciudad posmoderna. Magia y miedo de la Metrópolis Contemporánea*, Celeste Ediciones, España, 2000.

BOECHAT, Ricardo, *Copacabana Palace. Um hotel e sua história*. San Pablo, Dórea Boosk and Art, 1999.

BOOTH, Rodrigo, “El Estado Ausente: la paradójica configuración balnearia del Gran Valparaíso (1850-1925)” en *EURE, Revista Latinoamericana de Estudios Urbanos Regionales*, Vol. XXVIII / No. 83/ Mayo 2002, Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos, Pontificia Universidad Católica de Chile, Editada por el Instituto de Investigación y Posgrado.

BULL, Adrian, *La economía del sector turístico*. Madrid, Alianza Editorial, 1994.

CÁCERES, Gonzalo, BOOTH, Rodrigo y SABATINI, Francisco, *Suburbanización y suburbio en Chile: una mirada al Gran Valparaíso decimonónico (1820-1870)* (Inédito)

CONCEJO DE ADMINISTRACIÓN LOCAL, “Boletín Municipal”, N° 271, T.2, 1929.

CORBIN, Alain, *El territorio del vacío. Occidente y la invención de la playa (1750-1840)* Barcelona, Mondadori, 1993.

DA CUNHA, Nelly, *El Municipio de Montevideo en la construcción del espacio turístico y recreativo*. Facultad de Ciencias Sociales, Unidad Multidisciplinaria. DT. No. 55, Montevideo, 2001.

FERNÁNDEZ FUSTER, Luis, *Historia general del turismo de masas*. Madrid, Alianza editorial, 1991.

Folleto *Hotel Carrasco Casino Municipal*, Temporada 1924-25, Empresa de Publicidad “Orientación”.

Folleto *Hoteles y Casinos municipales*, Año XI, N° 110, 1935.

Folleto realizado por las Comisiones Delegadas de Vigilancia en los Hoteles y Casinos Municipales, noviembre de 1931, Año VII, N° 64.

JUNTA DEPARTAMENTAL DE MONTEVIDEO, Boletín Municipal, N° 48, 1935.

JACOB, Raúl, *Modelo batllista ¿Variación sobre un viejo tema?*. Montevideo, Proyección, 1988.

----- *La quimera y el oro*. Montevideo, Arpoador, 2000.

PASTORIZA, Elisa, *Mar del Plata, 1886-1970: representación de una sociedad móvil*, Departamento de Historia, Universidad de Mar del Plata, Argentina, versión mimeográfica. Publicado en “Cuadernos del CEISAL”, N°2 -3, Rosario, 1994.

ROMERO, José Luis, “La estructura histórica del mundo urbano”. En *Siglo XIX*, Revista de Historia, Título del volumen: *La ciudad, los hombres y la política. Argentina, Brasil, México, Perú*. Segunda época, No.11, enero-julio de 1992.

----- *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*. Buenos Aires, Siglo Veintiuno, Quinta edición, 2001.