

Figura 0 Ilustraciones del tren en el paisaje. Fuente: *En viaje*, 1944, n°126; 1946, n°151; 1934, n°3 y 1944, n°123.



**Secuencia:** Recorrido de trabajo en el Campus Lo Contador  
**Fotos:** Omar Faúndez

# CHILE COMO DESTINO TURÍSTICO. LAS PUBLICACIONES PERIÓDICAS DE FERROCARRILES DEL ESTADO: 1933-1973<sup>1</sup>

CHILE AS A TOURIST DESTINATION. *FERROCARRILES DEL ESTADO* (STATE RAILWAYS) PERIODICALS: 1933-1973<sup>1</sup>

María Macarena Cortes<sup>2</sup>, Luz María Vergara<sup>3</sup>, Anita Puig<sup>4</sup>

## RESUMEN

El presente trabajo analiza los productos visuales que fortalecieron la imagen de Chile como destino turístico entre 1933 y 1973. Si bien tales productos tuvieron el objetivo de promocionar el viaje en el territorio, lo que efectivamente lograron fue fortalecer la condición de joven nación del país. A través de un análisis, preferentemente iconográfico, de las imágenes presentadas en publicaciones turísticas editadas por ferrocarriles del Estado (*En viaje* y *Guía del veraneante*), se propone aquí abordar la imagen de país turístico que construyen dichos documentos.

**Palabras clave:** turismo, arquitectura, ciudad, publicación periódica, ferrocarril.

## ABSTRACT

This paper analyses the visual products that strengthened the image of Chile as a tourist destination between 1933 and 1973. Although their ultimate objective was to promote travel in the territory, what they actually achieved was to strengthen the country's position as a young nation. Through a mainly iconographic analysis based on the images in tourist publications edited by *Ferrocarriles del Estado* (State Railways), *En viaje* (Travelling) and *Guía del veraneante* (Summer Vacationer's Guide), the text attempts to address the tourist country image built by such documents.

**Keywords:** tourism, architecture, city, periodical, railway.

Artículo recibido el 29 de agosto de 2016 y aceptado el 22 de noviembre de 2016  
 DOI: <https://doi.org/10.22320/07196466.2016.34.050.03>

[1] Este artículo se basa en los resultados de la investigación "La construcción de lo nacional: la presencia de la arquitectura en las revistas y guías de turismo, 1930 – 1962". Proyecto Fondecyt Inicio: N° 11110435 - CONICYT. Institución patrocinante: Pontificia Universidad Católica de Chile. Investigador Responsable Macarena Cortés. Asistente de Investigación Luz María Vergara / Asistente de Archivo y catalogación Anita Puig. 2011-2013.

[2] Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos, Pontificia Universidad Católica, Santiago, Chile. [mmjccortes@gmail.com](mailto:mmjccortes@gmail.com)

[3] TU Delft, Delft, Netherlands. [luzmaria.vergara@gmail.com](mailto:luzmaria.vergara@gmail.com)

[4] Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos, Pontificia Universidad Católica, Santiago, Chile. [anitampuig@gmail.com](mailto:anitampuig@gmail.com)

---

#### “THE LAND OF CHARM”

Desde 1930 y hasta entrados los años 50, la Metro Goldwyn Mayer produjo una serie de documentales de viaje bajo la dirección de James A. FitzPatrick, enmarcados bajo el título de “Traveltalks”. Estos estaban orientados a difundir lugares apartados y potenciales destinos para el turista estadounidense. En 1937 produjo uno sobre Chile, titulado *The Land of Charm*, en el cual se mostraba al espectador un viaje hacia un país moderno a través de un recorrido por obras de arquitectura, ciudades y paisajes determinados. El trayecto se iniciaba en un transatlántico que arribaba a Valparaíso, para posteriormente trasladarse a la vecina ciudad balnearia de Viña del Mar. En ella se efectuaron principalmente tomas del Casino, hacía poco construido, y de la playa Las Salinas. El recorrido se dirigía a Santiago, donde se mostraba la Plaza de Armas, el Parque Forestal y las calles céntricas de la ciudad. Las imágenes se dirigían finalmente hacia el sur, para mostrar escenarios naturales, donde lagos, volcanes y ríos eran los protagonistas, que se veían complementados con tomas de habitantes mapuches vistiendo atuendos originarios.

Dicho documental es una muestra de la enorme cantidad de iniciativas para generar productos visuales que promocionaran al país como destino turístico, tanto a nivel nacional como internacional. El presente trabajo considera el turismo más allá de su condición propiamente experiencial, es decir, en su capacidad de configurar cultura e identidad. Los productos generados por el turismo, como dicho documental, así también las revistas y guías turísticas, constituyen elementos que describen los lugares y, al mismo tiempo, sintetizan los intereses culturales de dichos lugares. De esta forma, “el turismo es simultáneamente un producto cultural y un productor de cultura, un importante catalizador en un proceso complejo y gradual de intercambio cultural

centrado en la experiencia del entorno construido” (Lansky, Medina y McLaren, 2006: 16).

Este estudio pretende analizar productos visuales que fortalecieron la imagen de Chile como destino turístico. Si bien ellos tenían el fin último de promocionar el viaje en el territorio chileno, lo que efectivamente lograron fue fortalecer la condición de joven nación a partir de la divulgación del que, en ese momento, era un deshabitado y escasamente conectado país sudamericano.

Las imágenes, como testimonios visuales, son entendidas aquí, como documentos históricos relevantes en cuanto a su capacidad de construir un cierto imaginario del Chile turístico. Como ha dicho Burke, “las imágenes fueron utilizadas en las diversas épocas como medios de devoción o medios de persuasión, y para proporcionar al espectador información o placer, hace que puedan dar testimonio de las formas de religión, de los conocimientos, las creencias, los placeres, etc., del pasado” (2005: 17). Según la propuesta de esta investigación, los documentos de difusión turística constituyeron una lección visual de cómo Chile debía ser concebido como nación y como destino: “Hay una profunda relación, fraguada hace más de medio milenio, entre el uso moderno del paisaje para denotar un espacio geográfico delimitado y el ejercicio de la vista o visión como el principal medio de asociación entre ese espacio y las preocupaciones humanas” (Cosgrove: 2002: 64). Este ejercicio de visión del cual habla Cosgrove para delimitar el paisaje, está mediado por las representaciones, fotografías, ilustraciones y mapas, que significaron una nueva aproximación a los lugares turísticos.

Las imágenes estudiadas desde las publicaciones de difusión turística permiten una nueva interpretación desde la construcción de posibilidades y deseos. En ese sentido, indica Zuppa, “la imagen puede mostrarnos lo que no hemos visto, por ejemplo, una playa, una rambla y, en ese acto de mostrar lo desconocido, es capaz de incentivar el deseo de frecuentarla. Así como no se puede ver el deseo, se pueden crear imágenes y articulaciones visuales sensitivas que lo evoquen y lo materialicen” (2012: 11).

La relevancia de las publicaciones periódicas (que son el objeto de estudio de este trabajo) radica en la amplia difusión y recepción que tuvieron, consolidando el pensamiento de que “las revistas aseguraron la exposición pública de proyectos e ideas que por medio de representaciones, peregrinaron en el ámbito de la profesión. Pero también fueron proyectos culturales y disciplinares en sí mismos, con pretensión de intervenir en la historia para producir transformaciones en las formas de pensar y hacer arquitectura y ciudad” (Torrent: 2013: 7).

La difusión del país en términos turísticos estuvo fundamentalmente dirigida por Ferrocarriles del Estado de Chile. La empresa estatal lideró una acción de promoción del turismo nacional, como una alternativa para ampliar la oferta y garantizar mayor demanda por el servicio de transporte en tren. En esta misma dirección,

coordinó servicios anexos, como los coches-comedor al interior del ferrocarril, servicios de restaurante en estaciones y la construcción de hoteles en los destinos, a través de su participación en diversos consorcios hoteleros. Finalmente, y como una estrategia de apoyo a dichas acciones, configuró la Sección de Propaganda y Turismo que formuló dos tipos de publicaciones de difusión turística: una revista mensual llamada *En viaje* que a modo de *magazine* alternaba descripción de lugares con temas de actualidad, vida social, etc. y una guía anual llamada *Guía del veraneante* que recorría la totalidad del territorio nacional (Cortés: 2014: 22-48). Ambas constituyeron interesantes medios de valorización del país a través de la exposición y descripción de sus características geográficas, climáticas, paisajísticas, urbanas y arquitectónicas.

La revista *En viaje*, publicada entre 1933-1973, a través de sus años de circulación periódica, tuvo cuatro directores (Domingo Oyarzún, 1933-38; Washington Espejo, 1939-43; Carlos Varela, 1943-1952; Manuel Jofré, 1952-67; y Carlos Müller, 1967-1973) y una importante continuidad de contenidos, de diseño gráfico, difusión de imágenes y de construcción de un imaginario entorno a Chile. Se puede afirmar que la revista apuntó a crear ciertos referentes culturales para la *imagen país*, desde la empresa estatal. La *Guía del veraneante*, publicada entre 1937-1962, y de tamaño de bolsillo, apuntó a ser un instrumento de utilidad para el turista, recogiendo toda la información práctica necesaria para el transporte y permanencia en los destinos.

Tanto la revista *En viaje* como la *Guía del veraneante* propusieron construir un Chile más allá de la jerarquía de Santiago como capital, promoviendo el viaje a localidades diversas a través de las posibilidades que otorgaba el tren y, de esta manera, ampliando lo que tradicionalmente era reconocido como el paisaje urbano chileno a sus condiciones más extremas, como el desierto y los bosques del sur.<sup>5</sup>

A través de un análisis iconográfico, particularmente enfocado en las portadas de ambas publicaciones citadas, se propone en estas páginas abordar cómo fue la imagen de país turístico que construyeron dichos documentos y, en consecuencia, qué elementos iconográficos configuraron dicha imagen.

Concretamente, se trabajó con el supuesto de que las revistas y guías de turismo en Chile elaboraron una imagen de país moderno, asociada a una serie de imágenes ligadas al desarrollo arquitectónico, urbano y de infraestructura (preferentemente ferroviaria). Esta construcción estuvo sustentada en presentar el progreso de las localidades en base a determinados elementos iconográficos, que se repiten constantemente en estas publicaciones y que componen los elementos básicos de la experiencia del viaje de la época, como lo son las obras de arquitectura, la ciudad y el paisaje. Tanto texto como imágenes constituyen, en este contexto, fuentes de análisis puesto que contribuyeron a establecer las imágenes asociadas a Chile como destino turístico.

[5] La conectividad del territorio en el sentido norte-sur ha constituido históricamente un desafío importante, que a principios del siglo XX fue abordado por la empresa de Ferrocarriles del Estado.

## PIEZAS DE ARQUITECTURA: LA CONSTRUCCIÓN DE UN PAÍS MODERNO

Las piezas de arquitectura presentadas en las revistas estudiadas abarcaron una amplia variedad programática, las que fueron mostradas como elementos significativos para la imagen turística del país. Sin embargo, dentro del abanico de imágenes revisadas es posible reconocer algunas obras que en más de una ocasión fueron protagonistas de las ediciones de Ferrocarriles del Estado, representando un especial interés en el panorama arquitectónico.

De las 470 portadas analizadas en total, existen treinta y nueve en la revista *En viaje* y cuatro en la *Guía del veraneante*<sup>6</sup> que presentan piezas de arquitectura únicas. Y de ellas existen algunas recurrentes. Por ejemplo, de las nueve que exponen piezas ubicadas en Santiago, dos son del Estadio Nacional (N°61, 1938 y N°343, 1962). La primera portada (Figura 1) muestra en primer plano un dibujo de un Discóbolo sin pedestal y, en segundo plano, una perspectiva de lo que sería el complejo deportivo más importante de la capital chilena. Por cierto, este había concitado algunas discusiones en torno a su ubicación ("El futuro Estadio Nacional", 1936: 19) y había sido exhibido en extenso, recién terminada su construcción, por la revista disciplinar *Arquitectura y Construcción* (Müller, Fuentealba y Cormatches: 1940: 18), en 1940. Existió así una especial atención en esta obra que representaba los avances del país en términos de desarrollo deportivo y que albergaría al deporte de las masas, apuntando a reformar y disciplinar la sociedad.

La segunda portada (Figura 1), del año 1962, tenía que ver específicamente con el Mundial de fútbol que se realizó en Chile ese año, y que de nuevo provocó particular expectación. Un símbolo de esa actividad sería el propio edificio del estadio. La portada nuevamente presentaba este emblemático espacio, ahora a través de una fotografía, en la cual aparecía en primer plano la escultura de Caupolicán<sup>7</sup> y en segundo, el edificio. El mismo año, la *Guía del veraneante* también disponía en su portada el Estadio Nacional: una imagen coloreada presentaba otra vez en primer plano la escultura de un atleta, para en un segundo plano mostrar el desarrollo de la principal fachada, con las banderas flameando al viento en su coronación, y con el escudo nacional claramente centrado en el acceso al complejo deportivo.

Esta idea de presentar de igual manera, del mismo ángulo y con la misma intencionalidad gráfica, se repite con otras piezas de arquitectura asociadas a hoteles y hosterías. Es la misma empresa de Ferrocarriles la que establece una cadena hotelera a lo largo de Chile, casi contemporáneamente con la publicación de la revista, siendo los primeros en ser construidos el Hotel Puerto Varas y el Hotel Pucón, en el sur del país. Por ello, no es extraño que el último de ellos, el Hotel Pucón, aparezca en cuatro portadas de la revista *En viaje* (N°39, 1937; N°98, 1941; N°148, 1946; N°378, 1965), dos ilustraciones

y dos fotografías (Figura 2). Las mismas cuatro portadas insistieron en componer con los mismos elementos la misma secuencia, donde el edificio regulariza la imagen del contexto natural, otorgándole un marco y un punto de referencia desde donde abordar Pucón como localidad turística.

Esto sucede también con las tres portadas de la revista *En viaje* dedicadas a la Hostería del volcán Llaima (N°142 de 1945, N°226 de 1952, N°309 de 1959), donde el edificio siempre es dispuesto al costado izquierdo, enmarcando el paisaje nevado de araucarias (Figura 3). E, igualmente, con las cinco portadas de la revista *En viaje* (N°200, 1950; N°224, 1952; N°345, 1962; N°380, 1965; N°381, 1965) al Hotel Portillo, cuyo edificio es presentado, o bien, a un costado o de frente, mirando su fachada desde abajo, y de nuevo enmarcando el paisaje montañoso y nevado de Los Andes (Figura 4). Ambos edificios son presentados en los meses de invierno.

Ahora bien, un caso bastante particular es el de la ciudad balnearia de Viña del Mar que gracias a distintos mecanismos públicos había logrado configurar una imagen turística a partir de edificios emblemáticos como el Casino Municipal, el Hotel O'Higgins y el Palacio de los Presidentes. Todos edificios construidos de forma contemporánea para fortalecer al balneario más cercano a la capital chilena. Por ello la primera portada de la revista *En viaje* (N°49 de 1937) es un collage, elaborado precisamente con las piezas de arquitectura que configuraban la imagen urbana, pero ligada a su desarrollo costero, a través de imágenes del Casino, del Castillo Brunet, el restaurante Cap Ducal y el Castillo Wulff. Este último, retratado en dos portadas de la misma revista (N°86, 1940; N°125, 1944), será uno de los edificios más usados para representar la ciudad, el que, por cierto, se ubicaba en el borde costero, sobre un roquerío, lo cual enfatizaba su condición balnearia (Figura 5). Así también, es posible observar la portada del Palacio de los Presidentes, de Cerro Castillo (*En viaje*, N°238 de 1953), que mostraba un portal hacia un patio interior de un estilo neocolonial y un Moai enmarcando la ilustración (Figura 6). Por último, la del Hotel Miramar (N°245, 1954) será sin duda significativa, ya que se cambiaba la imagen del Castillo, por la de un edificio de carácter moderno, de líneas horizontales, de una masa suspendida sobre un roquerío, rematando la playa de Caleta Abarca (Figura 6).

La presencia de la arquitectura dentro de la difusión turística del país se instaló dentro de un discurso más complejo, que superó el ámbito exclusivamente iconográfico. Las obras presentadas constituyeron elementos protagónicos en la construcción de una imagen país que se basaba no solo en los ya conocidos atractivos naturales, sino además en el progreso turístico y económico. El reconocimiento de estas obras en medios de difusión no disciplinares da cuenta de la relevancia de la arquitectura como representación y consolidación de la modernización nacional.

[6] Se seleccionaron aquellas portadas en que la pieza de arquitectura es única y adquiere protagonismo. Se dejaron fuera las portadas de esculturas y monumentos urbanos.

[7] Del escultor chileno Nicanor Plaza (1872).



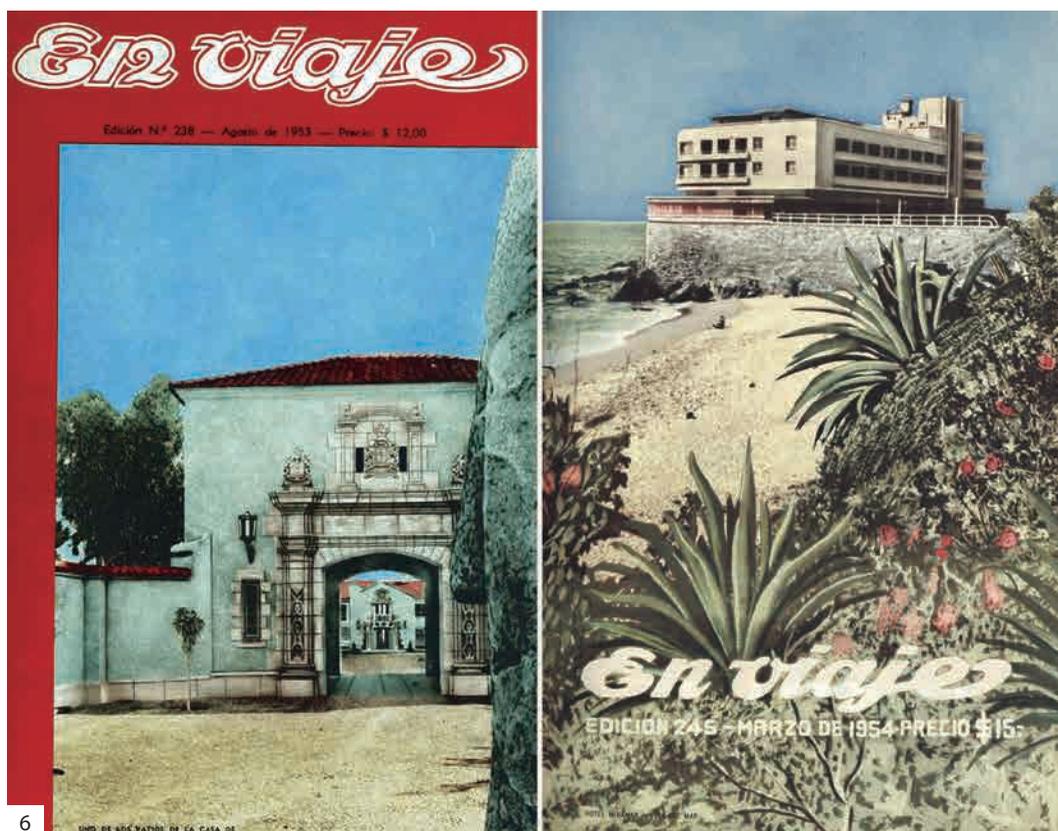
Figura 1 Conjunto de imágenes del Estadio Nacional. Estas dos portadas, con veinticuatro años de separación, presentaban de igual manera la condición de este edificio, como ícono del progreso moderno de la sociedad chilena; primero, destacando la presencia de un personaje atlético del pasado, para luego presentar la fachada del edificio como escenografía de esa condición física, a través de un arquitectura austera y funcional en sus requerimientos espaciales. Fuente: *En viaje*, 1938, n° 61 y 1962, n°343. / Figura 2 Conjunto de portadas al Hotel Pucón. Fuente: *En viaje*, 1937, n°39; 1941, n°98; 1946, n°148; y 1965, n°378. / Figura 3 Portadas a la Hostería Volcán Llaima. Fuente: *En viaje*, 1945, n°142; 1952, n°226; y 1959, n°309.



4



5



6

Figura 4 Conjunto de portadas al Hotel Portillo. Fuente: *En viaje*, 1950, n°200; 1952, n°224; 1962, n°345; 1965, n°380; y 1965, n°381. / Figura 5 Portadas a Viña del Mar y Castillo Wulff. Fuente: *En viaje*, 1937, n°49; 1940, n°86; y 1944, n°125. / Figura 6 Portadas al Palacio de los Presidentes y Hotel Miramar. Fuente: *En viaje*, 1953, n°238 y 1954, n°245.

## LA CIUDAD: DENSIDAD Y VIDA URBANA

En términos de lecturas de ciudad, las portadas de estas revistas construyeron una imagen que hizo hincapié en la densidad y actividad de centros urbanos en pleno proceso de modernización. Mientras las vistas más cercanas dieron cuenta de la vida cotidiana y de ajetreadas calles en plena actividad, las vistas lejanas mostraron las ciudades en expansión, a través de diversos encuadres en los proyectos emblemáticos de remodelación urbana.

La presencia de las ciudades en estas primeras planas permitió que el turismo urbano surgiese como una alternativa interesante y una oferta paralela a los paisajes bucólicos y tranquilos del campo o del sur de Chile. La ciudad se instauró como un atractivo basado en el paisaje construido y en la intensidad urbana de las ciudades modernas. Se puede encontrar treinta portadas de este tipo en la revista *En Viaje*<sup>8</sup> y dos en la *Guía del Veraneante*, de todas las cuales se presenta la ciudad de Santiago en veinte, Viña del Mar en cuatro y al puerto de Valparaíso en dos. En el resto, se encuentran las ciudades de Osorno, La Serena, Punta Arenas, y otras dos ilustraciones de ciudades genéricas.

La primera portada en presentar la ciudad en la revista *En viaje* (Nº7 de 1934) es inquietante: una imagen nocturna de una ciudad, donde se puede apreciar la vida urbana a través de luces en rojo que contrastan con el negro de las edificaciones, personas, automóviles y un tranvía en el medio de la composición. La segunda portada de dicha publicación (Nº31 de 1936) presenta una vista de Santiago desde el cerro Santa Lucía que, al contrario de la imagen anterior, exhibe una ciudad gris y lejana, que es enmarcada por el verde en primer plano.

La ciudad de Santiago será retratada principalmente de dos formas distintas. Por un lado, a través del renovado centro cívico que el urbanista austriaco, Karl Brunner, había proyectado el año 1939 y que, por lo tanto, era la renovación urbana más importante de la ciudad. Por otro, era retratada desde y hacia sus accidentes geográficos: los dos cerros más importantes de la ciudad, el Santa Lucía y el San Cristóbal, y el río Mapocho (Figura 7).

*En viaje* presenta por primera vez el centro cívico en 1939 (Nº69) (Figura 8) y lo hace a través de una ilustración que expone la fachada interior que se produciría en el encuentro entre la Alameda y el paseo Bulnes, enmarcada por dos edificios racionales que acogerían en el eje juegos de agua. La siguiente (Nº90 de 1941) corresponde a una notable imagen aérea de este centro cívico que captura el eje principal, mostrando la Casa de la Moneda al centro, rodeada por los nuevos edificios de gran altura (comparados con el resto de la urbe). Así, se muestra la envergadura de la intervención, desde la plaza Constitución, pasando por la Moneda y el eje Bulnes.

Las próximas dos portadas (Nº189 de 1949 y Nº223 de 1952) presentarán distintos aspectos de la plaza Constitución, reiterando la enorme potencia urbana de la construcción formal que implicó el proyecto de Brunner. Con una arquitectura despojada de estilos históricos, éste apoyaba la intervención en la regularidad de la forma arquitectónica y en la resolución de las fachadas, a través de una estricta ortogonalidad y repetición regular de los vanos. Esta propuesta había sido publicada en extenso y numerosas veces en las revistas disciplinares, como la revista *Urbanismo y Arquitectura* (Vera, 1940)<sup>9</sup>.

Asimismo, y como se ha adelantado, la ciudad será vista desde y hacia sus cerros, los que intervienen y rodean Santiago. El cerro San Cristóbal, como hito geográfico, será motivo de dos portadas que destacan por sus ilustraciones (Nº56 del 1938 y Nº152 de 1946) (Figura 9). En la primera, se presenta una ciudad cruzada por una locomotora en movimiento y, de fondo, se puede apreciar el cerro San Cristóbal. Lo mismo sucede con otra ilustración donde, desde una terraza del Santa Lucía, se mira hacia el cerro San Cristóbal, evidenciando el funicular y su Virgen coronándolo. Las vistas panorámicas hacia la ciudad desde el cerro Santa Lucía se repetirán en tres portadas más (Nº261 de 1955, Nº465 de 1972 y Nº467, 1973) (Figura 10), mostrando distintos aspectos del progreso urbano a través de los edificios que se construirán en su entorno, como la emblemática remodelación San Borja, y definiendo un nuevo *skyline*, que se recorta con la cordillera de Los Andes de fondo.

La ciudad es presentada en su posibilidad de renovación y continuo crecimiento; al mismo tiempo, se contrastan los edificios antiguos como la Biblioteca Nacional o la Casa Central de la Universidad Católica, y los edificios modernos de regularidad formal y estructural. Cabe mencionar aquí que se advierte una modificación de la imagen con que se representa la ciudad a medida que el tiempo transcurre, desde una austera y monumental, a una más viva y agitada. De tal modo lo muestran las imágenes coloreadas de la Avenida Alameda (Figura 11), hacia la Iglesia San Francisco (Nº272 de 1956) o de la misma avenida mostrando el Banco del Estado (Nº308 de 1959). Y, asimismo dos imágenes de un Santiago invernal, lluvioso, pero también dinámico, donde peatones, automóviles y tranvías dibujan la condición congestionada de ambas imágenes.

Finalmente, existen dos portadas de la *Guía del Veraneante* (1963 y 1953) que presentan panorámicas de la ciudad balnearia de Viña del Mar. La primera muestra la ciudad desde lo alto, específicamente, desde la vista que se podía obtener desde el Cerro Castillo y que permite apreciar el desarrollo de baja altura del entorno del estero. La segunda expone esta vez la otra cara de la ciudad, a través de la fachada emblemática constituida por los edificios de departamentos sobre el mismo estero. Ellos construyeron una postal significativa del desarrollo urbano en la ciudad turística predilecta.

[8] Se seleccionaron las portadas que contenía imágenes panorámicas, vistas aéreas y urbanas, descartando las pinturas históricas de la ciudad colonial.

[9] En ellas se habían presentado en detalle algunos edificios emblemáticos, como el Hotel Carrera y el Ministerio de Hacienda de Smith Solar y Smith Müller y el edificio de Crédito Agrario de Luis Muñoz Maluscka y René Aranguiz, todos bajo el proyecto ejecutivo de Carlos Vera, incluyendo el Ministerio de Defensa Nacional, la Caja de empleados particulares, la Caja de Seguro Obrero, etc.



Figura 7 Ilustraciones de la ciudad de Santiago en portadas. Fuente: *En viaje*, 1934, nº7 y 1936, nº31. / Figura 8 Conjunto de portadas al barrio cívico de Santiago. Fuente: *En viaje*, 1939, nº69; 1941, nº90; 1949, nº189; y 1952, nº223.



9



10



11

Figura 9 Ilustraciones de las vistas hacia el cerro San Cristóbal. Fuente: *En viaje*, 1938, n°56 y 1946, n°152. / Figura 10 Vistas desde el cerro Santa Lucía a Santiago. Fuente: *En viaje*, 1955, n°261; 1972, n°465 y 1973, n°467. / Figura 11 Conjunto de imágenes coloreadas de la Avenida Alameda. Fuente: *En viaje*, 1956, n°272 y 1959, n°308.



Figura 12 Ilustraciones del tren en el paisaje. Fuente: *En viaje*, 1944, n°126; 1946, n°151; 1934, n°3 y 1944, n°123.

### EL PAISAJE INTERVENIDO POR EL TREN

Las portadas representaron el viaje mismo de manera reiterada, enfatizando el trayecto como momento significativo de la experiencia de viajar. La imagen del tren bordeando las montañas, entre cerros y acantilados, dio cuenta de la capacidad técnica de Ferrocarriles del Estado de instalar infraestructura incluso en aquellos lugares donde la geografía era compleja, retratando la experiencia a través vistas panorámicas y privilegiadas del país.

Las imágenes de paisajes se dividieron, a través de los años, según la estacionalidad, por ello son recurrentes las representaciones de playas en los meses de diciembre, enero y febrero, mientras en los meses de junio, julio y agosto los son las de montaña. Las estaciones del año determinaron, en definitiva, la exposición de paisajes y actividades relacionadas con ellas, como: mujeres tomando sol en la arena, esquiadores en las montañas o embarcaciones en lagos, etc.

Existieron también imágenes en las que el ferrocarril es presentado desde distintas perspectivas como un elemento ícono del viaje, en su condición técnica y en su presencia en el paisaje a través de la línea del tren. Esta forma de representación se dará en los primeros treinta años de publicación de la revista *En viaje*, mediante 16 portadas, desapareciendo por completo en los últimos diez.

La naturaleza es intervenida por la infraestructura ferroviaria configurando imágenes de un paisaje nuevo, donde el ferrocarril es lo que construye y compone dichas iconografías (Figura 12): en escorzo (N°126 de 1944 y N°339 de 1962), lateralmente (N°151 de 1946 y N°145 de 1945), desde abajo, en el caso de las imágenes de puentes (N°3 de 1934 y 89 de 1941) y dibujando curvas serpenteantes en las laderas de las montañas (N°123 de 1944 y N°359 de 1963). Lo mismo sucede en cuatro portadas de la *Guía del veraneante* donde la locomotora aparece en primer plano (en el año 1940, 1942 y 1945) o dibuja esa línea que atraviesa el paisaje de montaña (en 1944).

La imagen del tren y su intervención en el paisaje reflejó la importancia de la gestión de Ferrocarriles del Estado en la construcción de una infraestructura y equipamiento turístico a nivel nacional. La labor, tanto de construcción e implementación como de difusión de la empresa, fue fundamental para la comprensión unificada del territorio en torno a ejes y ramales que vincularon trayectos, infraestructuras y destinos.

### LA CONSTRUCCIÓN ICONOGRÁFICA DE CHILE COMO DESTINO TURÍSTICO

Como se ha presentado, el trabajo se ha propuesto configurar una antología de las portadas de la revista *En viaje* y de la *Guía del veraneante*, que recogieron elementos significativos y representativos de Chile. Este análisis se ha centrado preferentemente en las imágenes del entorno construido, ya sea ciudad u obras de arquitectura y paisajes, como aquellos que configuraron un recorrido visual de lo que Chile era a lo largo de la primera mitad del siglo XX.

El turismo interpreta la condición aparentemente neutra de ciertos lugares, otorgándoles una historia y un sentido. De ese modo, este configura postales de viaje, lugares que deben ser vistos desde ángulos específicos propuestos por los documentos que guían y estructuran dicho viaje. Ambos documentos dirigidos a los turistas dieron forma a una serie de postales en base a fotografías, ilustraciones o collages, que presentaron los elementos representativos de ciertos lugares, determinando una manera de ver, una perspectiva y un ángulo de visión. En el caso de las obras de arquitectura expuestas esto se hace evidente, ya que se observa una clara repetición no solo de algunos edificios representativos de la modernidad, sino también en el cómo y desde dónde estos eran vistos. En cambio, en el caso de la ciudad, que posee una condición más compleja, se apostó principalmente por las vistas aéreas y panorámicas desde espacios públicos significativos de las ciudades, que permitieron apreciar el desarrollo urbano inminente.

En el conjunto de piezas, ciudades y paisajes reside parte importante de la formación de una identidad nacional, dada gracias al reconocimiento del país como una unidad turística. En ese sentido, las portadas aquí analizadas, con matices y énfasis, constituyen iconografías que permitieron cualificar la imagen nacional de la época. Efectivamente y más allá de la primera lectura heterogénea de dichas portadas, hay que subrayar que se está frente a una construcción intencionada de postales de Chile, como base de su constitución moderna.

Los paisajes naturales acompañados de la presencia significativa del tren como motor de desarrollo económico se configuraron como ícono de la condición civilizatoria de la modernidad. De manera más radical, las imágenes de obras de arquitectura y ciudades aportaron en esta construcción iconográfica, reiterando tomas, enfoques y puntos de vista. Como resultado de aquello, basta advertir que los lugares retratados siguen siendo hoy significativos y se hallan presentes en el imaginario moderno de un Chile construido principalmente en el siglo XX.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BURKE, Peter. *Visto y no visto, el uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona: Editorial Crítica, 2001, pp. 17.

CORTÉS, Macarena. *Turismo y Arquitectura Moderna en Chile. Guías y revistas en la construcción de destinos turísticos (1933-1962)*. Ediciones ARQ, Pontificia universidad Católica de Chile. Santiago, 2014.

COSGROVE, David. Observando la naturaleza: el paisaje y el sentido europeo de la vista. *Boletín de la A.G.E.*, 2002, nº 34, pp. 63-69.

El Futuro Estadio Nacional, *Revista Urbanismo y Arquitectura*, 1936, nº1, p. 19.

LASANSKY, MEDINA D. y MCLAREN Brian. *Arquitectura y turismo, percepción, representación y lugar*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2006.

MÜLLER, Ricardo; FUENTEALBA, Aníbal y CORMATCHES, Alberto. Lo que será el Estadio Nacional. *Revista Arquitectura y Construcción*, 1940, nº 10, p. 18.

TORRENT, Horacio (comp.). *Revistas, Arquitectura y Ciudad. Representaciones en la cultura moderna*. Pamplona: Ediciones SL., 2013.

V/A. Revista *En Viaje*, Nº1 de 1933 – Nº473 de 1973. Sección de Propaganda y Turismo de la Empresa de Ferrocarriles del Estado de Chile. Talleres Gráficos. Santiago.

V/A. *Guía del Veraneante*. Sección de Propaganda y Turismo de la Empresa de Ferrocarriles del Estado de Chile. Talleres Gráficos. Santiago. 1937-1962.

VERA, Carlos. El Barrio Cívico de Santiago. Proyecto ejecutivo del conjunto urbanístico. *Revista Urbanismo y Arquitectura*, 1940, nº 9, pp. 4-26.

ZUPPA, Graciela. *Bajo otros soles: miradas a través de folletos, postales, avisos publicitarios y fotografías*. Mar del Plata: Editorial de la Universidad Nacional Mar del Plata, 2012.