

# ***Imágenes, territorios y caminos.***

## ***Cartografías del Automóvil Club Argentino, 1922-1932.***

**Julián Gómez\***

[juleog@gmail.com](mailto:juleog@gmail.com)

### **INTRODUCCIÓN**

Afirmar que las imágenes cartográficas constituyen tanto un recurso utilitario como simbólico no es un enunciado desconocido en la literatura reciente sobre el tema (Harvey, 2001; Thrower, 1999). En efecto, algunos investigadores han abordado los usos retóricos de cartografías con el fin de legitimar reclamos territoriales (Harvey, 2001; Monmonier, 2005). En el mismo sentido, visualizando el vínculo entre los mapas y el consumo, también ha merecido la atención de algunas investigaciones el uso persuasivo de la cartografía destinada a turistas. Especialmente, las interpretaciones de James Akerman (2002) -que se ocupa de la cartografía promocional producida por las empresas petroleras en los Estados Unidos- han enfatizado el uso simbólico que adquieren los mapas destinados a los modernos viajeros de las carreteras.

Todos los viajeros han necesitado información geográfica. En efecto, cualquiera sea su fuente, oral o escrita, el viajero debe planificar su itinerario, identificar lugares y reconocer orientaciones. En el caso del turista, la necesidad de información geográfica está directamente vinculada al destino que elija y el tipo de movilidad que disponga. Para los turistas que se movilizan en automóviles, por ejemplo, el mapa aporta la información geográfica indispensable para planificar su viaje, transitar las rutas y reconocer los destinos turísticos (Hiernaux, 2006; Thrower, 1999). Simultáneamente, además de la utilidad del mapa turístico, investigaciones recientes han indagado la dimensión simbólica de los mismos. En este sentido, algunos trabajos han explorado los usos de los mapas turísticos (Almiron, Troncoso y Lois, 2007), procurando visualizar procesos de construcción de cierto imaginario territorial, que orienta las prácticas de actores sociales y políticos.

En esta línea de indagación, algunos investigadores estudiaron la compleja trama de agentes que intervinieron en la organización territorial de las vías de comunicación en Argentina (Ballent, 1999, 2005 y 2008; Piglia, 2006 y 2008; Silvestri, 1999; Scarzanella, 1998). El trabajo de María Silvia Ospital (2005) -particularmente concertado en la actividad turística durante el período que va desde la primera posguerra hasta 1930- analiza el rol que les cupo a las instituciones privadas y el Estado en relación a las prácticas turísticas. En efecto, la autora estudia la transformación en la movilidad de los turistas, que del ferrocarril pasa al automóvil, y de un turismo de élite -que había marcado las primeras décadas del siglo XX- al turismo de sectores medios urbanos. Dos entidades -dedicadas a la práctica deportiva del automóvil y profundamente defensoras de la generalización del transporte automotor- se destacarán en este proceso: el Turing Club Argentino (TCA) y el Automóvil Club (ACA).

En efecto, el TCA y el ACA serán agentes protagónicos en la construcción de la cultura del automóvil (Ballent, 2005) en Argentina, promoviendo y difundiendo el uso del automotor y apelando a una serie de relatos e imágenes que lo instalarán como un artefacto moderno y útil. Tal como señalan varias autoras, el rol del ACA en este proceso es insoslayable (Piglia, 2007 y 2008; Bertonecello, 2006; Ospital, 2005; Ballent, 2005). De un modo más fuerte en la década de 1920, la

entidad se posicionará como un actor clave en la promoción del automovilismo, produciendo guías y mapas para turistas e interpelando al estado para que instrumente políticas tendientes a construir una red de comunicación y transporte en Argentina. Con la sanción de la Ley de Vialidad Nacional (1932) –que dará origen a la Dirección Nacional de Vialidad- las demandas públicas del ACA se traducirán en políticas de estado (Piglia, 2006; Ballent, 2008).

En este proceso, sostenemos como hipótesis, la producción cartográfica del ACA, además de orientar a los automovilistas y turistas en las rutas, tendrá un rol destacado en la construcción de la configuración imaginaria del territorio nacional hacia 1930. En este sentido, consideramos que la construcción de una red nacional de transporte y comunicación, además de necesitar de una serie de mapas instrumentales para su construcción, también requirió de cartografías que, apelando al deseo de usar la ruta para llegar al destino turístico, contribuyeron a reforzar “unidad orgánica” del territorio Argentino.

## **ACA: TURISMO Y AUTOMÓVILES**

El turismo que se desarrolla desde fines de siglo XIX, en el marco del proceso de consolidación del estado nación Argentino y el modelo agroexportador, ha sido caracterizado como un turismo de élite. En efecto, los grupos más acomodados de la sociedad, identificados con los modos de vida europeos, practican un turismo cuya función social consistía en afirmar el selecto grupo de pertenencia (Bertoncello, 2006). En este contexto, una de las claves que permite comprender los lugares elegidos para vacacionar es la relación entre el ferrocarril y la práctica del turismo. En efecto, dicha relación signó los destinos turísticos en las primeras décadas del siglo XX en Argentina. Las empresas ferroviarias de propiedad británica “adquirieron rasgos de empresas de agencias de turismo, al organizar y ofrecer “paquetes turísticos”<sup>[1]</sup>(Ospital, 2005). Uno de los destinos turísticos más ofrecidos fue, indudablemente, una ciudad balnearia de la costa bonaerense: Mar del Plata<sup>[2]</sup>. Las propagandas distribuidas por las empresas ferroviarias, para promocionar destinos turísticos en lugares argentinos, señalaban la analogía de los mismo como sitios del viejo continente . Este hecho manifiesta hasta que punto la percepción de la élite permeaba la mirada turística (Urry, 2007) de los años anteriores a la primer guerra, otorgándole a la práctica del turismo un sentido ineludible de refinamiento y distinción social.

Luego de la primera posguerra, grupos cada vez más amplios de la sociedad argentina, comienzan a acceder a la posibilidad de vacacionar en destinos turísticos antes reservados a la élite: Mar del Plata, Córdoba y Mendoza comenzaron a recibir contingentes mayores de comerciantes, empleados y pequeños propietarios. Acompañando un proceso social que incorpora nuevos sujetos a la vida política, la práctica del turismo se comienza a instalar como un hábito de sectores medios urbanos que, aún en alojamientos modestos o alejados de los centros de atracción turística, deciden visitar los lugares elegidos por la élite (Ospital, 2005). Con la creciente participación de sectores hasta ese momento marginados de la práctica turística, también el ferrocarril será progresivamente desplazado como medio de transporte privilegiado para acceder a lo destinos turísticos. En efecto, una nueva máquina se iría incorporando con fuerza en la vida cotidiana los sectores medios urbanos: el automóvil.

A partir de la década de 1920 el incremento de la cantidad de automotores en Argentina es notable<sup>[3]</sup>(Ospital, 2005; Ballent, 2005). Los 430.000 automóviles existentes hacia principios de 1930 daban una proporción relativamente alta en la relación cantidad de unidades por habitantes, comparable con países como Francia y Gran Bretaña –y aún superior a Alemania. Esta presencia creciente del automóvil en el mercado local, fue correlativa con el ascenso de las empresas

automotrices norteamericanas, que paulatinamente fueron desplazando a las de origen inglés. En este contexto, las empresas norteamericanas -que tempranamente instalaron plantas de ensamblado y firmas de crédito asociadas- ofrecían precios más bajos y financiamiento, facilitando la adquisición del automóvil. Asimismo, los neumáticos y respuestos –inicialmente importados y de difícil acceso- hacia fines de la década de 1920 se podían comprar a las empresas asentadas en el país (Ballent, 2005).

A pesar de la importancia otorgada a las estrategias de los importadores -cuyo énfasis está dado por la incorporación del artefacto “civilizado” al cotidiano de los consumidores-, el creciente interés por el uso de los automotores debe indagarse también en la intervención de asociaciones deportivas como el TCA y el ACA. En esta línea, varias autoras (Ospital, 2005; Ballent, 2005; Piglia, 2008) han señalado el rol protagónico de ambas instituciones en la promoción del uso y la difusión del automóvil y el automovilismo. En este sentido, Anahí Ballent plantea que -tanto el TCA como el ACA- son “los principales constructores y soportes de una trama de instituciones, acciones y representaciones sociales cuyo centro era el automóvil; constituían dos soportes institucionales de los que puede denominarse la cultura del automóvil.”(2005: s/n). En dicha cultura, compuesta por dimensiones tanto materiales como simbólicas, encontramos el interés que despierta el automovilismo como deporte moderno; la producción y circulación de imágenes asociadas a nuevas tecnologías de la comunicación y el transporte; y, finalmente, la práctica del turismo y la infraestructura vial.

En la construcción de la cultura del automóvil, el ACA se posiciona como uno de sus actores más importantes. Ese rol destacado, aunque no es exclusivo, se puede comprender a partir de las acciones y símbolos que el ACA genera en torno al automóvil, como un medio de transporte y artefacto cultural. En efecto, desde su fundación en 1904, el ACA realiza una acción tenaz y constata con el fin de difundir la práctica del automovilismo, vinculándola a signos de distinción social y civilización. Inicialmente compuesto por miembros de la élite porteña[4], la institución desarrolla hasta fines de la década de 1910 una serie de actividades destinadas a incentivar la práctica del automovilismo y su uso recreativo. En este sentido, la emergencia de instituciones europeas y norteamericanas análogas parecía dar cuenta del “ímpetu renovador y progresista” en el que se inscribían un grupo selecto que “importaba” prácticas de distinción. De este modo, el automovilismo permitía trazar vínculos estrechos con los países más modernos: el “sport” (que comprendía tanto las carreras de resistencia y velocidad como las excursiones y el turismo) constituía una actividad que -al igual que el golf, el remo y el polo- contribuía a la “europeización” de la elite porteña de fines del siglo XIX y principios del XX (Piglia, 2006).

## Guías y mapas

La trayectoria del ACA en la década de 1920 puede ser comprendida a partir de varios factores que, de modo confluente, se manifestaron en el exponencial crecimiento del Club[5]. Sin embargo, no deben desestimarse las estrategias que la entidad –con vistas a aumentar el número de socios y su presencia pública- emprendió con éxito. Una de las estrategias con mayor recepción fue el automovilismo: ya en 1911, cuando apenas contaba con doscientos asociados, el Club organizó la primera de sus competencias que, con los años, serán una marca característica del ACA (Ballent, 2005). Otra apuesta importante consistió en la “nacionalización” de la entidad en los primeros años de la década de 1920. La creación de filiales en el interior del país, que alcanzará el número de 77 en 1928, permite explicar el incremento de los socios no residente en la ciudad de Buenos Aires. En este sentido, los datos cuantitativos son más que elocuentes: de 31 socios no residentes en 1921 a 20.211 (más de la mitad del total de socios) en 1931 (Piglia, 2007). Finalmente, la publicación de una *Revista del ACA*[6] contribuirá al proceso de expansión institucional que, basado en la difusión de las propias acciones y representaciones, permitirá amplificar el universo de signos que enlazarán al automóvil, el automovilismo y la práctica del turismo.

Para el ACA la promoción del turismo se convirtió, hacia principios del 1920, en una preocupación central. En este sentido, las consultas que recibía la entidad referente a itinerarios y estado de distancias quilométricas de los caminos motivaron la idea de abrir una nueva oficina dentro del Club. Con el objetivo de responder a esa creciente demanda, en el año 1922 se crea la Oficina Técnica Topográfica (OTT)[7]. En efecto, la práctica del turismo requería de la producción de información geográfica para orientar a los socios –y público en general- en el recorrido de las rutas y destinos turísticos (Ospital, 2005). Por ello, según lo expresaba la Comisión Directiva del Club, la OTT debía cumplir con un servicio de información, sin el cual era imposible “el desarrollo del turismo y (el) transporte mecánico en todo el Territorio de la Nación.”(*Revista del ACA*, 1923: 15). A un año de creada, la nueva oficina del ACA llevaba relevado más de 1100 kilómetros[8], que volcaba en información significativa para el viaje en rutas: distancias (kilometrajes parciales de los viajes), obstáculos (alcantarillas, puentes y pantanos), lugares de referencia (poblaciones y bifurcación de caminos) e insumos para el automotor (talleres de reparación, repuestos, gomas, naftas, aceites, etc.). Con la información geográfica obtenida, la OTT realizó sus primeras cartas hacia 1923.

El crecimiento del ACA -que se manifiesta no solo en el incremento de la cantidad de socios sino también en la mayor presencia pública de la entidad demandando al estado una política vial- motivará la necesidad de ampliar su funcionamiento institucional. En este sentido, en 1926 se crea la División de Carreteras (DC), y la OTT pasará formar parte de ella. Este nuevo organismo asumirá el lugar en el espacio público ganado por el Club, proponiéndose establecer relaciones con el estado y otras asociaciones vinculadas a automóvil; emprendiendo una acción educativa, mediante conferencias y publicaciones; trabajando en la reparación y señalamiento de caminos; y relevando información para la producción de mapas ruteros y guías de turismo[9]. Respecto de su organización interna, la Comisión de Carreteras (CC) se componía con tres miembros de la comisión directiva del ACA, tres ingenieros civiles, seis importadores de automóviles, un importador de neumáticos, un importador de lubricantes y el Presidente de el Club[10]. Para el financiamiento de las tareas que realizará este nuevo organismo se creará un fondo de carreteras[11], que contará con recursos propios del Club y aportes de los importadores de autos y anexos.

El nuevo perfil institucional que irá asumiendo el ACA en la década de 1920 transformará la composición social de los socios. En efecto, la élite porteña con vínculos de proximidad social, que constituían una identidad exclusiva y homogénea, dará paso a una nueva identidad común (Piglia, 2006) que permitirá el exitoso crecimiento de la masa societaria. En este contexto, tanto la creación de la OTT como, posteriormente, la emergencia de la DC da cuenta de las nuevas demandas y desafíos que enfrenta la entidad. En este sentido, la producción de mapas ruteros y guías de turismo eran el resultado de una política institucional que, al tiempo que daba respuesta a una demanda de los asociados, contribuiría a instalar una serie de imágenes y símbolos que tendrán en el automóvil un lugar de anclaje nodal.

## **Cuestiones públicas**

En los estatutos del ACA, aprobados en 1924, aparece claramente la necesidad de intervención pública del Club[12]: prescribiendo la participación activa de la entidad en eventos y peticionando ante las autoridades. En este sentido, el problema vial será una de las cuestiones constantemente planteadas en los congresos y conferencias en los que participe la entidad que, ocupando la escena pública, interpelará al estado para que instrumente políticas que resuelvan la situación de los caminos. Abordado en términos de problema nacional[13] y patriótico[14], la construcción de caminos también se vincularán con el interés personal. En efecto, la fluidez de los vínculos comerciales que permitiría el transporte automotor, dinamizando la industria automotriz, abarataría el costo de los vehículos. Esto último, favorecería el crecimiento de una práctica

característica de las culturas más avanzadas: el turismo.

El ACA compartirá con el TCA dos preocupaciones fundamentales: en primer lugar, el estímulo hacia la práctica del turismo y, en segundo término, la ausencia de una política vial (Piglia, 2006 y 2008; Ospital, 2005). Especialmente durante los años '20, las intervenciones de ambos Clubes contribuyeron a instalar la vialidad y el turismo en la agenda pública, trazando estrategias con el fin de incidir en las políticas del estado argentino. Ambas entidades insistieron en que el problema vial y el turismo no eran cuestiones circunscriptas a los intereses de actores particulares; muy por el contrario, sostuvieron que sendas temáticas estaban íntimamente ligadas al progreso del país y, por lo tanto, interpelaban el deber patriótico de cada ciudadano. En este sentido, desde los congresos y conferencias que organizaron o promovieron, tanto como en sus publicaciones, ejercerán una acción militante en favor del turismo y los caminos.

El primer Congreso Panamericano de Carreteras -organizado en 1925 por el TCA- contó con la participación de técnicos estatales, asociaciones de técnicos argentinos, importadores de automóviles y el ACA. Siguiendo la experiencia modelo norteamericana, distintos actores vinculados al automóvil se encontraron para reflexionar sobre la problemática vial en Argentina. Con motivo del Congreso se instituyó el 5 de octubre como Día del Camino y, el ministro de Obras Públicas, Roberto Ortíz, entrega al Congreso un proyecto de ley de vialidad (que no será tratado hasta después de 1930). El Congreso Panamericano de Carreteras de 1925 permite reconocer los actores que, nucleados en torno a la naciente cultura del automóvil, se posicionarán como constantes demandantes ante el estado Argentino de una política vial que solucione el problema de los caminos (Ballent, 2005). Por otra parte, los Congresos Nacionales de Vialidad [15] jugaron también un rol destacado en la instalación pública de la demanda por la construcción de caminos. En efecto, el primer Congreso Nacional de Vialidad -organizado por el Turing Club Argentino- se proponía la "resolución inmediata del asunto mediante la ejecución de una ley que estatuya sobre la materia." (Alvarez, 1981: 233). Del mismo modo, en el segundo Congreso, realizado en 1929, se insistió en la necesidad impostergable de construir una red de carreteras nacional.

Desde la misma estrategia de instalación pública utilizada para la cuestión vial, en 1927 y 1930, el ACA organizó dos Conferencias Nacionales de Turismo, desarrolladas en las ciudades de Alta Gracia (Córdoba) y Mendoza. En estos eventos -que no casualmente se realizarán en destinos turísticos constituidos por los ferrocarriles, la hotelería y su atractividad paisajística- se abordarán las siguientes temáticas: la intervención estatal, el rol de la acción privada, la función del automotor y la necesidad de construir caminos. La centralidad del problema vial y automotor no dejaba dudas en torno a las preocupaciones que la entidad había manifestado hacía ya una década: sin la intervención política pública en la construcción de una red vial nacional, el crecimiento que manifestaba el parque automotor y la práctica del turismo encontrarían una barrera insalvable (Ospital, 2005).

Tal como lo planteaba el ACA, la creciente masificación de la práctica turística - que se incrementará de manera constantemente en el período de entreguerras (Bertoncello, 2006; Scarzanella, 1998; Silvestri, 1999)- se encontraba hacia la década de 1930 con dos obstáculos importantes: el costo de los automóviles y la situación de los caminos. En primer lugar, el precio de los automóviles y su mantenimiento, constituía un elemento que limitaba el consumo de amplios sectores de la sociedad. A pesar de ello -como hemos señalado- el incremento de la cantidad de automotores en el período 1920-1930 es muy importante. El segundo obstáculo, que tendrá a nuestro juicio un rol central, estaba constituido por el estado de la vialidad en la Argentina hacia fines de la década de 1920. A modo de ejemplo, podemos mencionar que el recorrido Buenos Aires-Mar del Plata -que posteriormente adquirirá el carácter de destino turístico por excelencia- demandaba más de diez horas de viaje, sobre un camino que carecía de señalización adecuada y podía deteriorarse ante una lluvia más o menos intensa (Piglia, 2008).

Las estrategias del ACA -que comprendían tanto la producción de guías y mapas como la intervención pública- con el fin de promover la práctica del turismo encontraban en el estado de las

carreteras un obstáculo infranqueable. En efecto, cómo bien lo expresaba la entidad, el uso del automóvil y el viaje turístico sólo podrían desarrollarse si el Estado, reorientando su política de transporte, daba el paso del riel al camino.

## **DEL RIEL AL CAMINO**

En muchos países, a partir de los años 1920, los ferrocarriles empiezan a ser desplazadas por la intensificación del uso del automotor. Sin embargo, fundamentalmente en aquellos cuya economía se orientaba al mercado externo, recién a con la crisis mundial de 1930 las líneas férreas dejarán paso a la carretera (Capel, 2007). Este proceso se verifica para el caso Argentino. En efecto, desde fines del siglo XIX a principios del XX, los caminos eran apéndices del riel[16]. En efecto, el sistema de transporte y comunicación ferroviario estaba estructurado en torno a la producción destinada al mercado externo: carnes, cereales y pasajeros eran transportados por las vías férreas hacia los puertos del litoral -fundamentalmente Buenos Aires- trazando la imagen de un abanico. En ese contexto, la situación vial argentina, aún teniendo un importante parque automotor, era sumamente precaria. Recién en la década de 1930 –en el marco de la crisis del modelo agroexportador- la política estatal tendrá a la cuestión vial en el centro de sus preocupaciones (Alvarez, 1982; Ospital. 2005).

Las instituciones ocupadas de la actividad vial en la Argentina, adquirirán una primera configuración estable con la aprobación de la Ley 5.315[17]. Esta Ley establece el financiamiento público de la red vial[18] -basado en un porcentaje de los beneficios obtenidos por las empresas ferroviarias- para la construcción y mantenimiento de puentes y caminos vinculados al trazado de las vías férreas. Los recursos disponibles a partir de la implementación de la llamada Ley Mitre se destinarán “a la construcción y reparación de los caminos de acceso a las estaciones, por lo general en zonas agrícolas y hasta distancias de ellas que pocas veces superaron los 20 km.”(Alvarez, 1981: 232). Aún contribuyendo en la configuración de la red vial, en este período la política caminera sólo se limitaba a un entramado de caminos locales que, a modo de afluentes, alimentaban la estructura central de los ferrocarriles. De este modo, la carencia de un proyecto integral de vialidad constituía un hecho que, debido a un conjunto de procesos confluentes, solo encontrará una solución estructural en la década de 1930.

El 30 de septiembre de 1932 fue sancionada la Ley Nacional de Vialidad (N° 11.658), cinco días más tarde, con al intención de conmemorar ese hecho, se declaró el Día del Camino. Analizada tanto desde su dimensión institucional, política, financiera y administrativa, la Ley Nacional de Vialidad estableció las disposiciones fundamentales que darán inicio a una nueva etapa en la política vial del estado argentino. En primer lugar, se proyecta una red troncal de caminos a cargo del estado nacional, quien iría adquiriendo los terrenos necesarios y ejecutando las obras correspondientes. En segundo término, se creaba una nueva la entidad administrativa, La Dirección Nacional de Vialidad (DVN)[19], que tenía la tarea de realizar un estudio de la situación vial y proyectar la red a construirse. En tercer lugar, el fondo nacional de vialidad[20] disponía una serie de recursos, asegurando la inversión pública con un destino específico: la construcción de caminos. Y, finalmente, se disponían recursos para los gobiernos provinciales para que completasen la red vial nacional (Alvarez, 1981).

Bajo la órbita del Ministerio de Obras Públicas, entre 1932 y 1939, la Dirección Nacional de Vialidad estará a cargo del ingeniero Justiniano Allende Posse. En este período, el proyecto primigenio del ingeniero Posse pretendía comenzar un plan vial que, basado en la construcción de caminos para el desarrollo de la producción, ubicaba en un segundo plano los tramos carreteros que

servían al turismo. Sin embargo, el significativo desarrollo que tendrá la práctica turística en rutas, forzará a revisar los supuestos desde los que fue concebida la obra vial en Argentina. En efecto, para señalar un ejemplo, el tramo carretero Buenos Aires-Mar del Plata, hacia fines de la década del 1930 será pavimentado, atendiendo al conspicuo flujo turístico que llegara a la ciudad balnearia bonaerense (Ballent, 2008, Ospital, 2005).

El plan vial que llevará adelante la nueva repartición –según lo plateaban el discurso oficial– debía revestir un carácter nacional, sistemático e integral. En este sentido, Anahí Ballent, refiriéndose al sistema proyectado, afirma que:

“Dicho sistema exigía ser representado como totalidad a escala nacional, apelando a una abstracción, el mapa patrio, para transformarlo en el “mapa carretero” o explayarlo analíticamente en un “atlas vial”. De esta manera establecía jerarquías de emprendimientos y subrayaba el carácter sistemático del proyecto: “red troncal nacional”, “camino provinciales”, “camino locales”. Esta coordinación, que representada sobre el territorio producía el resultado de una malla y no de un abanico, como ocurría con el trazado de los ferrocarriles, no era obvia para la mirada de los años treinta: justamente uno de los valores de la ley de vialidad era su capacidad de sistematizar, de crear un conjunto ordenado donde anteriormente existían iniciativas dispersas.”(Ballent, 2005: s/n).

El hecho de que la figura del “Mapa Vial de la Argentina” no sea un abanico, sino una malla, nos dice mucho sobre las transformaciones imaginarias operadas a partir de la creación de la DNV. En efecto, la imagen del abanico de líneas férreas que culminaba en los puertos del litoral será yuxtapuesta por la representación de caminos entramados que –en algunos casos acompañando el trazado del ferrocarril– incorporarán una nueva configuración imaginaria del territorio Argentino. En este sentido, la construcción del “Mapa Vial de la Argentina”, contribuirá a consolidar la idea simbólica –difundida durante gran parte del siglo XX– de la integración nacional orgánica.

## CONCLUSIÓN

El notable incremento de la cantidad de automóviles entre los años 1920-1930 permite entender las campañas a favor de la construcción de caminos, interpelando al estado para la creación de una red troncal que conecte los principales centros de producción y consumo. En efecto, en la década de 1920, distintos actores fueron tomando la escena pública en favor de la construcción de una red nacional de caminos: los importadores de autos y anexos –nucleados en la Asociación Argentina de Importadores de Automóviles y Anexos (A.A.I.A.A.) y las asociaciones de automovilistas – como el TCA y el ACA. Como hemos señalado, el TCA y ACA se posicionaron como dos actores centrales en la demanda al estado de una política vial que resuelva el estado precario de los caminos. En este sentido, las políticas de promoción y los estímulos para el uso de los caminos permitieron construir un imaginario en torno a la “cultura del auto”, que acrecentó el lugar simbólico del mismo y la necesidad de su uso.

En el caso del ACA, el crecimiento institucional en los años '20 se expresará en la creación de nuevas dependencias: la Oficina Técnica Topográfica (OTT) y –posteriormente– el Departamento de Carreteras (DC). Dedicadas al relevamiento y señalamiento de caminos, así como a la producción de guías y mapas para turistas, esta política institucional tendrá dos consecuencias importantes: en primer lugar, reforzarán el rol de la entidad como un agente relevante en la difusión de una serie de imágenes que vinculan el automóvil, el automovilismo la práctica del turismo; y, en segundo término, contribuirán a posicionar al ACA en el espacio público como uno de los principales “voceros” en la demanda de una política oficial vial y de turismo.

De este modo, la producción de imágenes territoriales de la Argentina –que irán

construyendo el “mapa turístico de la nación”- y la estrategia de una asociación civil que interpela al estado por una política vial -que se concretará con la creación de la Dirección Nacional de Vialidad (DVN)- hacen del ACA un actor significativo para pensar la relación entre imágenes, política y territorio en los años 1920-1930. En efecto, a partir del estudio de las prácticas institucionales, podemos concluir que el ACA contribuyó a construir una imagen territorial representativa de la política pública en la década de 1930: “Mapa Vial de la Argentina”. En este sentido, sostenemos la idea de que para la construcción de la red vial Argentina, además de imágenes cartográficas “útiles” que permitieran realizar las obras, fue necesario una serie de imágenes cartográficas que, apelando al deseo de usar los caminos, tuvieron un rol simbólico clave: reforzar la “unidad orgánica” del territorio Argentino.

## Referencias

Akerman, James R. (2002) “American Promocional Road Mapping in the Twentieth Century”, *Cartography and Geographic Information Science*, Vol. 29, N° 3, pp. 175-191.

Almiron, Analía, Troncoso, Claudia y Lois, Carla (2007), “Promoción turística y cartografía. La Argentina turística en los mapas de la Secretaría de Turismo de la Nación (1996-2004)”, *Investigaciones geográficas, Boletín del Instituto de Geografía*, UNAM, Núm. 62, pp. 138-154.

Alvarez, Norberto (1981) *Intereses sectoriales e intervención del estado en el origen de la red caminera argentina, 1930-1943*, Versión Preliminar presentada en V Congreso Nacional y Regional de Historia Argentina organizado por la Academia Nacional de la Historia, Resistencia (Chaco).

Ballent, Anahí (1999), “Mar del plata: croquis en la arena”, en Altamirano, C., *La Argentina del siglo XX*, Ariel, Universidad nacional de Quilmes, Buenos Aires, pp. 1991-2004.

Ballent, Anahí (2005), “Kilómetro cero: la construcción del universo simbólico del camino en la Argentina de los años treinta”, *Bol. Inst. Hist. Argent. Am. Dr. Emilio Ravignani*, ene./jun., no.27, p.107-136. ISSN 0524-9767.

Ballent, Anahí (2008), “Ingeniería y Estado: la red nacional de caminos y las obras públicas en la Argentina, 1930-1943”, *Historia, Ciências, Saude - Manginhos*, Río de Janeiro, v.15, n.3, p87-847, jul-set. 2008.

Bertoncello, Rodolfo (2006) “Turismo, territorio y sociedad. El Mapa Turístico de la Argentina”, en Geraiges de Lemos, M. I., Arroyo, M. y Silveira, M. L. (2006), *América Latina: cidade, campo e turismo*, CLACSO, San Pablo (Brasil). Disponible en <http://www.biblioteca.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemos/18berton.pdf>

Capel, Horacio (2007), “El ferrocarril, el territorio y las redes de ciudades”, en *Biblio 3W Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, Universidad de Barcelona, Vol.XII, n° 717.



Disponible en <http://www.ub.es/geocrit/b3w-717.htm>

Harley, J. B. (2001) *La nueva naturaleza de los mapas*, Fondo de Cultura Económica, Distrito Federal (México)[2005]

Hiernaux, Daniel (2006), “Geografía del turismo”, en Hiernaux D. y Lindón A. (Dir.), *Tratado de Geografía Humana*, Anthropos, Barcelona (España).

López, Beatriz Hebe y Rubins, Roxana (2001), “Dos proyectos de obra pública vial”, presentado en *I Congreso de Administración pública, sociedad y gobierno*, Rosario (Argentina). Disponible en [www.aaeap.org.ar/ponencias/data/Lopez\\_rubin.htm](http://www.aaeap.org.ar/ponencias/data/Lopez_rubin.htm)

Mantobani, María José (1997), “Notas sobre el problema de la creación de los primeros balnearios argentinos a fines del siglo XIX”, en *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. Universidad de Barcelona*, N° 11, 1 de diciembre de 1997. Disponible en <http://www.ub.es/geocrit/sn-11.htm>

Monmomonier, Mark (2005) *Mapping the Third Reich: Nazi Restriction on Map Content and Distribution*, disponible en [www.sunysb.edu/libmap/coordinates/seriesb/nº2/b2](http://www.sunysb.edu/libmap/coordinates/seriesb/nº2/b2).

Ospital, María Silvia (2005), “Turismo y territorio nacional en Argentina. Actores sociales y políticas públicas, 1920-1940”, en *Revista EIAL*, 6(2). Disponible en <http://www.tau.ac.il/eial/current/ospital.htm>, sin número de página.

Piglia, Melina (2006), “Asociaciones civiles y Estado en los años veinte: la intervenciones del Automovil Club Argentino y del Turing Club Argentino en materia de vialidad”, presentado en *IV Jornadas Nacionales de Espacio, Memoria e Identidad*. Rosario (Argentina). Disponible en *Historia política* <http://historiapolitica.com/datos/biblioteca/piglia.pdf>

Piglia, Melina (2007), “Ciudades de lona: el Automóvil Club y la construcción de campings como lugares turísticos en la entreguerra (1926-1939)”, en Zusman, P., Lois, C. y Castro H. (Comp.), *Viajes y geografías*, Prometeo, Buenos Aires (Argentina).

Piglia, Melina (2008), “La incidencia del Touring Club Argentino y del Automóvil Club Argentino en la construcción del turismo como cuestión pública: 1918-1929”, en *Estud. perspect. tur.*, ene./mar., vol.17, no.1, p.51-70. ISSN 1851-1732.

Scarzanella, Eugenia (1998) “El ocio peronista: vacaciones y “turismo popular” en Argentina (1943-1955)”, en *Revista Entrepasados*, N° 14, pp. 65-84.

Silvestri, Graciela (1999) “Postales argentinas”, en Altamirano, C., *La Argentina del siglo XX*, Ariel, Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, pp. 111.135.

Thrower, Norman (1999) *Mapas y civilización. Historia de la cartografía en su contexto cultural y social*, Serbal, Barcelona (España) [2002]

Urry, John (2007), “Culturas móviles”, en Zusman, P., Lois, C. y Castro H. (Comp.) (2007), *Viajes y geografías*, Prometeo, Buenos Aires (Argentina).

## Fuentes

*Revista A.C.A*, N° 52, 53, 57 y 58 (1923).

*Revista A.C.A*, N° 63 (1924).

*Revista A.C.A*, N° 89, 90 y 93 (1926).

*Automovilismo*, N° 136 y 141 (1930).

---

\* Facultad de Humanidades, Arte y Ciencias Sociales. Universidad Autónoma de Entre Ríos (UadER). Argentina

[1] Las empresas de ferrocarril compraron o construyeron hoteles en distintos destinos turísticos. Señala Ospital (2005) que “los sitios más conocidos fueron los hoteles de Córdoba: el Sierra Hotel (Alta Gracia) y el Hotel Yacanto (Villa Dolores) así como el termas Hotel Puente del Inca en Mendoza”(Ospital, 2005: s/n).

[2] Tal como señala Mantobani (1997), cuando analiza la transformación urbana de la ciudad-balneario, los “espectaculares cambios producidos en Mar del Plata partir de 1886, no hubieran sido posibles si a la llegada del ferrocarril no se hubieran añadido las nuevas significaciones imaginarias de la villa balnearia que, a su vez, fueron encarnadas y difundidas por la élite gobernante y la aristocracia argentina.”. Esta observación del autor, sin desestimar la condición material que constituye el ferrocarril, nos permite inferir el lugar que ocupan las imágenes en la construcción del destino turístico Mar del Plata.

[3] El crecimiento del número de automóviles tiene un punto de inflexión en la década que de 1920-1930: de 48.00 mil se pasó a 430.000 unidades. La crisis mundial de 1930, que afectó tanto a los importadores norteamericanos como a la capacidad de consumo local, marcó un momento de retroceso en el proceso creciente de uso de automotores en la Argentina. En efecto, la cantidad de automóviles de 1940 apenas manifiesta un crecimiento de 20.00 unidades respecto de 1930.

[4] Hasta principios de la década de 1920, la dirigencia del TCA y el ACA provenían de los mismos grupos sociales (Piglia, 2006).

[5] Cantidad de socios del ACA tiene un crecimiento conspicuo: de los 470 asociados en 1921 se pasa a los 32.652 en 1931, superando la cantidad de asociados del Turing Club Argentino (Piglia, 2008).

[6] Manteniendo su continuidad y numeración, la *Revista del ACA* comenzó a publicarse en 1918 y, a mediados de 1928, cambió su nombre al de *Automovilismo*. Para Melina Piglia “la revista contribuyó a definir un “colectivo” (que el ACA aspiraba a representar) de personas interesadas en la difusión del automóvil por los beneficios directos que de ello esperaba, pero también por su “patrioterismo” y preocupación por el progreso de la nación. Contribuyó a la vez a construir una identidad común para este colectivo, pivotando sobre una serie de valores que integraban una incipiente “cultura del automóvil”.(2006:10).

[7] A principios de 1922, la Comisión Directiva del Club discutió los fundamentos de la conformación de la OTT. Como conclusión de esos debates se estableció que la finalidad de la nueva oficina consistiría en “establecer un servicio informativo sobre caminos y confección de cartas caminera sobre el terreno con todo el acopio de datos de verdadera utilidad para el viajero.”(*Revista del ACA*, Julio de 1923: 15).

[8] Los primeros caminos relevados por la OTT fueron los que unían Buenos Aires, Chascomús, Dolores, Maipú Mar del Plata y Mar del Sud; en un segundo relevamiento, se trabajó sobre el siguiente itinerario: Buenos Aires, Luján, Ruíz, San Andrés de Giles, Carmen de Areco y Pergamino.

[9] El Reglamento de la División de Carreteras expresa los fines del organismo en su Artículo 1: “Con el objetivo de desarrollar una acción intensa y de mayor eficacia, en pro del mejoramiento de la vialidad Argentina, promoviendo el interés de las autoridades y el pueblo, en general, ya sea ejecutando trabajos camineros tanto de reparación y señalamiento de las rutas que más lo necesitan, como levantamiento y confección de guías de turismo o llevando a cabo una firme y orientadora campaña educativa, mediante estudios especiales, conferencias, publicaciones, exposiciones, etc., la C.D. de Automóvil Club Argentino ha resuelto crear, bajo su inmediata dependencia un organismo especial con la denominación de División de Carreteras.”(*Revista ACA*, Marzo de 1926: 7).

[10] Según lo establece el reglamento la CC, se reuniría una vez por mes en sesión ordinaria y tantas sesiones especiales como se consideren convenientes. La función de la misma consistía en: aprobar el cálculo de recursos y gastos, autorizar la inversión de los fondos y elevar informes mensuales y semestrales. La CC contaba con un Comité Ejecutivo (CE) -conformado por el Presidente, el Vicepresidente y un vocal (designado por la CC)- cuyos miembros duraban el lapso de un año. La función del CE era preparar el plan de trabajo que se ejecutaría en el año. Finalmente, se creaba un Departamento Técnico de Carreteras –absorbiendo la OTT- que “será el asesor, en materia de caminos de ACA y deberá preparar el plan de trabajo y ejecutar en todas sus secciones.”. (*Revista ACA*, Marzo de 1926: 7)

[11] El fondo de carreteras estará compuesto por la mitad de los aportes de los socios del interior, el aporte de los importadores y fabricantes de autos y anexos, las contribuciones de las autoridades Nacionales, Provinciales y Locales y por la venta de guías o mapas carreteros.

[12] En los nuevos estatutos del ACA, aprobados por la Asamblea el 28 de Julio de 1924, se establece -en el artículo 3º, inciso a)- que la institución debe estimular el uso del automóvil “celebrando o tomando parte en conferencia, congresos o exposiciones.”, así como también –en el inciso c)- prescribe que la entidad “Intervendrá ante las autoridades, Municipales, Provinciales y Nacionales que correspondan, para obtener la adopción de reglamentaciones, o mejoras en las existentes, relacionadas con la conducción de vehículos y tráfico en general.” (*Revista ACA*, Enero de 1924: 86).

[13] En una de las editoriales dedicadas a la cuestión vial, titulada *Vialidad. El gran problema nacional. Necesidad de hacer obra en conjunto*, se afirma la necesidad de “...ir reemplazando los primitivos caminos de tierra por los afirmados, más en armonía con el progreso alcanzados en nuestro país en otros órdenes, para facilitar no solo el cómodo y rápido tráfico de productos de punto a punto, dando serio impulso al engrandecimiento comercial, sin ser, además, factores maravillosos en pro del turismo, fruto de las civilizaciones avanzadas; vínculo efectivo y rápido de

las relaciones de los pueblos...”.(Revista del ACA, Marzo de 1923: s/n).

[14] El sentido patriótico y práctico de la política vial es señalado en reiteradas oportunidades. “A parte de los patrióticos servicios que con ello [construcción de caminos] prestarán a la nación, los automovilistas que se esfuercen por hacer comprender a las autoridades la imperiosa necesidad de construir la mayo cantidad de carreteras y de mejorar las ya existentes, no harán más que velar al mismo tiempo por sus propios intereses, contribuirán a que la producción de automóviles y accesorios se intensifique y que, debido a esto, sea más bajo el costo original y menores los gastos de funcionamiento y conservación.” (Revista ACA, Julio de 1923:24).

[15] En la revista de la entidad aparecen dos trabajos presentados en el primer Congreso Nacional de Vialidad, realizado en 1923, que permiten inferir el sentido civilizatorio que adquiere la construcción de una red vial. Por ejemplo, la ponencia del Ingeniero Geógrafo Adrián Ruíz Moreno, contrapone dos tipos de prácticas cartográficas: la parlante y la moderna. Los “vaqueanos” son la expresión aún persistente –aunque “extinguiéndose rápidamente”- de las cartas parlantes, en tanto son conocedores de lugares y regiones. En cambio, las representaciones cartográficas, reflejan el desarrollo de “las ciencias, las artes y la industria.”(Revista del ACA, Julio de 1923: 16). Por su parte, en otra intervención, el Ingeniero Carlo Gallardo, declara (la) “conveniencia de la confección del mapa de la Vialidad Argentina”, en el que se debe indicar “el trazado de Ferrocarriles, líneas de navegación, fluvial y lacustre, el recorrido que hacen los automóviles de empresas establecidas y galeras y diligencias, los caminos para automóviles, carruajes, motocicletas, bicicletas, etc.”.(*Idem.*, Julio de 1923: 16).

[16] En el período anterior a la construcción de los ferrocarriles (antes de 1875), la conjunción de centros poblacionales dispersos, medios de transporte precarios y escasez de recursos otorgaba a la red caminera un carácter lábil. En este sentido, vale la pena señalar que el debate político estaba signado, a expensas del problema vial, por la navegación de los ríos y el usufructo de las rentas del Puerto.

[17] En 1875 (Ley N° 757) se crea el Departamento de Ingenieros Civiles, que tenía bajo su órbita un área de Inspección General de Puentes y Caminos. Con la creación del Ministerio de Obras Públicas en 1898 (Ley N° 3727), la Dirección General de Vías de Comunicación y Arquitectura contará con la Inspección General de Puentes, Caminos y Telégrafos. Finalmente, recién con la aprobación de la llamada Ley Mitre (N° 5315) en 1907, con la Dirección General de Puentes y Caminos -y la emergencia de un ente autárquico, la Comisión administradora de Fondos de Caminos- se consolidará una estructura burocrática estable destinada a la actividad vial (López y Rubins, 2001).

[18] La llamada Ley Mitre “establece un impuesto a los ferrocarriles generando una contribución del 3 % del producto líquido para la construcción o mantenimiento de puentes y caminos ordinarios, de los municipios o departamentos cruzados por la línea férrea, por los caminos que crucen las vías, y en proporción a los kilómetros de vías por provincia.”(López y Rubins, 2001: s/n).

[19] La DNV reemplaza a la ya existente Dirección General de Puentes y Caminos.

[20] Según los establecía la Ley Nacional de Vialidad, los recursos se obtenían de los impuestos a la nafta y lubricantes, las contribuciones de la Ley Mitre (N° 5315), un aporte de Rentas Generales, la contribución por mejoras de los Territorios Nacionales, multas por incumplimientos de contratos, donaciones, rentas de títulos e intereses (se autoriza a la DVN a emitir títulos para la construcción de caminos). En 1939, la ley 12.625, modificó las fuentes de recurso y su distribución (Alvarez, 1981).