

LA INCIDENCIA DEL TOURING CLUB Y DEL ACA EN LA CONSTRUCCIÓN DEL TURISMO COMO CUESTIÓN PÚBLICA (1918-1929)

*Melina Piglia**
Universidad Nacional de
Mar del Plata - Argentina

Resumen: Este trabajo procura analizar el modo en que, durante la década del veinte, el Touring Club Argentino (TCA) y el Automóvil Club Argentino (ACA) configuraron al turismo como problema público, pensándolo como industria, como fuente de civilización para los pueblos atrasados y como agente de fomento de la salud pública, la armonía social y el patriotismo. Estos clubes (en particular el Touring Club) demandaron la intervención estatal en la promoción y regulación del turismo, y procuraron suplir parcial y transitoriamente la ausencia de acción estatal y orientar las políticas públicas.

PALABRAS CLAVE: historia del turismo; política turística; clubes de automovilistas.

Abstract: The Influence of the Argentine Touring Club (TCA) and the Argentina Automobile Club (ACA) in the Construction of Tourism as a Public Issue (1918-1929). This work aims to analyze the way in which during the 1920s, TCA and ACA shaped tourism as a public issue, posing it as an industry, as a source of civilization for back warded regions and as an agent for the encouraging of public health, social harmony and patriotism. These clubs (especially the Touring Club) demanded intervention of the State in promoting and regulating tourism, attempted to partially and temporarily substitute the State that failed to fulfill those demands, and searches to orient public policies.

KEY WORDS: history of tourism; tourism policy; automobile and touring clubs.

INTRODUCCIÓN

El Touring Club Argentino (TCA) y el Automóvil Club Argentino (ACA) fueron los dos más importantes clubes sociales y deportivos ligados al mundo del automóvil de la Argentina de entreguerras. Surgidos en la elite porteña en la primera década del siglo XX, en los años veinte, ambos alcanzaron un tamaño muy importante y desplegaron una amplia gama de notorias acciones públicas a favor de la vialidad, el automovilismo y el turismo alcanzando gran repercusión gracias a las estrechas relaciones de esos clubes con la prensa.

Este trabajo procura analizar el modo en que durante la década de 1920 el TCA y el ACA configuraron al turismo como problema público, demandaron la intervención estatal en su

* Graduada de la carrera de Historia por la Universidad de Buenos Aires y doctorando en Historia por la misma universidad. Es becaria del CONICET desde el 2004 y actualmente se desempeña como docente en la Universidad Nacional de Mar del Plata. E-mail: pigliamelina@gmail.com.

promoción y regulación, y procuraron suplir parcial y transitoriamente la ausencia de acción estatal y orientar las políticas públicas.

El trabajo se sitúa en el cruce de dos campos de indagación histórica que han ido recibiendo creciente atención en las últimas décadas. En primer lugar, los debates sobre la relación entre el Estado y la sociedad civil, y sobre las características de la sociedad civil, que han adquirido particular relevancia en la historiografía de los últimos veinticinco años en parte a causa de las preguntas abiertas por las transiciones democráticas en Latinoamérica y Europa Oriental. En el caso de la Argentina, en los últimos años numerosos analistas han coincidido en destacar el fortalecimiento y la creciente articulación de la sociedad civil durante el período entre las dos Guerras Mundiales y el predominio de la vinculación directa entre los intereses sociales y económicos y el Estado como forma de canalización y procesamiento de los intereses y los conflictos sociales (por ejemplo, Marchese 2000; Romero 2002). Para Tulio Halperín (2000), en el marco de un paisaje social hecho complejo por la movilidad social y los cambios políticos y económicos, los intereses eran múltiples y variadas organizaciones los expresaron presionando de manera variada sobre el Estado; y los diagnósticos y las soluciones de estas cuestiones fueron configurados previamente por los intereses en juego.

En segundo término, el turismo ha comenzado a ser frecuentado como tema por la sociología, la antropología, la geografía y la historia. En la Argentina, trabajos pioneros como los de Elisa Pastoriza (1994, 2002), se han centrado en una perspectiva de historia urbana, indagando sobre la historia del turismo en Mar del Plata (y de Mar del Plata como ciudad turística), dando cuenta de las políticas locales, de la emergencia y las transformaciones de los espacios de sociabilidad y de las prácticas recreativas. Por otro lado, algunos aspectos vinculados al turismo de los clubes que analizamos, han sido abordados por los trabajos de María Silvia Ospital (2005) y de Alejandro Capanegra (2002). Ospital ha rastreado las transformaciones en las ideas sobre el turismo entre la primera guerra y 1940 haciendo hincapié en la campaña de los importadores de automóviles vehiculadas por el ACA en favor del turismo en automóvil, presentado como “democratizador”. Asimismo ha enfatizado la importancia de las ideas sobre el turismo como un elemento saludable y fortalecedor del patriotismo. Capanegra, por su parte, ha analizado en clave sociológica al TCA y afirmado la influencia decisiva de la concepción turística del TCA sobre la política turística argentina desde los años 1930.

El trabajo se centra, entonces, en el período previo a la emergencia de las primeras políticas públicas nacionales específicamente dirigidas al turismo (como la creación de la Dirección de Parques Nacionales en 1934) y apunta a pensar la forma en que ciertas cuestiones como el turismo, fueron inicialmente planteadas como problemas por la sociedad civil y solo más tarde ingresaron a la agenda estatal.

UN PAÍS DE TURISMO: EL TURISMO COMO INDUSTRIA

Desde sus orígenes en 1907, el TCA tuvo por finalidad principal la presión en favor de ciertas “causas públicas”: la vialidad primero, el turismo después. En función de eso, el TCA procuró reclutar socios más allá de los confines de la elite porteña para encolumnarlos detrás de la causa vial. Desde el comienzo apuntó a que cada ciudad o pueblo tuviera un delegado del TCA y presentó la afiliación al club como una cuestión de principios que no requería la posesión de un automóvil (TCA enero de 1909:3). El club creció aceleradamente llegando en 1923 a los 10.000 socios y más de 200 delegaciones en el interior. El ACA, en cambio, continuó siendo hasta 1924 un club fundamentalmente porteño, de dimensiones reducidas y crecimiento muy lento.

Tabla 1: Análisis comparativo entre cantidad de autos y de socios del ACA y del TCA

Año	automotores en Argentina*	socios del ACA	socios del TCA
1907	1.893	-	514
1908	2.388	-	1.952
1909	3.219	-	3.262
1910	4.800	200	4.070
1911	7.500	-	5.163
1912	9.665	-	5.641
1913	14.780	-	6.131
1914	15.965	-	6.191
1915	18.812	-	6.238
1916	24.741	-	6.273
1917	35.772	-	6.447
1918	41.698	-	6.994
1919	46.269	-	7.640
1920	50.468	-	8.260
1921	75.000	470	8.720
1922	84.737	-	9.763
1923	100.716	720	10.046
1924	130.740	3.650	-
1925	168.653	8.249	-
1926	233.351	12.000	-
1927	287.783	13.411	-
1928	-	18.792	-
1929	-	24.903	-
1930	-	-	-
1931	420.000	32.652	29.701

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la revista del A.C.A., la revista del T.C.A. y los registros anuales de importación de automóviles

De acuerdo con sus estatutos, el TCA, inspirado en las instituciones similares de Europa tenía por objeto fomentar el turismo en la Argentina (Guía TCA 1911-1912:107). Pero al menos hasta 1926 los dirigentes del club invirtieron estas prioridades y consideraron al mejoramiento de la vialidad como la misión fundamental del TCA. De acuerdo con el diagnóstico que expresaba la revista del club, en Argentina -país vasto y poco poblado, con amplias zonas aisladas- el turismo no era ni podía constituirse en lo inmediato en una actividad rentable. Era una práctica moderna, civilizada y saludable, que debía ser favorecida, pero pertenecía a la esfera de lo privado; en este sentido el TCA asumía como parte de su misión el fomentar el turismo, brindando orientación al los turistas (recopilando y brindando información sobre lugares, formas y condiciones de viaje, alojamiento, etc., elaborando planos y guías), y promoviendo las excursiones y los deportes mecánicos, en la creencia de que "por medio del turismo se llega fácilmente a obtener una buena vialidad" (TCA enero de 1909: 4).

A partir de la primera guerra mundial esta concepción se fue modificando gradualmente. La guerra y la inmediata posguerra desalentaron los viajes a Europa y parecieron abrir posibilidades inéditas para convertir a la Argentina en un país de turismo. En esa coyuntura, los destinos ya consagrados de turismo nacional (como Mar del Plata o las sierras cordobesas) fueron más intensamente visitados por las elites argentinas privadas del viaje a Europa, tornando evidentes los beneficios económicos del turismo (TCA diciembre de 1918: 2548). En una segunda línea respecto del problema central de la vialidad, el TCA comenzó así a plantear al turismo como a una potencial fuente de riqueza esperando para ser explotada. El desarrollo del turismo en las zonas más atrasadas (aunque naturalmente dotadas) del país, como la Patagonia o el Norte, prometía dejar "un rastro de civilización y un reguero de dinero" (TCA abril de 1921: 3841). Junto a la elite argentina, y aprovechando la coyuntura de la guerra, las dirigencias del TCA confiaban en que también las corrientes de viajeros norteamericanos y sudamericanos podrían ser desviadas hacia la Argentina si se les demostraba que ofrecía paisajes de una belleza comparable a los europeos y "sensaciones inéditas sin los inconvenientes de los países clásicos de Oriente" para los amantes de lo exótico (TCA septiembre de 1921:4097). Frente al conflicto europeo el turismo internacional, especialmente el americano, aparecía además como una forma de fomentar el conocimiento recíproco, la fraternidad, la paz y también las relaciones económicas entre los países del continente (TCA noviembre de 1920: 3600).

El fin perseguido es llevar civilización, riqueza, trabajo y bienestar a los pueblos hermanos del interior; el medio –directo y eficaz- el fomento oficial y privado del turismo... (TCA mayo de 1921: 3890).

Si recibir turistas podía proveer tales beneficios colectivos; se convertía entonces en un asunto de interés público y su "fomento" no debía quedar sólo en manos privadas; era necesaria la cooperación de los diferentes niveles de gobierno.

En sintonía con los discursos europeos (y con las concepciones que fueron ganando terreno en las Conferencias Panamericanas) a partir de 1921, los dirigentes del TCA comenzaron a demandar del Estado nacional una serie de acciones en materia de fomento del turismo. En primer término, el gobierno debía ocuparse de brindar la infraestructura necesaria lo que significaba centralmente caminos, pero también estimular el mejoramiento de los ferrocarriles y la construcción de hoteles. Por otro lado, debía facilitar el ingreso y circulación de los viajeros. Así, por ejemplo, un artículo publicado a fines de 1920 proclamaba la necesidad de realizar convenios entre los países sudamericanos para reducir las tarifas a los viajeros (se cobraba un impuesto al quienes dejaban el país con pasajes de primera clase) o generar una tarifa uniforme para viajeros entre países limítrofes (TCA noviembre de 1920:3600). Además se insistía en la necesidad de que el gobierno recopilase y sistematizara toda la información turística inventariando los sitios de interés turístico, dando cuenta de las condiciones de acceso, de las posibilidades de alojamiento, de los datos geográficos, topográficos, climáticos y hasta químicos (en el caso de aguas termales, etc.). Finalmente, la difusión de las bellezas naturales argentinas en el extranjero también podía ser en parte encarada por el gobierno canalizada a través de sus delegaciones diplomáticas. En 1922 el TCA directamente propuso la creación de una "organización de fomento oficial" del turismo financiada con un impuesto a los viajeros que debería dedicarse fundamentalmente a la recopilación de la información turística y a demandar de las otras reparticiones estatales las medidas necesarias para fomentar las corrientes de viajeros -mejora de caminos, conservación de monumentos históricos, etc. (TCA mayo de 1922:4485).

UN PAÍS DE TURISTAS: "TURISMO POPULAR" E INTERÉS NACIONAL

Hacia 1922 se introducen nuevos elementos en este discurso: aparece la preocupación por transformar a los argentinos en turistas. El turismo es descrito entonces como una práctica beneficiosa para los individuos que lo practican y para la sociedad de la que proceden: se lo liga a la salud pública, a la elevación del nivel cultural y moral, al refuerzo del patriotismo y de la armonía social. Es entonces, también desde este punto de vista, un asunto público.

El turismo, sostiene la revista del club en 1922, debe dejar de ser considerado un lujo: En sintonía con los discursos que circulaban acerca de la salud es definido como una necesidad fisiológica y espiritual frente a las presiones de la vida moderna: su "ritmo febril", su rígida etiqueta social, su aire viciado, su tráfico, dan origen a la tuberculosis, la delgadez, el mal humor, la melancolía y el desgano. El argumento aquí combina los motivos que impulsan los discursos sobre el verde urbano, esto es, el efecto revitalizante y moralizante producto del aire puro, el sol y el contacto con la naturaleza (Armus 1996), con la idea del "cambio de aires", el descanso espiritual y mental producto del distanciamiento (físico y mental) de las preocupaciones. Además el turismo nacional tenía un sentido moral, cultural y político y al practicarlo los argentinos se encontraban con las bellezas naturales, los monumentos

históricos, los progresos y riquezas de su país lo cual permitía tonificar su moral, mejorar su cultura y educación y fortalecer su sentimiento de patria. Estos discursos se inscribían en una larga tradición que asociaba paisaje y nación cultural, pero lo que resultaba novedoso era la inclusión de las clases medias como destinatarias de los discursos que las invitaban a conocer el país y de las políticas que el TCA creía que debían hacerlo posible. Aparecen así en el discurso del TCA las preocupaciones por la “democratización” del turismo. Cuando el “modesto empleado” se ve privado de la posibilidad de un descanso reparador

...en el campo, en un balneario marítimo o en una localidad serrana o montañosa – advierten desde la revista del club- el descontento nace, el malestar social aumenta, la división en clases se ahonda y la colectividad, en suma, se quiebra en fragmentos egoístas... (TCA septiembre de 1923: 5315)

Los sujetos a ser beneficiados por esta democratización se limitaban a los sectores medios y medios bajos, que disponían de algunos recursos económicos y que poseían también ciertas herramientas culturales: la cultura y la educación eran precondiciones de la práctica del turismo

“...los panoramas no existen cuando falta la capacidad emotiva de admirar la hermosura de la Naturaleza o la elevación intelectual para comprender el valor histórico de unas ruinas...” (TCA junio de 1923:5171). En esa misma línea, el club promovía la organización de los viajes de maestros y estudiantes primarios y de liceo, *“modo higiénico y saludable de fomentar su educación y el amor a la patria”* (TCA junio de 1922:4622).

Esta concepción del turismo como experiencia de goce elevado, civilizada, espiritual, cultural y estética (y no meramente recreativa) se inspira en la forma en que estas elites recuperaban la experiencia del turismo en Europa y en la auto-percepción de la experiencia como viajeros en Europa. En Europa, el viaje aristocrático se había prescrito como una experiencia espiritual y estética; gozarla implicaba compartir un código que establecía los puntos de vista, las emociones, la “serie codificada de distracciones que constituyen una jornada de placer” (Corbin 1993: 257), un código que las guías de viaje y los touring clubs ayudaron a difundir entre los sectores medios.

En la concepción del TCA en esos años, la democratización del turismo como tarea es primariamente una responsabilidad de la iniciativa privada y no del Estado. El Touring Club apelaba a las empresas de transporte para que instaurasen boletos especiales más baratos durante la temporada (del tipo de los boletos kilométricos ensayados por los Ferrocarriles del Estado en 1922 para los viajes al Norte del país), para todos los destinos turísticos; se dirigían también a los comerciantes, especialmente a los hoteleros, instándolos a atraer mayor número de clientes a precios más bajos (TCA septiembre de 1923: 5315). También se alentaba una

opción más económica de turismo, a la vez una práctica prestigiosa (en tanto frecuente en los países “civilizados”) y saludable: el “camping” (TCA octubre de 1923: 5357).

Como señalara Ospital (2005: 3), la rápida difusión del automóvil en el país -que cobró gran impulso a partir de 1922- implicaba una “democratización” del turismo ya que permitía a nuevos sectores sociales hacer turismo en el país por fuera de la red de grandes hoteles vinculados a los ferrocarriles, por ejemplo visitando zonas a las que el ferrocarril no llegaba o practicando el camping. La difusión del automóvil se originaba en una coyuntura económica más favorable tras la crisis de la primera posguerra y se vinculaba con la movilidad social ascendente de la Argentina de esos años (que tornaba gradualmente accesible el automóvil a sectores medios de profesionales liberales y comerciantes) con el progresivo abaratamiento en general de los costos de los vehículos y el surgimiento de modelos “livianos” más baratos y con los cambios en los patrones de consumo (Rocchi 1999). Durante los años 1920 la Argentina era el primer país en volumen de autos en Latinoamérica y el sexto a nivel mundial, teniendo una relación autos/población similar a la de Francia (ver tabla 1)

Pero esta “democratización” del turismo asociado al automóvil, que no cesó de crecer en el período de entreguerras, en los años 1920 todavía encontraba límites importantes. En primer término, en la ausencia relativa de caminos ya que había pocos caminos transitables todo el año e, incluso un trayecto relativamente frecuentado como el camino de Buenos Aires a Mar del Plata, requería en la segunda mitad de los años 1920 más de diez horas de viaje, era practicable solo en verano y presentaba numerosas dificultades como la presencia de pantanos ante la menor lluvia (profundizados por quienes lucraban rescatando a los automovilistas de ellos) o los extravíos por problemas en la señalización (y por el frecuente vandalismo de las señales). La situación se agravaba porque los automóviles eran aún inseguros e incómodos, los accidentes y desperfectos eran enormemente frecuentes y los lugares de abastecimiento de combustible y repuestos a la vera de los caminos, muy escasos (el ACA comenzó a instalar “casillas camineras” en el camino a Mar del Plata recién a partir de 1928). En segundo lugar, el precio de los automóviles y de su mantenimiento dejaba todavía afuera a los sectores medios bajos, para los que en 1923 el TCA reclamaba un servicio barato de ómnibus de turismo, “*el auto de los que no tienen auto*”, que los llevara a los alrededores “*saludables y silenciosos*” como el Tigre para practicar el camping y los paseos (TCA noviembre de 1923:5418). Finalmente, como han planteado Fernando Cacomardo, Elisa Pastoriza y Javier Sáez (2001), Mar del Plata seguía siendo en los años 1930, pese a la relativa democratización del balneario (la llegada de grupos medios), un lugar de veraneo muy caro donde el mero acceso a la arena o a la rambla estaban privatizados -así sería hasta la construcción del complejo Rambla-Casino iniciada en 1938.

ENSAYOS DE ORGANIZACIÓN Y FOMENTO

La primera tarea que el TCA se había impuesto era la de instalar a la vialidad como problema público y promover la sanción de una ley federal de caminos. La estrategia principal del Touring Club en los años veinte consistió en sumar fuerzas involucrando a los interesados en la causa vial, conservando a la vez el control de las iniciativas. En esta línea, organizó el Primer Congreso Nacional de Vialidad (1922) en el que logró consenso para su proyecto de ley de vialidad, luego presentado al gobierno, que con pocos cambios lo elevó al Congreso en octubre de 1925.

Las autoridades del TCA confiaban en que el proyecto se trataría a la brevedad y comenzaron entonces a dirigir su atención de manera más decidida hacia la cuestión del turismo, definida ya claramente como asunto de interés público.

Siguiendo una estrategia análoga a la desplegada en torno al problema vial, el TCA procuró articular y coordinar (conservando un rol directriz) a los diferentes sectores interesados en el turismo (provincias, municipios, organizaciones civiles, empresas). En enero de 1927 la Comisión Directiva del TCA resolvió llevar adelante una *“reorganización del turismo nacional y sudamericano”*. El plan era muy ambicioso. En lo relativo a Argentina, se debía *“proceder a la ampliación de la capacidad turística del país”*, a organizar el turismo y agrupar *“las diversas fuerzas mantenedoras de nuestras incipientes prácticas de turismo”* (TCA febrero de 1927: 7455). Para eso se proyectó crear un organismo central dirigido por el TCA e integrado por representantes del gobierno nacional y provincial, entidades similares al TCA del interior del país, la administración de los FFCC del Estado, las empresas de turismo, los representantes de la prensa, las municipalidades, juntas de fomento y vecinos y las empresas ferroviarias, marítimas y fluviales. Estos representantes se reunirían en diversas *“juntas asesoras”*, que luego informarían a la Subcomisión de Turismo del TCA juntas de propaganda; de monumentos, sitios históricos y pintorescos; de zonas climatéricas y termales; de hoteles y hospedajes; de turismo automovilístico; de turismo náutico; de fomento del camping; de turismo universitario y escolar; etc. El fomento del turismo era entendido en sentido amplio e incluía promover la construcción de hoteles y vías de comunicación en zonas bellas e *“ignoradas”* del país, organizar excursiones, trabajar para la conservación de monumentos y sitios de interés histórico o artístico, proveer información a los viajeros, organizar conferencias y efectuar propaganda a través de la red de instituciones con las que el TCA se vinculaba en el mundo.

Puesta en marcha en julio de 1927, la subcomisión de turismo imprimió folletos sobre los atractivos turísticos argentinos y los difundió en el exterior a través de sus delegados, de la oficina de informes del TCA en Nueva York, y de las instituciones afiliadas a la Alianza Internacional de Turismo, y a la American Automobile Association (TCA julio de 1927: 7681). Las dos primeras juntas asesoras, la de turismo náutico y turismo ferroviario, se pusieron en

marcha en noviembre de ese año, con la presencia de representantes de las diferentes compañías navieras y de los ferrocarriles. El plan de trabajo de estas primeras juntas incluía la coordinación de transportes, la división del país en zonas de turismo, el estudio de las tarifas de transportes y hospedajes, y la elaboración de un calendario turístico anual con la enumeración de las excursiones que se realizarían “en fechas determinadas, con lo que se procura llegar a la organización automática de las mismas” (TCA noviembre de 1927: 7873).

Simultáneamente, el TCA invitó a los gobiernos y entidades sudamericanas a conformar una Federación Sudamericana de Turismo, para lo cual convocó al Primer Congreso Sudamericano de Turismo. Las bellezas naturales de Sudamérica –sostenían- rivalizaban con las del “viejo mundo”; aunque su difusión había crecido algo desde la guerra, la corriente de viajeros no se intensificaba debido a las deficiencias de los medios de transporte, el alto costo y escasa comodidad de los hoteles, y a la falta de una propaganda adecuada. Era necesaria una política común de los países sudamericanos que incrementara el tráfico entre ellos, coordinara los sistemas de transportes y permitiera una más eficiente propaganda en Europa y EE.UU.; esta se justificaba además por motivos más elevados:

El mutuo conocimiento de los sudamericanos es indudablemente una necesidad de nuestra civilización, cada vez más cimentada en la confraternidad del continente.” (TCA febrero de 1927: 7446)

El 28 de febrero de 1928, se reunió el Primer Congreso Sudamericano de Turismo. Como antes el Congreso de Vialidad, el Congreso permitió intercambiar información técnica y generar consensos con otros actores vinculados al turismo, y a la vez preservar y potenciar el liderazgo del TCA, al legitimar el reclamo de “experticia” del club en materia de políticas turísticas frente al Estado y la opinión pública. El Congreso fue además en sí mismo un evento de propaganda turística: la sesión inaugural contó con la asistencia de autoridades nacionales, provinciales y municipales, y el desarrollo de las reuniones y las visitas de los delegados extranjeros fueron seguidas por la prensa nacional (*La Prensa* 23 de febrero de 1928, p. 13). Por otro lado, sancionó la creación de la Federación Sudamericana de Turismo (FST).

La FST estaba pensada para poner en marcha un plan orgánico de fomento del turismo sudamericano. Sus miembros procedían de Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela, y estaba formada por instituciones, empresas y particulares (éstas últimas sin voto en las resoluciones) y, en teoría, también representantes de los gobiernos. La FST se proponía promover tanto la llegada de turistas extranjeros y el turismo entre países sudamericanos, como el turismo nacional en cada uno de los países miembros (*La Prensa* 29 de febrero de 1928: 18). El estatuto preveía su funcionamiento provisorio en el TCA, hasta tanto los gobiernos sudamericanos la reconocieran como la instancia mejor para orientar y fomentar el turismo en la región y la financiaran.

Sostenida por las contribuciones anuales de los socios activos, y de unos pocos “socios honorarios” entre los que se contaba el gobierno argentino que la subsidió con \$30.000 m/n, sus recursos fueron más bien escasos, limitando su capacidad para emprender la “acción internacional” más allá de propaganda de bajo costo en los países miembros (en las revistas del TCA por ejemplo), y la organización (por el TCA, en tanto que representante de la FST) de varios cruceros a Brasil. Planes más ambiciosos, como la propuesta de instalar oficinas de promoción en París, no pudieron llevarse adelante (TCA agosto de 1930: 330). Los Congresos Sudamericanos de Turismo, anuales, no volvieron a reunirse después de 1930: la crisis económica y las crisis políticas sudamericanas alejaron la posibilidad de que los gobiernos se sumaran a la FST y contribuyeran económicamente a su sostenimiento, y la FST funcionó con cada vez menos vitalidad. En 1938, el TCA intentó que el gobierno argentino –que había reconocido la “conveniencia” de la FST - tratara de obtener un compromiso de los demás países para la consagración definitiva de la FST y su sostenimiento material, aprovechando la concurrencia de delegados cercanos al TCA como Isidoro Ruiz Moreno y Adrián Escobar a la 8va. Conferencia Panamericana, unos meses antes de la reunión de la primera Conferencia Interamericana de Turismo, que se esperaba consagraría la formación de una Confederación Panamericana de Turismo integrada por la FST y una federación similar en centro y Norteamérica.(TCA noviembre de 1938: 34). Las gestiones fracasaron y la FST dejó de funcionar.

Los estatutos de la FST preveían que la “acción interior y nacional de organización y fomento turísticos y de propensión al mejor conocimiento de cada país por los mismos naturales” debía ser organizada en cada país miembro por una comisión especial. En la Argentina, el TCA creó en 1929 la “Comisión Nacional de Turismo”, anexa al club y sobre la base de la ya existente subcomisión de turismo del TCA: como ella, era presidida por el diputado nacional por el radicalismo Julio C. Borda, y funcionaba con una comisión directiva (dirigida por el TCA) y juntas asesoras a las que se invitó a gobiernos provinciales, municipales y nacional, a las juntas de fomento y vecinales, a las empresas de transporte terrestre, marítimo y fluvial, a los representantes de la prensa, a las empresas turísticas radicadas en el país, etc. Apuntaba a la organización directa de algunas actividades turísticas, a la recopilación, difusión y provisión a los turistas de información turística, y a la presión sobre el Estado para la mejora de los caminos turísticos, la facilitación de la circulación en automóviles y la conservación de los atractivos turísticos (TCA agosto de 1930: 309).

La Comisión que funcionaba de hecho como una comisión del TCA, tuvo mejor suerte que la FST Logró llevar adelante una variedad de acciones concretas, como la organización de excursiones (al Sur, por ejemplo), la elaboración de “calendarios turísticos” que recomendaban las mejores zonas del país para visitar en cada época del año; la colección y exhibición de vistas nacionales fotográficas y cinematográficas y el establecimiento de un servicio de información sobre el estado de caminos del país, que la Dirección de Correos y Telégrafos

recopilaba, y la Comisión Nacional de Turismo publicaba quincenalmente con la colaboración de YPF, y distribuía gratuitamente.

La Comisión Nacional de Turismo elaboró además un proyecto de ley para la creación de una Oficina Nacional de Turismo, presentado al Congreso Nacional en agosto de 1930 por el diputado Borda, y que nunca llegó a ser tratado. De acuerdo al proyecto, la Oficina debía funcionar dentro del Ministerio de Agricultura (en tanto el turismo era entendido como una industria). Sería asesorada por un Consejo Nacional de Turismo integrado por tres representantes del Estado nacional (de la Oficina de Turismo, del Departamento Nacional de Higiene y del Ministerio de Obras Públicas), un representante de la municipalidad de la Capital Federal y dos representantes de “las principales instituciones de turismo y vialidad del país” (TCA noviembre de 1930: 404). El Consejo sería además el encargado de administrar un fondo especial que se crearía con el impuesto a los viajeros que dejaran el país en las primeras clases de ferrocarriles y vapores, un 5% adicional de la patente a hoteles y restaurantes de primera categoría, la contribución de los municipios declarados sitios de turismo y el producto de las fiestas y eventos organizados por la Oficina de Turismo. Este esquema de una oficina estatal con carácter ejecutivo, y un consejo asesor, que controlaría el presupuesto y en el que estarían representados los intereses privados, aunque minoritariamente, obligaba a consensuar las políticas con otros interesados, o al menos tenerlos en cuenta. Tenía importantes similitudes con la legislación francesa puesta en vigencia en 1909, en cuyo consejo el Touring Club Francés tenía un representante, y que era el que debía establecer las coordenadas de la política turística, ejecutada luego por el organismo ministerial (TCA diciembre de 1909: 600). Las funciones de la Oficina de Turismo eran fundamentalmente la promoción e información. Así, por ejemplo, se esperaba que elaborara un programa turístico nacional anual, que reuniera fiestas, exposiciones, temporadas teatrales, temporadas de balneario, temporadas de sierras, actos deportivos, fiestas nacionales, concursos, etc., y que debía ser aprobado por el Consejo que decidiría la asignación de fondos para la propaganda y mejor organización de los eventos. Debía además recopilar y exhibir fotografías y películas de las “vistas” nacionales, publicar folletos, afiches y planos y distribuirlos en agencias, consulados y embajadas.

El proyecto de generar un organismo estatal dedicado al turismo, aporta claves acerca del tipo de cuestiones sobre las que se esperaba intervención estatal, en el marco de un modelo liberal (atenuado) del Estado. El énfasis estaba puesto en la información turística (cuya difusión, junto a la mejora vial, produciría el crecimiento espontáneo de la actividad) No se esperaba que el estado controlara la oferta tampoco, ni asumiera la provisión de servicios o contribuya a “democratizar” el acceso al turismo. Tampoco se lo encargaba de la administración de los parques nacionales. La regulación, y la organización de la actividad turística, se reservaba a la iniciativa privada, que el TCA deseaba poder dirigir, articular y moderar desde espacios como la FST, y sobre todo la Comisión Nacional de Turismo.

Este rol directriz, al que el TCA creía tener pleno derecho, no era indisputado. Unos meses después de la convocatoria al Primer Congreso Sudamericano de Turismo, el Automóvil Club Argentino (ACA) convocó a la primera “Conferencia Nacional de Turismo”, que se realizó en octubre de 1928 en Alta Gracia, Córdoba.

De acuerdo con sus estatutos, el ACA, fundado en Buenos Aires en 1904, se proponía promover el automovilismo. Hacia mediados de la década del veinte, el club que había sido hasta entonces un club social y deportivo, pequeño y con socios mayoritariamente procedentes de la elite porteña, comenzó a cambiar su perfil. Este cambio coincidió con el ingreso creciente, en la Comisión Directiva, de empresarios ligados al comercio automotor (importadores, aseguradores, carroceros), que controlarían el club durante toda la década. A partir de 1924 el ACA encaró una campaña de ampliación de su masa de socios: entre 1923 y 1931 el número de socios del ACA creció más de cuarenta veces –mientras los asociados del TCA solamente se triplicaron en el mismo período-, en buena medida gracias a la creación de delegaciones y a la afiliación de clubes similares del interior (tabla 1). A la vez, el club comenzó a desarrollar una faz pública, militando a favor de la causa vial desde su propia perspectiva, que ellos resumían en la fórmula “patriotismo práctico”, y que suponía una colaboración concreta de la acción privada con el Estado en materia de vialidad, y un ideal de co-gestión de la cuestión vial (Piglia 2006).

Promover y facilitar la práctica del turismo en automóvil había sido desde el comienzo un objetivo del club, que lo consideraba un deporte. Así, desde 1913 el Automóvil Club ofrecía regularmente a sus socios excursiones y paseos de una jornada de duración a estancias, a fábricas o a localidades cercanas brindando a los socios oportunidades de usar su automóvil para fines recreativos y realizando, simultáneamente, propaganda vial (mostrando que esos caminos eran “practicables” para el turismo, etc.). Asimismo, desde 1926, el ACA había iniciado una campaña de fomento del camping, una práctica que consideraban moderna, saludable y moralmente tonificante, adquiriendo y acondicionando predios forestados y, desde fines de 1930, organizando excursiones-campamento (Piglia 2007).

El fomento del turismo fue adquiriendo mayor escala: así, por ejemplo desde enero de 1927 el club enviaba un “coche piloto” semanal a Mar del Plata durante la temporada estival, para que guiara caravanas de automovilistas (socios), y poco después la División de Carreteras del club amplió su *archivo de turismo*, solicitando a los socios copias de sus fotos sobre temas de turismo en el país (ACA septiembre de 1927, s/n). La revista del club reflejó este nuevo interés en notas que descubrían las bellezas de los paisajes nacionales (especialmente los lagos del Sur) y la factibilidad de recorrerlos en automóvil, y que se publicaron desde 1928 en una nueva sección de la revista: “Turismo”. En enero de 1928 el ACA inauguró una oficina de información para turistas en Córdoba (la casa del Turista) y organizó para octubre de ese mismo año la primera Conferencia Nacional de Turismo, y, simultáneamente, una excursión a las sierras

cordobesas con precios para “personas de bolsillo medio”, que se esperaba fuera el inicio de una corriente de turistas-automovilistas a la región (ACA noviembre de 1927, s/n).

La conferencia contó con la presencia de representantes de los gobiernos de las varias provincias y municipios (entre ellos Mar del Plata, representada por Rufino Inda), del Ministerio de Obras Públicas, de algunos clubes de automovilismo (como el Audax Córdoba) de asociaciones de fomento y de hoteleros de Mar del Plata (también representados por Rufino Inda), de la Asociación de importadores de automóviles y afines y de los ferrocarriles. El TCA estuvo ausente, aunque su ex vicepresidente, Prudencio Clariá, concurrió en representación de la provincia de Entre Ríos.

La convocatoria a la Conferencia, presentaba al turismo en los mismos términos que los ya analizados discursos del TCA: una actividad vinculada a los intereses nacionales: el turismo “sembraba” riquezas, agente de civilización, cuyos beneficios debían llegar a todo el territorio de la República; y fomento del patriotismo: en el “cambio de almas entre el viajero y el paisaje (...) este hombre se vincula a todos los hombres y a todo el territorio de la República” (ACA noviembre de 1928: 25). Asunto público en este sentido, su organización y fomento eran principalmente asunto de la iniciativa privada. La tarea principal de los gobiernos era, empero, eliminar las trabas a la circulación de los automóviles de los turistas (por ejemplo estableciendo una patente única provincial) y mejorar la vialidad de las zonas turísticas, el mayor obstáculo para el turismo (ACA noviembre de 1927, s/n). Inspirado en el ejemplo norteamericano, el ACA planteaba que la mejora vial democratizaría el turismo, al permitir que con algo de dinero, “un modesto automóvil y una carpa” se pudiese recorrer el país (ACA noviembre de 1928: 33). La labor de recopilación y difusión de la información relativa al turismo en las distintas regiones, debía estar a cargo –sostenía la delegación del ACA en uno de los trabajos presentados en la Conferencia- de una Oficina Central de Turismo, que debía brindar ayuda y cooperar con las instituciones privadas (aunque no se daban mayores detalles acerca de la forma que debería tener una oficina tal). La Conferencia-excursión se repitió en marzo de 1930 en Mendoza y las cuestiones en discusión fueron semejantes, incluida la propuesta de una oficina de nacional de turismo; pospuesta en 1932 a causa de la crisis económica, la Conferencia nunca volvió a realizarse.

En lo sucesivo, las intervenciones del Automóvil club en materia de turismo se centraron en el fomento “práctico”: la expansión de los servicios recreativos para los socios (oferta de lugares para camping, excursiones, viajes de más largo aliento) y la “colaboración práctica” en beneficio de socios y no socios; fundamentalmente la instalación de casillas camineras y, luego del acuerdo con YPF en 1937, estaciones de servicio en los caminos, la publicación de mapas y guías, y la propaganda turística a través de la exhibición de vistas, la realización de conferencias, y la difusión de descripciones de los sitios en el marco de las competencias deportivas organizadas por el club (y transmitidas por radio desde los años treinta) (Ballent

2005: 122). Hasta fines de los años treinta, la demanda del A.C.A. al Estado se concentró casi exclusivamente en la cuestión vial (por ejemplo la presión para la pavimentación de caminos turísticos, como el camino a Mar del Plata). La propuesta de crear un organismo estatal que se ocupara del fomento del turismo no había vuelto a aparecer en la revista del ACA cuando en marzo de 1938 el General Camilo Idoate (presidente del Automóvil Club) fue nombrado al frente de la Dirección Nacional de Turismo, creada por decreto del Poder Ejecutivo Nacional. Recién a partir de ese momento emergió en el discurso del club la idea de que el Estado debía regular la actividad (sobre todo la hotelera).

Los términos en los que el ACA convirtió al turismo en una de sus causas públicas a fines de los años veinte (y especialmente después de 1932), venían definidos por los discursos que el TCA había puesto en circulación desde principios de los años veinte: el “turismo moderno” entendido como una práctica elevada, ligada al aprendizaje y a la emoción patriótica (y no solo a la mera recreación), y también como una necesidad física y psíquica creada por la intensidad de la vida moderna; el énfasis en los beneficios colectivos del turismo, tanto por su carácter de industria, como por su efecto civilizador sobre las poblaciones receptoras. Pero estos términos estuvieron definidos además por el matiz distintivo que el estrecho vínculo con el comercio automovilista, y la identificación central del club con el automóvil, le imprimió a las intervenciones públicas del club: el énfasis en el turismo automovilístico, la confianza en la capacidad democratizadora del automóvil (Ospital 2005), y una concepción más amplia del rol de instituciones y particulares (el “patriotismo práctico”), y más limitada del accionar del Estado, que solo debía intervenir positivamente en la construcción del sistema de caminos –que por su complejidad y costo no podía ser llevado a cabo por la iniciativa privada.

A MODO DE CONCLUSIÓN

Para comienzos de la década de 1930, numerosos indicios parecen dar cuenta del arraigo en la opinión pública, en la burocracia estatal y en las discusiones parlamentarias de esta concepción del turismo como una “industria nacional”, capaz de llevar progreso y civilización a las regiones atrasadas, y de fortalecer la unidad nacional. Así, en el debate de la Ley Nacional de Vialidad en 1932, el diputado socialista Alejandro Castiñeira defendió la importancia económica y social de la construcción de los caminos de turismo, que otros consideraban suntuarios, al sostener que el turismo implicaba un enriquecimiento espiritual “...facilitar el conocimiento del país, apreciar sus necesidades, admirar sus bellezas naturales, conocer también sus miserias, tiene un hondo significado para nuestro progreso político y social.” (HCD 1932, III: 611). Ospital (2005: 3) ha sostenido que entre 1918 y 1940 se verifica el pasaje de la concepción de los viajes como patrimonio de una clase adinerada a entender al turismo como actividad saludable y educativa, en parte gracias a la campaña de los importadores de automóviles. Ciertamente se atiende al A.C.A. (y el trabajo de Ospital centra la mirada en ese club y en los importadores de automóviles), y, dado que el objetivo fundamental del club era

promover el automovilismo y en función de ello el turismo en automóvil, resulta claro este mayor hincapié en la dimensión patriótica, educativa y relacionada con la salud del turismo. Desde esta perspectiva el turismo era visto como un asunto privado, una práctica beneficiosa para el individuo viajero: el papel del club en el fomento del turismo se concentraba en persuadir a los automovilistas de viajar por el país y facilitar su viaje, y mientras el rol del Estado se limitaba a proveer la infraestructura vial necesaria. Pero si por el contrario se recupera, como este trabajo sugiere, la perspectiva del TCA, que llevaba la voz cantante en las intervenciones públicas que instalaron al turismo como una cuestión pública que debía ser objeto de políticas públicas (Capanegra 2002), el turismo aparece con una dimensión más vinculada al interés colectivo, esto es, como una cuestión pública: al propósito en la inmediata primera posguerra de desviar el flujo de viajeros de norte y Sudamérica (incluyendo por supuesto a la propia elite argentina) de Europa a la Argentina, y generar una industria turística local, se suma desde los años veinte, la idea de propiciar el viaje por el propio país de otros sectores sociales menos “pudientes”, para servir así a otros objetivos colectivos a través de la difusión del turismo; el turismo (como sinónimo de vacaciones) funcionaría entonces en esta segunda línea, como una forma de garantizar la salud pública, la productividad anual y la armonía social, y fortalecer la cultura y el patriotismo de los ciudadanos. Las intervenciones del Estado en materia de turismo en los años treinta van a partir del punto de vista del TCA (el del turismo como un asunto público), porque de hecho es el único capaz de legitimar la participación del Estado en la regulación, organización y fomento del turismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Armus, Diego

1996 *La idea del verde en la ciudad moderna. Buenos Aires, 1870-1940. En Entrepasados* pp. 9-22

Ballent, Anahí y Gorelik, Adrián

2002 *País urbano o país rural: la modernización territorial y su crisis, en Cataruzza, Alejandro (dir.). Nueva Historia Argentina, tomo VII, Los años treinta. Sudamericana, Buenos Aires, pp. 143-200*

Ballent, Anahí

2005 *Kilómetro Cero: la construcción del universo simbólico del camino en la Argentina de los años treinta, en Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana Dr. Emilio Ravignani (27): pp. 107-136*

Cacopardo, Fernando, Pastoriza, Elisa y Sáez, Javier

2001 *Artefactos y prácticas junto al mar. Mar del Plata: el camino de apropiación del sur, 1880-1940, en Arrudo, Gilmar, Velásquez Torres, David y Zuppa, Graciela (orgs.). *Natureza na America Latina, Apropiações e Representações.. Editora UELT Londrina, Brasil, pp. 1-47**

Capanegra, Alejandro César

2002 *El Comportamiento de las Organizaciones en los Procesos Sociales. Estudios de caso: El Touring Club Argentino, orientador intelectual del turismo como cuestión de Estado, 1907-1943*, en V Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo. Centro de Investigaciones Turísticas, Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata

Corbin, Alain

1993 *El territorio del vacío. Occidente y la invención de la playa*. Mondadori, España. Barcelona

Guía del Touring Club Argentino

Años 1911-1912

Halperín Donghi, Tulio

2000 *Vida y muerte de la república verdadera (1910-1930)*. Ariel Historia Vol. IV de la Biblioteca del Pensamiento Argentino, Buenos Aires

Honorable Cámara de Diputados de la Nación (HCD)

1932 *Diario de Sesiones, Vol. III*, Buenos Aires

Marchese, Silvia

2000 *Estrategias de las organizaciones empresariales para su participación en política*, en Falcón, Ricardo (dir). Nueva Historia Argentina VI. Editorial Sudamericana, Buenos Aires, pp. 195-228

Ospital, Maria Silvia

2005 *Turismo y territorio nacional en Argentina. Actores sociales y políticas públicas, 1920-1940*, en Revista EIAL 6 (2). [edición digital <http://www.tau.ac.il/eial/current/ospital.html>, sin números de página]

Pastoriza, Elisa

1994 *Mar del Plata, 1886-1970: representación de una sociedad móvil*, en Cuadernos del Ciesal (2-3): pp. 79-100

2002 *Turismo social y acceso al ocio: el arribo a la ciudad balnearia durante las décadas peronistas*, en Pastoriza, Elisa (ed.). *Las puertas al mar. Consumo, ocio y política en Mar del Plata, Montevideo y Viña del Mar*. Editorial Biblos y Universidad Nacional de Mar del Plata, Buenos Aires, pp. 17-32

Piglia, Melina

2007 *Ciudades de lona: el Automóvil Club Argentino y la construcción de los campings como lugares turísticos en la entreguerra (1926- 1939"* , en Lois, Carla y Zusman, Perla (coord.). *Viajes y geografías. Exploraciones, turismo, migraciones y en la construcción de lugares*. Argentina. Editorial Prometeo, Buenos Aires, pp.148

2006 *Elites modernas, consumo de automóviles y acción política: El patriotismo práctico del Automóvil Club Argentino (1918-1930)* en IV Jornadas Nacionales Espacio, Memoria e Identidad, Facultad de Humanidades y Artes - Facultad de Ciencias. Políticas y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario, Rosario

Revista del Automóvil Club Argentino (ACA)

1927- 1928 Buenos Aires

Revista del Touring Club Argentino (TCA)

1909, 1918, 1920, 1921, 1922, 1923, 1927, 1930, 1938 Buenos Aires

Rocchi, Fernando

1999 *Inventando la soberanía del consumidor: publicidad, privacidad y revolución del mercado en la Argentina (1860-1940)*. Devoto, Fernando y Madero, Marta. *Historia de la vida privada, tomo 2: La Argentina plural, 1870-1930*. Taurus, Buenos Aires, pp. 301-321

Romero, Luis Alberto

2002 *El Estado y las corporaciones. Madurez de la sociedad civil. 1920-1943*, en AAVV. *De las cofradías a las organizaciones de la sociedad civil. Historia de la iniciativa asociativa en la Argentina, 1776-1990*. Grupo de análisis y desarrollo institucional y social, Edilab Editora, Buenos Aires

Recibido el 13 de diciembre de 2007

Correcciones recibidas el 09 de enero de 2008

Aceptado el 12 de enero de 2008

Arbitrado anónimamente