
ARTÍCULO

Melina Piglia

ENTRE LA ACCIÓN CIVIL Y LA AYUDA MUTUA: EL CASO DE LOS CLUBES DE AUTOMOVILISTAS EN LA ARGENTINA DE ENTREGUERRAS

Revista Transporte y Territorio N° 5, Universidad de Buenos Aires, 2011.



Revista Transporte y Territorio

ISSN 1852-7175

www.rtt.filo.uba.ar

[Programa Transporte y Territorio](#)

Instituto de Geografía

Facultad de Filosofía y Letras

Universidad de Buenos Aires



Cómo citar este artículo:

PIGLIA, Melina. 2011. Entre la acción civil y la ayuda mutua: el caso de los clubes de automovilistas en la Argentina de entreguerras. *Revista Transporte y Territorio N° 5, Universidad de Buenos Aires*. pp. 6-28. <www.rtt.filo.uba.ar/RTT00502006.pdf>

Recibido: 16 de marzo de 2011

Aceptado: 28 de abril de 2011



Entre la acción civil y la ayuda mutua: el caso de los clubes de automovilistas en la Argentina de entreguerras.

Melina Piglia*

RESUMEN

Este trabajo indaga sobre las consecuencias de la difusión del automóvil en la Argentina, a partir de las intervenciones y perfiles que desarrollaron en la entreguerra los dos clubes de automovilistas más importantes de Latinoamérica, el Touring Club Argentino y el Automóvil Club Argentino. A partir de su militancia pública, de su colaboración práctica con el Estado y de la prestación de servicios a sus asociados, ambos clubes contribuyeron de manera decisiva a la configuración del diagnóstico y del repertorio de soluciones posibles en materia de vialidad y turismo, pero también a la emergencia del turismo nacional y al proceso de integración territorial, a partir de la difusión de nuevas prácticas turísticas y deportivas, generando nuevos territorios sobre los cuales desplegar estas nuevas prácticas, y nuevos dispositivos pedagógicos y de representación.

ABSTRACT

This article studies the consequences of the development of auto-mobility in Argentina in the period between the World Wars, from the perspective of the public interventions and contrasting profiles of the most important Latin American automobile associations: Argentine Touring Club y el Argentine Automobile Club. From these Clubs' public militancy, their practical cooperation with the State and the provision of services to their members, both clubs contributed to the construction of the public agenda on the issues of roads and tourism. As well, they contributed to the emergence of national tourism and to the process of integration of the national territory, through the promotion of new touristic and sport practices, the generation of new territories for these new practices, and the development of pedagogical and representational devices.

Palabras Claves: Automóvil clubs; Touring clubs; movilidad; territorio; Argentina; turismo.

Palavras-chave: Automóvel clube; Touring clube; movilidad; território; Argentina; turismo.

Keywords: Automobile clubs; Touring clubs; mobility; territory; Argentina; tourism.

1. INTRODUCCIÓN

Las transformaciones de los transportes producen impactos profundos y múltiples. La difusión de los automotores a principios del siglo XX cambió la forma de percepción del tiempo y de la velocidad, impactó sobre la construcción de la territorialidad, sobre las prácticas del ocio, sobre el ritmo de los negocios, sobre las forma y funcionamiento de las ciudades y generó una nueva trama de necesidades e intereses que demandaron respuestas sociales y estatales. Este trabajo indaga sobre este proceso en la Argentina, a partir de una clave particular: la de las intervenciones y perfiles que desarrollaron en la entreguerra los dos clubes de automovilistas más importantes de Latinoamérica, el Touring Club Argentino (TCA) y el Automóvil Club Argentino (ACA)¹.

Los clubes ligados al automovilismo y al turismo en automóvil han sido objeto de interés académico desde hace ya varias décadas por quienes han atendido a la conformación de la cultura de la movilidad o de la auto-movilidad en el siglo XX. Así, desde la historia del transporte y tomando el caso norteamericano, Clay McShane, por ejemplo, ha dado cuenta del surgimiento de las asociaciones de automovilistas, vinculadas a la industria automotriz y a la defensa de los intereses de los propietarios de automóviles frente a los conflictos por el

* CONICET / Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina – pigliamelina@gmail.com

¹ Para 1930 entre los dos clubes sumaban más de 60.000 socios en todo el país, equivalente a un socio por cada 7 automóviles en circulación en la Argentina.



uso de la calle con algunos habitantes urbanos y con las autoridades locales (McShane, 1994). Si bien en Europa existían tanto Automóvil Clubs como Touring Clubs, estos últimos eran más influyentes y han recibido mayor atención. Los Touring Clubs francés e italiano han sido analizados especialmente en función de su contribución a la construcción simbólica de la territorialidad nacional, a partir del fomento y la organización de viajes y de la articulación y difusión de discursos sobre el territorio a partir de sus revistas y guías (Furlough, 2002; Harp, 2002). Desde otra perspectiva, trabajos como el de Massimo Moraglio sobre las autopistas italianas, han mostrado la importante gravitación del Touring Club Italiano y, en particular, de algunos de sus dirigentes, sobre la construcción de la propia red vial (Moraglio, 2002).

Si bien las asociaciones civiles en general, y los clubes en particular, se han vuelto en las últimas dos décadas un campo de estudio relativamente vital, muy poco se ha escrito en la Argentina tanto sobre el ACA como sobre el TCA. Algunos investigadores, sin embargo, le han prestado atención a algunos aspectos de estos clubes, como su contribución a la construcción de un imaginario del camino y a la difusión del automóvil (Ballent, 2003, 2005 y 2008) sus intervenciones públicas y su papel en la construcción de la problemática vial como asunto público (Piglia, 2008d), su influencia en la difusión del turismo y en las políticas turísticas (Ballent, 2003 y 2005); Capanegra, 2002; Ospital, 2005; Piglia 2008a y 2008b) o la relación con el deporte automovilista (Archetti, 2001; Boggie et. al., 2000; Piglia, 2008c).

El ACA y el TCA fueron fundados en Buenos Aires a principios del siglo XX por miembros de la elite porteña interesados por los deportes y los transportes modernos, especialmente los automotores, y emulando clubes similares europeos de fines del siglo XIX. En 1910 había 4800 automotores en Argentina, en 1921 ya eran 75.000 y diez años más tarde circulaban unos 420.000 vehículos; tras una contracción durante los años más duros de la crisis mundial, el número de automóviles y camiones continuó creciendo en la segunda mitad de los años treinta. La Argentina llegó a ser en los años veinte y treinta, el país latinoamericano con más automóviles y osciló entre el cuarto y séptimo lugar mundial; sobre todo, tenía un número muy elevado de automóviles en relación con su población y en relación con su escaso kilometraje de caminos permanentes². La mayor parte de estos automóviles se encontraba en las ciudades, ya que desde principios de siglo la población argentina tendía a ser marcada y crecientemente urbana; por otro lado en torno de las ciudades se hallaban los pocos caminos de tránsito permanente³. Sin embargo el uso rural del automóvil tendió a crecer, sobre todo con las transformaciones en los vehículos a lo largo de los años veinte (modelos más altos, por ejemplo) y la difusión del tractor.

La acelerada difusión del automóvil y, con él, el advenimiento de lo que Guillermo Giucci llama la "modernidad cinética" y John Urry la cultura del automóvil o de la *automovilidad*, tuvo un enorme impacto en la vida social, cultural y económica⁴ (Giucci, 2007; Urry 2000). Los desafíos y las promesas de este nuevo sistema tecnológico tuvieron que ser percibidos y construidos socialmente como asuntos públicos, antes de que se transformaran en objeto de políticas públicas. Inicialmente interesados en solucionar las dificultades que los automovilistas encontraban en el uso de sus vehículos (dificultades técnicas, falta de caminos, problemas con las normativas municipales, etc.), a partir sobre todo del final de la Primera Guerra, el ACA y el TCA contribuyeron de modo decisivo a presentar al automóvil y

² La proporción de automóviles respecto de su población total era de 74 habitantes por automóvil en 1923, similar a la de Francia, que por ese entonces era de 73. Por otro lado, según la Estadística Mundial de Automóviles de 1926 Argentina contaba con 0,007 kilómetros de caminos practicables por cada vehículo a motor que circulaba en el país, mientras en Chile, que tenía muchos menos vehículos y casi el cuádruple de caminos, esa relación era de 0,35 kilómetros de carretera por automóvil.

³ Anahí Ballent estima unos 2000 km. de caminos permanentes en 1932 (Ballent, 2005:107).

⁴ Una civilización cuya marca es el individuo en movimiento, la automovilidad y la velocidad (Giucci, 2007: 15-24).



la vialidad como problemas públicos y a configurar el debate y el repertorio de soluciones aceptables respecto de estas cuestiones.

2. EL AUTOMÓVIL CLUB ARGENTINO

2.1. Los años veinte: del club social y deportivo porteño al “club de los automovilistas”

El ACA, que había sido fundado en 1904 por un pequeño sector de la elite porteña entusiasta del automóvil siguiendo el modelo de los clubes europeos y norteamericanos surgidos poco antes, era en sus orígenes un club social y deportivo⁵. Los objetivos de sus fundadores consistían principalmente en propender al disfrute de sus automóviles, que por esos años eran máquinas raras, muy caras y tenían una finalidad fundamentalmente recreativa. Se proponían entonces conseguir y compartir información técnica sobre los vehículos, sus cuidados y mejoras y promover y gozar del “automovilismo”, un “sport” que incluía tanto las carreras como los paseos o excursiones. Si bien sus estatutos establecían la voluntad de petitionar la construcción de caminos, hasta la Primera Guerra Mundial las actividades del club no se orientaron hacia la acción pública en ese sentido, sino hacia la promoción de los intereses prácticos y recreativos de sus socios: la acumulación y provisión de información técnica sobre los vehículos, la organización de competencias deportivas y la promoción de la sociabilidad entre pares sociales que compartían una cultura moderna simbolizada por el automóvil⁶. Además, el ACA se vinculó con las instituciones europeas análogas por medio de convenios de reciprocidad y obtuvo para sus socios facilidades para la circulación en Europa con sus automóviles.

El Automóvil Club tenía un tamaño relativamente reducido y era fundamentalmente una institución porteña (ver Tabla 1). Entre sus dirigentes se contaban miembros de la elite más establecida⁷. Desde 1913, sin embargo, comenzó a insinuarse un cambio, con la incorporación de algunos exitosos empresarios vinculados a los negocios en torno a los automóviles⁸.

Esta estrecha relación entre Automóvil Club y negocios en torno al automóvil era la norma en el mundo. Así, el Automóvil Club de Francia organizaba anualmente exposiciones de automóviles, accesorios y neumáticos con el apoyo de la industria automotriz francesa y muchos de los clubes de automovilistas norteamericanos fueron directamente formados bajo el estímulo de los fabricantes y comerciantes de automóviles reunidos en la Comisión Nacional del Comercio del Automóvil (TCA, julio de 1909:413-114; Mc Shane, 1994:185-188). Esto explica por qué estos clubes no funcionaron, ni en Argentina ni en otros países, como instituciones de defensa de los automovilistas en tanto que consumidores frente a la industria del automóvil. Todo lo contrario, sus primeras intervenciones públicas respondieron

⁵ El ACA en sus primeros años era, como el Jockey Club Argentino, un buen representante del modelo inglés de club social, alejado formalmente de la política, y basado en una sociabilidad en torno a una afinidad deportiva o cultural (Losada, 2008:177-196).

⁶ En Europa y en Estados Unidos los clubes de automovilistas que surgieron a fines del siglo XIX y principios del XX tenían una extracción social y un funcionamiento muy similar. Así, por ejemplo el Automobile Club of America fue fundado en 1899 por miembros de la elite neoyorquina (entre ellos Alfred Vanderbilt). Realizaban desfiles anuales para exhibir nuevas máquinas, y un show de autos en el Madison Square Garden; organizaban excursiones a resorts de verano como Newport y, desde el 1900, carreras de automóviles en EE.UU. (McShane, 1994:127- 130).

⁷ En las Comisiones Directivas entre 1905 y 1913 figuran entre otros José A. Pacheco y Anchorena, Carlos Alfredo Tornquist, Pedro Luro, Adolfo Beazley, Enrique y Emilio Anchorena, José Balcarce, Antonio de Marchi, Ubaldo de Sívori y José E. Uriburu (h).

⁸ Es el caso, por ejemplo, de Luis Dartiguelongue (importador de bicicletas y luego de motocicletas y automóviles), Julio Fevre (importador y carroceros) o Francisco Vignati (gerente de ventas de la empresa importadora H. W. Peabody y Cia y luego de Ford Co. en Argentina).



a la necesidad de defender a los automovilistas (y a la industria) frente a los impuestos al automóvil y a los intentos municipales de regulación (los límites de velocidad, las licencias de conducir, las restricciones al estacionamiento, etc.). Así, en Argentina, el ACA y los importadores cuestionaron, por ejemplo, los aranceles a las importaciones de autos y repuestos y el monto y la forma de cálculo de las patentes municipales⁹.

Esos sectores vinculados a los negocios en torno al automóvil se volvieron muy importantes en las Comisiones Directivas del ACA desde 1920 y mantuvieron su presencia en ellas hasta 1930: entre 1919 y 1930 la presidencia del club recayó en cuatro oportunidades en manos de dirigentes ligados al comercio automotriz¹⁰. Fruto de esta colaboración, fue la realización de los Salones del Automóvil, exposiciones de vehículos, autopartes y accesorios organizadas anualmente para mostrar los progresos de la industria del automóvil y crear una conciencia pública favorable a los vehículos a motor¹¹.

Por otra parte, muchos de estos empresarios, formaron parte a la vez, en algunos casos como dirigentes, de las organizaciones corporativas que representaban a los carroceros y productores de repuestos y autopartes (Centro Industria del Automóvil) y a los importadores (Centro de Importadores de Automóviles y Anexos y luego Asociación de Importadores de Automóviles y Anexos). La difusión del automóvil, que se incrementó fuertemente a partir del final de la Primera Guerra Mundial, convirtió al consumo de estos bienes en el centro de una red de muy redituables actividades económicas; los intereses particulares asociados a ella procuraron entonces promover sus negocios a la vez desde diferentes bases, institucionales, corporativas y no corporativas en sentido estricto. Ese campo de intereses tenía además una importante dimensión internacional: sus integrantes estaban vinculados a empresas y organizaciones extranjeras de índole muy diversa. El ACA y el TCA, por ejemplo, mantenían además contactos con otros clubes similares de Europa y de Estados Unidos e integraban con ellos alianzas y federaciones.

Pasada la crisis de la guerra, desde 1917-1918 la economía argentina comenzó a mostrar signos de recuperación, lo que pronto se reflejó en el incremento sostenido de la importación de automóviles (véase Tabla 1)¹². Esto estuvo en directa vinculación con los cambios técnicos y culturales que impulsaron la transformación del auto de un lujoso elemento de recreación en un medio de transporte y en un medio de producción. Tuvo que ver también con la movilidad ascendente que permitió a nuevas capas de profesionales, comerciantes, pequeños y medianos industriales, etc. acceder a la compra de automóviles. Se vinculó, finalmente, con los cambios en los patrones de consumo que volvieron deseable su posesión.

⁹ Las patentes se establecían teniendo en cuenta el deterioro que los vehículos infringían al pavimento urbano de acuerdo con su peso, aunque intervenían otros criterios como la utilidad pública y el valor de los vehículos. Los autos que las casas comerciales tenían a la venta pagaban un tipo especial de patente, las "patentes de ensayo".

¹⁰ El dato más significativo no es la importancia numérica de esos personajes dentro de la Comisión Directiva, que osciló entre el algo más de la mitad en 1921 y algo menos del 15% en 1927, sino su presencia entre las autoridades de la Comisión Directiva que durante todo el período fue de por lo menos la mitad de los cargos (salvo en 1925 cuando solo ocuparon uno de los cuatro cargos). Así, por ejemplo, Julio Fevre fue presidente entre 1919 y 1921, Santiago O. Motta (representante de Ford) entre 1921 y 1923, y Agustín Motto (importador y gerente de una aseguradora) entre 1923 y 1927.

¹¹ Los salones, que se organizaron por primera vez en 1918 y siguieron haciéndose hasta 1928, tuvieron un importante (y creciente) éxito en los años veinte; la elevada demanda de stands hizo que el Pabellón de las Rosas en Palermo, donde se realizaba la exposición, comenzara a resultar insuficiente, y el club empezó a juntar fondos para la construcción de un edificio destinado a los Salones: el Palacio del Automóvil. Como veremos algo más adelante, el proyecto se abandonó tras la crisis de 1930. Los Salones volverían a realizarse en 1933 y nuevamente en 1937, pero organizados directamente por la Asociación de Importadores de Automóviles y Anexos y en menor escala.

¹² Durante la entreguerra, todos los automóviles que circulaban en la Argentina eran importados: en un comienzo, completos y, desde los años treinta, en partes, ya que a las grandes automotrices instalaron plantas de montaje en el país.



Había más automovilistas en la Argentina y miles se sumaban cada año, pero las posibilidades de circulación con los vehículos en las ciudades y fuera de ellas estaban muy restringidas por la falta de caminos. Esto limitaba la difusión de los automotores a otros sectores sociales y profesionales y a otras regiones. Por otra parte, las elevadas patentes y derechos de importación imponían también, desde la óptica de los importadores y del propio ACA, limitaciones a la difusión de los automotores al encarecer los vehículos. En estos puntos, los intereses de los propietarios de automóviles y del comercio automotriz coincidían.

El ACA, ha sostenido Ospital, contribuyó de manera decisiva a “producir un cambio en las actitudes sociales frente al avance tecnológico” y habría funcionado, en ese sentido, como vocero de los importadores entre 1920 y 1940 (Ospital, 2002:1). Sin embargo, es necesario no cargar excesivamente las tintas en este punto: la resistencia a los automóviles en la Argentina giró centralmente en torno al problema de los accidentes ocasionados por los autos y solo parece haber tenido alguna relevancia antes de 1922 o 1923. Por otro lado, en todo caso, esta resistencia fue mucho menos intensa que en el caso norteamericano –donde a principios del siglo XX la disputa por el uso de la vía pública dio lugar a episodios de violencia abierta y el automóvil recibió la condena socialista- o el chileno, donde hubo activas protestas contra la pavimentación y motorización por parte de grupos de agricultores (McShane, 1994:100-121; BSNA, 1928).

Preferimos entonces pensar las intervenciones del ACA en el marco de los esfuerzos por construir los problemas que afectaban la difusión del automóvil como asuntos de interés público, a partir de la identificación del automóvil como instrumento clave del progreso nacional, de modo de generar una presión más amplia sobre el Estado para su solución¹³. Por otro lado, el examen de las transformaciones en el perfil del ACA, refleja una relación menos instrumental y más compleja entre el ACA y los importadores, sobre todo teniendo en cuenta que estos últimos se alejaron de las Comisiones Directivas del club desde 1929-1930.

En el marco de la renovada expansión del comercio automotor en la primera posguerra, los dirigentes del ACA decidieron lanzar al club a la acción pública en favor de la vialidad y el fomento del automóvil, configurando estas cuestiones como problemas públicos. Así resumía, en 1923, el cambio de orientación del club su presidente, Agustín Motto: el ACA era originalmente “un rincón de sociabilidad exquisita. Fue una guirnalda de plata en que cada eslabón se afianzaba en un nombre aristocrático y fue su fin el crear el deporte mecánico (...) El incremento del automovilismo, la calidad de la importación, el mejoramiento industrial (...) y por último las necesidades que ese conjunto de potencialidad económica ha reclamado: “la vialidad general del país”, ha traído en sus actuales comisiones a los hombres del comercio y la industria. Y es para los actuales una verdadera responsabilidad (...) la obligación de indicar los necesarios rumbos, señalando las rutas más rápidas, subsanando deficiencias, aprovechando lo existente, fustigando obras...” (ACA, 1923:11).

El resultado final del proceso fue una transformación profunda y acelerada. De reducido club deportivo y social de la elite porteña, el ACA se convertiría en algo más de cinco años en un club muy grande que tenía socios en todo el país, estaba orientado a la prestación de servicios en beneficio de ellos, controlaba el deporte mecánico, y desplegaba una intensa acción pública caracterizada por la cooperación práctica con el Estado.

¹³ Como ha mostrado Beatriz Sarlo, en la Argentina de entreguerra primaba en general una actitud popular favorable a las novedades técnicas, e incluso fascinada con ellas (Sarlo, 1992). La difusión del auto entre los sectores medios urbanos y rurales tuvo mucho más que ver con otras acciones de los importadores y las compañías norteamericanas (como el desarrollo de planes y facilidades de pago de los automóviles), y con los cambios culturales que lo transformaron además de un medio de transporte, en un objeto cuya posesión se anhelaba, más que con la remoción de prejuicios hacia el automóvil (García Heras, 1985; Rocchi, 1999).



Este cambio se reflejó rápidamente en el órgano de prensa del club, una revista mensual de distribución gratuita entre los socios que había comenzado a publicarse a mediados de 1918¹⁴. En ella se publicaba inicialmente información técnica sobre los automóviles (en general traducciones de notas extraídas de revistas europeas o norteamericanas) y noticias sobre competencias automovilísticas. Gradualmente comenzaron a aparecer también notas en las que se presentaba al automóvil como medio de transporte y de producción y en las que se criticaba la desmedida atención prestada por la cierta prensa a los accidentes que producían los autos. Finalmente, desde principios de los años veinte, la revista fue uno de los espacios privilegiados de un esfuerzo dirigido a remover los obstáculos para la difusión de automóvil, pensado como factor clave del progreso nacional: las limitaciones legales, los gravámenes aduaneros y las patentes, el mal estado y la escasez de los caminos; problemas públicos en torno a los cuales el ACA configuró su compromiso público y su identidad.

Además de tener un efecto de propaganda del automóvil, la revista contribuyó a definir un “colectivo” (que el ACA aspiraba a representar) de personas interesadas en que se mejoraran las condiciones para los automovilistas por los beneficios directos que de ello esperaban, pero también por motivos patrióticos, porque asociaban el automóvil al progreso nacional. 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” (Ballent, 2005:111).

Así, hacia 1922 emergió así una nueva concepción de la función social del Club: el ACA y, por extensión, sus dirigentes, tenían la “misión” patriótica de fomentar la vialidad y el automovilismo, “motores” del progreso y la modernización del país. Para el ACA, el automóvil estaba en el centro de una serie de valores, prácticas y hábitos de la modernidad, que el país debía desarrollar imitando a las naciones “civilizadas”: el desarrollo de las carreteras firmes y los parkways, la difusión del camión y el tractor, el turismo en automóvil, el camping. El modelo a imitar era, centralmente, el norteamericano, donde la “cultura del automóvil” alcanzaba el cénit.

Desde el punto de vista del club, su misión no podía limitarse a la propaganda, sino que debía tener una faz “práctica”. En este sentido, dado que las posibilidades de intervención del club dependían crucialmente del número de socios -fuente fundamental de sus recursos y de su legitimidad frente al Estado-, los dirigentes procuraron por primera vez ampliar decididamente la base societaria¹⁵.

En primer término, desde 1924 emprendieron una decidida campaña de expansión del número de socios y del alcance geográfico del club. Se publicó en la revista del ACA un aviso llamando a asociarse a la institución, se enviaron circulares a todos los propietarios de autos particulares invitándolos a incorporarse, se decidió la constitución de delegaciones en el Interior y se reglamentó la afiliación al Automóvil Club Argentino de todos los clubes del interior que fomentasen el automovilismo¹⁶.

A mediados del año siguiente se lanzó una política aún más agresiva de captación de nuevos socios: la semana de “conscripción de socios”, que incluyó giras de los dirigentes por el interior del país y que se repitió, en general anualmente, por lo menos hasta los años

¹⁴ La revista se publicó con continuidad entre 1918 y 1948 y, desde 1928 cambió su nombre (“Revista del ACA”) por el de “Automovilismo”. Hasta 1948 la revista fue creciendo en número de páginas (llegó a tener más de 50 páginas), en calidad de papel y de impresión, y en número de ejemplares (en 1931, alrededor de 30.000 y cerca del doble a principios de los años cuarenta).

¹⁵ Desde 1937 se sumaron los ingentes recursos provenientes del acuerdo entre el ACA e YPF firmado el año anterior, pero que se destinaban exclusivamente a la compra de terrenos y a la construcción de nuevos edificios para estaciones de servicio y sedes sociales del club.

¹⁶ En 1928 el ACA contaba ya con 77 delegaciones y 120 delegados en todo el país.



cincuenta¹⁷. El resultado de estas estrategias fue impresionante: entre 1921 y 1931 el número de socios del ACA se multiplicó por setenta. Más de la mitad de estos nuevos socios eran “no residentes”, esto es, vivían fuera de la ciudad de Buenos Aires y sus alrededores inmediatos (véase Tabla 1)¹⁸. De todos modos, el control del ACA siguió firmemente en manos de los socios porteños: los socios “no residentes” no podían formar parte de la Comisión Directiva, ni de la Comisión fiscalizadora de cuentas y tenían voz pero no voto en las asambleas (ACA, febrero 1941:s/n).

Por otro lado el ACA inició una acción directa de cooperación con el Estado en beneficio de la vialidad, que sus dirigentes caracterizaron como “patriotismo práctico”. Desde 1922 la nueva Oficina Técnica Topográfica del club relevó de miles de kilómetros de caminos, los señaló y produjo decenas de planos y mapas. Dando un paso más en la “obra práctica”, en 1926 el ACA creó la División de Carreteras. La División absorbió y amplió las actividades de la Oficina Técnica Topográfica: no solamente relevaba rutas y brindaba información, sino que también se ocupaba del mantenimiento concreto de algunos caminos¹⁹.

Esta acción caminera beneficiaba al conjunto de los automovilistas y legitimaba al club frente al Estado, la opinión pública y, por supuesto, también ante los socios y los potenciales socios y fue un recurso frecuente en las campañas anuales de reclutamiento del club²⁰. Pero atraer y satisfacer a los nuevos socios, suponía ofrecerles además servicios que los beneficiaran directamente y para lograrlo el ACA fue redefiniendo gradualmente su oferta²¹.

Desde principios de los años veinte el club ofrecía gratuitamente a sus socios la recepción de la revista mensual, la entrega de mapas y cartas de turismo y asesoramiento judicial en caso de accidentes de tránsito; proporcionaba también descuentos en algunos comercios (hoteles, garajes, surtidores de combustible, etc.), se encargaba de la gestión de algunos trámites municipales en nombre de los socios y brindaba servicios de peluquería, bar y sala de lectura en la sede social. Hacia mediados de los años veinte, en coincidencia con la expansión del club, también se ampliaron los beneficios. En primer lugar, crecieron los servicios directos a los automovilistas, como franquicias policiales en los casos de infracciones de tránsito en Capital Federal y en la provincia de Buenos Aires, el uso de los nuevos garajes del club en Mar del Plata, Buenos Aires, Córdoba y Rosario y de la estación de descanso en Maipú, parada obligada del camino a Mar del Plata y desde 1927, el auxilio mecánico de emergencia en la ciudad de Buenos Aires²². En 1928 el ACA inauguró además dos casillas camineras, en el camino a Mar del Plata y en el camino a Luján; dotadas de combustibles, lubricantes y teléfono y donde se estacionaban además equipos del club para

¹⁷ En 1925, como resultado de la primera conscripción de socios se asociaron más de 1200 personas en sólo una semana (Memoria ACA, 1925).

¹⁸ En 1921 el ACA tenía 470 socios, 439 de ellos porteños. La relación entre socios del ACA y cantidad de automóviles en el país era de 1 en 159. Para 1931, la cantidad de socios ascendía a 32.652, 20.211 “no residentes” (Memoria ACA, 1925 a 1931). Estas cifras resaltan aún más si se las compara con la evolución del TCA en el mismo período: en 1923 el TCA tenía catorce veces más socios que el ACA; en 1931, ambos clubes tenían un número similar (el TCA tenía un 9% menos de socios); el número de socios del ACA se multiplicó por cuarenta entre 1923 y 1931, mientras que el del TCA solamente se triplicó. Véase Tabla 1.

¹⁹ La División de Carreteras significaba la cristalización la alianza con el comercio automotriz: su comisión directiva estaba integrada por representantes del ACA, pero también de la Asociación de Importadores de Automóviles y Anexos y de las asociaciones de importadores de combustibles y lubricantes, que contribuían además al “fondo de carreteras” con el que se costeaban las operaciones viales.

²⁰ Así, por ejemplo, la publicidad de la 6ta. campaña de reclutamiento de socios del ACA, en 1930, recordaba que la institución mantenía 23 equipos camineros y que era responsable del 80% del señalamiento del país (Transportes y Comunicaciones, junio 1930).

²¹ En los años veinte los automotores, se afirmaron como elementos de trabajo y transporte: se difundió su uso entre los médicos y los comerciantes, que los utilizaban para el reparto (y en general su uso urbano para el traslado de mercancías); asimismo, creció el uso rural de los automóviles, con la difusión de modelos más adaptados a esas condiciones.

²² El auxilio mecánico funcionaba solamente domingos y feriados durante el día, era exclusivo para socios e inicialmente estaba arancelado.



la reparación de caminos²³. Los socios y sus familias gozaban, por otra parte, del acceso gratuito a los Salones del Automóvil, “patrimonio del Club”, un descuento en el precio de la nafta YPF y acceso a las playas de estacionamiento aranceladas y exclusivas para socios que el ACA inauguró en la Capital Federal a principios de 1930.

En segundo lugar, el club multiplicó su oferta recreativa. El ACA, que desde 1913 organizaba paseos a estancias y localidades cercanas, comenzó en 1924 a organizar viajes de más largo aliento, “raids” automovilísticos por rutas todavía de difícil tránsito²⁴. La organización de los viajes se completaba con otros servicios, como los “coches piloto” que desde 1927 guiaban caravanas de socios a Mar del Plata todas las semanas durante la temporada.

Este tipo de iniciativas del club, formaban parte también de la “misión pública” del ACA, tal como sus dirigentes (como vimos muchos de ellos importadores de automóviles) la planteaban a mediados de los años veinte. Los importadores, a través del ACA y también directamente -sostiene Ospital-, habían apoyado su estrategia de difusión del automóvil en el fomento de las ventajas del turismo en automóvil, presentado como una práctica accesible, saludable, moderna y patriótica (Ospital, 2002). En esa misma línea, el ACA emprendió desde 1926 una campaña de fomento del “camping” (el día de campo) para lo cual el club fue adquiriendo y acondicionando, desde 1927, una serie de predios (Piglia, 2008a).

En tercer lugar, el ACA hizo de la provisión de información sobre los caminos, uno de sus servicios más destacados. Para ello relevó caminos y confeccionó y distribuyó planos-guía, que se apoyaban en el señalamiento que simultáneamente había hecho el ACA de los caminos relevados y en la reproducción gráfica de puntos de referencia (construcciones, cursos de agua, alcantarillas) (ACA, septiembre 1925:14). Además, gracias a su red de delegaciones en el Interior, el ACA brindaba también información relativamente actualizada sobre el estado de los caminos, advertencia vital en un contexto de carreteras predominantemente de tierra e impracticables en época de lluvia.

El ACA recopilaba y proveía además a sus socios información turística. Para ello, en 1927 la División de Carreteras invitó a los socios a aportar copias de sus fotos sobre temas de turismo en el país, con indicaciones lo más detalladas posible del sitio a que correspondiesen, a fin de ampliar el archivo de turismo y en 1928 el club inauguró la “Casa del Turista” en Córdoba, una oficina que brindaba información a los viajeros²⁵.

Junto a los beneficios a los socios y al despliegue de la colaboración práctica con el estado y de la militancia vial, el ACA comenzó a ganar prestigio y popularidad por su papel en el fomento del deporte mecánico, particularmente de las carreras de largo aliento en carretera, que eran vistas en parte como una forma de propaganda vial.

²³ La asistencia a los automovilistas en la carretera, se inspiraba directamente en la experiencia británica: la “Automobil Association” inglesa brindaba asistencia mecánica a sus socios, por medio de patrullas de carretera, especialmente instruidas y provistas de motocicletas con sidecar. Véase “Una organización modelo” (ACA, febrero 1925:41).

²⁴ Por ejemplo se organizaron viajes a Córdoba en 1924 y 1928, y a Mar del Plata en 1925. El primero de estos viajes fue la “Semana del Automóvil”, una excursión recreativa en automóvil a Córdoba organizada en simultáneo y sobre la misma ruta que el Gran Premio del ACA de 1924. En 1928 se organizó la “Semana del Turismo” una excursión a las Sierras cordobesas simultánea con la Primera Conferencia Nacional de Turismo organizada por el ACA en Alta Gracia.

²⁵ La recopilación y provisión de información turística a los socios también reconocía el antecedente de la Asociación Automovilística inglesa, que ayudaba a sus socios a programar viajes en las Islas Británicas y en el continente. Los demás Automóvil Club europeos parecen haberse concentrado en la propaganda del automóvil, la información técnica y el deporte automovilista, dejando de lado el turismo, que en Francia, Italia o Bélgica, era terreno de los particularmente activos Touring Clubs. En cuanto a los clubes norteamericanos, salvo algunas excursiones organizadas en los primeros años del siglo XX, la organización de actividades turísticas no parece haber sido importante (McShane, 1994).



Antecedente inmediato del turismo carretera (una categoría creada tras la decisión oficial, en 1937, de que las carreras en caminos nacionales se hicieran con automóviles cerrados o de turismo), los grandes premios del ACA se convirtieron en el principal evento anual del deporte automovilístico nacional, y en un espectáculo sumamente popular. Paralelamente, el ACA fue ganando dominio sobre el deporte automovilista en general, cuando las carreras se fueron incorporando en una jerarquía compleja de carreras con puntaje, al campeonato argentino, que el ACA gestó y fiscalizaba, dominio que quedó consolidado tras la incorporación del club a la Federación de Automóvil Clubs Reconocidos, en 1929²⁶.

2.2. La crisis de 1929

La crisis mundial de 1929 impactó duramente en las finanzas del club. Miles de asociados dejaron la institución, las cuotas adeudadas, "incobrables", se acumularon y las delegaciones del Interior se desorganizaron, algunas se disolvieron o quedaron acéfalas²⁷. Los años 1932 y 1933 marcaron el peor momento; el número de socios volvió a crecer con la mejora de la situación general y la amnistía para morosos proclamada en febrero de 1935, pero todavía en 1936 estaba por debajo del nivel de 1931 (ver tabla 1)²⁸. La baja de los ingresos puso en suspenso algunos proyectos del club e incluso complicó el financiamiento de la extensa maquinaria administrativa del ACA, integrada por 140 empleados cuyos salarios representaban casi un 40% del presupuesto anual del club.

La política interna del club entró también en crisis, en parte en relación con la agitación del clima político nacional y en parte por la creciente escasez de dinero, que tensó las discusiones sobre la asignación de recursos. En 1930, la Comisión Directiva se dividió en dos facciones rivales. Después de un confuso conflicto que parecía reproducir los reclamos al yrigoyenismo recién depuesto, en octubre de ese año el club fue intervenido judicialmente, se depuraron sus padrones y se convocó a nuevas elecciones.

Si el detalle del conflicto es algo confuso, el sentido del proceso resulta más claro: en la nueva Comisión Directiva que asumió el 30 diciembre de 1930 estaban ausentes la mayor parte de los dirigentes que habían poblado las comisiones de los años veinte y se consumó la separación entre los importadores y el ACA, que se había iniciado con la terminación de la alianza formal entre el ACA y la Asociación de Importadores en febrero de 1929²⁹.

Las Comisiones Directivas de los años treinta se caracterizaron por la presencia de miembros de un origen profesional más variado: militares, industriales, profesionales que hacían carrera en el Estado e incluso algunos políticos³⁰. Las Comisiones Directivas

²⁶ El control casi absoluto del ACA sobre el deporte automovilista duró, por lo menos, hasta la década de 1970 (Piglia, 2008c).

²⁷ El 65% de la deuda total correspondía a socios no residentes (ACA, febrero 1935:s/n).

²⁸ En 1936 el ACA tenía un 25% menos de socios que en 1931. Véase Tabla 1.

²⁹ La labor en pro de la vialidad fue dividida: los importadores optaron por la "propaganda" y el ACA, por la "obra práctica" de señalamiento y mantenimiento de los caminos, ahora sostenida exclusivamente con el producto de las cuotas de los socios.

³⁰ El Gral. Camilo Idoate fue presidente del ACA entre 1935 y 1940, en 1938 se retiró del servicio activo al ser nombrado Director Nacional de Turismo. Emilio Saint era uno de los propietarios de la fábrica de chocolates Águila, había tenido participación en la Asociación del Trabajo, había sido vocal del ACA en 1928 y vicepresidente desde fines de 1929; fue presidente de la Comisión Directiva entre diciembre de 1930 y su muerte en 1935, y director de la Dirección Nacional de Vialidad (por el ACA) entre 1933 y 1935. Horacio Pozzo reemplazó a Saint en la Dirección Nacional de Vialidad, y en 1940 fue reemplazado por el Ing. Daniel Iribarne; en 1941 fue nombrado director de tránsito de la Capital Federal. El Ing. Eduardo Edo fue miembro del directorio de Parques Nacionales desde 1940 hasta 1944. Horacio Morixe fue nombrado director de YPF en 1936 y permaneció en su cargo hasta 1943. Carlos Anesi fue presidente del club entre 1940 y 1956 (su carrera como dirigente del ACA había comenzado en 1929), fue funcionario de la intendencia porteña (inspector de establecimientos industriales) entre 1917 y 1933 y miembro del Directorio de la Dirección Nacional de Turismo entre 1942 y 1944; Carlos A. Pueyrredón fue elegido diputado Nacional en 1932, y presidió la comisión que



sufrieron además otros cambios: los mandatos se hicieron más prolongados, la figura del presidente cobró mayor relevancia y a lo largo de los años treinta aumentó el grado de discrecionalidad de la Comisión Directiva en el manejo de las finanzas del club³¹.

El nuevo período se caracterizó, además por una creciente intimidación con el Estado, en parte gracias a la trayectoria de colaboración práctica del club, en parte por las relaciones políticas de la nueva dirigencia con los gobiernos conservadores. El ACA representó a las asociaciones de automovilistas en el directorio de la recién creada Dirección Nacional de Vialidad (1932) y participó de los diversos ensayos de organismo estatal de turismo entre 1938 y 1942; además, sin representar formalmente al club, miembros de su comisión directiva integraban el Directorio de YPF y, desde 1940, también el de la Dirección de Parques Nacionales.

El cambio en los dirigentes acentuó también el sentido de las mutaciones que venían teniendo lugar en el ACA desde mediados de los años veinte. La merma en los recursos, producto de la crisis económica y del alejamiento de los importadores (que dejaron entonces de contribuir al fondo de carreteras del club), había vuelto más crucial la necesidad de reforzar el atractivo del club para los socios. La estrechez económica obligaba además a una reflexión más explícita sobre el perfil de la institución, a fin de optimizar la asignación de unos recursos entonces más escasos. Paralelamente, la crisis en la política nacional, la mayor intervención estatal y el incremento de la obra pública (sobre todo vial), junto con una mayor cercanía y afinidad entre la nueva dirigencia del club y el nuevo gobierno nacional, generarían nuevas oportunidades para el ACA, que por su prestigio, visibilidad pública y masividad estaba en posición de aprovecharlas.

Como vimos, el crecimiento y la “nacionalización” más espectaculares del club habían tenido lugar entre 1924 y 1931 y durante ese período se había desarrollado una oferta de servicios más amplia, que apuntaba a las necesidades de los nuevos socios. A pesar de ello, el club conservaba la impronta de lo que habían sido sus rasgos como institución desde principios de siglo, impronta que tenía su corolario práctico en la asignación de los recursos: el acento puesto en la sociabilidad entre socios y en la ciudad de Buenos Aires, donde se prestaba la mayor parte de los servicios proveídos por la institución³². Así, por ejemplo el proyecto que ganó en 1928 el concurso de anteproyectos para la construcción de la sede central propia del ACA en Buenos Aires, preveía un edificio monumental y elegante, en el que podría desarrollarse esta selecta sociabilidad: amplio salón de fiestas, salones separados para la conversación de las damas y de los caballeros, peluquería para caballeros, canchas de tenis y una gran pileta de natación.

En los años treinta, se completó la transformación del perfil de la institución: el club de elite, reducido, fundamentalmente porteño, cuyo eje pasaba por la sociabilidad entre pares sociales que compartían la pasión por los vehículos de motor, dejó paso a una institución masiva, con mayoría de socios del Interior, legitimada por los servicios que ofrecía a los automovilistas y por su hegemonía del deporte automovilista. Señal de esto fue el abandono en 1932 del proyecto de construcción de la “casa propia” de 1928; el terreno se vendió en 1934 y se adquirió en su lugar una casa de dos plantas, donde se privilegiaron los espacios

evaluó la Ley Nacional de Vialidad; entre 1940 y 1943 fue intendente de la ciudad de Buenos Aires. Anesi, Idoate y Pozzo no habían ejercido cargos en la Comisión Directiva del club antes de la crisis.

³¹ Hay desde los años treinta una tendencia a la mayor estabilidad de los presidentes del club: Saint desde 1930 hasta su muerte en 1935; Idoate desde 1935 hasta 1939, Anesi desde 1940 hasta 1955. Por otro lado los montos de dinero de los que la Comisión Directiva podía disponer sin consultar a la Asamblea de socios fue aumentando. Así, por ejemplo, en 1935 la Comisión Directiva obtuvo una autorización amplia para invertir el sobrante de la venta del terreno que habían adquirido en los años veinte para construir una casa propia (luego de la adquisición de un petit hotel para tal fin) (ACA, febrero de 1935:s/n).

³² El club cobraba una cuota un 75% más baja a los socios del interior precisamente por esta limitación de la oferta de servicios fuera de Buenos Aires.



para la dirección, administración y atención al público. El sobrante de la venta del terreno y de los fondos para la construcción que hasta entonces se habían reunido, fueron asignados a los tres frentes en los cuales se expandió la oferta de servicios del club en los años treinta: el auxilio mecánico, los campings y la construcción y equipamiento de estaciones de servicio y casillas camineras (ACA, febrero de 1935:s/n).

Con aguda conciencia los nuevos dirigentes parecían comprender la necesidad de modificar la oferta de servicios para adaptarla a las demandas de los nuevos socios que se estaban incorporando o que se buscaba incorporar al club. Estos socios eran también el resultado de la difusión de los automóviles en los sectores medios. Ya no se trataba solamente de sectores acomodados de profesionales, sino también de pequeños y medianos comerciantes y productores, en parte gracias al abaratamiento de los vehículos y en parte gracias al sistema de ventas a plazos implementado por las compañías automotrices norteamericanas que se instalaron en el país desde el fin de la Primera Guerra³³.

¿Qué ofrecer a estos nuevos socios? En primer término, los campings. La oferta de turismo “al aire libre” del Automóvil Club, que para 1930 incluía cuatro “campings” en los que el socio podía pasar un “día de campo” (Luján, Chascomús, Quilmes, Punta Chica), se amplió con la incorporación en 1937 de un predio fuera de la provincia de Buenos Aires: en Timbúes, sobre el río Carcarañá (provincia de Santa Fe). En el mismo año se inauguraron además los dos “campings de playa” del ACA, en San Clemente del Tuyú y en Mar de Ajó, en los que se instalaron campamentos durante el verano que funcionaban con turnos quincenales³⁴.

Los campings de playa resultan un signo particularmente significativo de este cambio en el perfil del club. Estaban dirigidos a especialmente a estos nuevos socios-automovilistas de recursos más modestos: brindaban una alternativa de acceso a las vacaciones en la playa a grupos medios en ascenso de moderados recursos económicos, que disponían anualmente de tiempo libre, aunque limitado y para quienes las vacaciones en Mar del Plata, el destino de sol y playa más codiciado, resultaban todavía demasiado onerosas. La oferta de recreación al aire libre por parte del club se completaba con las excursiones-campamento, que comenzaron a realizarse en 1932 en varios puntos del país (Ascochinga, Tandil, Monte, etc.). En 1936 más de 70.000 personas participaron de los viajes y excursiones y concurren a los campings y campamentos del club, y cerca del doble lo hicieron en 1941 (Memoria ACA, 1934).

Junto a la expansión de su infraestructura turística, el club amplió también sus servicios de información turística: desde 1936 el club ofrecía a los socios planificar sus viajes, preparándoles un itinerario detallado con kilometraje por etapa, atracciones, hoteles, lugares de aprovisionamiento de nafta, costos, etc. Esto se apoyaba en la extensión del relevamiento de caminos y la confección de planos por parte del club. En enero de 1942, a los planos-guía se sumó la publicación de guías de viaje más completas (con planos, información geográfica y turística, fotografías, etc.).

En segundo término, el ACA avanzó en el desarrollo de su servicio de auxilio mecánico, que se volvió gratuito y se amplió con nuevos equipos³⁵. Sin embargo, todavía en 1938 la

³³ Studebaker se instaló en la Argentina en 1918, Ford Motors en 1922 y General Motors en 1925. Además de financiar sus ventas, la instalación de plantas de ensamblado en el país les permitía a las empresas automotrices norteamericanas ofrecer precios más competitivos y asegurar el abastecimiento de repuestos y accesorios, todo lo cual contribuyó al desplazamiento de los fabricantes europeos del mercado argentino (García Heras, 1985:9-27).

³⁴ Después de una exitosa excursión campamento en sus tierras, en 1935 la familia Leloir donó al ACA un predio de 20 hectáreas frente a la playa en el loteo de San Clemente del Tuyú; y al año siguiente Rafael Cobo, le donó otro en el paraje La Margarita, en el loteo de Mar de Ajó (ambos balnearios estaban en formación).

³⁵ El servicio era muy utilizado: 18.000 servicios de auxilio mecánico se prestaron en 1938 solo en Buenos Aires (el ACA tenía por entonces 32.000 socios en todo el país); y 38.000 dos años más tarde.



cobertura se limitaba a un radio de 50 km en torno a la Capital Federal (algunas delegaciones del Interior, como la de Mar del Plata, implementaron su propia cobertura).

En tercer lugar, el ACA procuró ampliar la venta de combustible con descuento a los socios y la asistencia a los automovilistas en las rutas. Hasta 1937, la expansión de las estaciones de servicio y las casillas camineras del club fue muy lenta, en tanto requería una fuerte inversión. Para 1936 el club poseía unos cuantos surtidores en los garajes de Buenos Aires y de Mar del Plata, algunas casillas camineras y una estación de servicio en la Capital.

A fines de 1936, la firma de un convenio con YPF, cambió profundamente el panorama y completó la nacionalización del club. Establecía que el ACA vendería solamente combustibles y lubricantes YPF, a cambio de lo cual obtenía un crédito en productos para financiar la compra y construcción de estaciones de servicio. Para 1943, cerca de ochenta estaciones de servicio habían sido construidas en las principales ciudades y rutas del país, se mejoraron las instalaciones en los campings y se inauguró la moderna sede central en Capital Federal. La ampliación de los servicios prestados a los socios del Interior se reflejó en diciembre de 1936 en la introducción de una distinción entre la cuota que pagaban los socios no residentes “urbanos” y los socios “rurales” (que se suponía disfrutaban de menores beneficios)³⁶.

Tabla 1. Automóviles y número de socios del ACA y el TCA.

Año	Automotores en Argentina	Socios del ACA	Socios del TCA
1910	4.800	200	4.070
1915	18.812	s/d	6.238
1921	75.000	470	8.720
1924	120.000	3.650	s/d
1926	222.610	12.000	s/d
1931	325.748	32.652	29.701
1933	243.186	27.000	34.535
1936	283.851	24.637	s/d
1940	316.522	37.899	s/d
1942	450.000	51.786	s/d
1943	s/d	62.529	s/d

Fuente: autoría propia sobre la base de Estadística Mundial de Automóviles; Memorias de la División Nacional de Vialidad de 1940 y 1942; Revistas del ACA y del TCA; Memorias anuales del ACA.

3. EL TOURING CLUB ARGENTINO

3.1. La relación directa con el Estado, 1907-1915

En 1907, una parte de los dirigentes del ACA, junto a otros miembros de la elite fundaron el Touring Club Argentino³⁷. Desde sus orígenes, el TCA tuvo como finalidad principal presionar en favor de ciertas “causas públicas”. Inspirado en las instituciones similares de Francia, Alemania, Italia, Suiza y Bélgica, fundadas pocos años antes, tenía por objetivo explícito “fomentar el turismo en la República Argentina” (Guía TCA, 1912:107). Estos fines, inherentes a la identificación de la institución como “Touring Club”, fueron pronto reinterpretados por los dirigentes del club, que plantearon en numerosas oportunidades una diferente jerarquía de objetivos. El TCA, sostenían, se adaptaba a “las necesidades y maneras de ser de la República: “en vez de favorecer solamente la afición del turismo, como

³⁶ Los socios porteños pagaban la cuota más alta, \$60 anuales. Los socios no residentes “urbanos” pagaban \$24 y los socios “rurales” tenían una cuota de \$15 anuales.

³⁷ Ocho de los 17 miembros del grupo fundador del TCA habían formado parte de las Comisiones Directivas del ACA entre 1904 y 1907. Ambos clubes compartieron dirigentes hasta la década del diez.



fin y el mejoramiento de la vialidad, como medio”, se proponía “propender con todas sus fuerzas a que se mejoren y construyan los caminos, como fin y que se difundan los nuevos elementos de locomoción y el turismo, como medio”³⁸. El TCA se distanciaba también de los clubes centrados en torno al automóvil y al deporte automovilístico, como el ACA, en tanto perseguía fines más amplios y “elevados”³⁹. El TCA –sostenían en 1909- “no es, pues una institución deportiva; no es ni siquiera una institución automovilística, que se proponga exclusivamente difundir el automóvil. Es una institución que tiene por objeto mejorar los caminos y hacerlos llegar en buenas condiciones de vialidad hasta los centros productores y hasta todos los puntos del territorio donde palpita algún esfuerzo útil, donde se esconda una reliquia histórica y donde vibre una nota capaz de levantar el alma hasta la región ideal del placer por la belleza contemplada en su fuente más pura: la Naturaleza (TCA, enero 1909:1).

La acción pública que el TCA se proponía, era en primer término una tarea pedagógica y de propaganda: generar una opinión favorable a la construcción de caminos y a los modernos medios de transporte. En ese sentido, la revista del club, que comenzó a publicarse en enero de 1909, tenía un rol central⁴⁰. Junto a la propaganda institucional, la revista instruía acerca de las ventajas físicas y morales del turismo, explicaba los modos apropiados de uso de los automóviles y de práctica del turismo, informaba sobre los beneficios de los transportes modernos y los caminos, describía las bellezas naturales y publicaba relatos ejemplares de viajes (“raids”) en automóvil por distintas regiones del país, en general acompañados de mapas.

En segundo lugar, la acción del TCA en favor de la vialidad tuvo, hasta la Primera Guerra, una dimensión más concreta. Por un lado, se comenzó a recopilar información sobre vialidad: información técnica general y también datos sobre los caminos existentes, levantando planos que se publicaron parcialmente en la revista del club⁴¹. Estos relevamientos y planos parciales apuntaban a un objetivo más amplio: la confección de una guía que incluyera un mapa carretero del país y que expandiera el conocimiento “geográfico” de “propios y ajenos” suministrando a los viajeros el conocimiento de las condiciones topográficas, climatéricas, económicas, sociales, etc., así como de itinerarios a seguir, medios de transporte disponibles, tarifas, etc.. Un trabajo de este tipo –argumentaban- era muy necesario, sobre todo porque en la Argentina no existían guías como las que se editaban en Europa, ni “agencias especiales como las que allí facilitan al extranjero los medios de visitar el país en el que se encuentra” (Guía TCA, 1911:113).

En ese marco el club proyectó una gran guía de la Argentina que debía publicarse y distribuirse en escuelas y embajadas con motivo del Centenario, y que no se realizó por falta de financiamiento estatal. En su lugar, el TCA publicó en 1911 una primera guía (sin mapas), que contenía información general sobre el país (Guía TCA, 1911). La provisión de esta información era uno de los servicios principales que el club brindaba a los socios, junto a los descuentos en algunas casas de comercio afiliadas al TCA, la atención gratuita de

³⁸ Véase editorial: “Nuestra revista”, Revista del Touring Club Argentino (en adelante Revista del TCA), Nº 1, enero 1909, p.1.

³⁹ El TCA, que se definía como espacio de acción cívica más que de sociabilidad refinada, parecía responder más bien la tradición del club francés, con su énfasis en afinidades o intereses políticos o de ideas (Losada, 2008:182). Analizando la trayectoria del TCA y del ACA, puede pensarse más bien en un caso muy lento de ese modelo de club, que no fue reemplazado por, sino que fue paralelo a la decadencia de los clubes a la inglesa, ambos derrotados por el modelo de club masivo y de servicios del ACA en los años treinta.

⁴⁰ La “Revista del TCA” se publicó en general mensualmente entre 1909 y 1915; y nuevamente desde 1918, sin interrupciones hasta por lo menos 1943; en 1938 cambió su nombre por el de “Turismo”. Durante todo este tiempo contó con la colaboración de periodistas profesionales, en virtud de los lazos que unían al TCA con los periódicos La Prensa y La Razón. Inicialmente se vendía por suscripción, pero desde 1910 comenzó a distribuirse de forma gratuita entre los socios. En 1918 quienes no eran socios del club podían comprarla a \$0,20 por ejemplar.

⁴¹ En febrero de 1909 el TCA comenzó a relevar los caminos de los alrededores de la Capital Federal.



primeros auxilios de los médicos afiliados al club, la asesoría jurídica en casos vinculados al uso del automóvil y la posibilidad de gozar de ciertas ventajas en los viajes a Europa (producto de las relaciones de reciprocidad establecidas con varios Touring Clubs europeos) (Guía TCA, 1911: 112-115, y 120-121; TCA, abril 1909: 239-240)⁴².

Por el otro lado, el TCA fue pionero en la colaboración práctica en materia vial, que sería en los años veinte la marca de la acción pública del ACA. Así, durante sus primeros años procuró hacer viable el excursionismo en automóvil, arreglando, señalizando o construyendo algunos caminos en torno de las ciudades de Buenos Aires y Mar del Plata. En algunos casos, el club planificó y llevó a cabo la construcción o reparación de los caminos, gestionando ante privados y ante el Estado los recursos necesarios (camino Mar del Plata-Necochea, 1908); en otros, el Estado encomendó al club la planificación y dirección de obras financiadas mayoritariamente con fondos públicos (camino Avellaneda-La Plata, 1910); y finalmente, algunos caminos fueron construidos y financiados con recursos del club y suscripciones de los socios (Buenos Aires a Olivos, 1908).

Esta capacidad del TCA de incidir directamente sobre la planificación y construcción de caminos era resultado de la intimidad entre el Estado (fundamentalmente el Ministerio de Obras Públicas de la provincia de Buenos Aires, pero también la intendencia de la Capital Federal) y el club en esos años y por lo tanto, en buena parte, producto de las redes de relaciones sociales y políticas de sus dirigentes. En la nómina de socios que el club publicó en enero de 1909 figuraban muchos de los apellidos más distinguidos⁴³. Durante el primer año y medio después de la fundación del TCA, numerosos personajes de la elite porteña adhirieron al club en carácter de socios vitalicios, lo que implicaba un importante desembolso de dinero con el que se constituyó el capital inicial del club⁴⁴.

Las conexiones políticas de sus prominentes asociados, le garantizaron al TCA, no sólo los permisos oficiales necesarios para las obras y la colaboración económica del Estado, sino también la capacidad para influir de manera directa sobre el Estado con el fin de generar una política vial. Así en 1910, por iniciativa del TCA, el Ministerio de Obras Públicas de la provincia de Buenos Aires a cargo de Ángel S. Etcheverry (socio del club) creó la Dirección General de Caminos de la Provincia. El vicepresidente del club, el médico José Semprún, fue designado al frente de esta última repartición, que contaba además con otros dos representantes del TCA⁴⁵. La dirección funcionó hasta la derogación de la ley en 1913, según el club “por motivos de orden político” (TCA, mayo 1922: 4494).

En este marco, el TCA ganó rápidamente prestigio y asociados. Tenía un perfil militante y en este sentido era “abierto”: aspiraba a lograr una gran cantidad de afiliados que se encolumnaran detrás de la causa vial. Desde el comienzo el TCA procuró que cada ciudad o pueblo tuviera un delegado o delegación y desde 1918 el club contaba con varios

⁴² Si un médico afiliado al TCA acudía a asistir a los heridos de un accidente de automóvil, no podía cobrar por la prestación de los primeros auxilios a las víctimas que fueran socios del club.

⁴³ Entre los socios figuraban los Anchorena, Álzaga, Aguirre, Arana, Beazley, Casares, Cobo, Gainza, Leloir, Martínez de Hoz, Paz, Pereyra Iraola, Santamarina, Tornquist, Unzué. Entre los socios del club ingresados hasta noviembre de 1908 que declaran su profesión predominan los profesionales (médicos, ingenieros, periodistas, abogados), “hacendados”, “comerciantes”, “rentistas”, y son muy escasos los “empleados”. La mayoría de los nuevos socios (ingresados entre noviembre y diciembre de 1908) que se consignan parecen algo más modestos: aparecen menos apellidos ilustres, y aumenta la cantidad de militares, empleados, estudiantes y comerciantes que en la lista de socios previa. (TCA, enero 1909:59-67).

⁴⁴ Los socios podían pagar una cuota anual de \$10 m/n, o una cuota única de \$200 m/n se asociaban como socios vitalicios. En enero de 1909 el club tenía 95 socios vitalicios y 2000 socios regulares del club a esa fecha. Ese capital inicial explica la rapidez con la que pudieron, a un año de la fundación del club, iniciar obras de señalamiento, construcción o mejora de caminos.

⁴⁵ La Dirección General de Caminos de la Provincia de Buenos Aires estaba dirigida por una Comisión Central compuesta por un presidente y ocho vocales, tres de los cuales debían ser miembros del TCA; todos los miembros de la comisión debían ser, por otro lado, propietarios rurales y contribuyentes al fondo de caminos de la provincia, que la misma ley provincial creaba (Guía TCA, 1911:278-289).



“delegados viajeros”⁴⁶. Se dejaba bien en claro, además, que la afiliación era una cuestión de principios y no requería la posesión de un automóvil. Un año después de su fundación, el TCA ya tenía casi dos mil socios y continuó creciendo a un ritmo de unos mil nuevos socios cada año hasta la guerra; pasada la crisis, el club llegó a los 10.000 socios en 1923 y alrededor de treinta mil en 1933 (véase Tabla 1). El número de delegados también se multiplicó⁴⁷.

En medio de este crecimiento, que como dijimos fue muy acelerado en sus primeros años, el TCA mantuvo una notable estabilidad en su dirigencia. La Comisión Directiva fue presidida durante los primeros treinta años por Ezequiel P. Paz, propietario y director del diario La Prensa y, desde 1937, por el Gral. Isidro Arroyo. Los otros cargos principales de la Comisión tampoco tuvieron demasiada rotación⁴⁸. La presencia de los Paz en el grupo fundador y dirigente del club estimuló una relación muy estrecha con el diario La Prensa: varios miembros del diario pertenecían a la Comisión Directiva y periodistas de La Prensa, a la vez socios del club, colaboraban habitualmente con la revista del TCA⁴⁹. El periódico reseñaba, además, ampliamente las iniciativas del club y, hasta que dispusieron de una sede más amplia en 1929, el club utilizaba frecuentemente los salones del periódico para conferencias, reuniones y asambleas. El diario también servía para insertar informaciones entre un número y otro de la revista: así, por ejemplo, durante la temporada de 1927 La Prensa publicó informes semanales sobre el estado del camino a Mar del Plata, originados en el TCA (TCA, enero 1927: 7404).

A partir de los años veinte se acentuó la presencia de profesionales (abogados, ingenieros, médicos, periodistas) y de personas ligadas a la política y a la gestión pública en el club, muchas de las cuales permanecieron varios años vinculados a la institución⁵⁰. La militancia

⁴⁶ Para 1920 el TCA tenía 13 delegados viajeros. Uno de ellos, Ernesto Baldrich, que en los años treinta se convirtió en un importante dirigente del ACA, realizó entre 1918 y 1922 dos largos viajes en automóvil por la Patagonia, creando delegaciones del TCA (y de paso contribuyendo con la represión del movimiento huelguístico de 1919 (TCA, mayo 1919:2790; diciembre 1922:4859).

⁴⁷ En 1909 el TCA tenía 152 delegados, 238 en 1920 y 800 en 1936. Recordemos que, con unos años más de existencia, el ACA continuó siendo hasta mediados de los años veinte un club fundamentalmente porteño, de dimensiones reducidas y crecimiento muy lento. Véase Tabla 1.

⁴⁸ En el período que analizamos el TCA tuvo ocho vicepresidentes, uno de los cuales (Isidoro Ruiz Moreno) permaneció diez años en el cargo, dos secretarios, uno de ellos (Rómulo Yegros) por casi veinte años, y cuatro tesoreros, dos de los cuales también ocuparon sus cargos por períodos prolongados. Varios de los dirigentes del club (Isidoro Ruiz Moreno, Ing. Rodolfo Santángelo, Pedro L. Balza, Juan A. Briano, Atanasio Eguiguren, Gral. Alonso Baldrich, Saturnino Zemborain (h), Julio C. Borda) permanecieron en la Comisión Directiva durante casi todo el período de entreguerras. La Comisión Directiva del ACA, en cambio, rotaba sus miembros con mucha frecuencia y hasta los años treinta rara vez alguien permaneció en el mismo cargo más de dos años. Asimismo, como vimos, la dirigencia del ACA se modificó significativamente después de la guerra y nuevamente tras la crisis de 1930.

⁴⁹ Por ejemplo los periodistas Francisco M. César, Rómulo Yegros y Pedro L. Balza, eran miembros importantes de la Comisión Directiva del TCA; y la revista del TCA contaba con la colaboración de otros periodistas de La Prensa como Ada Elflein o Emilio Severo Silva.

⁵⁰ Se incorporaron así a la Comisión Directiva el Gral. Alonso Baldrich, Prudencio M. Clariá, Rodolfo Moreno (h), Isidoro Ruiz Moreno, Julio C. Borda, Herminio J. Quirós, el Ing. Ernesto C. Boatti, el Ing. Pedro Bazán, Atanasio Eguiguren, el Ing. Enrique Chanourdie, el Ing. Rodolfo Santángelo, el Ing. Carlos Meaurio, el Ing. Juan A Valle y Adrián Escobar. Alonso Baldrich era general e ingeniero civil y fue administrador de YPF en Comodoro Rivadavia durante la presidencia de Alvear, y tuvo funciones en YPF también durante la presidencia de Ortiz; fue director de Parques Nacionales entre 1935 y 1940; Rodolfo Moreno (h) era un conocido jurista y un prominente dirigente del conservadurismo bonaerense; fue diputado nacional entre 1916 y 1920 y entre 1922 y 1926; en los años treinta, ministro de la gobernación de Federico Martínez de Hoz en la provincia de Buenos Aires, y entre 1942 y 1943, gobernador de la provincia; fue un activo dirigente del TCA durante los años veinte. Isidoro Ruiz Moreno era un jurista de renombre, había sido diputado nacional (1908-1912) y Director General de Territorios Nacionales (1914-1919) y fue diplomático en los años treinta. Prudencio M. Clariá estaba ligado al radicalismo antipersonalista y fue asesor general del gobierno de la provincia de Buenos Aires en 1920. Julio C. Borda era un dirigente del radicalismo cordobés, había sido gobernador de la provincia de Córdoba en 1917 y fue diputado nacional entre 1928 y 1930. Herminio J. Quirós y Atanasio Eguiguren eran dirigentes del radicalismo entrerriano; Quirós fue diputado nacional durante toda la década del veinte y gobernador de Entre Ríos entre 1930 y 1934, y Eguiguren fue senador nacional entre 1932 y 1943. Enrique Chanourdie estuvo ligado al ferrocarril de Santa Fe.



en el club era una parte no menor de la carrera de estos dirigentes y funcionarios, les otorgaba autoridad en ciertos temas y el respaldo de una institución inspirada en el “bien común” y les daba la posibilidad de establecer relaciones útiles⁵¹. Su presencia en el TCA le permitió al Club convertirse en un interlocutor del Estado en materia de vialidad, conseguir apoyo (incluso financiero) para sus iniciativas y e influir sobre el diseño de las políticas estatales en materia de vialidad y de turismo (Piglia, 2008d).

3.2. El TCA como instrumento de acción pública militante, 1918-1933

La Primera Guerra Mundial y el cambio de gobierno trajeron consigo una contracción de las actividades del club, producto de la merma de los recursos económicos accesibles a la institución, tanto porque la crisis económica asociada a la guerra afectó a sus socios y patrocinadores, como por el menor acceso a los recursos estatales tras el cambio de gobierno.

Durante la guerra, la Revista del TCA dejó de publicarse y las obras viales del club se detuvieron. El ascenso del gobierno radical implicó además cambios en la relación entre el club y el Estado y lo que había sido una influencia directa sobre la toma de decisiones y sobre las propias obras, se volvió un diálogo entre dos actores (el Estado y los intereses organizados) crecientemente diferenciados. Por otro lado, la difusión del automóvil y su evolución técnica hacían cada vez más necesario contar con caminos firmes, cuya ejecución, más costosa y compleja, excedía las capacidades del TCA.

En este nuevo estado de cosas, el TCA precisó y explicitó su “causa” y refinó sus estrategias de presión sobre el Estado y de movilización pública: su papel sería desde entonces el de señalar el rumbo de la política vial y de agrupar voluntades para presionar al Estado a que siguiera ese rumbo. Se iniciaba entonces, a mediados de 1918, el “resurgimiento” o “segunda etapa” del TCA (TCA, junio 1918:2249).

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 decida hacia la cuestión del turismo, definida ya claramente como asunto de interés público: el turismo comenzó a ser visto como una industria, una fuente de riqueza y del progreso de regiones atrasadas; a la vez, era un medio para elevar el nivel de civilización de las población, estimular su patriotismo y mejorar su salud.

Ernesto Boatti fue Ministro de Obras Públicas de la Provincia de Buenos Aires durante la gestión de Valentín Vergara (1926-1930) diputado nacional por el radicalismo durante la presidencia de Alvear, y nuevamente a fines de los años treinta. Pedro Bazán y Rodolfo Santángelo fueron sucesivamente jefes de la Dirección General de Puentes y Caminos de la Nación durante la presidencia de Alvear, y Carlos Meaurio y Juan A. Valle pertenecieron al mismo organismo durante los años veinte y continuaron luego dentro de la división técnica de la Dirección Nacional de Vialidad. Adrián C. Escobar pertenecía al radicalismo antipersonalista, fue diputado nacional a mediados de los años treinta, luego Director General de Correos (1938), delegado a la VII Conferencia Panamericana (Lima, 1938), presidente de la Comisión de Estudio y Reorganización de los servicios de radiodifusión (1939), embajador en España (1940-1942) y luego en Brasil (1942).

⁵¹ Como muestra Losada para el caso del Jockey Club (Losada, 2008).



Esta acción pública a favor de la vialidad y luego también del turismo fue a partir de entonces y hasta fines de los años treinta el principal elemento esgrimido frente a los socios potenciales, en las sucesivas campañas de afiliación: quien se afiliaba daba prueba de ser un ciudadano responsable preocupado y contribuía al progreso del país⁵². El TCA procuró construirse una legitimidad como entidad experta en materia vial y turística. Como ya señalamos, la presencia de profesionales en la Comisión Directiva del club, también se acentuó, reforzando esta pretensión.

El TCA procuró crear un organismo central dirigido por el TCA, la Subcomisión de Turismo (luego Comisión), que debería estar integrado por representantes del gobierno nacional y provincial, las empresas de turismo y de transporte, etc., las empresas ferroviarias, marítimas y fluviales, etc., reunidos en “juntas asesoras”⁵³. Puesto en marcha en julio de 1927, el nuevo organismo imprimió folletos sobre los atractivos turísticos argentinos y los difundió en el exterior, inauguró una oficina en Nueva York (TCA, julio de 1927: 7681), organizó algunas excursiones, elaboró “calendarios turísticos” que recomendaban las mejores zonas del país para visitar en cada época del año y estableció un servicio de información sobre el estado de caminos del país, que la Dirección de Correos y Telégrafos recopilaba y la Comisión publicaba quincenalmente y distribuía gratuitamente con la colaboración de YPF. Además, la Comisión elaboró un proyecto de ley para la creación de una Oficina Nacional de Turismo, que fue presentado al Congreso Nacional en agosto de 1930 por el diputado Julio C. Borda, y que nunca llegó a ser tratado.

El proyecto del TCA tenía también una dimensión continental: el TCA propuso a los gobiernos y entidades sudamericanas la formación de una Federación Sudamericana de Turismo, para lo cual convocó al Primer Congreso Sudamericano de Turismo para 1928. La Federación 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). 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 y la organización (por el TCA, en tanto que representante de la FST) de varios cruceros a Brasil. 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.

3.3. La “nueva etapa” y los servicios a los socios, 1933-1943

Desde 1933 se percibe nuevamente un cambio en el club, que para 1936 comenzó a ser reconocido explícitamente como una “nueva etapa”. Ella se abrió con una victoria agri dulce: la sanción de la ley nacional de vialidad en 1932 implicó la puesta en funcionamiento de la Dirección Nacional de Vialidad y el comienzo de la construcción de la tan ansiada red nacional de caminos permanentes. Buena parte de las ideas puestas en marcha por los gobiernos de los años treinta debían mucho a la forma en que el TCA había configurado la cuestión vial a lo largo de los años veinte; sin embargo, el TCA fue marginado del nuevo organismo vial, en el que creían tener asegurado de antemano un sitio⁵⁴.

⁵² A juzgar por los resultados en términos de crecimiento del club, esta apelación resultaba bastante atractiva. Entre 1917 y 1923 el club tuvo un ritmo importante de crecimiento: más del 50% en esos primeros 6 años; en los siguientes 15 años el club triplicó su número de socios, en parte gracias a las campañas de inscripción de socios con algunas facilidades, que el club comenzó a realizar entre 1928 y 1929. Véase Tabla 1.

⁵³ La Subcomisión fue creada en 1927 y en 1929 se convirtió en Comisión Nacional de Turismo. Funcionó con alguna vitalidad hasta el golpe de 1930.

⁵⁴ La Dirección Nacional de Vialidad estaba dirigida por un directorio mixto, y que en él el ACA representaba a las entidades automovilistas.



Concretado el anhelo de una ley nacional de vialidad y puesta en marcha la red nacional de carreteras, el TCA comenzó a agitar una nueva causa pública, la del turismo. Sin embargo, la lucha por el fomento y regulación oficial del turismo concitaba pasiones más moderadas que la cuestión vial y movilizaba intereses menos poderosos. A mediados de los años treinta, mientras el ACA se fortalecía en su capacidad económica, en sus relaciones con el Estado, en su popularidad y prestigio, el TCA, sin abandonar su acción pública, se volcó con más energía a brindar beneficios concretos a sus socios.

Este cambio se vinculó también con la competencia que el ACA había comenzado a representar para esa fecha. El ACA había ganado gran popularidad, por su creciente dominio del deporte automotor, por sus acciones prácticas en beneficio de la vialidad y por la expansión de sus servicios a los turistas-automovilistas⁵⁵. Además, para 1930 el ACA contaba con una posición económica algo más sólida que el TCA: en parte por el concurso de la Asociación de Importadores de Automóviles y Anexos, en parte gracias al aumento de su masa societaria (y el mayor costo de su cuota): eran propietarios de cuatro “campings”, poseían camiones de auxilio propios y un valioso terreno donde planeaban construir la sede propia. El TCA, en cambio, hasta 1933 no poseyó ningún bien inmueble y prestaba sus servicios (auxilio mecánico, descuento en el precio de la nafta, acceso a algunos predios recreativos) por medio de convenios con firmas comerciales⁵⁶. Por otro lado las finanzas del TCA se habían visto muy resentidas en 1927 cuando se suspendió un importante subsidio estatal que el club había percibido al menos desde 1921, situación agudizada por el impacto de la crisis de 1930.

A partir de 1933, los servicios que el club venía prestando desde hacía unos años se expandieron y, junto a ellos, aparecieron desarrollos nuevos⁵⁷. En primer término, se apeló a la receta que había funcionado con el ACA: los servicios recreativos. Así, en noviembre de 1933 el TCA inauguró un “Pabellón de Turismo” en la playa de Quilmes, un amplio predio arbolado y frente al río, dotado de algunas comodidades y donde podía practicarse el camping⁵⁸. En esa misma línea, y por medio de una serie de acciones extraordinarias para obtener los recursos, el TCA inauguró además, en 1941, una residencia para turistas en Alta Gracia, en la que los socios podían alojarse a un costo muy bajo⁵⁹.

Paralelamente, se le dio mayor impulso a la Oficina de Turismo del TCA, creada en 1935 para brindar información turística. La oficina suministraba gratuitamente datos por teléfono, carta, o personalmente “sobre todo lo concerniente a transporte, vialidad y turismo”⁶⁰. También se multiplicaron las excursiones organizadas por el club: grandes excursiones por varias provincias (la “vuelta de la República”) en 1935 y 1936⁶¹ y excursiones al extranjero,

⁵⁵ Recordemos que por esa época el ACA poseía varios campings, organizaba excursiones, brindaba auxilio mecánico y descuentos en la nafta.

⁵⁶ Desde 1929 el TCA alquilaba un piso en Tacuarí 16. Contaban con un amplio salón de reuniones, una biblioteca, una oficina cartográfica y una sala de lectura.

⁵⁷ Se extendió el auxilio mecánico a otras ciudades como Mar del Plata, Rosario y Córdoba, creció el número de surtidores afiliados al club y también el número de casas comerciales que brindaban descuentos a los socios.

⁵⁸ El Pabellón contaba con comodidades para bañarse en el río, un edificio señorial donde funcionaba un buffet y sanitarios y, hacia 1937, también una pileta de natación.

⁵⁹ Se trataba del “Castillo de Luro”, una casa señorial rodeada de 32 hectáreas de parque. Para adquirirla el TCA realizó una gran rifa y una convocatoria extraordinaria a nuevos socios. Véase “Un magnífico plan de residencias turísticas y campamentos estudiantiles” (TCA, noviembre-diciembre 1940:3).

⁶⁰ La Oficina de Turismo del TCA brindaba datos actualizados sobre el estado de los caminos, sobre las nuevas carreteras libradas al servicio público, señalando trayectos de peligro accidental o permanente, rutas más convenientes, etc. Además se anticipa informaciones sobre lluvias y pronósticos del tiempo, provenientes de la Oficina Meteorológica Nacional TCA, marzo 1937:39).

⁶¹ En Julio de 1935, más de 100 pasajeros partieron en una excursión de 20 días que visitó Córdoba, Chiclecito, Santiago del Estero, La Rioja, Rosario de la Frontera, Salta, Jujuy, Tilcara, Humahuaca, Formosa, Corrientes, Paraná, Santa Fe y Rosario, en FFCC y luego en vapor por el Paraná (TCA, julio 1935:203-204). La excursión se repitió en septiembre de 1936, incluyendo esta vez: Buenos Aires, Córdoba, Mendoza, Tucumán, San Juan, La



como una gira por Europa en 1937 y un viaje a San Francisco en 1939 (en simultáneo con la Exposición Internacional Golden Gate)⁶².

En segundo término, se introdujo un elemento novedoso y que tendría una enorme perduración en la institución: los seguros⁶³. Desde 1933 el TCA ofrecía a sus socios de la Capital Federal (“residentes”) la posibilidad de afiliarse como “socios asegurados”, obteniendo un seguro especial contra accidentes personales provocados por vehículos de motor, de la compañía “La Franco Argentina”. Para 1936 todos los socios residentes lo tenían incluido en el pago de la cuota anual y para 1939, los socios no residentes comenzaron a tener esa opción (TCA, octubre 1939:57)⁶⁴. A esto se sumó desde marzo de 1939 la creación de una cooperativa de seguros anexa al TCA, “Touring Cooperativa de Seguros para automovilistas Ltda.”. La nueva Compañía ofrecía inicialmente sólo seguros de responsabilidad civil hacia terceros para automovilistas en condiciones ventajosas: además de esta, la Cooperativa asumía la defensa en el juicio sin cargo y redistribuía entre los asociados (en proporción a la prima que hubieran pagado) el 90% del superávit de cada ejercicio (TCA, octubre-noviembre 1939:s/n)⁶⁵. Para 1941 la Cooperativa tenía 630 socios y sus primeros dos ejercicios repartieron beneficios a los socios/asegurados (TCA, abril 1940:5; abril-mayo 1941:5)⁶⁶.

Por último, el TCA, que se había distanciado del automovilismo, al que llegó a tildar de “suicidio oficializado”, intentó un acercamiento al popular deporte desde una perspectiva novedosa, tratando de impulsar desde 1941 y con muy poco éxito, las pruebas de “regularidad” (es decir, a velocidades constantes y dentro de lo permitido por los reglamentos de tráfico) (TCA, abril 1933:1).

4. PALABRAS FINALES

La acelerada difusión del automóvil y de la cultura de la *automovilidad* en la Argentina generó, entre otras cosas, un amplio campo de intereses en torno al automóvil y a la construcción de caminos que emergió en la década del diez y se consolidó después de la Primera Guerra Mundial y que comprendía un amplio renglón de negocios locales (importadores, garajes y surtidores, talleres mecánicos, talleres en los que se producían carrocerías, repuestos y accesorios, seguros, cemento y pavimentos -desde 1925), terratenientes, propietarios de automóviles, choferes, *volantes* y profesionales interesados (los ingenieros civiles, por ejemplo)⁶⁷. En el período que analizamos, el ACA y el TCA fueron un nodo importante en esta red de intereses: se construyeron a sí mismos como representantes de intereses legítimos, movilizaron a la opinión pública, construyeron sus

Rioja, Catamarca, Los Andes, Salta, Jujuy, Santiago del Estero, Formosa, Corrientes, Santa Fe. Tren y vapor por el Paraná en el regreso (TCA, junio 1936: 527).

⁶² La excursión tenía un itinerario poco habitual: Buenos Aires, Montevideo, Santos San Pablo, Río de Janeiro, Bahía, Madeira, Lisboa, Boulogne, Bremen, Hamburgo, Copenhague, Oslo, Estocolmo, Helsingfors, Reval, Stettin, Berlín, Praga, Viena, Budapest, Venecia, Roma, Verona, Munich, Nuremberg (donde se preveía concurrir a los actos del congreso nacional-socialista), Mainz, Colonia, Ámsterdam, Bruselas, Londres, París, Bulogne, Buenos Aires (TCA, mayo-junio 1937:31- 34).

⁶³ De hecho en sus últimos años de existencia - el TCA se disolvió a fines de los años noventa del siglo XX- la actividad del club había quedado prácticamente reducida a los seguros.

⁶⁴ Al menos hasta 1941 la Franco Argentina sigue prestando ese servicio para el TCA. El seguro se sumaba al valor de la cuota, que aumentó un 30% (en términos absolutos el costo del seguro era más alto para los socios de la Capital Federal, que pagaban 10\$, que para los del Interior, que pagaban \$5).

⁶⁵ Véase aviso publicitario, *Turismo*, N° 389-390, octubre-noviembre de 1939, s/n. De acuerdo con el reglamento de tráfico de la provincia de Buenos Aires (1936) era obligatorio el seguro por lesiones a terceros.

⁶⁶ Para 1942 los socios/asegurados eran más de mil.

⁶⁷ Podríamos incluir también aquí a periódicos como La Nación, La Razón o La Prensa, que desde la década del diez financiaban “raids” automovilísticos y carreras, y desarrollaron secciones y periodistas especializados en automovilismo.



necesidades particulares como problemas públicos e interpelaron exitosamente al estado promoviendo estos intereses.

El ACA y el TCA comenzaron sus respectivas historias como clubes complementarios. En los años veinte ambos clubes se lanzaron activamente a la militancia a favor de la ley nacional de vialidad, una militancia con perfiles muy diferentes. De un lado, el TCA se legitimó como un club de ciudadanos interesados en el bien común, buscando generar consensos amplios a través de la organización de congresos y federaciones viales y turísticas que superaban la escala nacional para comprender a la región sudamericana. Mientras, del otro lado, el ACA se acercó a los importadores de automóviles y se legitimó a través de una acción pública en nombre de los automovilistas y orientada hacia la cooperación práctica con el Estado, del desarrollo del deporte automovilístico y de la prestación de servicios a los socios. En el proceso, ambos clubes (pero de modo más espectacular el ACA) adquirieron un tamaño sin precedentes en Latinoamérica: para 1931, entre los dos sumaban más de 60.000 socios en todo el país, equivalente a uno por cada 7 automóviles en circulación.

Hemos sostenido en otro trabajo que el ACA y el TCA (sobre todo este último) contribuyeron de manera decisiva a la configuración, durante los años veinte, del diagnóstico y del repertorio de soluciones posibles en materia de vialidad y turismo, estableciendo las coordenadas dentro de las que funcionaron buena parte de las políticas viales y turísticas de las décadas siguientes (Piglia, 2008d). A la vez ambos clubes colaboraron activamente en el proceso de formación del territorio nacional. La difusión de nuevas prácticas turísticas y deportivas (las carreras en carretera, el turismo en automóvil, el camping) y los dispositivos pedagógicos que las soportaban (guías de viaje, planos, revistas), colaboraron –como sostiene Ballent– en la construcción de una representación de un país integrado y a la vez heterogéneo en sus particularismos regionales y extendieron el imperativo de conocer la Patria a los sectores medios (Ballent, 2003). Los efectos territoriales de las intervenciones públicas de estos clubes fueron más allá: su accionar generó nuevos territorios, caminos, circuitos turísticos, balnearios, sobre los cuales desplegar estas nuevas prácticas. Finalmente, en el marco de la construcción de la red nacional de caminos, el rápido desarrollo de la red estaciones de servicio ACA-YPF sumó sus efectos. La red de estaciones hizo posible el viaje por los nuevos caminos nacionales y provinciales, para automóviles que, como dijimos, necesitaban frecuentes reabastecimientos de combustible y repuestos. Significó, además, una presencia cuasi estatal en lugares donde la presencia material del Estado nacional podía ser muy tenue: las estaciones fueron utilizadas como base para el despliegue de otras funciones nacionales, como el monitoreo del clima y del estado de los caminos, el armado de una red de estaciones radioeléctricas y de estafetas postales o el racionamiento del caucho durante la guerra⁶⁸. Por último, el desarrollo del automovilismo y del turismo en automóvil sobre la base de esta red de caminos y estaciones, contribuyó a poner en tensión las jurisdicciones y territorios de decisión política que habían funcionado sobre un substrato material constituido por el ferrocarril como vertebrador de relaciones territoriales; así lo evidencian, por ejemplo, los conflictos suscitados por el carácter municipal de las patentes y de la certificación de los conductores y por la amplia variedad de jurisdicciones y de normativas que afectaban la circulación de automovilistas⁶⁹.

⁶⁸ Algunas de estas funciones, como el monitoreo del clima y los caminos, se pusieron en marcha en los años treinta. El racionamiento del caucho comenzó en 1942, y el armado de estafetas de correo y estaciones radiotelegráficas sobre la base de las estaciones ACA-YPF (el plan completo inicial incluía pistas de aterrizaje junto a cada estación), comenzó en 1944.

⁶⁹ Recién a fines de los años treinta algunas provincias establecieron patentes provinciales, permitiendo una circulación sin problemas de los automóviles entre municipios. Las reglas de circulación también variaban, dando lugar a abusos de algunos municipios con fines exclusivamente recaudatorios.



FUENTES

Revista del Touring Club Argentino (TCA).

Revista del ACA (ACA).

Boletín de la Sociedad Nacional de Agricultura (BSNA), vol. 40, Nº 8, Santiago de Chile, agosto de 1928.

Memoria y Balance del Automóvil Club Argentino (Memoria ACA), ejercicios de 1925 a 1943.

Revista Transportes y Comunicaciones, números de 1929 y 1930.

Guía general del TCA (Guía TCA), tomo I, primera edición, 1911.

BIBLIOGRAFIA

ARCHETTI, Eduardo. 2001. *El potrero, la pista y el ring. Las patrias del deporte argentino*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, Colección Popular.

BALLENT, Anahí. 2008. Ingeniería y estado: la red nacional de caminos y las obras públicas en la Argentina, 1930-1943. *Hist. cienc. saude-Manguinhos*, vol. 15, n. 3, Rio de Janeiro.

BALLENT, Anahí. 2005. Kilómetro Cero: la construcción del universo simbólico del camino en la Argentina de los años treinta. *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana "Dr. Emilio Ravignani"*, tercera serie, n. 27, Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires.

BALLENT, Anahí. 2003. Monumentos, turismo e historia: imágenes del noroeste en la arquitectura promovida por el estado, 1935-1945. *Jornadas "Perspectivas históricas sobre el estado argentino"*, Bernal, trabajo inédito.

BARTOLUCCI, Mónica y PASTORIZA, Elisa. 2004. Voz "Club". En: Alliata, Fernando, y Liernur Jorge F. (eds.). *Diccionario de Arquitectura en la Argentina*, Tomo A-H. Ed. Clarín, p. 89-92.

BOGGIE, Alicia; ESCUDERO, Eliana; JAENISCH, Eduardo y LACOSTE, Pablo. 2000. Redes humanas y organizacionales en los procesos de integración regional: los Grandes Premios Internacionales en el sur de América y el papel de los actores no estatales (1935-1965). *Revista Universum*, n. 15, Chile, Universidad de Talca.

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. V *Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo*, Centro de Investigaciones Turísticas, Facultad de Ciencias Sociales y Económicas, Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata.

FURLOUGH, Ellen. 2002. Une leçon des choses: Tourism, Empire and the Nation in Interwar France. *French Historical Studies*, v. 25, n. 3, Society for French Historical Studies.

GARCÍA HERAS, Raúl. 1985. *Automotores norteamericanos, caminos y modernización urbana en la Argentina, 1918-1939*. Buenos Aires, Libros de Hispanoamérica.

GIUCCI, Guillermo. 2007. *La vida cultural del automóvil. Rutas de la modernidad cinética*. Bernal, Universidad Nacional de Quilmes Editorial - Prometeo.

HARP, Stephen. 2002. The Michelin Red Guides: Social Differentiation in Early Twentieth Century French Tourism. En: Koshar, Rudy (ed.) *Histories of Leisure*. Nueva York-Oxford, Berg.

LOSADA, Leandro. 2008. *La alta sociedad de Buenos Aires de la Belle Époque*. Buenos Aires, Siglo XXI Editora Iberoamericana.

MCSHANE, Clay. 1994. *Down the Asphalt Path. The Automobile and the American City*. New York, Columbia University Press.

MORAGLIO, Massimo. 2002. Per una storia delle autostrade italiane: il periodo tra le due guerre mondiali. *Storia Urbana*, n. 100.

OSPITAL, María Silvia. 2002. Autos y caminos para la modernización de la Argentina. Comerciantes e importadores de automotores, 1920-1940. *XVIII Jornadas de Historia Económica*, Facultad de Ciencias Económicas, UNCUYO.



OSPITAL, María Silvia. 2005. Turismo y territorio nacional en Argentina. Actores sociales y políticas públicas, 1920-1940. *Revista de Estudios Interdisciplinarios de America Latina y el Caribe*, v. 16, n. 2, Israel, Universidad de Tel Aviv.

PIGLIA, Melina. 2008a. Ciudades de lona: el ACA y la construcción de los campings como lugares turísticos en la entreguerra (1926-1940). En: Lois, Carla y Zusman, Perla (coord.) *Viajes y geografías. Turismo, migraciones y exploraciones en la construcción de lugares*. Buenos Aires, Ed. Prometeo.

PIGLIA, Melina. 2008b. La incidencia del Touring Club Argentino y del Automóvil Club Argentino en la construcción del turismo como cuestión pública (1918-1929). *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, v. 17, n. 1 y 2, CIET.

PIGLIA, Melina. 2008c. Viaje deportivo, nación y territorio. El Automóvil Club Argentino y los orígenes del Turismo Carretera. Argentina, 1924-1938. *Revista digital Nuevomundo Mundos Nuevos*, Centre pour l'édition électronique ouverte, L'École des Hautes Etudes on Sciences Sociales.

PIGLIA, Melina. 2008d. Asociaciones civiles y Estado en los años veinte: las intervenciones públicas del Automóvil Club Argentino y del Touring Club Argentino en materia de vialidad y turismo. *Revista de Estudios Interdisciplinarios de America Latina y el Caribe*, v. 19, n. 2, Israel, Universidad de Tel Aviv.

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

SARLO, Beatriz. 1992. *La imaginación técnica. Sueños modernos de la cultura argentina*. Buenos Aires, Nueva Visión.

URRY, John. 2000. *Sociology beyond Societies: Mobility for the Twentieth-first Century*. Londres-Nueva York, Routledge.



Melina Piglia (pigliamelina@gmail.com).

Se graduó como Profesora de historia y luego como Doctora en Historia en la UBA (Argentina). Ha sido becaria doctoral y posdoctoral del CONICET y actualmente se desempeña como investigadora asistente en el mismo organismo. Su trabajo aborda cuestiones vinculadas a la historia del turismo y de la vialidad, prestando especial atención a los vínculos entre el Estado y las asociaciones civiles. Fue docente de la UBA (1999-2007) y, desde 2007, en la Universidad Nacional de Mar del Plata.