

KILÓMETRO CERO: LA CONSTRUCCIÓN DEL UNIVERSO SIMBÓLICO DEL CAMINO EN LA ARGENTINA DE LOS AÑOS TREINTA

ANAHI BALLENT*

En 1931, poco antes de la sanción de la Ley de Vialidad 11.658 en octubre de 1932, el país contaba con unos escasos 2.000 Km. de caminos de tránsito permanente, mientras que para 1944 la acción pública había logrado elevar esa cifra por arriba de los 30.000 Km. En poco más de una década, entonces, la labor estatal había consolidado para el tránsito permanente aproximadamente un sesenta por ciento de la longitud en que se estimaba la red nacional de caminos. Las obras de vialidad ocupaban anualmente a más de 30.000 obreros en todo el país, lo cual constituye otro índice del impacto de los emprendimientos.¹ De manera más amplia, como toda iniciativa estatal que aspirara a conmover a la sociedad, la red nacional de vialidad era capaz de abrumar con cifras contundentes, traducidas incesantemente en todo tipo de cuadros, gráficos e índices. Sin embargo, sus significados superaban ampliamente el hecho técnico y sus representaciones estadísticas. "Milagro caminero", "cruzada por la obra caminera";² las imágenes vinculadas a epopeyas colectivas, subrayadas por un aura religiosa, se reiteraban en los discursos oficiales, desplazando el centro de sentido de la red vial de la objetividad de las cifras y la técnica hacia la emotividad romántica de las grandes empresas sociales.

* Universidad Nacional de Quilmes - CONICET.

¹ Los datos entre 1936 y 1943 oscilan entre 26.421 obreros (1939) y 40.892 (1941). *Automovilismo* N°284, septiembre de 1943, p. s/n.

² *El Hogar* N°1465, 12/11/1937, p. 30; Poder Ejecutivo Nacional, *Obra de gobierno 1932-1938*, vol. II, Buenos Aires, 1938, p. s/n.

Solventada por los consumidores a través de impuestos –sobrepeso a la nafta y a los lubricantes–, planificada por una nueva repartición pública basada en una burocracia técnica específica –los ingenieros de la Dirección Nacional de Vialidad (DNV)– y promovida por una particular política –el Ministerio de Obras Públicas (MOP) bajo la dirección de Manuel Alvarado, dentro del gobierno del Gral. Agustín P. Justo–, la red caminera era capaz de sugerir un nutrido imaginario, que podríamos calificar como “epopeya del estado moderno”, cuya potencia comunicativa no se circunscribía al estado o al gobierno que lo promovía, sino que parecía ser compartida por amplios sectores de la sociedad. El presidente de la DNV comentaba en 1935 sobre las infinitas solicitudes que recibía la repartición para el trazado de caminos, en las que se reiteraba la demanda ansiosa de que “los caminos pasaran por todas las poblaciones, y casi sin exagerar, [...] por todas las casas”.³ Pero no se trataba solamente de demandas de proximidad, reveladoras de búsquedas de beneficios individuales e inmediatos, ya que, a diferencia de otras obras públicas, la red caminera era una obra de alta visibilidad social, cuya presencia en la sociedad no dependía del contacto directo con la misma ni de la efectiva experiencia de su uso; por el contrario, no sólo la prensa multiplicaba sus imágenes, sino que las conexiones de la vialidad con otros sectores o actividades sociales (producción, turismo, deporte, etc.) le permitían concitar intereses muy distintos entre sí. De esta manera, la obra vial suscitaba una enorme adhesión, ignorada únicamente por las empresas de ferrocarriles, que asistían no sin resistencias a la consolidación de un enemigo al que suponían mortal.

Devenida símbolo, la red vial remitió a un mito arraigado en la sociedad argentina: el anhelo de unidad e integración nacional, el impulso hacia la construcción de la nación entendida como un todo homogéneo. Como es sabido, se trataba de un anhelo que, forjado en el siglo XIX, se había traducido inicialmente en el trazado de las líneas de ferrocarriles y que se depositaba ahora en el avance del automóvil. Distinto tipo de imágenes y representaciones tematizaban tal anhelo. A modo de presentación, por su carácter emblemático, recordamos el caso del mojón que en la Plaza del Congreso indica el “kilómetro cero” de las rutas argentinas, presentado el 5 de octubre (considerado Día del Camino desde 1925) de 1935, tres años después de aprobada la ley de vialidad. Se trataba de un auténtico símbolo del carácter sistemático y de la voluntad integradora del plan de caminos, ya que uniformizaba idealmente el inicio de las distintas rutas de alcance nacional, que anteriormente habían carecido de un punto común al cual referir su extensión. En 1931, el MOP había proyectado que un hito existente, la Pirámide de Mayo,

³ “Nuestro turismo necesita caminos ...y buenos cocineros - Una entrevista con el presidente de la DNV”, en *El Hogar* N°363, 29/11/1935, p. 37.

indicara el “kilómetro cero”, pero, algo más tarde, a propuesta del Automóvil Club Argentino (ACA), el mojón se trasladó a la Plaza de los dos Congresos, donde sería posible materializarlo de manera autónoma, convirtiéndolo en un monumento al sistema vial nacional.⁴

Las lecturas simbólicas del mojón eran recurrentes. Como indica el texto que le dedicara Enrique Amorín, el “kilómetro cero” era también valorado en términos metafóricos que superaban su carácter técnico, porque se lo percibía como un disparador de imágenes capaces de evocar ecos de toda la patria en el centro de Buenos Aires:

Huellas de la Argentina para los hombres de pie caliente y fresca canción en los labios.
Huellas para siempre, nacidas al pie del mojón de la Plaza del Congreso, hormiguero inagotable de kilómetros. En los confines de la patria, quiebran sus bracitos y escuchan el sumar del tiempo y el fatal crecimiento de la patria.⁵

Con el mismo entusiasmo y simpatía, Amorín llevaba el vínculo entre automóviles, caminos y nafta de producción nacional –YPF–, a la popular comedia cinematográfica *Kilómetro 111* (Mario Soffici, 1938), en la que, en un clima de modernización del medio rural, esa combinación patriótica se oponía a acopiadores y ferrocarriles extranjeros: en un desenlace feliz, el personaje encarnado por Pepe Arias abandonaba el riel, renunciando a ser jefe de estación, pero a cambio pasaba a regentar una moderna estación de servicio sobre la nueva trama caminera.

La red vial, entonces, no fue construida sólo por la técnica y la política, sino que otras miradas de la sociedad operaron en la construcción de los significados que ella va a adquirir en los años treinta. Algunos aspectos de este proceso han sido señalados por la historiografía, como la importancia de la red vial como resultado de la ampliación de la intervención del estado en la economía y en la sociedad producida como consecuencia de la crisis de 1929. En particular, Raúl García Heras, desde una perspectiva fundamentalmente económica, ha analizado la intervención estatal en el marco de la expansión de la industria automotriz norteamericana en el mercado argentino de transporte, en detrimento de las empresas británicas, vinculadas a los ferrocarriles.⁶ Menos transitados han sido los aspectos

⁴ “El punto cero en los kilometrajes”, en *Automovilismo* N°167, mayo de 1933, p. s/n.

⁵ Enrique Amorín, “Kilómetro cero”, en *El Hogar* N°1465, 12/11/1937, p. 24.

⁶ Raúl García Heras, *Automotores norteamericanos, caminos y modernización urbana en la Argentina, 1918-1939*, Buenos Aires, Libros de Hispamérica, 1985. También ver: María Silvia Ospital, “Autos y caminos para la modernización de Argentina. Comerciantes importadores de automóviles, 1920-1940”, en *XVIII Jornadas de Historia Económica*, Mendoza, 18 al 20 de septiembre de 2002 (Versión CD de Actas).

territoriales del diseño y construcción de la red vial y su dimensión simbólica, aunque existen consideraciones de temas específicos como la vinculación entre la red vial, el automovilismo y su difusión mediática en la construcción de representaciones referidas a la integración territorial argentina, que han sido abordados desde perspectivas disciplinares e intereses de investigación distintos por Eduardo Archetti y por Juan Carlos Torre y Elisa Pastoriza.⁷

Como se ha observado en esta introducción, el trabajo propone centrar el análisis en el terreno de las representaciones sociales construidas sobre la obra pública, es decir en el plano simbólico de la acción estatal sobre el territorio, perspectiva que hemos ensayado anteriormente, en colaboración con Adrián Gorelik.⁸ Dentro de tal marco, el propósito de este artículo es examinar distintos aspectos del proceso social de construcción de un particular universo de representaciones alrededor de la red vial en la década de 1930, mediante el análisis, primero, de la trama de actores –sobre todo el estado y las organizaciones públicas no estatales– y políticas públicas que intervinieron en él y, segundo, de la dimensión territorial de esas representaciones tomando como centro la vinculación entre automóvil, camino y territorio nacional.

1. INICIOS: LA CULTURA DEL AUTOMÓVIL EN LA SOCIEDAD ARGENTINA

Una insistente demanda a favor de la ampliación de la red caminera se había consolidado en los años veinte, período en el cual se había asistido a un incremento notable en el parque automotor que carecía de una contrapartida en el nivel de la infraestructura vial. Según datos de 1931, el parque automotor de Argentina, que consistía en algo más de 420.000 unidades, mostraba valores relativamente

⁷ Eduardo Archetti, *El potrero, la pista y el ring. Las patrias del deporte argentino*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2001. Juan Carlos Torre y Elisa Pastoriza, “La democratización del bienestar”, en Juan Carlos Torre (dirección de tomo), *Los años peronistas (1943-1955)*, Tomo VIII de la *Nueva Historia Argentina*, Buenos Aires, Sudamericana, pp. 257-312, sobre todo pp. 267-273. Sobre las imágenes territoriales construidas por el avance del turismo popular y sus relaciones con las posteriores políticas peronistas, puede verse Eugenia Scarzanella, “El ocio peronista: vacaciones y turismo popular en Argentina (1943-1955)”, en *Entrepasados* N°14, comienzos de 1998, pp. 65-86.

⁸ Anahí Ballent y Adrián Gorelik, “País urbano o país rural: la modernización territorial y su crisis”, en Alejandro Cattaruzza (director de tomo), *Crisis económica, avance del estado e incertidumbre política*, tomo VII de la *Nueva Historia Argentina*, Buenos Aires, Sudamericana, 2001, pp. 143-200.

altos de vehículos por habitante (0,04 automóviles por habitante; 1 automóvil cada 26 habitantes), muy superiores a los de Alemania, por ejemplo, y comparables con los de Francia y Gran Bretaña. En cuanto a la relación con los caminos, nuestro país registraba el elevado número de 95 automotores por kilómetro de carretera, cifra que, al resultar notablemente superior al de otros países como Estados Unidos (27), Australia (16) o Canadá (9), constituía un dato ilustrativo del atraso de la infraestructura sobre el parque automotor.⁹

Como ocurría en otros países latinoamericanos, desde fines de la Primera Guerra Mundial la producción automotriz norteamericana desplazaba a la inglesa en la captación del mercado argentino. En efecto, las empresas norteamericanas ofrecían precios más competitivos instalando en el país plantas de ensamblado, una actividad que era observada como un avance en la industrialización asentada en el país. Por otra parte, a través de compañías financieras asociadas, las automotrices estadounidenses emprendieron la financiación de sus ventas, ampliando de esta forma el espectro de posibles compradores. Finalmente, a fines de la década se instalaban en el país empresas de neumáticos y de repuestos, asegurando a los usuarios una seguridad en la obtención de estos elementos que hacía atractiva y práctica la elección por los productos de la industria americana.¹⁰

Un aspecto particular de este mismo fenómeno lo constituyó el desarrollo de instituciones privadas vinculadas al uso y difusión del automóvil y al automovilismo como el principal “deporte mecánico” del siglo. Este tipo de asociaciones apareció tempranamente en Argentina: la más importante fue el ACA, fundado en 1904, al que siguió en importancia el Touring Club, formado en 1907. Se trataba de dos de los principales constructores y soportes de una trama de instituciones, acciones y representaciones sociales cuyo centro era el automóvil; constituían dos soportes institucionales de lo que puede denominarse “cultura del automóvil”. Dentro de este nuevo universo, material a la vez que simbólico, pueden destacarse la creciente pasión despertada por el automovilismo como deporte, la aparición de nuevas formas de turismo, la modernización de hábitos de transporte, la difusión de nuevas imágenes de la tecnología aplicada a la vida cotidiana, y por supuesto, la creación de una nueva infraestructura.

El crecimiento del ACA puede ser tomado como un síntoma de estos procesos, aunque sin duda la institución constituyó un promotor de los mismos. En 1911, cuando contaba con unos doscientos socios, el ACA instituyó entre ellos la primera competencia automovilística. En 1916 organizó la “Fiesta y Feria del

⁹ Datos de la Asociación de Importadores de Automóviles y Anexos, al 1/1/1931, en Cámara de Diputados, *Diario de Sesiones*, 1932, tomo III, pp. 646-650.

¹⁰ Sobre este tema, ver: Raúl García Heras, *Automotores norteamericanos, caminos y modernización urbana en la Argentina, 1918-1939, op. cit.*, pp. 9-27.

Automotor”, donde logró “una afluencia de público enorme [que] se encargó de demostrar al ACA que su acción no aparecía indiferente a la masa popular”. En el mismo sentido y a partir de 1918 los “Salones anuales del Automóvil” exhibirían las novedades brindadas por importadores y fabricantes ante un público numeroso y ávido. En el mismo año la entidad comenzaba a editar su revista *Automovilismo* y ya no dejaría de ganar adeptos en distintos puntos del país: en 1925 contaba con unos 9.000 y socios y con 27.000 en 1933, resultado de sus sonadas excursiones-campañas de conscripción de socios por el interior.¹¹

Los importadores de autos, las empresas productoras y expendedoras de nafta, y las asociaciones vinculadas al automovilismo interpelaban permanentemente al estado a propósito de las carencias de la infraestructura –“Tres cosas necesita nuestra República: caminos, caminos y caminos”, repetían desde el ACA–.¹² Sin embargo, las asociaciones no sólo demandaban, sino que también colaboraban con los reducidos cuerpos técnicos estatales en vialidad. Así, por ejemplo, la Asociación de Importadores de Automóviles y el Touring recopilaban datos estadísticos y experiencia internacional, agrupando datos y fuentes que acercaban al estado y que servirían más tarde para alimentar la legislación y las decisiones gubernamentales argentinas en la materia. Los cruces eran múltiples y doble el sentido del intercambio entre asociaciones y estado: por ejemplo, el ACA contaba con su oficina técnica topográfica e informaba sobre el estado de los caminos; por otro, solicitaba a los organismos estatales, tanto en el plano nacional como en los provinciales, el mejoramiento de un camino antes de cada carrera o raid. A fines de la década, la asociación comenzó a realizar ensayos de señalización en caminos nacionales y provinciales.

La intensidad –y también las limitaciones– de los vínculos entre estado, técnicos, empresas importadoras, automotrices o petroleras y asociaciones de automovilismo alrededor del tema vial se pudo observar claramente en 1925, cuando, organizado por el Touring Club se realizó en Buenos Aires el Primer Congreso Panamericano de Carreteras, que, bajo el liderazgo de los Estados Unidos, reunía representantes de diecinueve países miembros de la Unión. El ACA, el Touring, las asociaciones de técnicos argentinos (Centros de Ingenieros) y las reparticiones estatales, y los importadores de automóviles se reunieron a reflexionar sobre la vialidad en América bajo el modelo de la experiencia estadounidense, la más avanzada dentro del horizonte continental en tal campo. El Congreso se constituyó en permanente e instituyó el 5 de octubre como Día del Camino en todos los países

¹¹ “El ACA desde su fundación hasta la fecha”, *Automovilismo* N°85, noviembre de 1925, p. s/n. “La fundación del ACA, hace treinta años fue una verdadera aventura”, en *El Hogar* N°1258, 24/11/1933, p. 40.

¹² *Automovilismo* N°79, mayo de 1925, p. s/n.

de la Unión; en otras palabras, esta especie de “coalición carretera” formada a partir del fin de la Primera Guerra, reagrupaba fuerzas y ensayaba una presión sistemática sobre el estado. Mientras tanto, en homenaje al Congreso Panamericano, Roberto M. Ortiz, ministro de Obras Públicas, enviaba al Congreso un proyecto de ley de vialidad –no muy diferente del que se aprobaría en 1932– que nunca llegó a ser tratado por el cuerpo legislativo, como había ocurrido con un número apreciable de iniciativas similares.¹³ El momento de tratamiento y sanción de la ley se dilataría hasta los primeros años de la década siguiente, momento en que la crisis económica pondría en primer plano la cuestión de los valores de transporte como parte de los costos de la producción agroexportadora argentina.

2. EL DEBER: EL ESTADO TOMA EL MANDO

A diferencia de las numerosas iniciativas propuestas en los años veinte, el proyecto del Poder Ejecutivo de 1932 fue sancionado con celeridad, conmemorando el Día del Camino del mismo año. Como antecedentes inmediatos contaba con una serie de iniciativas nacionales y provinciales que se habían implementado desde mediados de 1930.¹⁴

Como otras propuestas legislativas presentadas aproximadamente al mismo tiempo, el proyecto oficial de 1932 hacía hincapié en el abaratamiento del flete como una forma de reducir los costos de la producción rural, con el objeto de mejorar la competitividad de los productos argentinos en el mercado internacional. Según estimaciones de uno de los proyectos, el costo de acarreo de la producción agraria a las estaciones podía reducirse entre el 40 y el 60% a través del mejoramiento vial.¹⁵ En este sentido podemos considerar que la Ley de Vialidad 11.658 formaba una pareja con otra ley sancionada muy poco después, la 11.742 de elevadores de granos, nueva iniciativa oficial en el campo de las obras públicas,

¹³ Un panorama de los distintos proyectos presentados desde 1875, alrededor de veinte, puede verse en: Asociación Argentina de Importadores de Automóviles y Anexos, División de Vialidad, *Antecedentes para el de la ley federal de carreteras*, Buenos Aires, Imprenta A. Baicocco y Cía, 1931.

¹⁴ Por ejemplo los programas viales de la Provincia de Buenos Aires y de Mendoza, ambos de 1930, los llamados a licitación de las rutas Buenos Aires-Rosario-Córdoba y Buenos Aires-Bahía Blanca, además de la creación del impuesto a la nafta en 1931. Ver Raúl García Heras, *Automotores norteamericanos, caminos y modernización urbana en la Argentina, 1918-1939*, op. cit., pp. 56-65.

¹⁵ Proyecto de Carlos Moret (h), Alejandro Castiñeiras y Rufino Inda, Cámara de Diputados, *Diario de Sesiones 1932*, tomo III, pp. 83 a 93.

presentada bajo la presión de la crisis, y centrada también en la modernización del comercio de la producción agrícola.¹⁶

La propuesta de vialidad seguía el modelo de la legislación norteamericana, juzgada como la más adecuada para nuestro país por poseer problemáticas territoriales semejantes y una organización política comparable. La ley creó un nuevo fondo nacional de vialidad destinado al estudio, trazado y construcción de caminos y obras anexas, obtenido por un impuesto sobre la nafta y los lubricantes.¹⁷ Poco antes, por decreto del 11 de marzo de 1932 y sobre la base de dos reparticiones existentes abocadas con anterioridad al sector vial, se había creado la Dirección General de Vialidad de la Nación, dependiente del MOP; la Ley 11.658 le daría a este ente administrador de fondos, proyectista y ejecutor de obras una mayor autonomía, ascendiéndola a Dirección Nacional (DNV).

La autonomía con la cual fue dotado el nuevo organismo era algo relativamente novedoso para la estructura estatal y se consideraba decisiva para que las obras se efectuaran con celeridad, ya que no requería la aprobación de cada una de sus acciones por parte del MOP, sino que dependía de un directorio específico. Entre 1932 y 1938, la gestión de la repartición como presidente del directorio recayó sobre el ingeniero Justiniano Allende Posse, ministro de obras públicas de Tucumán y de Córdoba por breves períodos al inicio de la década e integrante del círculo más estrecho vinculado al presidente Justo.¹⁸ Allende Posse, además,

¹⁶ Al igual que la ley de vialidad, la de elevadores de granos disponía un plan de construcciones por parte del estado nacional, con carácter de servicio público que enfatizaba la integración de las obras en un único plan nacional. Tales características, según la argumentación del poder ejecutivo, reclamaban la intervención directa del estado nacional en la materia, ya que los particulares serían incapaces de ejecutarlas.

¹⁷ La ley estableció un impuesto de pesos m/n 0,05 por litro de nafta y de un 15% del valor de venta por mayor del kilogramo de aceites lubricantes (Fondo de Vialidad). Encomendó al nuevo organismo creado (DNV), la planificación y construcción de la red vial troncal o nacional y estableció una "ayuda federal" que se repartía entre las provincias, para que aumentaran sus propias inversiones en caminos provinciales. Las provincias debían adherirse a la ley, creando sus propias direcciones provinciales de vialidad. En general, las provincias se adhirieron al sistema entre 1932 y 1933. Poder Ejecutivo Nacional, *Obra de gobierno...*, op. cit., p. s/n.

¹⁸ J. Allende Posse. Ingeniero y empresario cordobés, nacido en 1886. Formado en la Facultad de Ciencias exactas de la Universidad de Córdoba, se recibió en 1906 de ingeniero geógrafo y en 1908 de ingeniero civil. Ingresó a la administración pública como inspector de ferrocarriles del MOP. También se desempeñó como docente, presidió el Centro de Ingenieros de Córdoba en 1916 y fue vicedecano de la facultad en 1918. En 1912 se asoció con el ing. Emilio Olmos, fundando en Córdoba una empresa de construcciones, que actuó hasta 1930, cuando Olmos fue elegido gobernador de la provincia. Tuvo una actuación amplia en distintas industrias vinculadas a la construcción, dentro de la cual se destaca su carácter de director de la Corporación Cementera Argentina (CORCEMAR). Fue ministro de Obras públicas durante la intervención federal a Tucumán (1931) y ministro de obras públicas de Córdoba en 1932. *Diccionario biográfico contemporáneo, Personalidades de la Argentina*, Editorial Veritas, Buenos Aires, 1948, p. 30.

representaba en el directorio a las zonas Centro y Norte del país, mientras que el resto del mismo se componía de vocales representantes de la zona Sur y el Litoral (dos ingenieros funcionarios de la DNV), de las empresas de transporte (1), de asociaciones agrarias (1), entidades automovilísticas (1, recaería sobre el ACA) y el Ejército (1). En este esquema corporativo –usando el término en sentido laxo– los intereses privados, aunque en minoría, eran incorporados al organismo estatal en un directorio mixto. En efecto, el control estatal se imponía desde el punto de vista numérico; además, la elección de una figura sumamente prestigiosa desde el punto de vista técnico, como Allende Posse, era un signo de que lo que estaba en juego no era la cesión de las decisiones estatales al campo de los intereses privados, sino una concepción de acción estatal de nuevo tipo. La presencia de empresas privadas e instituciones públicas en el directorio era presentado como garantía de que la repartición “se mantendría alejada de la política”.¹⁹ En tal sentido, recordemos que “política” era considerada una “mala palabra”, sinónimo del depuesto yrigoyenismo: la oposición a esta imagen denostada en su vinculación con el estado guió numerosas decisiones de la nueva repartición, entendida como el modelo de un aparato estatal administrador, moderno y eficiente, profundamente diferente del heredado.²⁰ Por supuesto, éstas eran las representaciones de la política que sustentaban el discurso público estatal, aunque otro tipo de análisis saca rápidamente a la luz los puntos de continuidad que vinculan la nueva creación con experiencias previas: desde la actuación del personal técnico dentro de elencos estatales, hasta las semejanzas entre la ley de vialidad de 1932 y el proyecto del mismo asunto presentado al Congreso por Ortiz como ministro de Obras Públicas de Alvear en 1925. Lo importante, en este caso, es destacar que este discurso público operaba en la construcción de políticas estatales.

“Nuestra obra no es espectacular pero sí eficiente”.²¹ Esta expresión, que podría considerarse el *leitmotiv* de Allende Posse en la construcción de la DNV, indicaba que se hacía cargo de su orientación con ideas precisas y con una clara conciencia de la magnitud e importancia de la tarea a emprender. La figura pública de este nuevo constructor de políticas estatales se delineaba como la de un poderoso líder del organismo y de su personal, pero también dirigía su mensaje a la

¹⁹ León Tourrés, diputado por San Juan, “Consideración de la ley de Vialidad”, en Cámara de Diputados, *Diario de Sesiones*, 1932, tomo VI, p. 676.

²⁰ Sobre el sentido político y el carácter de la DNV dentro de la estructura estatal y la inserción de asociaciones y empresas en el directorio: Anahí Ballent, “Estado, acciones públicas y ámbito privado en la construcción de políticas estatales: La DNV y el ACA, 1932-1943”, en *XIII Jornadas de Historia Económica*, Mendoza, 18 al 20 de septiembre de 2002 (Versión CD Actas).

²¹ “Nuestra obra no es espectacular pero sí eficiente, dice el Ingeniero Justiniano Allende Posse”, en *Automovilismo* N°171, septiembre-octubre de 1933, p. s/n.

sociedad en lo que hoy llamaríamos una alta exposición pública y mediática: una vez creada la DNV, Allende Posse, en persona, o a través de sus colaboradores, hegemonizó la voz del estado en la materia.

Esta voz, en primer lugar, resaltaba la figura de ingeniero –tradicional emblema de los aspectos técnicos de la modernidad– como protagonista de una nueva gesta patriótica: sobre los ingenieros de vialidad recaía el deber de realizar esta obra como “[ejerciendo] un apostolado”, porque trabajaban “para asegurar el progreso de los argentinos y la grandeza de la Nación”.²²

Nos encontramos en un momento singular, como pocas veces se ha presentado a un cuerpo de ingenieros. Se nos ha entregado el país entero, casi virgen, para diseñar sobre él la red de carreteras definitivas. Nuestra obra será una obra para siglos. Si ella está bien planeada, será eterna. Los caminos de hoy podrán ser corregidos en detalles, ampliados, levantados o mejorados, pero su trazado general será definitivo. Es entonces nuestra responsabilidad.²³

El carácter necesariamente nacional, integral, del sistema a diseñar era otro elemento constante de los discursos que tuvo un claro correlato en las acciones iniciales de la nueva repartición, ya que una de las primeras tareas a las que se abocó fue el diseño global del sistema vial. Dicho sistema exigía ser representado como totalidad a escala nacional, apelando a una abstracción, el mapa patrio, para transformarlo en el “mapa carretero” o explayarlo analíticamente en un “atlas vial”. De esta manera establecía jerarquías de emprendimientos y subrayaba el carácter sistemático del proyecto: “red troncal nacional”, “caminos provinciales”, “caminos locales”. Esta coordinación, que representada sobre el territorio producía el resultado de una malla y no de un abanico, como ocurría con el trazado de los ferrocarriles, no era obvia para la mirada del años treinta: justamente uno de los valores de la ley de vialidad era su capacidad de sistematizar, de crear un conjunto ordenado donde anteriormente existían iniciativas dispersas. Trama y no abanico: ésta era una imagen de integración territorial, de nuevo tipo y sumamente poderosa.

En el plano de las imágenes, la contracara de la red vial se presentaba como el símbolo de integración nacional propio del siglo XX, cuya representación se montaba sobre imágenes previas de la patria basadas en la geografía y ya consolidadas en el imaginario social, como las típicas “postales argentinas”, que en la sublimidad de los paisajes naturales –de los cuales el hombre estaba ausente– encontraban símbolos de la patria.²⁴ En efecto, las representaciones visuales de la obra vial

²² República Argentina, MOP, DNV, *Memoria 1935*, Buenos Aires, 1936, p. X.

²³ República Argentina, MOP, DNV, *Conferencia pronunciada por el Ing. Justiniano Allende Posse al regresar de su viaje de estudios a Sur y Norte América*, Buenos Aires, 1936, p. 28.

²⁴ Graciela Silvestri, “Postales argentinas”, en Carlos Altamirano (Ed.), *La Argentina en el siglo XX*, Buenos Aires, Ariel, 1999, pp. 111-135.

consistían, por un lado, en fotos paisajísticas que tomaban como centro la vinculación entre camino y paisaje, agregando generalmente a su indiscutido protagonista, el automóvil. A diferencia de la *natura naturans* de las postales argentinas, la *natura naturata* de las fotografías de la obra vial se presentaba como operación de montaje, como articulación de técnica moderna y naturaleza. Más que la patria, lo allí representado era la acción humana –el estado conduciendo la técnica– en la construcción de la nación.

“Camino de acceso a la Capital Federal”, “Camino de Salta a Jujuy por el Abra de Santa Laura”, “Camino de Nonogasta a Vinchina por la Cuesta de Miranda, a través del Famatina”, “Camino de Mendoza a Chile. Túnel en construcción (Cordillera de los Andes)”: esta sucesión u otra similar, alternando lo próximo con lo remoto, acercando en el plano simbólico centros y fronteras, puede encontrarse en los epígrafes de fotografías en folletos de difusión o constituir una serie de diapositivas de una conferencia dedicada el tema, ya que la sucesión de imágenes de caminos y automóviles irrumpiendo en los diversos paisajes patrios formaba parte de una retórica conocida que parecía imponerse para difundir la obra caminera, pero también para pensarla.²⁵

En los discursos de Allende Posse, al remitirse a términos territoriales, la empresa presentaba otros aspectos. Mostraba la gravedad de una obra verdadera-mente titánica, cuya enunciación no podía evitar cargarse de acentos sombríos:

Meditemos un instante sobre la variedad infinita, sobre la extensión inmensa del territorio de la patria, en el que debemos realizar [...] una obra vastísima y urgente. [...] Selvas impenetrables, [...] llanuras anegadizas, calor y plagas en el Norte; planicies inmensas [...], hielo, vientos [...] en el Sur; montañas escarpadas, [...] torrentes, aludes [...] nieves permanentes al Oeste. [...] Escasez de recursos y de hombres; soledad frente a la cual la humana impetuosidad reclama lo que la técnica no aconseja, las finanzas no permiten y la falta de vehículos y de tráfico hacen innecesario [...]²⁶

Territorio extenso, dificultades técnicas, tránsito poco denso, recursos limitados: en estos términos, casi dramatizándolos, el presidente del organismo presentaba al público su caracterización del problema vial argentino. La sociedad, continuaba entonces, no debía equivocarse esperando de la acción de la DNV la espectacularidad con la que solía asociarse al camino –sobre todo en los medios masivos: por ejemplo, autopistas atravesando paisajes impactantes–, pero en cambio encontraría en el organismo eficiencia económica y racionalidad técnica para

²⁵ “Lista de diapositivas proyectadas durante la conferencia”, en Teodoro Sánchez de Bustamante, *Orígenes y desarrollo de la vialidad en el mundo*, folleto, Buenos Aires, 1938, p. s/n.

²⁶ Discurso de Allende Posse Día del Camino de 1935, DNV, *Memoria 1935*, p. 38.

resolver lo que consideraba el principal problema del país: la transitabilidad de los caminos de un territorio extenso, con baja densidad de tránsito y con recursos acotados para aplicar a la cuestión vial.

La discusión que planteaba no era menor, ya que estaba definiendo el criterio que orientaría la inversión en vialidad y el tipo de infraestructura a que podía aspirar el país. En este sentido, Allende Posse se inclinaba por los caminos de bajo costo dirigidos fundamentalmente al transporte de la producción agraria, dejando para el futuro los caminos pavimentados no ligados directamente a dicha producción, como los de turismo, que eran, en cambio, los que resultaban más populares como imágenes del camino. Un blanco preciso de la discusión puede ubicarse en algunas propuestas realizadas por el gobierno de Uriburu, que la posterior creación de la DNV reencauzaría, de crear una red troncal nacional pavimentada financiada en parte por peaje, siguiendo ejemplos europeos, como el desarrollado desde la década anterior por Italia, más que el modelo norteamericano que Allende Posse defendía.²⁷ Esta propuesta era capaz de producir carreteras “espectaculares”, pero carentes de espíritu sistemático y alcance nacional, ineficaces, por lo tanto, en términos de resolución del verdadero problema del territorio argentino. En cambio, el aparato estatal que construyó la DNV, centrado en técnicos viales de una sola disciplina –ingenieros civiles–, en caminos de bajo costo, y en su vinculación con reparticiones similares provinciales, resultó efectiva para enfocar el problema de otra forma, ligándolo a la totalidad nacional y privilegiando el rol de soporte de transporte de la producción agraria del sistema. La DNV estaba apoyada por un conjunto de ideas que podría calificarse de estricto o aun rígido, pero que permitía operar sin vacilaciones, calidad no desdeñable a la hora de diseñar políticas estatales.

El organismo basó sus éxitos en la adopción de este enfoque inicial, aunque también encontró en él posteriores limitaciones, como desarrollará más adelante este trabajo. Sin embargo, para cerrar este punto, cabe destacar que en relación con la difusión que tenía el automóvil en el país y el nutrido imaginario social tejido a su alrededor desde la primera posguerra, esta propuesta inicial del estado, aunque razonable en términos técnicos y económicos, parecía impregnada de cierto tono inactual, hasta anacrónico. En cambio, así describía la revista *Turismo* los “sueños de automovilista”:

²⁷ El ministro de Obras Públicas Octavio S. Pico (1930-abril 1931) seleccionó un conjunto de caminos a ser ejecutado por el sistema de peaje; posteriormente Pablo Calatayud (abril 1931-febrero 1932) creó el Directorio Central de Consorcios Camineros. Estas iniciativas fueron sustituidas un poco más tarde por la DNV y su propio plan.

Siempre soñaron nuestros automovilistas con ver transformados los caminos del país, haciéndolos correr entre amigas hileras de árboles y verde oscuro de setos vivos, de tanto en tanto un cottage, de inclinada techumbre y humeante chimenea; y otras imágenes de caminos dichosos, umbrosos, flanqueados de poesía.²⁸

En contraposición con estas imágenes de un paisaje amable y tiernamente modelado, la propuesta de la DNV se asentaba en la imagen de un país que privilegiaba los aspectos rurales tradicionales, que se modernizaba e integraba, pero lo hacía en clave rústica. Hasta el presidente Justo, al hacerse cargo públicamente de estas ideas que sin duda compartía, parecía traslucir involuntariamente cierta decepción: “Hay, pues, que conformarse con el camino barato y sin polvo ni barro, que permita el tráfico todo el tiempo. Eso es lo que interesa a nuestra producción agrícola”.²⁹

Por otra parte y en un sentido similar, en la prensa de la época, la publicidad solía resaltar los aspectos poco gratos de estos caminos, transitables, en el mejor de los casos, pero siempre poco confortables. Así, el Ferrocarril del Sur recordaba insidiosamente que “llueva o truene... el tren siempre llega”, para luego aconsejar: “No se aventure con su automóvil por malos caminos”.³⁰ Otras propagandas presentes en las revistas de automovilismo operaban como verdaderos detalles reveladores: “Ningún turista olvida Pastillas Valda: con ellas defiende sus bronquios de la tierra del camino”.³¹ En síntesis, y como se observará con más detalle posteriormente, esta apelación inicial no conformaría por mucho tiempo, ni al propio estado ni a amplios sectores de la sociedad argentina.

3. LA PASIÓN: BÓLIDOS DE LAS CARRETERAS

Al mismo tiempo que el estado, a través de la DNV, configuraba una nueva voz sobre el sistema de caminos, otros usos del mismo sistema sustentaban nuevas representaciones sociales, que también se referían a la deseada integración nacional a través de la red caminera, aunque desde perspectivas muy diferentes. Uno de esos usos fue el del automovilismo deportivo, que tenía en

²⁸ “Sueños de automovilista”, en *Turismo* N°338, julio de 1937, p. 33.

²⁹ Agustín P. Justo, “Mensaje del Presidente de la Nación al inaugurar el Congreso Nacional, 1935”, p. 164 (Consultado en versión digital, Association of Research Libraries, *Digital Collection of Mexican and Argentine Presidential Messages*, sitio <http://www.lanic.utexas.edu>).

³⁰ *Automovilismo* N°196, febrero de 1936, p. s/n.

³¹ *Automovilismo* N°179, junio-julio de 1934, p. s/n.

el ACA a su principal protagonista, carácter que no haría sino crecer a partir del mejoramiento de los caminos, pero también de la incorporación de la asociación al directorio de la DNV, teniendo en cuenta que la dirección había pasado a ser el organismo estatal que autorizaba la realización de competencias. Por otra parte, el automovilismo servía de propaganda a la DNV, ya que demostraba que las carreras ganaban en extensión y ampliaban su radio de realización a causa del mejoramiento de los caminos: la alianza entre organismo estatal y asociación pública tenía bases sólidas y de mutua conveniencia.

Además, la incorporación del ACA al directorio de la DNV consolidó la primacía de la asociación sobre el Touring Club, creado en 1907 como desprendimiento del ACA. Aunque se trataba de dos instituciones con rasgos en común, en realidad, en la década del veinte el Touring había tenido un mayor protagonismo en relación con las demandas de una ampliación de la participación estatal, y una mayor vinculación con las asociaciones de ingenieros, organizando, por ejemplo, el Primer Congreso Argentino de Vialidad entre 1922 y 1925. Mientras que el Touring parecía contar con un aparato técnico más afinado en cuanto a sus propuestas sobre vialidad y a información complementaria –como la estadística–, el ACA iba creciendo en popularidad apoyando el automovilismo deportivo.

Como se planteó anteriormente, el mejoramiento de los caminos permitió, en primer lugar, que los premios nacionales abarcaran mayores extensiones y recorrieran regiones geográficas que anteriormente le estaban vedadas. Este aspecto constituiría una base para numerosos discursos, referidos al “descubrimiento” del país, tanto en el plano físico como en el cultural, ya que las competencias ponían en primer plano sectores del país que en otros aspectos distaban de ocupar tales espacios. Así, el Gran Premio Nacional de 1934 llegaba hasta Resistencia y colocaba, aunque fugazmente, al Chaco en primer plano. Según aseguraba la prensa, esa exposición fugaz y precaria tenía la capacidad de dejar huellas en el imaginario social, cambiando representaciones consolidadas:

Mucha, muchísima gente, que creía que el Chaco era solamente una selva inhospitalaria con muchos indios y algunos blancos, ha recibido una verdadera sorpresa al enterarse de que ese territorio es tal importante y civilizado como las primeras provincias argentinas y mucho más que algunas de ellas.³²

Sin embargo, la ampliación de la extensión del Gran Premio Nacional fue sólo un promisorio inicio. El avance de la DNV sobre la transitabilidad de las rutas pronto permitió pensar en un Gran Premio Internacional como el de 1936, segunda prueba

³² “Consideraciones sobre el último Gran Premio Nacional”, en *Revista del Touring Club Argentino* N° 299, abril 1934, p. 105.

de su categoría, que llegaba hasta Chile recorriendo la insólita cifra de 7000 kilómetros en nueve etapas. Organizado por el ACA, contó con el auspicio de YPF y del propietario de la fábrica de cigarrillos Particulares –Virgilio Grego–, quien aportó los fondos requeridos para los premios.

En línea con la cita anterior sobre la competencia nacional de 1934, la revista *Sintonía* afirmaba que “el Gran Premio Internacional Virgilio F. Grego 1936 [‘descubría’] a los argentinos la Patagonia”.³³ En efecto, los diarios y revistas, pero sobre todo la radio, seguían con avidez los derroteros del evento: la transmisión por radio Splendid durante los catorce días de duración de la carrera, bajo la dirección del popular relator Luis Elías Sojit, era considerada en sí toda una proeza organizativa y técnica. La radio constituía el corazón mediático del evento, pero la prensa escrita, ya fuera deportiva o no especializada, colaboraba también activamente en la difusión. Cabe destacar que la revista *Sintonía*, que dedicó un suplemento al evento, era propiedad del periodista chileno radicado en Argentina Emilio Karstulovic Bonaci, conocido “raidista” y exitoso corredor de carreras –ganador del Gran Premio Nacional de 1934–, a la vez que uno de los principales impulsores del premio.

Retomando el nivel de las representaciones construidas por la prensa escrita, sorprende la combinación de niveles que se desplegaban en los discursos. Por ejemplo, *La Nación* recogía la narración de las impresiones de Raúl Riganti, ganador de la competencia, quien combinaba una cantidad de aspectos tan amplia, que el centro natural del evento, es decir el automóvil y su rendimiento, parecían perder tal carácter, mientras que, en cambio, el foco de atención del relato se iba desplazando alternativamente hacia el estado de los caminos, la labor de los funcionarios de la DNV, las técnicas de transmisión de la información o la infraestructura turística:

Hay en Comodoro Rivadavia un funcionario de la DNV, que ha hecho proezas [...], a quien a mi llegada a esta ciudad no pude sino felicitar por lo que fue capaz de hacer en tan poco tiempo [...] Pero lo que me maravilla es el telégrafo [...] En la ciudad del turismo [Bariolche], el acogimiento fue entusiasta: hubo calor en la muchedumbre, aplausos no interrumpidos y cordialidad en las autoridades. No así en los hoteles, donde se cobra cuatro pesos por una botella de vino común.³⁴

La particular combinación entre hombres, autos y caminos tramada por el deporte en este momento que podemos calificar de “fundacional”, generaba discursos policéntricos, porque los caminos convocaban a distinto tipo de tópicos y eventos, todos ellos novedosos. Dentro de ellos, como se observaba anteriormente

³³ *Suplemento especial dedicado a la transmisión radiofónica del Gran Premio Virgilio Grego de 1936, Sintonía* N°147, 15/2/1936, p. s/n.

³⁴ *La Nación*, 11/3/1936, p. 11.

en las representaciones estatales, la integración nacional que proponía el evento, al recorrer distintas zonas del país, se reiteraba de manera insistente, tal como lo planteaba el cronista de *La Nación*:

La carrera está llenando una función patriótica evidente al difundir por todo el país los aspectos más salientes de las regiones más distintas, para bien de ellas mismas y para que sea más vigoroso el sentimiento colectivo al advertirse en la unidad geográfica tantos matices de la vida argentina.³⁵

El evento, en su representación mediática, parecía instalar al país en cierta simultaneidad temporal, que constituía otra forma de integración, más simbólica que territorial: durante catorce días, la competencia mantenía en vilo al país entero. Podría afirmarse que esta misma sensación se registraba en otros eventos deportivos (partidos de fútbol, por ejemplo), pero en el caso del automovilismo presenta particularidades diferentes, relacionadas con la representación del territorio nacional. En efecto, la competencia obligaba a conocer lugares antes desconocidos y acercaba idealmente espacios distantes:

Pueblos enteros que no figuran siquiera en los mapas de la república estarán en los labios y oídos de millares de lectores y radioescuchas, y de oscuros villorrios y poblaciones pasarán a ser puntos conocidos y por ende, fáciles de traslados hacia ellos gracias a la difusión que se hará de los medios a que ello converge.³⁶

Por otra parte, la competencia invertía fugazmente las relaciones centro-periferia tal como se habían consolidado históricamente en el territorio argentino. Por pocos pero intensos momentos, el centro de gravitación, la acción vital, se desarrollaba fuera de las grandes ciudades, desplazándose hacia rincones de la patria, que súbita e inesperadamente vibraban, convirtiéndose en centros de atracción de la vida nacional. Así, según *Crítica*, el 18 de febrero de 1936, la máxima emoción argentina se experimentaba de manera directa –no mediática– sólo en Uspallata:

Esta localidad conocida por sus características pintorescas fue escenario de uno de los pasajes de mayor interés en la tercera etapa y posiblemente de todo el curso de la carrera hasta ahora disputada. Todo el pueblo se circunscribió con su atención y presencia en los puntos allegados al camino por donde debían pasar fugazmente los participantes [...] La llegada de los primeros fue verdaderamente épica. Todo el mundo barajaba nombres sobre

³⁵ *La Nación*, 11/3/1936, p. 11.

³⁶ Emilio Karstulovic B., “Recuerdos e historias del Gran premio Internacional”, en *Suplemento de Sintonía*, p. s/n.

quién sería el primero en cruzar este control pero cuando iban a ser las ocho horas treinta y cinco minutos, se avistó a lo lejos una gran nube de polvo. Es que se trataba de nada menos que de cuatro coches juntos que de forma impresionante brindaron una emoción incontentada entre los asistentes al pasar por aquí con vertiginosa velocidad. Pasaron como bólidos sin cejar un instante con el fierro a fondo.³⁷

Estas nuevas percepciones inducían cierta revisión de algunos aspectos de las representaciones tradicionales del territorio nacional –sus órdenes, distancias y jerarquías–, pero en otros aspectos reforzaban dichas representaciones y obligaban a acudir a la asistencia de dispositivos tradicionales de representación. Así, ciertos aspectos de las narraciones de la prensa sólo podían seguirse con la ayuda y la orientación de un mapa o un plano carretero. Por ejemplo, veamos esta lección de geografía en la descripción de la etapa Temuco-Neuquén (en territorio chileno):

Con rumbo al Noroeste se inicia la etapa hasta la Cordillera, retrocediendo hasta Lautaro y tomando franco rumbo Oeste, o sea hacia Lonquimay. Hasta Curacautin el camino es más o menos viable, algo suelto y en ese punto hasta Pino Hachado se inicia una zona montañosa tortuosa, de caminos irregulares, con algunos pasos como ser las numerosas alcantarillas que requieren precaución.³⁸

Estas narraciones mediáticas construían una forma de mirar y representar el territorio, en la cual se actualizaban elementos tradicionales, a la vez que se introducían nuevas valencias. Los paisajes que se representaban eran similares a los que registraban los discursos que observamos en la producción estatal. Adoptaban el mismo carácter áspero y rústico, pero no se encontraban modulados por los mismos acentos sombríos: las dificultades que imponía la naturaleza constituían en este caso la clave del peligro, pero también fundaban la fuerza de la emoción.

Como habrá podido notarse, dentro de este conjunto de representaciones mediáticas, faltaban las imágenes en movimiento, la forma más directa y precisa de captar la esencia del automovilismo, la única capacitada para seguir su velocidad y captar su sentido. Pronto llegarían como iniciativa del piloto y hombre de medios Karstulovic. En efecto, la debutante productora Rayton decidió aprovechar el entusiasmo de un público amplio para realizar un film con imágenes documentales del Gran Premio Internacional de 1936, bajo la dirección del propio Karstulovic. Así, sólo quince días después de finalizada la competencia, cuando aún no se habían apagado las resonancias del evento, se estrenaba en Buenos Aires *Vértigo*, la primera película del cine argentino centrada en el automovilismo.

³⁷ *Crítica*, 19/2/1936, p. 5.

³⁸ *Crítica*, 21/2/1936, p. 4.

Vértigo no se nutría solamente de imágenes de la competencia ya que también mostraba paisajes de distintas regiones argentinas en una simultaneidad que hasta ese momento los esfuerzos de producción locales desconocían: “las sierras de Córdoba, los lagos patagónicos y la agreste y serena naturaleza de Chubut figurarán separadamente en *Poncho Blanco*, *Sombras porteñas* y *Petróleo*. La nueva película de Rayton las presenta juntas”.³⁹ A ello se sumaban imágenes nativistas de costumbres y fiestas tradicionales, “todo lo cual [hacía] de este film una gran obra de argentinismo”.⁴⁰ Finalmente, la carrera “se matizaba con un argumento de corte sentimental y profundamente humano”.⁴¹ En otras palabras, *Vértigo* combinaba distintos tipos de materiales: el documental deportivo, filmado especialmente durante el Gran Premio, y filmaciones ficcionales previas, dentro de las cuales se destacaba una historia simple y moralizante. Con respecto a esta última, se trataba de un joven piloto obligado a elegir entre su pasión por el automovilismo y el mandato social que le exigía gerenciar una modesta fábrica de propiedad familiar –cosa que sensatamente decidía en el final del film, logrando dominar el “vértigo” que lo embriagara en su fugaz aproximación al mundo deportivo.

El estreno del film generó una gran expectativa, y fue presenciado por buena parte del espectro de actores que constituían la “trama automovilística” local; sin embargo, la proyección defraudó a su público. La crítica constató de manera unánime que la película adolecía de serios problemas, circunstancia que hasta la revista del director del film debió admitir. En tal sentido, entre otras cuestiones, se observaba que la trama ficcional resultaba poco interesante y que mostraba problemas técnicos, a punto tal que se aconsejaba su supresión completa. Pero las observaciones iban más allá: en realidad, como reconocía *Sintonía*, “el deportivo era el único aspecto que el público deseaba ver”.⁴²

En otras palabras, el aspecto deportivo obturaba tanto los aspectos humanos como los patrióticos contenidos en los eventos deportivos, al menos si éstos se encontraban planteados de manera, tan directa como lo había intentado hacer *Vértigo*. Sin embargo, dejando de lado esa crítica general, en el documental deportivo, la crítica rescataba una novedad apasionante:

Representa ello un rápido esfuerzo, que, aunque no consumado con mucha habilidad técnica, despierta legítimamente la atención y se hace acreedor del aplauso por la idea moderna latente en él, de trasladar lo palpable, lo que apasiona a la colectividad, la realidad cercana, a la pantalla.⁴³

³⁹ “Una gran película nacional”, en *Sintonía* N°143, 18/1/1936, p. s/n.

⁴⁰ “El 6 de marzo se entrenará en el Renacimiento la película *Vértigo*”, en *Sintonía* N°148, 22/2/1936, p. s/n.

⁴¹ “Con *Vértigo* la Rayton hará obra de nacionalismo”, en *Sintonía* N°146, 8/2/1936, p. s/n.

⁴² “La premiere de *Vértigo*”, en *Sintonía*, N°152, 21/3/1936, p. s/n.

⁴³ *La Nación*, 12/3/1936, p. 12.

Desprolija, tosca y apresurada, tanto en la apelación a representaciones sociales como en la búsqueda de nuevas imágenes, *Vértigo* ostentó el mérito de ser la primera película nacional que se ocupó del automovilismo, y, como intuía la cita anterior, tuvo el valor de aventurar a la cinematografía local en un terreno nuevo: el de la modernidad de las pasiones masivas, ensayando nuevas formas apropiadas para representarlas.

En el desarrollo posterior de la producción local, el automovilismo en particular no fue un tema excesivamente frecuentado, aunque existe una serie de ejemplos posteriores. Así, a *Vértigo* le seguirían *Bóldos de acero* y *Fangio, el demonio de las pistas* (1950), *Turismo de carretera* (1968) y *Piloto de pruebas* (1972).⁴⁴ Las dos películas de 1950 se centran en los grandes ídolos del automovilismo (los Gálvez y Fangio), y las otras en la inmensa popularidad que mantendría el deporte a lo largo de décadas, sobre todo en la categoría denominada “turismo de carretera”. Estos dos procesos aún no estaban presentes en *Vértigo*, ya que se iniciaron a fines de la década de 1930, pero continuaban por un camino anunciado por la conjunción de acciones y valores que registraba el film. A partir de 1937, la DNV prohibió las carreras de velocidad en caminos nacionales, pero no las de automóviles de categoría turismo (cerrados), que un par de años más tarde darían el nombre a dicho tipo de competencias, cuando eran realizadas en carreteras y no en pistas. Tal categoría pronto consagraría a los grandes ídolos del automovilismo argentino, capaces de cosechar un éxito arrollador a nivel internacional, éxito que generaría nuevas representaciones sociales que desactualizarían el tradicionalismo social que constituía el trasfondo moralizante de la historia ficcional de *Vértigo*.

A fines de la década, no sólo la categoría turismo de carretera ampliaría el automovilismo; sus fronteras internacionales también se extenderían. Nuevamente debemos retomar la figura de Karstulovic, quien, apoyado por el ACA y por la amplificación mediática de sus hazañas, emprendió en 1939 una nueva acción en tal sentido, que seguía el sentido de su raid Buenos Aires-Santiago de Chile, recorrido dos años antes: logró establecer un record de velocidad, piloteando un automóvil común, en el trayecto entre Lima, La Paz y Buenos Aires, tramo Sur de la futura Carretera Panamericana. Según sus declaraciones, no lo movía ningún mezquino “egoísmo deportivo”, sino el deseo de “divulgar en el continente que las centenarias huellas incaicas [eran] excelentes caminos y la ruta ideal para el turismo de invierno”.⁴⁵

⁴⁴ *Bóldos de acero* (1950), dirigida por Carlos Torres Ríos; *Fangio, el demonio de las pistas* (1950), de Román Viñoly Barreto; *Turismo de carretera* (1968), de Rodolfo Kuhn; y *Piloto de pruebas* (1972), con Carlos Pairetti, de Leo Fleider.

⁴⁵ “Mis impresiones”, en “En automóvil por la huella de los chasquis”, suplemento especial de *Sintonía*, N° 362, 27/3/1940, p. 1.

En efecto, hacia los últimos años de la década, el avance de la DNV hacía vislumbrar el alcance latinoamericano y continental de las carreras de automóviles, que introducía una nueva escala de percepción en la dimensión territorial. Esta ampliación de la pasión deportiva se vinculaba, entre los promotores, con un sentimiento panamericanista (asociado, por otra parte, al sistema de carreteras desde la década de 1920) presente tanto en la DNV como en el ACA. En el ACA, el principal promotor del panamericanismo carretero fue el ing. Carlos Anesi –presidente de la asociación entre 1940 y 1956, vicepresidente entre 1936 y 1939 y activo organizador de competencias en ese mismo período–, quien proponía realizar el “Gran Premio de las Américas” entre Nueva York y Buenos Aires en octubre de 1942, inaugurando la Carretera Panamericana en la conmemoración del *noveno cincuentenario* del Descubrimiento. Dicha competencia estaría precedida por eventos de menor extensión, aunque también notablemente ambiciosos: el “Gran Premio de la América del Sur”, Buenos Aires-Caracas en 1941 y el “Gran Premio Internacional del Norte”, que efectivamente recorrió Argentina, Bolivia y Perú en 1940. Como se observa en las competencias realizadas o planeadas, el panamericanismo carretero argentino era más “andino” que “tropical”, y Argentina consideraba tener un papel líder en el Sur del continente, en simetría con Estados Unidos en el Norte.⁴⁶ La Guerra Mundial interrumpió estos sueños, pero el ACA no cejó en su empeño a escala latinoamericana, hasta que los casi 10.000 Km entre Buenos Aires y Caracas se constituyeron en escenario del Gran Premio de 1948.

Este panamericanismo que hablaba también de la grandeza argentina se vio particularmente estimulado en los últimos años de la década, a medida que el programa vial argentino se extendía, tal como indicaba Allende Posse en el telegrama enviado al presidente del Bureau of Publics Roads de los Estados Unidos, con motivo de la inauguración del camino a Córdoba en 1937, parte de la ruta 9 (Panamericana):

La DNV acaba de inaugurar el primer tramo carretero panamericano en una extensión de 800 km [...] Estimulado por el júbilo popular ante el singular acontecimiento, anúnciole que antes de dos años la República Argentina habrá terminado esta carretera hasta el límite con Bolivia. Creo que esta contribución al esfuerzo de todos los países americanos hará factible el elevado propósito de establecer un nuevo vínculo de unión que haga más sólidas a todas las naciones del continente.⁴⁷

⁴⁶ Ver: Carlos P. Anesi, *La Carretera panamericana. Su inauguración en el noveno cincuentenario del Descubrimiento de América. El Gran premio de las Américas*, Buenos Aires, Compañía General Fabril Financiera, 1938.

⁴⁷ “Telegramas cambiados con el presidente del Bureau of Publics Roads en los estados Unidos”, en DNV, *Memoria 1937*, p. 30.

El entusiasmo despertado por el sueño de esta nueva escala territorial, que primero sería frenada la guerra y más tarde desactualizada por la expansión del avión como medio de transporte, debía mucho a los sueños del automovilismo, y, en tanto espacio privilegiado del “júbilo popular”, contagiaba los discursos de los funcionarios estatales, despejando los tonos secos y sombríos que los habían caracterizado en los primeros años de la década.

4. EL PLACER: INVITACIÓN AL VIAJE

A partir de mediados de la década de 1930, la gestión de los recursos de la ley de vialidad comenzaría a contemplar el rol de la red vial en otro sector de la economía que las nuevas políticas económicas, una vez superado el momento más agudo de crisis, intentaban estimular: el turismo. Si retomamos los discursos con los cuales se habían iniciado las políticas de la DNV, observamos que el énfasis en el transporte de la producción agropecuaria y en el turismo no eran objetivos incompatibles para una red vial, pero sí eran cometidos claramente diferentes. Como reflexionaba un ingeniero vial que presenciaba este viraje, en el momento inicial los técnicos habían puesto especial atención en el “factor comercial del tonelaje de cargas, con prescindencia de otros factores”, y el cambio de objetivos no llegaba a satisfacer a todos: “Cuando recién se planteó este asunto hubo una franca declaración de quienes decían que los caminos debían hacerse para transportar trigo y no para transportar vagos”.⁴⁸

En cambio, resultaría satisfactoria para amplios sectores de la sociedad, sobre todo los sectores medios que acababan de acceder al turismo masivo –o que albergaban la esperanza de acceder a él–. En esta nueva etapa, los austeros caminos “sin polvo y sin barro” ya no serían suficientes. La ruta 2 a Mar del Plata, inaugurada en 1938, se transformaría en un símbolo de la nueva etapa que inauguraba la red nacional de vialidad; en el mismo sentido operaban obras como los 300 km de caminos internos que la DNV construyó en el Parque Nacional Nahuel Huapí, el camino de la costa entre Mar del Plata y Miramar, o las rutas que en la Mesopotamia permitían alcanzar las cataratas del Iguazú, entre muchas otras.

Los recursos de la ley no eran grandes y este cambio de objetivos obligaba a ampliarlos: la economía nacional, decían una vez más las políticas públicas, lo

⁴⁸ Eduardo L. Edo, “El turismo y su influencia en la política caminera del país”, en *La Ingeniería* N°7737, marzo de 1936, pp. 198-199.

requería.⁴⁹ Por un lado, el país podía permitirse esa inversión, y por otro, se trataba de consolidar un sector como el turismo, al que se atribuían enormes posibilidades de crecimiento. Pese a estos cambios, a las presiones estatales y sociales, Allende Posse como presidente de la DNV nunca modificó radicalmente su discurso sobre la primacía del sistema nacional y de los caminos de tierra, aunque la estructura de la repartición se adaptó parcialmente a la nueva realidad, como debió adaptarse, muy a su pesar, a la incorporación puntual de la vialidad urbana –los accesos a las grandes ciudades, en 1937–, a partir de que el Congreso Nacional le asignara el proyecto y construcción de la Avenida General Paz en la Capital Federal. Sin embargo, las huellas de la rigidez inicial, del panorama de caminos rurales, ásperos pero transitables, nunca desaparecieron por completo.⁵⁰

Si la ley de elevadores de granos hacía pareja con la ley de vialidad en el momento de su sanción, esta nueva etapa de la red vial se vinculaba directamente con otro instrumento legal: la ley de parques nacionales 12.103/1934.⁵¹ Se trataba de una iniciativa del Poder Ejecutivo que el ministro de Agricultura (Luis Duhau) presentaba como un estímulo al turismo, cuya creación “favorecería la economía nacional”. Estos argumentos abundaban en la época y se referían sobre todo al turismo de elite: se calculaban los montos que los argentinos gastaban en el imprescindible “viaje a Europa”, y el proyecto, decía Duhau, “contribuiría a que [quedara] en el país la considerable suma que representa el turismo en capitales argentinos gastados en el extranjero y en una previsible concurrencia extranjera a los parques nacionales”.⁵²

Aunque en el turismo de elite se centraban las más grandes esperanzas económicas, también se estimulaba el turismo de las capas medias, y a través de algunas medidas, el popular. La ley de sábado inglés, la de vacaciones pagas, las rebajas

⁴⁹ Los fondos de vialidad se ampliaron en 300 millones entre 1936 y 1938, y en 1939 la ley 12.625 aumentó el impuesto sobre la nafta.

⁵⁰ Así, la falta de criterios paisajísticos y forestales en el diseño vial –aspectos de escasa importancia en los caminos vinculados a la producción, pero de relevancia vital en el interés de los caminos de turismo– fue una limitación que la repartición, regida por los dictados de una única rama de la ingeniería, nunca superó por completo: los ingenieros podían ser “apóstoles”, pero estaba lejos de convertirse en diseñadores sensibles al “aspecto estético de las obras viales”. Algunos casos en que los proyectos viales desarrollaron valores paisajísticos, como el caso de la Avda. General Paz, diseñada por el arq. Ernesto Vautier o los caminos de Parques Nacionales, a cargo de técnicos de la repartición, no fueron realizados por ingenieros de la DNV.

⁵¹ La Dirección General de Parques Nacionales, creada dentro del ámbito del Ministerio de Agricultura, aunque gozando de una amplia autonomía, administraba y gestionaba parques o reservas nacionales, definidos como porciones del territorio de la Nación, que por su extraordinaria belleza o en razón de algún interés científico determinado fueran dignas de ser conservadas para uso y goce de la población de la República.

⁵² Cámara de Diputados, *Diario de Sesiones*, 1934, tomo VI, p. 1022.

tarifarias de los trenes turísticos, algunas políticas locales, como la de Mar del Plata, eran iniciativas –algunas de ellas venían de la década anterior– que se sumaban a los nuevos caminos en el fomento del turismo. El turismo para empleados nacionales se iniciaba en 1936 con las colonias de vacaciones en embalse Río Tercero, obra del MOP, siguiendo la línea trazada por instituciones privadas que estimulaban el turismo popular, como la Asociación Cristiana de Jóvenes, la Casa de la Empleada y el Club Argentino de Mujeres, que disponían de casas de veraneo para sus asociados en Sierra de La Ventana, Cosquín y Mar del Plata, respectivamente. A fines de la década, la Ley 12.669 disponía que la Dirección de Arquitectura del MOP erigiera hoteles y hosterías de turismo en San Luis, La Rioja y Catamarca.⁵³

Uno de los aspectos más destacables de la extensión del turismo en relación con el automóvil consistía en la propuesta de nuevas modalidades de desarrollo, entendiendo al auto como transporte privado –familiar–, que daba la posibilidad de establecer un nuevo tipo de relación con la naturaleza o con los lugares turísticos, permitiendo desplazamientos de enorme libertad. Ciertas valencias culturales de dichas modalidades de transporte estaban claramente señaladas en la publicidad de Ford de mediados de los años veinte, ya que ella enfatizaba los aspectos originales y específicos del automóvil, centrándose en el placer, la libertad y el inmenso poder convocados por la acción de conducir:

Hay muchos lugares hermosos, próximos a la ciudad, que usted y su familia no conocen. Compre un Ford y adquiera cabal conocimiento de todos los barrios de la ciudad y de sus pintorescos alrededores. Guíe usted mismo. Vaya por la calle o el camino que le parezca más interesante. Si un objeto o un paisaje llama su atención, deténgase. Sin violencias, sin apuros, con toda comodidad, con toda tranquilidad. Usted es el dueño de un Ford. Usted manda.⁵⁴

Ford remarcaba astutamente que el automóvil es uno de los medios de transporte que se disfruta plenamente sin *chauffer*: libertad e independencia son valores individuales, que estimulan la imaginación de conductores capaces de privilegiar la experiencia individual por sobre el reconocimiento social. Aunque ambos planos no son incompatibles y de hecho coexisten aún en el imaginario social actual del automóvil, lo verdaderamente nuevo –y radicalmente moderno– afincaba en el primero; las estrategias publicitarias de Ford lograban captarlo y explotarlo, señalando los caminos de la producción automovilística masiva y multiplicando las valencias simbólicas del automóvil.

⁵³ Sobre el turismo popular, en relación con las políticas posteriores del peronismo, ver: Eugenia Scarzarella, “El ocio peronista: vacaciones y turismo popular en Argentina (1943-1955), *op. cit.*”

⁵⁴ “Paseos saludables, económicos e instructivos” (Publicidad Ford), en *Femenil* N°1, 14/9/1925, p. s/n.

Estas características del automóvil sugerirían nuevas perspectivas para el turismo, promoviendo formas de recorrer el territorio y de aproximarse a la naturaleza. Como ocurrió con otros elementos de la nueva cultura del automóvil, este tipo de turismo encontró en el ACA un temprano difusor: el *weekend*, los campings, las excursiones de campamentos y las caravanas turísticas fueron activamente promovidos por la asociación. En efecto, en 1933 el ACA estableció lugares de camping próximos a la Capital Federal, a la vez que se comenzaron a organizar excursiones de campamentos, en las proximidades del Salado y de Mar del Plata, mientras que poco más tarde dichas actividades incorporaron a Córdoba como destino.⁵⁵ La moda parecía extenderse rápidamente entre los asociados:

La vida al aire libre, en el camping, desprovista de toda preocupación protocolar y constituyendo un mundo propio en los límites reducidos de un vivac, ha ganado ya un lugar de preferencia en las simpatías del turista argentino [...]. Fueron quince días alegres, durante los cuales todos y cada uno de los excursionistas fueron dueños absolutos de sus personas, con prescindencia de todos los compromisos que trae aparejada la actividad urbana.⁵⁶

Los protagonistas de esta nueva moda, “modernos Robinsones”, debían ser capaces de gozar de esta “vida sin protocolos [...] sin pensar en los teatros, el biógrafo, el peinador, el sombrero, la moda y todas esas cosas que esclavizan [...]”.⁵⁷ La técnica moderna, entonces, permitía reivindicar una aproximación directa a la naturaleza, que se cargaba de cierta ensoñación primitivista, controlada sin embargo por la estricta disciplina de comportamientos impuesta en los campamentos por la asociación.⁵⁸

En sintonía con esta caracterización del turismo, la difusión del ACA insistía también en el “turismo rodante”, tema que aparecía reiteradamente en la prensa en general. Las casas rodantes eran aún una excentricidad, pero aprovechaban los excelentes carroceros que la demanda automovilística local había generado, e indicaban un futuro destino libre y personal para el turismo, en tanto se ampliaba

⁵⁵ Los lugares de camping se encontraban en Luján, Quilmes, Punta Chica y Chascomús. “El camping del ACA en Quilmes”, en *Automovilismo* N°166, abril de 1933, p. s/n.; “Campamentos”, en *Automovilismo*, febrero de 1933; “A orillas del río Cavalango se realizó con éxito el tercer campeonato del ACA”, en *Automovilismo* N°165, marzo de 1933, p. s/n.

⁵⁶ “A orillas del río Cavalango...”, *op. cit.*

⁵⁷ “En la estancia Santa Rita”; Ernesto Baldrich, “Turismo con acampamento”, en *Automovilismo* N°173, diciembre de 1933, p. s/n.

⁵⁸ “Está en vigencia el nuevo reglamento de camping”, en *Automovilismo* N°179, junio-julio 1934, p. s/n. Entre otros elementos, se controlaban concurrencia de invitados, horarios de actividades y vestimenta.

la red vial. Un ejemplo reiterado por varias publicaciones del momento fue el de Carlos A. Pueyrredón, impulsor de la ley de vialidad en el Congreso, quien tomaba la iniciativa en la materia haciéndose construir “íntegramente en el país” una casa rodante para seis personas que era mucho más que un capricho: “Amun-rucá” (piedra que rueda) señalaba el rumbo de la técnica del futuro, sin olvidar la apelación a la historia; dos temas particularmente adecuados para recorrer, en los años treinta, los caminos argentinos.⁵⁹

En este mismo sentido, y también a partir de 1933, promocionando la construcción del llamado Camino de la costa, la asociación relevó y contribuyó a la explotación de lugares turísticos inexplorados por el tren, como ciertos parajes de la costa Atlántica.⁶⁰ San Clemente y Mar de Ajó, afirmando, además que aún “[quedaban] todavía muchos que [podían], por su topografía, constituir núcleos de concentración de veraneantes: Claromecó, Reta, Arroyo Parejas, Monte Hermoso e Ingeniero White”.⁶¹ En la década de 1940, el estímulo del ACA llegaría a Villa Gesell,⁶² eligiendo en la costa siempre lugares que pudieran construirse de acuerdo a nuevas modalidades turísticas, más individuales, relajadas y próximas a la naturaleza que el ocio mundano de balnearios tradicionales como Mar del Plata. En efecto, el tipo de turismo promovido parece construirse como la inversión del desarrollado en esa ciudad: “Veranear no es agotarse en una actividad social abrumadora; es descansar, y para ello se requiere tranquilidad”.⁶³ Aun para quienes se mostraran incapaces de renunciar al encanto de Mar del Plata, el ACA aconsejaba dirigirse a Chapaldmalal, cuya constitución celebraba, ya que a Mar del Plata le faltaba “el gran barrio apartado y espacioso de las personas que, sin dejar de participar en sus atractivos, desean venir a orillas del mar en condiciones de tranquilidad e independencia”.⁶⁴ En la década de 1940, este perfil turístico alternativo se marcaría con mayor fuerza. Así, Gesell se definiría por sus playas amplias, sin piedras, menos frías, como un “bello y tranquilo paraíso [...] donde el turista amante de la naturaleza, el mar, el cielo, los árboles y los pájaros [encontraba] exactamente lo que [buscaba]”.⁶⁵

⁵⁹ “La casa rodante del Dr. Carlos A. Pueyrredón”, en *El Hogar* N°1402, 28/3/1936, p. 44.

⁶⁰ Benjamín Muñoz Barreto, fallecido en 1933, era considerado el “padre del camino de la costa”: miembro de la Comisión Directiva del ACA, integraba la Dirección Provincial de Vialidad como representante de la Sociedad Rural. El camino, construido por la dirección indicada e inaugurado en 1936, atravesaba su establecimiento “La Magdalena”; en *Automovilismo* N°170, agosto de 1933, p. s/n. Conducía a Mar del Plata, saliendo de La Plata, por Magdalena, Punta Indio, General Conesa, General Madariaga y Mar Chiquita. El ACA instaló a lo largo del camino varias casillas de servicios camineros. “Fue inaugurado oficialmente el camino de la costa”, en *Automovilismo* N°195, enero de 1936, p. s/n.

⁶¹ “Balnearios de la costa atlántica”, en *Automovilismo* N°229, enero de 1939, p. s/n.

⁶² “El ACA establecerá un recreo en el balneario Gesell”, en *Automovilismo* N°320, 1 de julio de 1946, p. 45.

⁶³ “El Barrio Jardín en San Clemente”, en Suplemento de *Automovilismo* N°300, enero de 1945, p. s/n.

⁶⁴ “Playa Chapaldmalal, nueva residencia marítima”, en *Automovilismo* N°241, enero de 1940, p. s/n.

⁶⁵ “Villa Silvio Gesell. Naciente balneario atlántico”, en *Automovilismo* N°332, mayo de 1947, p. s/n.

Si por un lado el ACA proponía nuevos espacios al turismo, por otro cambiaba la modalidad de aproximación a los existentes. Esta propuesta se observa en la forma en que la asociación recreaba la relación con una región tradicionalmente vinculada al turismo de invierno, como era la constituida por las provincias del Norte, en la medida en que, a lo largo de la década, el estado de los caminos mejoraba, como se observó en puntos anteriores:

Fuera del verano, se hacen excursiones al Norte en forma de excursiones por ferrocarriles, ya sean individuales o colectivas, generalmente organizadas por sociedades comerciales, que forman caravanas de turistas [...] Esta clase de excursiones no son precisamente las más indicadas para hacer turismo propiamente dicho; son excursiones regimentadas y a horarios fijos, sin esa libertad de recorrer, estar o descansar cómodamente y que no permite al turista observar con detenimiento, y por ende, tener una mejor impresión de todo aquello que está a su alrededor. El turismo al Norte debe ser individual y en automóvil.⁶⁶

La promoción del turismo efectuada por el ACA fue muy amplia: dentro de ella, pueden destacarse el relevamiento de caminos, la información a los asociados, la confección de cartas de turismo y guías de hoteles, hasta producir, en 1943, el plano caminero completo, a nivel nacional.⁶⁷ El ACA fue también exitoso en la incorporación de temas y figuras al aparato estatal en relación con el turismo, ya que el presidente de la asociación (Camilo Idoate) fue nombrado también director de la Dirección Nacional de Turismo, poco después de su creación, en 1938.⁶⁸ Entre la incorporación del ACA al directorio de la DNV y su llegada al organismo de Turismo, medió la firma de un convenio entre la asociación e YPF que ocuparía un rol central en la construcción de una imagen para las rutas argentinas: las de las estaciones de servicio ACA-YPF.

⁶⁶ “El turismo a las provincias del Norte”, en *Automovilismo* N°208, marzo 1937, p. s/n.

⁶⁷ Los relevamientos sobre estados de caminos eran realizados por el ACA desde la década del veinte. A lo largo de la década de 1930, fue perfeccionado las cartas de turismo, sobre todo a partir de 1938. En 1940 publicaba cuatro, referidas a distintas regiones. En 1940 publicó su guía de hoteles (“Tres cartas de turismo y otras publicaciones afines ha editado el ACA”; “El ACA publica su primera guía de hoteles”, en *Automovilismo* N°242, febrero de 1940, p. s/n.). A fines de 1943 comenzó a distribuir su plano caminero nacional (“Del esquema mimeografiado del camino al gran plano vial de la Argentina”, en *Automovilismo* N°276, enero de 1943, p. s/n.). Poco después organizó concursos para mejorar las condiciones de hospedaje (“Concurso para mejoramiento de los hospedajes”, en *Automovilismo* N°279, abril de 1943, p. s/n.).

⁶⁸ “El general Camilo Idoarte, presidente del ACA fue designado Director de la Dirección Nacional de Turismo”, en *Automovilismo* N°219, marzo de 1938, p. s/n.

Un eslogan se repetiría en las tapas de *Automovilismo* en la década de 1930: “Haga patria: cómprele a YPF”. Más aún, todo el desarrollo de YPF encontró un órgano de difusión indirecto en el ACA, quien, simultáneamente, en la primera mitad de la década estaba construyendo sus primeras cuatro estaciones de servicio en la Capital Federal. En 1936, la vinculación entre la empresa estatal y la asociación adoptó una forma precisa al firmarse un convenio entre ambas para la construcción de una red de estaciones de servicio, que, financiadas de manera indirecta por YPF, serían construidas y operadas por el ACA, operación que se inscribía en un momento de conflicto entre YPF y las empresas extranjeras, que habían obligado al gobierno nacional a tomar una serie de medidas de control de *dumping*.⁶⁹

Dentro de este marco, el ACA llamó a concurso de anteproyectos para la arquitectura de estas estaciones de servicio, que, a través de los proyectos del ing. Antonio Vilar, y del “muñeco” que identificaba a la asociación, se transformó en símbolos de la vinculación entre YPF y el ACA, y en hitos de la modernización territorial emblemática por la red de caminos.⁷⁰ Las estaciones de servicio no se situaron sólo en las grandes ciudades o capitales de provincias, sino que llegaron en ciertos casos y conjuntamente con el camino, a pequeñas localidades, siempre y cuando estuvieran vinculadas a la red troncal de Vialidad y se vincularan con el estímulo del turismo (Humahuaca o Rosario de la Frontera, por ejemplo). Al mismo tiempo, el ACA construyó el imponente edificio de su sede central, inaugurado en 1942, como parte del plan de estaciones de servicio.

⁶⁹ Según el convenio, la asociación se comprometía a expender solamente productos de YPF; en retribución por este “privilegio de exclusividad”, la empresa otorgaba al ACA una bonificación extraordinaria por la nafta vendida, que debía destinarse a la construcción de estaciones de servicio u otro tipo de instalaciones afines; Benjamín Villafañe, *YPF y el ACA. Su significación en la economía del país*, folleto, s/f, c. 1942. No todos los observadores del período acordaban con esta presentación del vínculo. En 1942 el director del periódico *Basta!* realizó una presentación ante la justicia solicitando una investigación sobre las relaciones contractuales YPF-ACA, considerándolas de incurrir en prácticas monopólicas, de *dumping* y competencia desleal con otros intermediarios de la comercialización de hidrocarburos. El tema también fue discutido en el Congreso y generó una amplia polémica, aunque finalmente, a fines de 1943, la justicia desestimó la presentación; en *Automovilismo* N°275, diciembre 1942, 276, enero 1943, p. s/n.

⁷⁰ “Entra en su fase definitiva el Plan ACA-YPF”, en *Automovilismo* N°212, julio 1937, p. s/n. Sobre la relación ACA - YPF y su arquitectura, ver: Adrián Gorelik, “La arquitectura de YPF: 1934-1943. Notas para la interpretación de las relaciones entre Estado, modernidad e identidad en la arquitectura argentina de los años treinta”, en *Anales del Instituto de Arte Americano* N°25, Buenos Aires, 1987, pp. 97-106. Su ubicación dentro de un contexto más amplio: Anahí Ballent y Adrián Gorelik, “País urbano o país rural: la modernización territorial y su crisis”, Alejandro Cattaruzza (director de tomo), *Crisis económica, avance del estado e incertidumbre política*, tomo VII de la *Nueva Historia Argentina*, Buenos Aires, Sudamericana, 2001, pp. 143-200.

El plan fue verdaderamente notable y la acción del ACA igualmente eficaz. En efecto, a fines de 1943, el ACA contaba con 86 estaciones funcionando, mientras que 65 se encontraban en trámite o en construcción. La velocidad de materialización del plan es verdaderamente sorprendente; sus virtudes lo transformaron en modelo para otros países latinoamericanos.⁷¹ Además, el carácter de trama integrada formada por las estaciones de servicio fue rápidamente aprovechado para la localización de otro tipo de servicios, que requerían un alcance nacional: en 1944 se autorizaba a instalar estaciones radioeléctricas en los establecimientos y pistas de aterrizaje anexas a ellos; poco después se incorporaban estafetas postales. El plan era un modelo de integración del territorio nacional, complementando claramente, en el plano arquitectónico y de servicios, el rol de la red de caminos y el espíritu con el cual se había proyectado.⁷²

A partir de su vinculación con el estado, el ACA crecería en distintos planos, pero cabe insistir en que el arraigo social de la asociación era previo a ella: no se trató de una institución surgida bajo la protección o tutela del estado, sino que, en todo caso, creció y aumentaba su visibilidad y penetración social a partir de esta relación. El número de socios aumentó de 27.000 en 1933 a 62.000 en 1943, aunque una popularidad más amplia descansaba en su historial como principal promotor de competencias deportivas desde 1910, y como rostro visible, a través de las estaciones de servicio, y de su conocido “muñeco”, de las carreteras argentinas.⁷³ El vínculo fue verdaderamente complejo y particular, ya que, como se planteó anteriormente, la empresa estatal (YPF) también se benefició al mantenerlo, pues pudo desentenderse de amplios aspectos de la comercialización de la nafta.

EPÍLOGO: LA TRAMA DE LA PATRIA

En 1942, cuando se inauguraba la estación de servicio de Humahuaca, Benjamín Villafañe, integrante del directorio de YPF, planteaba:

No es aventurado decir que en los últimos treinta años lo único grande que se ha hecho y se sigue haciendo por el progreso material del pueblo argentino es la obra de YPF, la de la DNV, y la del ACA. Podría agregarse también la de Parques Nacionales [...]. En todas

⁷¹ “Desarrollo del Plan ACA-YPF al 31-12-43”, en *Automovilismo* N° 291, abril 1944 p. s/n.

⁷² “El Gral. Farrell se refiere a la trascendencia del Plan de telecomunicaciones y pistas de aterrizaje”, en *Automovilismo* N° 292, mayo de 1944, p. 10; “Estafetas postales funcionarán en las estaciones del ACA”, en *Automovilismo* N° 298, noviembre de 1944, p. 30.

⁷³ *Automovilismo* N° 291, abril 1944, p. 49.

estas reparticiones se alienta un amor de patria, que nace de la convicción que experimenta hasta el último empleado de que se encuentra al servicio de una obra grande en bien de la colectividad.⁷⁴

Como se observa en la cita, en los años cuarenta puede verse ya claramente definida y articulada una trama de instituciones estatales y privadas lideradas por el estado, centradas en el vínculo entre automóvil y camino y sólidamente asociada a la perspectiva de integración nacional en el plano simbólico.

Este trabajo ha tratado de reflexionar sobre las complejas relaciones entre estado y sociedad que construyeron esa trama en los años treinta, la forma en que el estado llegó a liderarla y las representaciones sociales que ella generó. Para ello, el análisis partió de la década anterior, observando el avance del transporte automotor y la aparición de demandas a favor de la construcción de una red vial como procesos que crecían en la primera posguerra, momento en el cual la presión del conjunto de asociaciones y empresas que hemos considerado como una “coalición carretera” encontró respuesta en ciertas iniciativas estatales, aunque ellas no llegaron a materializarse de manera inmediata. En tal sentido, el trabajo destaca que la necesidad gubernamental de responder a la crisis desatada en 1929 jugó un rol central, ya que llevó a que el estado asumiera un rol activo en la materia. En efecto, la ley de vialidad de 1932 y la creación de la DNV formaron parte del incremento de la intervención estatal registrado como respuesta a la crisis, en tanto la red caminera era entendida sobre todo como un medio de abaratar los costos de la producción agrícola.

Sin embargo, a través del análisis de la forma en que la obra de la DNV era presentada y de los distintos usos que registraba su desarrollo, el trabajo ha tratado de mostrar que la acción sobre el territorio nacional no era entendida en términos exclusivamente productivos, sino que también era explotada en tanto escenario de emociones y pasiones colectivas. Así, el automovilismo y la expansión del turismo constituyeron temas forjadores de imágenes sustentadas en una promesa de integración nacional basada en la red caminera. Tal promesa encontraría finalmente una imagen arquitectónica en el Plan de estaciones de servicio ACA-YPF. Como se observa en la cita que inicia este punto, dicho plan, producto directo de la trama entre estado y sociedad tejida alrededor del automóvil y del camino, puede ser entendida como culminación de una serie de procesos y como condensación de sus representaciones.

El anhelo y la promesa de integración del territorio nacional que la red caminera y su equipamiento inspiraban no eran elementos nuevos, aunque sí lo eran las técnicas y modalidades con que tales expectativas eran sostenidas en la década de 1930. En tal sentido, la combinación de preocupaciones tradicionales de la conformación del país y elementos modernizadores (automóvil, tecnología, nueva arquitectura, turismo, deporte, etc.) puede considerarse una clave de lectura de la

⁷⁴ “Fueron inauguradas estaciones camineras del ACA en Humahuaca y Rosario de la Frontera”, en *Automovilismo* N°265, enero de 1942, p. s/n.

acción estatal analizada y la base de la notable capacidad de actuar como disparadora de la imaginación social que ostentó la obra vial en los años treinta.

Este trabajo se ha centrado en el plano de las representaciones de acción estatal y en la relación entre estado y sociedad; se ha tratado de desarrollar así una perspectiva cultural sobre la acción estatal, en particular sobre las obras públicas. Dentro de la misma perspectiva, pero poniendo el acento en otros aspectos de la constitución de esta particular política pública, se abren numerosos temas de estudio a los cuales este trabajo, por razones de espacio y orientación, no ha podido hacer referencia. Tales temas se vinculan sobre todo al significado de la acción de la DNV como emprendimiento modernizador dentro del aparato estatal, a la conformación de su cuerpo burocrático y a las complejas relaciones entre política y técnica albergadas en su seno.

RESUMEN

El artículo toma como objeto la creación y la obra inicial de la Dirección Nacional de Vialidad dentro del Ministerio de Obras Públicas. Se trata de examinar diversos aspectos del proceso social de construcción de representaciones alrededor de la red vial en la década de 1930, mediante el análisis de la trama de actores –sobre todo el Estado y las organizaciones públicas no estatales– y de políticas públicas que intervinieron en él y de la dimensión territorial de esas representaciones, tomando como centro la vinculación entre automóvil, camino y territorio nacional.

Palabras clave: obras públicas - historia arquitectura - historia del territorio - sistema de caminos - cultura del automóvil

ABSTRACT

The article focuses on the creation and the initial works of the National Agency for Roads within the Ministry of Public Works in order to examine several aspects of the social process of construction of representations of the road and highway system in the 1930s. In the first place, the article analyzes the agents –above all the State and the non government public organizations– and the public policies which intervened in it. Second, **it** examines the territorial dimension of those representations, taking as its center the relationship between the automobile, the road, and the national territory.

Key words: architectural history - history of the territory - highway and road system - automobile culture