

X Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Escuela de Historia de la Facultad de Humanidades y Artes, Universidad Nacional del Rosario. Departamento de Historia de la Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional del Litoral, Rosario, 2005.

En nombre de los automovilistas: el éxito del Automóvil Club Argentino y su articulación con el Estado (1924-1938).

Melina Piglia .

Cita:

Melina Piglia . (2005). *En nombre de los automovilistas: el éxito del Automóvil Club Argentino y su articulación con el Estado (1924-1938)*. X Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Escuela de Historia de la Facultad de Humanidades y Artes, Universidad Nacional del Rosario. Departamento de Historia de la Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional del Litoral, Rosario.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-006/734>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

En nombre de los automovilistas: el éxito del Automóvil Club Argentino y su articulación con el Estado (1924-1938)

Prof. Melina Piglia*

En 1942, el agravamiento de la segunda guerra mundial impuso en la Argentina el racionamiento del caucho: para poder adquirir nuevos neumáticos los interesados debían probar su absoluta necesidad presentando un certificado expedido por el Automóvil Club Argentino (ACA); sólo en el caso en el que no hubiera delegaciones del ACA en la zona de residencia del interesado este podía reemplazar ese certificado por uno firmado por dos instituciones estatales: la policía e YPF. Este detalle es revelador de la centralidad que la institución había adquirido a lo largo de la década anterior, como la representante de los automovilistas de cara al Estado, y como la institución experta en materia de automovilismo, turismo y vialidad.

Desde 1932, el ACA representaba a los automovilistas en la Dirección Nacional de Vialidad, desde 1936 el club tenía un provechoso convenio de exclusividad con YPF gracias al cual había poblado con estaciones de servicio el territorio nacional, y en 1938 su presidente se convirtió en el primer secretario nacional de turismo. En las vísperas del golpe de 1943 el ACA contaba con más de 40.000 socios, controlaba el deporte automovilista nacional, tenía una situación financiera brillante, explotaba las grandes playas de estacionamiento bajo la nueva Avenida 9 de Julio, poseía más de 40 estaciones de servicio y campings en Buenos Aires y en el Interior, había construido modernos edificios para sus delegaciones en las principales ciudades del país, y un lujoso edificio de 9 pisos donde funcionaba la sede central, inaugurado en 1942.

Esta ponencia forma parte de un intento de explicar el éxito del Automóvil Club, y especialmente su articulación con el Estado, en la década del treinta. Es claro que, en buena parte, este éxito se debió a las conexiones y a las afinidades políticas que las elites dirigentes del club tenían con los sectores conservadores en el poder. Este trabajo apunta, sin embargo, a explorar otros elementos. Creemos que

ciertas transformaciones internas del club resultaron cruciales para impulsar al ACA hacia un indiscutido protagonismo público en los primeros años de la década del treinta: cambios en el perfil de la institución, en sus estrategias de reclutamiento de socios, en la asignación de los recursos, en el desarrollo de servicios. Consideramos que la masividad y el prestigio público de la institución, resultado de esas transformaciones, son previos a, y en buena medida causa, de la provechosa articulación con el Estado, tanto como lo son las gestiones de dirigentes del club cercanos al poder conservador como el Gral. Camilo Idoate, Emilio Saint o el diputado Carlos A. Pueyrredón.²

II

El ACA había sido fundado en 1904 con el objetivo de promover el automovilismo en todas sus formas³. En los años veinte se sumaron otras “causas”: la mejora de los caminos, desde principios de la década, y la promoción del turismo nacional, desde 1927 (el fomento del turismo sería incorporado formalmente como objetivo de la institución con la reforma de los estatutos en 1941). El Automóvil Club no era la única asociación de automovilistas: otras asociaciones de amantes de los automóviles surgieron, con suertes diversas, en las tres primeras décadas del siglo en Buenos Aires y en las demás ciudades del Interior. Algunas tenían una finalidad estrictamente deportiva (como el Buenos Aires Automóvil Club), y otras tenían objetivos más amplios. El Touring Club Argentino (TCA), por ejemplo, tenía como propósitos explícitos desde su fundación en 1907, el fomento tanto del deporte automovilista como de la vialidad y del turismo.

* UBA- CONICET. Este artículo es parte de mi investigación doctoral, realizada en el Instituto de Historia Argentina y Americana “Dr. Emilio Ravignani”, bajo la dirección de Luis Alberto Romero

² El trabajo se basa en el relevamiento de la revista del club entre 1918 y 1943. La “Revista del ACA” (“Automovilismo” desde junio de 1928), que comenzó a publicarse a mediados de 1918, era el órgano de prensa del ACA. A fines de 1931 tenía una tirada de 29.250 ejemplares (la gran mayoría de distribución gratuita entre los socios). Otras fuentes, como el diario La Nación y documentos de YPF fueron asimismo consultadas.

³ Entre 1918 y 1923 buena parte de los artículos de la revista del ACA se concentran en lograr la aceptación del automóvil, resistido por muchos como máquina infernal. Se busca eliminar las trabas a la circulación y al estacionamiento en la ciudad (por ejemplo la obligación, hasta 1924, de que como en los coches de caballos, alguien permaneciera en el vehículo si este estaba detenido), promover sus ventajas como medio de producción (publicitar el uso de camiones y tractores), despegando su imagen de la del artículo de lujosa diversión e imponiéndolo como una “necesidad” de los tiempos modernos. Ver *Revista del ACA*, números del 1 al 55.

En la entreguerra, el ACA y el TCA, las dos instituciones más grandes, persiguen entonces los mismos objetivos y compiten por un mismo público: de un lado los automovilistas, potenciales socios; del otro, el Estado, frente al que buscan presentarse como interlocutores expertos, en especial en las cuestiones de turismo y vialidad. En los años veinte el TCA logra algunos éxitos importantes en su posicionamiento en la escena pública y en su relación con el Estado (la fundación y presidencia de la Federación Sudamericana de Turismo en 1928, o la participación durante 1931 en la “comisión del centavo” como uno de los dos representantes de los automovilistas⁴), pero su rol público irá desdibujándose desde fines de 1931, mientras el Automóvil Club se consolida como la institución líder.

Una serie de cambios iniciados a mediados de los años veinte son responsables de la potencia del ACA en la década siguiente. En primer término, desde 1924 sus dirigentes emprenden una decidida campaña de expansión de la masa societaria y de la base geográfica del Club. En abril, se publica en la revista del Club un aviso llamando a asociarse a la institución⁵, a la vez que se envían circulares a todos los propietarios de autos particulares invitándolos a incorporarse. En mayo de ese mismo año se pone en marcha la estrategia de nacionalización del ACA: se decide la constitución de delegaciones en el Interior⁶. El proyecto resulta exitoso: el número de socios “no residentes” (que no viven en la ciudad de Buenos Aires) aumenta notablemente: de 31 en 1921 a 20.211 en 1931. Las delegaciones se multiplican, en 1928 el ACA cuenta ya con 77 delegaciones y 120 delegados en todo el país.⁷ A esto se suma, en octubre de 1924, la reglamentación de la afiliación al Automóvil Club Argentino de todos los clubes del interior que fomenten el automovilismo⁸.

⁴ La Comisión Oficial de Caminos de la Provincia de Buenos Aires, creada por el interventor Meyer Pellegrini el 11 de marzo de 1931 y disuelta a fines de ese año, administraba los fondos de un sobreprecio a las naftas de 1 centavo. El ACA también participaba de ella.

⁵ *Revista del ACA*, Nro. 66, 30 de abril de 1924, p.18.

⁶ Son sus fines: promover el automovilismo, promover la vialidad, velar por la conservación de las señales e "Incitar a las autoridades a acordarles las funciones de contralores en todo lo que concierne a la política caminera." "La constitución de delegaciones en el Interior", *Revista del ACA*, Nro. 67, mayo de 1924, p.30.

⁷ *Memoria y Balance del 24to. ejercicio*, septiembre de 1928.

⁸ *Revista del ACA*, Nro. 72, octubre de 1924, p. 61.

A mediados del año siguiente inician una política aún más agresiva de captación de nuevos socios: la semana de “conscripción de socios”, que incluye giras de los dirigentes por el Interior, y que se repite anualmente hasta el fin de la década. El resultado de estas estrategias es realmente asombroso: en 1921 el Automóvil Club tenía 470 socios, en su mayoría porteños; la relación entre la cantidad total de automóviles del país y el número de socios del club era de 1 socio cada 159 automóviles; en 1931 la cifra se ha multiplicado por 70: 32.652 socios, y más de la mitad residen fuera de la ciudad de Buenos Aires⁹; la relación socios/automóviles es ahora de 1 cada 13.

Esta estrategia de masificación responde a una determinada concepción de la misión del Club, visible claramente en los discursos de su elite dirigente desde mediados de la década del veinte. El Club (y por extensión sus dirigentes) tiene una misión patriótica: fomentar la vialidad y el automovilismo, “motores” para el progreso y la modernización del país. Esta misión no se limita a la propaganda, sino que tiene una faz “práctica”. Las posibilidades de intervención del club dependen crucialmente del número de socios, que son la fuente fundamental de sus recursos hasta por lo menos 1938, y la fuente de su legitimidad frente al Estado. “Como que somos los más y aspiramos a que se nos reconozca los mejores en la prédica incesante de este programa—dice un mensaje de la Comisión Directiva (en adelante CD) a los socios con motivo del 22º aniversario del Club- (...) mediten en lo que nos será dado realizar el día que podamos gestionar ante la Autoridad, diciéndonos portavoces de todos los automovilistas argentinos (...) que pronto pueda decirse que somos, no un club de automovilistas, sino el club de todos los automovilistas de la Argentina”.

“No es lícito a nadie lanzar reproches o censuras al Gobierno—continúa el mensaje-, si en la esfera de su propia vida y en la proporción de su propia fuerza, no hizo lo necesario para que el Gobierno conozca una necesidad colectiva determinada y tenga a su alcance el mayor número posible de elementos para

⁹ El salto se produce claramente a partir de 1924. En 1923 el ACA tiene 700 socios (un crecimiento del 60% respecto de los 470 de 1921). En 1925, como resultado de la primera conscripción de socios se asocian más de 1200 personas en sólo una semana. Para 1928 los socios ya son 18.800 (26 veces más que en 1923). Fuente: *Memoria y Balance del Automóvil Club Argentino*, ejercicios del 1925 y 1928.

satisfacerla.” La tarea de “patriotismo práctico”¹⁰ que el Club se propone llevar adelante implica abogar ante las autoridades a favor de “el arreglo de los caminos, para una legislación adecuada, para la rebaja de las patentes y de los derechos de aduana”. Pero supone además la cooperación con parte de las tareas prácticas, asesorando al Estado o interviniendo directamente: “la colocación de las señales en los caminos, la edición de las guías, la distribución de los equipos camineros, la realización de las carreras”¹¹.

Un ejemplo de estas intervenciones prácticas, de colaboración con el Estado, lo constituye la División de Carreteras, que el ACA crea en marzo de 1926 en colaboración con la Asociación de Importadores de Automóviles y Afines. Sus actividades complementan y a veces reemplazan la acción estatal: relevamiento y mantenimiento de los caminos, para lo que se formaron equipos camineros (que incluían tractores, niveladoras, etc.) que las delegaciones podían solicitar en préstamo haciéndose cargo de los salarios del personal y del flete de los equipos; confección de mapas y guías, estudio de aspectos técnicos relacionados con la vialidad, señalamiento de los caminos, gestión ante las autoridades y propaganda en favor de la causa vial (por ejemplo campañas de ordenamiento del tránsito urbano, como la de “despacio escuela” en 1927)¹². Su comisión directiva estaba integrada por tres ingenieros civiles y representantes del ACA y de las asociaciones de importadores, y sus fondos provenían de parte de las cuotas de los socios “no residentes” del ACA, de contribuciones hechas por los importadores de automóviles, neumáticos y combustibles, y del producto de la venta de guías y

¹⁰ “En su XXII aniversario, el ACA tiene más de 10.000 socios”, *Revista del ACA*, Nro. 92, junio de 1926.

¹¹ Interesantes declaraciones del Presidente del Automóvil Club Argentino”, *Revista del ACA*, Nro. 86, diciembre de 1925. Las carreras se llevaban a delante en rutas normales, y el ACA consideraba en los años veinte que además de la finalidad deportiva y recreativa, eran una forma de propaganda vial.

¹² La situación caminera en la Argentina de los años veinte se caracterizaba por la insuficiencia y fragmentación de la intervención pública (en relación con el espectacular crecimiento que tenía la importación de automóviles). Había unos 2000 km de camino transitables todo el año, se carecía de señales (tanto las que indicaban dificultades del camino, como las que señalaban la dirección en la que quedaban las distintas localidades), y las pocas existentes no respondían a un código único; las posibilidades de reabastecerse de combustible a la vera del camino también eran muy pobres. La intervención estatal estaba fragmentada, no sólo entre los niveles local, provincial y nacional, y la combinación entre participación pública y privada, sino además por la superposición entre diferentes oficinas que se ocupaban de distintos aspectos de los vial.

mapas. El Estado recibió con beneplácito esta iniciativa: en 1926 el Ministerio de Obras Públicas les facilitó la compra al costo de caños de hormigón para alcantarillado, la aduana les garantizó la entrega de la información con la que se calculaba el aporte de la Asociación de importadores y el Ministerio de Obras Públicas de la Provincia de Buenos Aires los autorizó a colocar 1000 señales camineras y a construir una pasarela sobre el Río San Borombón, cuyo vado solía anegarse e impedir la circulación en el camino Buenos Aires-Mar del Plata.

Así, mientras cooperaba prácticamente en el arreglo de los caminos y en la mejora de la circulación vial, el ACA iba acumulando información vial y experiencia práctica, y acrecentaba su prestigio como institución experta en el campo de la vialidad.

La acción caminera del ACA, que beneficiaba al conjunto de los automovilistas, los legitimaba frente al Estado, la opinión pública, y por supuesto ante los socios reales y potenciales. Pero atraer y satisfacer a los nuevos socios, suponía ofrecerles además servicios que los beneficiaran directamente. El crecimiento del club se verificó a partir de la apertura a grupos medios en ascenso, poseedores de automóviles, y para atraerlos el ACA fue redefiniendo gradualmente su oferta de servicios. El Automóvil Club respondía así a las oportunidades que brindaba la movilidad social de la Argentina de esos años, y la difusión del automóvil particular (y su relativo abaratamiento a medida que se volvían elementos menos exóticos – aunque seguían siendo artículos prohibitivos para buena parte de la población). El ACA estimaba en 75.000 la cantidad de automóviles en la Argentina en 1921; en 1931 eran ya 420.000.

Desde principios de los años veinte el club ofrecía a sus socios la recepción gratuita de la revista mensual (cada vez más amplia en páginas y temas), entrega gratuita de mapas y guías de viaje, asesoramiento judicial gratuito en caso de accidentes de tránsito, descuentos en algunos comercios, hoteles, etc., gestión de trámites municipales a través del Club, y servicios de la peluquería, bar y sala de lectura en la sede social. A mediados de la década se sumarán las franquicias policiales en los casos de infracciones de tránsito en Capital Federal y en la provincia de Buenos Aires (desde 1925), el uso de los garajes del club en Mar del

Plata, Buenos Aires, Córdoba y Rosario (1926), y de la estación de descanso en Maipú, parada obligada del camino a Mar del Plata (1927), y el auxilio mecánico de emergencia en la ciudad de Buenos Aires (domingos y feriados de 9 a 21hs.), servicio exclusivo para socios e inicialmente arancelado (1927). En 1928 el ACA inaugura además dos casillas camineras, dotadas de combustibles, lubricantes y teléfono, donde podían resguardarse los automovilistas ante una emergencia climática o mecánica y donde se estacionaban equipos camineros: una en el camino a Mar del Plata (entre Lezama y Guerrero) y otra en Morón, en el camino a Luján.

La oferta recreativa también se multiplica. El Automóvil Club organizaba, desde 1913, excursiones y paseos de una jornada de duración a estancias, fábricas o localidades cercanas (La Plata, Magdalena, Campana). Estas excursiones cobraron impulso desde 1923, en paralelo con la mejora de los caminos periurbanos que las tornaba posibles. En 1924, el ACA comienza a organizar viajes de más largo aliento, “raids” automovilísticos por rutas todavía de difícil tránsito (por ejemplo a Córdoba en 1924 y a Mar del Plata en 1925), a lo que se suma desde 1927 el envío de “coches piloto” a Mar del Plata todas las semanas durante la temporada. Para estimular la participación de los socios en las excursiones del club se instituye un premio en 1928.

Junto con esto, el club emprende desde 1926 una campaña de fomento del camping, que incluye la adquisición y acondicionamiento de predios arbolados en los alrededores de la ciudad de Buenos Aires, donde los socios pueden pasar un día (en general el domingo) al aire libre, y una insistente campaña de educación de los socios en las ventajas de esa “saludable práctica”.

Los servicios turísticos del club incluyen además el asesoramiento y la información: el afán de registro aplicado a las carreteras, se extiende con naturalidad a los atractivos turísticos. En 1927 la División de Carreteras invita 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 correspondan, a fin de ampliar el archivo de turismo, y en 1928 el Automóvil Club inaugura la Casa del Turista en Córdoba, una oficina que brinda información a los turistas.

Hacia finales de la década el fomento del turismo nacional se perfila como parte de la misión del Automóvil Club (ya no sólo como posibilidad recreativa para los socios). El interés del club por la promoción del turismo es subsidiario de la prédica a favor de la vialidad: facilitar la práctica del turismo es una razón adicional para el mejoramiento de los caminos; a la vez los viajes por los caminos argentinos, como las carreras, se invocan como una forma de publicitar la causa de la vialidad.

Desde 1927 la revista del club refleja este nuevo interés en notas que descubren las bellezas de los paisajes nacionales, y la factibilidad de recorrerlos en automóvil, y que se publican desde 1928 en una nueva sección¹³: "Turismo". En diciembre de 1927 el ACA organiza la Primera Conferencia Nacional de Turismo en Alta Gracia, una iniciativa de las autoridades de Alta Gracia y de la Delegación del ACA en Córdoba, y paralelamente con ello una excursión en automóvil desde Buenos Aires a las Sierras de Córdoba (la "Semana del Turismo"). La finalidad de estas conferencias, que esperaban poder realizar anualmente¹⁴, era "hacer conocer las bellezas de nuestro territorio y demostrar la posibilidad de efectuar turismo en nuestro país."¹⁵ Sin embargo hasta la creación de la Dirección Nacional de Vialidad (1932) este interés es claramente secundario respecto de la causa fundamental, los caminos. Recién en los años treinta el ACA se convertiría en institución de referencia en materia de turismo.

III

La crisis de 1929 impacta duramente en las finanzas del club. Miles de asociados se van de la institución, las cuotas adeudadas "incobrables" se acumulan (a principios de 1935 calculan unos \$300.000 de deuda por cuotas atrasadas, de los cuales sólo el 20% es cobrable), las delegaciones del Interior se desorganizan, algunas se disuelven o quedan acéfalas. 1932 y 1933 son los peores años; el número de socios vuelve a crecer desde 1934, con la mejora de la situación

¹³ Desde julio de 1928 la revista del ACA cambia de formato y de nombre. Desde entonces se llama "Automovilismo", tiene un formato más pequeño y mayor número de páginas, e incluye secciones separadas de deportes, técnica, turismo, etc.

¹⁴ Llegaron a realizarse sólo dos de ellas, la segunda en Mendoza en abril de 1930.

¹⁵ "Primera Conferencia Nacional de Turismo", *Revista del ACA*, Nro.108, octubre de 1927, p.5.

general y la amnistía para socios morosos proclamada en febrero 1935, pero todavía en 1936 el número de socios es de 24.637, muy inferior al nivel de 1931. La baja de los ingresos pone en suspenso algunos proyectos del club (como el de la casa propia o el Palacio del Automóvil¹⁶) e incluso complica el financiamiento de la extensa maquinaria administrativa del ACA, con 140 empleados cuyos salarios representaban casi un 40% del presupuesto anual del club.

La crisis en la política nacional, por el contrario, acaba beneficiando al Automóvil Club. La mayor intervención estatal y el incremento de la obra pública (sobre todo vial), junto con el ascenso de sectores dirigentes conservadores con quienes los dirigentes del club tienen relaciones muy cercanas¹⁷, generará gran cantidad de oportunidades para el ACA, que por su prestigio y masividad está en posición de aprovecharlas.

La política interna del club entra también en crisis, en parte en relación con la agitación del clima político nacional, y en parte por la creciente escasez de dinero, que tensa las discusiones sobre la asignación de recursos. Durante 1930, el grupo que controlaba la CD se dividió en dos facciones rivales: las discusiones en torno a los proyectos del Palacio del Automóvil y de la Casa Propia generaron asperezas durante todo el año. El detonante final de la división fue la formación de una lista oficialista a instancias del gerente del club, y contra los deseos del presidente y de parte de la CD. Ese sector, que había ocupado cargos en la CD desde 1923 con el beneplácito del gerente (y beneficiado por su manipulación de los padrones) se convierte en oposición, y aglutina a otros socios “jóvenes”: demandan el apartamiento del gerente. Las elecciones del 29 de septiembre de

¹⁶ En 1928 se había adquirido un terreno para la construcción de la sede central del ACA y ese mismo año se hizo un concurso de anteproyectos para el diseño del nuevo edificio y se había abierto una cuenta para juntar el dinero necesario. El Palacio del Automóvil, un edificio donde se realizarían las exposiciones de automóviles que el ACA organizaba anualmente era el otro de los fastuosos proyectos del ACA a fines de los años veinte.

¹⁷ Así por ejemplo, **Emilio Saint**, presidente de la CD desde 1931 hasta su muerte en 1935, había formado parte activa de la Asociación de Propietarios de Autos Particulares, dirigido la Cámara de su sector (aristocrática gremial que se enfrenta a los chauffeurs en los años veinte, e integrado la Asociación del Trabajo; en 1930 había participado de la fundación del Tortugas Country Club junto a María Elena Luro Roca de Arana y a Sara Escalante (viuda de Jorge Newbery); y **Carlos A. Pueyrredón**, diputado entre 1931 y 1935 y miembro de la CD del ACA, fue parte de la comisión que estudió el proyecto de ley de vialidad en 1932, y uno de los impulsores de la ley que autorizó al ACA y al TCA a emitir el carnet internacional de conducir en 1936.

1930 (los mandatos eran bianuales y cada año se renovaba una parte de la CD), terminaron en una batahola, con sobres y boletas rotas y entremezcladas, sillas y vidrios rotos, algunos contusos y la policía clausurando el local del club. Se intentó formar, entonces, una comisión provisional, pero las desavenencias dieron lugar a una presentación judicial de la oposición (que temía por el dinero del club que no había sido entregado por los tesoreros) y al nombramiento de un administrador judicial, Manuel M. de Iriondo, quien debió depurar los padrones y controlar el club hasta el llamado a elecciones.

La Nación, que siguió el día a día del conflicto, enfatizó el escándalo de que los empleados del Automóvil Club, acaudillados por el gerente, “gran elector”, controlaran la política del club; la analogía con el depuesto yrigoyenismo era muy clara: “En la elección del año anterior –comentaba un columnista que firmaba como Blue Bird- llegó hasta las inmediaciones del local un camión con votantes, y yo, que conozco la calidad de los asociados de la institución, nunca pude salir de mi asombro ¿Socios del ACA que se dejaban conducir en camiones a votar?”¹⁸ El diario puso además el conflicto en términos generacionales: los viejos dirigentes, desgastados por el poder, debían dejar paso a los nuevos y dinámicos, argumento relevante en el caso de una institución que se veía a sí misma como agente de la modernización.¹⁹

La CD se renueva por completo el 30 diciembre de 1930. La nueva CD controlada por dirigentes “nuevos” como Emilio Saint (su presidente entre 1931 y 1935), Horacio Pozzo y el Gral. Camilo Idoate (que controlarían la CD del Automóvil Club a lo largo de toda la década) acentúa el sentido de los cambios que vienen teniendo lugar en el ACA. La crisis económica ha vuelto más crucial la necesidad de reforzar el atractivo del club para los socios; ha obligado además a una reflexión más explícita sobre el perfil de la institución, a fin de optimizar la asignación de unos recursos ahora más escasos.

El perfil de la institución se redefine: de club de elite, reducido, fundamentalmente porteño, cuyo eje pasaba por la sociabilidad entre pares sociales que compartían

¹⁸ Blue Bird, “En el volante”, *La Nación*, segunda sección, Buenos Aires, domingo 5 de octubre de 1930, pág.5

¹⁹ Véase *La Nación*, Buenos Aires, 7/9/30, 28/9/30, 1 al 3/10/30, 5/10/30, 11 y 12/10/30

la pasión por los vehículos de motor y por la organización de competencias deportivas y de la exposición anual de automóviles (el Salón del Automóvil), a una institución masiva, con mayoría de socios del Interior, legitimada por los servicios que ofrece a los automovilistas.

El crecimiento y la “nacionalización” más espectaculares del club habían tenido lugar entre 1924 y 1931. 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 selecta sociabilidad (y por lo tanto en el carácter social de la institución) y en la ciudad de Buenos Aires. Así, por ejemplo el proyecto que gana en 1928 el concurso de anteproyectos para la construcción de la sede propia (por supuesto en Buenos Aires), prevé un edificio monumental y elegante, en el que pueda 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. Este proyecto, como el del Palacio del Automóvil, sería abandonado en 1932; el terreno para la sede propia se vende en 1934, y se adquiere en su lugar una casa de dos plantas, donde se privilegian los espacios 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, son asignados al auxilio mecánico, el mejoramiento de los campings y a la construcción y equipamiento de estaciones de servicio y casillas camineras.

Con aguda conciencia los nuevos dirigentes (que asumen el 31 de diciembre de 1930) comprenden que es necesario modificar la oferta de servicios para adaptarla a las demandas de los nuevos grupos que se están incorporando o que se busca incorporar al club. La reconfiguración de la oferta de servicios del ACA, que había comenzado en la segunda mitad de los años veinte, se hizo más definida y explícita. La clave de las inversiones del Automóvil Club, y de su legitimación frente a los socios pasaba ahora por la oferta recreativa, el auxilio mecánico, las estaciones de servicio y la información turística y vial.

La oferta recreativa del club creció enormemente. A las excursiones de corta distancia se sumaron viajes breves (a Tandil, por ejemplo) y “excursiones de gran turismo”, de más de una semana de duración, por ejemplo a Mendoza o a los Lagos del Sur (en automóvil o combinando tren y automóvil).

La oferta de turismo “al aire libre” del Automóvil Club, que 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 otro predio fuera de la provincia de Buenos Aires: en Timbúes, sobre el río Carcarañá. En el mismo año se inauguraron además los dos “campings de playa” del ACA, en San Clemente del Tuyú y en Mar de Ajó²⁰, en los que se instalaron campamentos durante el verano que funcionaban con turnos quincenales.

Los campings de playa brindaban una alternativa de acceso a las vacaciones en la playa a grupos medios en ascenso que disponían anualmente de tiempo libre, aunque limitado (la quincena de vacaciones, base de los “turnos” de los campings de playa), y de medios económicos (poseían un automóvil, estaban al día con las cuotas del club) y que se entregaban al consumo de experiencias turísticas en parte como una forma de distinción social, pero para quienes las vacaciones en Mar del Plata, el destino de sol y playa más codiciado, resultaban todavía demasiado onerosas²¹. El ACA publicitaba sus campings de playa intensamente buscando generar legitimidad y prestigio para sitios (y prácticas) que no eran estrictamente los “de moda”: a la Mar del Plata de sociabilidad agitada y de relajada moralidad, el Automóvil Club oponía el solaz, el descanso y el ambiente familiar y seguro de los campings del club. “[El camping de Mar de Ajó] donde es dable hacer vida al aire libre, sin tener en cuenta los prejuicios de la vida en los grandes centros de veraneo (...) En esos campamentos del ACA se vive seguro y

²⁰ 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).

²¹ Al respecto véase Cacopado, Fernando, Pastoriza, Elisa y Sáez, Javier, “Artefactos y prácticas junto al mar. Mar del Plata: el camino de apropiación del sur, 1880-1940”, op.cit.

respetado; es una gran familia que trata de pasar lo más agradablemente posible su veraneo...”²².

La oferta de recreación al aire libre del club se completaba con las excursiones-campamento, que comenzaron a realizarse en 1932 en predios prestados (sin equipamiento específico), y que duraban desde unos días (Tandil en Semana Santa por ejemplo) hasta varios turnos quincenales (como la de Ascochinga, en Córdoba, en 1934 y 1935). En 1936 más de 70.000 personas participaron de los viajes y excursiones, y concurrieron a los campings y campamentos del club, y cerca del doble en 1941²³.

La información turística se sistematizó y amplió. En 1932 y en 1934 se organizaron concursos de fotografías turísticas, y más tarde de filmaciones turísticas, que contribuyeron a expandir el archivo del club, y desde 1936 la recientemente creada Oficina de Turismo Nacional del ACA ofrecía un servicio de planificación de viajes para los socios, preparándoles un itinerario detallado con kilometraje por etapa, atracciones, hoteles, lugares de aprovisionamiento de nafta, costos, etc.

El auxilio mecánico, gratuito desde 1929, se amplió con nuevos equipos a mediados de 1933. El servicio era muy utilizado: 18.000 servicios de auxilio mecánico se prestaron en 1938 y 38.000 dos años más tarde. Empero, en 1938 la cobertura todavía 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).

La expansión de las estaciones de servicio y casillas camineras del club fue más lenta, en tanto requería una fuerte inversión. En la primera mitad de la década el ACA poseía surtidores en los garajes de Buenos Aires y de Mar del Plata, tenía convenios con estaciones de servicio que ofrecían descuentos a los socios, y poseía unas cuantas casillas camineras, por ejemplo en el Camino de la Costa. En 1935, con parte de los fondos sobrantes tras la compra de la casa propia se inició la construcción de una estación de servicio en la Capital, en un predio arrendado sobre la avenida Alvear.

²² “El campamento del ACA en Mar de Ajó”, *Automovilismo*, Nro. 207, febrero de 1937.

²³ Memria y Balance de 1941.

El convenio con YPF cambió por completo el panorama y completó la nacionalización del club. La colaboración con YPF, uno de los principales auspiciantes de la revista del club desde 1931, había comenzado a principios de la década cuando, por ejemplo, se llevan adelante campañas conjuntas de señalamiento y de educación vial. El convenio entró en vigor el 1 de agosto de 1936, y el 10 de diciembre del mismo año se formalizó el contrato, firmado por el director de YPF, por el Gral. Idoate (Inspector general del ejército y presidente del ACA) y por Horacio Pozzo (director de vialidad desde 1935 y secretario del ACA). El convenio establecía que el ACA vendería solamente combustibles y lubricantes YPF, a cambio de lo cual obtenía un descuento en los productos y un crédito en productos para financiar la compra y construcción de estaciones de servicio, campings, etc, en los que se venderían los productos YPF. Para YPF supuso la posibilidad de hacerse de una enorme red de comercialización si tener que realizar inversiones o administrarla directamente²⁴. Para el ACA, significó el acceso a enormes recursos y una profundización de su presencia a escala nacional: decenas de estaciones de servicio fueron construidas en las principales ciudades y rutas del país, y se construyeron modernas sedes-garaje-estación de servicio para las delegaciones del Interior. La ampliación de los servicios prestados a los socios del Interior (ya mayoría en el club) se reflejó en 1936 en el abandono de la distinción entre socios "residentes" en Buenos Aires y "no residentes" (que pagaban menos), y su reemplazo por la diferencia entre socios "urbanos" y socios "rurales" (que se suponía disfrutaban de menores beneficios y cuya cuota era entonces más baja).

La relación del Automóvil Club con el Estado continuó estrechándose: en 1938, el Gral. Camilo Idoate (presidente del ACA desde 1935) fue designado al frente de la Secretaría Nacional de Turismo (creada por decreto en enero de ese año); en 1941, la Secretaría fue reemplazada, a la espera de una ley de Turismo del Congreso, por la Comisión Nacional de Turismo, y el ACA fue elegido para

²⁴ Villafañe, Benjamin, "Las relaciones entre YPF y el Automovil Club Argentino. Un convenio al servicio del país. En plena lucha por la emancipación nacional", discurso pronunciado por el director de YPF Benjamin Villafañe en el acto inaugural de la Estación de servicio del Automóvil Club Argentino en la ciudad de Santiago del Estero el día 5 de noviembre de 1942, *Boletín de Informaciones Petroleras*, Buenos Aires, 1942.

integrar el Comité Consultivo “en representación de las instituciones argentinas de turismo”²⁵.

IV

Durante los años finales de la década del veinte el Automóvil Club acumuló experiencia, saber técnico, y sobre todo prestigio público como institución experta en el campo de los automóviles y de la vialidad. Esto se relacionó directamente con la masividad y la escala nacional que la institución alcanzó, que le permitió disponer de mayores recursos económicos, de mejor información (proporcionada por las delegaciones) y sobre todo, tener mayor visibilidad pública: el ACA logró erigirse como la institución que representaba a los automovilistas en conjunto. Creemos que esto explica en parte por qué es el Automóvil Club y no otra asociación, como por ejemplo el TCA (con tanto o más saber experto), la institución elegida para sentarse en el directorio de la recién creada Dirección Nacional de Vialidad como representante de los automovilistas.

Las relaciones entre el Estado y el ACA se volvieron aún más estrechas en los años siguientes. Desde 1936, el convenio con YPF (que se ha mantenido por casi 70 años) le permitió al ACA acrecentar aún más la escala de sus operaciones, su masividad y su prestigio. La difusión del turismo nacional, la nueva “misión” del club tras la aprobación de la Ley Nacional de Vialidad en 1932, empalmó con la “vocación federalista” que el club venía desplegando desde fines de la década del veinte y especialmente desde su confluencia con YPF. Con mayores recursos, con delegaciones y estaciones de servicio en todo el país, el ACA expandió sus servicios recreativos y de información turística, su archivo turístico y su acción pública a favor del desarrollo del turismo nacional, planteada como una forma de promover el patriotismo, y la prosperidad y el progreso del Interior.

Consideramos, en función de lo expuesto, que para explicar esta asociación

²⁵ Carlos P. Anesi, el presidente del club, y Eduardo L. Edo, secretario del ACA y que había sido director de Parques Nacionales en 1940, se incorporan como directores por el ACA. “Realizó sus sesión inaugural el Comité Consultivo de la Comisión Nacional de Turismo”, *Automovilismo*, Nro. 259, julio de 1941.

creciente del Automóvil Club con el Estado, las relaciones de afinidad personal y política de entre los dirigentes del club y las autoridades estatales resultan insuficientes. Los cambios internos de la institución desde 1924, que le permitieron ponerse en sintonía con las necesidades de sectores sociales en transformación acelerada de sus pautas culturales, modificaron profundamente el perfil de la institución. Como resultado de ello, el Automóvil Club adquirió en los años treinta un carácter masivo y “nacional”, una enorme visibilidad material y simbólica, y la capacidad, en función de ello, de erigirse como la institución experta en automovilismo y vialidad, y luego también en materia de turismo nacional. Creemos que esos cambios fueron un elemento central en la elección del ACA y de sus sectores dirigentes para integrarse en el aparato estatal y para desempeñar tareas cuasi estatales, por parte de elites gobernantes que buscaban en la eficacia administrativa y a las relaciones con la sociedad civil fuentes de legitimación.

Bibliografía

- Ballent, Anahí y Gorelik, Adrián, “País urbano o país rural: la modernización territorial y su crisis”, en Cataruzza, Alejandro (dir.), *Nueva Historia Argentina, tomo VII, Los años treinta*, Sudamericana, Buenos Aires, 2002.
- Ballent, Anahí, “Estado e instituciones en la obra pública de los años treinta: La Dirección Nacional de Vialidad y el Automóvil Club Argentino, 1932-43”, en *IX Encuentro de Cátedras de Ciencias Sociales y Humanísticas para las Ciencias Económicas*, Ediciones Suárez, Mar del Plata, 6 y 7 de junio de 2002
- Ballent, Anahí, “Kilómetro cero: la construcción del universo del camino en la Argentina de los años treinta” (2002, versión preliminar).
- Cacopado, Fernando, Pastoriza, Elisa y Sáez, Javier, “Artefactos y prácticas junto al mar. Mar del Plata: el camino de apropiación del sur, 1880-1940”, en Arrudo, Filmar, Velásquez Torres, David y Zuppa, Graciela (orgs.), *Natureza na America Latina, Apropiações e Representações*, editora UELT- Londrina, Brasil, 2001.

- Capanegra, César, “El Comportamiento de las Organizaciones en los Procesos Sociales. Estudios de caso: El Touring Club Argentino, orientador intelectual del turismo como cuestión de Estado, 1907-1943”, en *V Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo*, Centro de Investigaciones Turísticas, Facultad de Ciencias Sociales y Económicas, Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata, mayo 2002.
- García Heras, Raúl, *Automotores norteamericanos, caminos y modernización urbana en la Argentina, 1918-1939*, Libros de Hispanoamerica, Buenos Aires, 1985.
- Romero, Luis Alberto, “El Estado y las corporaciones. 1920-1976”, en Luna, Elba y Cecconi, Elida, *De las cofradías a las asociaciones de la sociedad civil. Historia de la iniciativa asociativa en Argentina. 1776-1990*, Grupo de Análisis y desarrollo Institucional y Social, Buenos Aires, 2002.