

Gisela Paola Kaczan et Lorena Marina Sánchez

Costa y serranía: construcciones socio-culturales de territorios para el ocio en el sudeste de la provincia de Buenos (Argentina), primera mitad del siglo XX

Avertissement

Le contenu de ce site relève de la législation française sur la propriété intellectuelle et est la propriété exclusive de l'éditeur.

Les œuvres figurant sur ce site peuvent être consultées et reproduites sur un support papier ou numérique sous réserve qu'elles soient strictement réservées à un usage soit personnel, soit scientifique ou pédagogique excluant toute exploitation commerciale. La reproduction devra obligatoirement mentionner l'éditeur, le nom de la revue, l'auteur et la référence du document.

Toute autre reproduction est interdite sauf accord préalable de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France.

revues.org

Revues.org est un portail de revues en sciences humaines et sociales développé par le Cléo, Centre pour l'édition électronique ouverte (CNRS, EHESS, UP, UAPV).

Référence électronique

Gisela Paola Kaczan et Lorena Marina Sánchez, « Costa y serranía: construcciones socio-culturales de territorios para el ocio en el sudeste de la provincia de Buenos (Argentina), primera mitad del siglo XX », *Études caribéennes* [En ligne], 31-32 | Août-Décembre 2015, mis en ligne le 19 novembre 2015, consulté le 30 novembre 2015. URL : <http://etudescaribeennes.revues.org/7543> ; DOI : 10.4000/etudescaribeennes.7543

Éditeur : Université des Antilles et de la Guyane

<http://etudescaribeennes.revues.org>

<http://www.revues.org>

Document accessible en ligne sur :

<http://etudescaribeennes.revues.org/7543>

Document généré automatiquement le 30 novembre 2015. La pagination ne correspond pas à la pagination de l'édition papier.

© Tous droits réservés

Gisela Paola Kaczan et Lorena Marina Sánchez

Costa y serranía: construcciones socio-culturales de territorios para el ocio en el sudeste de la provincia de Buenos (Argentina), primera mitad del siglo XX

Introducción

- 1 La zona del sudeste de la provincia argentina de Buenos Aires se vislumbra como un territorio cultural fértil debido a su densidad histórica, social y patrimonial, en un marco de disímiles condiciones geográficas. Las prácticas turísticas, comprendidas como desplazamientos territoriales con diversos fines de ocio, encuentran en este recorte un escenario privilegiado. Desde muy temprano, diferentes estrategias de promoción turística se han ideado en base a los recursos de cada ciudad o bien, a través de la articulación de diferentes urbes¹.
- 2 Dos ciudades bonaerenses intermedias, Mar del Plata y Tandil, se han destacado por sus procesos de construcciones socio-culturales asociadas al ocio y al turismo: Mar del Plata ha liderado el más tradicional destino de sol y playas de la costa atlántica, mientras que Tandil se ha distinguido por su ambiente serrano y las actividades de descanso y aventura.
- 3 El estudio propuesto abarca la primera mitad del siglo XX, entre modernidad y modernización y entre un turismo de élite y la génesis de uno más amplio. Este lapso dará la posibilidad de reconocer las transformaciones acontecidas en el hábitat y en el habitar, observando las prácticas sociales y las renovadas relaciones entre cuerpo y espacio que darán lugar a propuestas diferenciadas en relación con la estadia costera o serrana.
- 4 Para afrontar esta perspectiva, se hará foco en el marco de la cultura visual y se trabajará a partir del estudio de notas y avisos publicitarios de la revista ilustrada *Caras y Caretas* en la totalidad de ejemplares entre 1898 y 1939. Se practicará una lectura interpretativa, basada en una nueva forma de conocer los vínculos entre cultura y sociedad, con hincapié en diversos tipos de fuente, en particular en las imágenes².
- 5 La relevancia de la revista basada en la multiplicidad de lectores a quienes se dirigía y las características de su contenido, la convierten en un testimonio preferencial. En algunos aspectos es anticipatoria y fantasiosa, porque expone prácticas y proyectos del veraneo asociados más a las expectativas sociales que a la realidad cotidiana; pero, también, en otros aspectos manifiesta las realidades más vigentes mediante críticas o sátiras. Es así como en los intersticios de las ambivalencias, junto al análisis de un corpus bibliográfico temático y una mirada atenta a la folletería turística y a las notas periodísticas de diarios nacionales, será posible detectar los imaginarios y las representaciones en torno a las ideas y las construcciones culturales del ocio y el turismo mar y las sierras.

1. Aproximaciones al territorio turístico

- 6 Hacia los primeros años del siglo XX, se anuncia que los destinos estivales predilectos por los argentinos estaban asociados a, países europeos y países limítrofes como Paraguay, y Uruguay, mientras que en el territorio nacional, resonaban las ciudades de Rosario, Córdoba y las de la provincia de Buenos Aires³. El descanso era la principal atracción que se promovía mediante las tendencias a favor del aire libre y la cultura física. Pasar una temporada lejos de los centros urbanizados resultaba un paliativo para los desórdenes psicofísicos que traían aparejados los males de la modernidad.
- 7 Sin embargo, las crónicas revelan que en Argentina el hecho de vacacionar era un lujo reservado a unos pocos y que los trabajadores poco podían descansar. Debían viajar distancias considerables y esto encarecía notablemente el trayecto, a lo que se sumaba el hospedaje. Frente a estas situaciones y al deseo de que grupos más plurales pudieran acceder

a los atractivos que ofrecía el país, se organizaron propuestas desde diferentes organismos y en sucesivas etapas para fomentar el turismo⁴.

8 Así, desde inicios del siglo XX la Compañía Sudamericana de Turismo, Hoteles y Balnearios publicó los primeros avisos donde se ofrecían paquetes con traslados, hotelería y envío de equipaje al sitio elegido. En el marco de procesos internacionales como la Primera Guerra Mundial, junto a las posteriores iniciativas estatales hacia la promoción del turismo, se fundaron los primeros impulsos destacados por facilitar el ocio en el territorio nacional.

9 El ferrocarril, en estos comienzos, será clave. En los avisos se advertía que para hacer turismo no era necesario salir del país y se ofrecían los destinos que las vías del transporte articulaban: playas marítimas, baños curativos y termales; montañas, lagos y selvas; sierras y bosques. Desde las excursiones, como los *pic-nics* en cualquier lugar de la pampa, hasta la *season* en la costa para el turismo más acomodado, se presentan en reiteradas ocasiones dos destinos: Mar del Plata y sus playas junto con Tandil y sus sierras. Así, "...nuestras elegantes porteñas están haciendo sus proyectos para afrontar la época de descanso y buscar en sierras y playas el oxígeno puro y el sol vivificador de la hermosa naturaleza"⁵. La diferenciación de lugares, desde un comienzo, resultó fundamental.

10 Entre las estrategias de apertura y captación de nuevos grupos sociales del Ferrocarril del Sud, que ostentaba un papel protagónico dentro del sudeste bonaerense, se emitieron los "boletos combinados"⁶. Estos boletos ofrecían vínculos entre la empresa y los hoteles de cada ciudad, reduciendo los costos de pasaje y alojamiento con media pensión o pensión completa. Mar del Plata y otras ciudades veraniegas, así como la serranía de Tandil, fueron algunas de las urbes ofrecidas.

11 A la posibilidad de movilizarse en ferrocarril se sumaría al auge de los medios automotores hacia la década del '30, individuales o colectivos. La llegada de visitantes se vio prontamente incrementada y, en paralelo, el automóvil otorgó una mayor libertad en el desplazamiento. No sólo dentro de cada destino elegido sino, en excursiones hacia las localidades vecinas.

12 En este suscito marco, Mar del Plata y Tandil cobrarán un especial protagonismo como enclaves turísticos de diferente relevancia.

2. Mar del Plata y su naturaleza costera: construcciones hacia un turismo de masas

2.1. El "veraneo" en el paisaje costero

13 Dentro de la zona pampeana argentina y sobre el borde costero atlántico, Mar del Plata se encuentra a poco más de 400 km. de Buenos Aires. Fundada en 1874, constituye una ciudad caracterizada por naturaleza costera. Desde su comienzo portuario, precipitadamente se transformó en una estación balnearia. La revista *Caras y Caretas* fue testigo desde un principio y desde los primeros ejemplares, mediante una parodia gráfica, asocia los beneficios del agua y la posibilidad de veranear de las clases más enriquecidas, como los grupos políticos (Imagen 1).

Imagen 1: Composición humorística sobre el “veraneo ministerial”.

Fuente: *Caras y Caretas*, Buenos Aires, n° 18, 4 de febrero de 1899.

- 14 En 1907 ya se acentúa la idea de veraneo en Mar del Plata y las incipientes imágenes de la naturaleza, unidas a la sociedad más acaudalada, presentan a la ciudad como el eje de una “avanzada cultura social”⁷. Se la nombra como complemento de la fisonomía de la gran capital del país, Buenos Aires, y se destaca la posibilidad de llevar una vida de frivolidades y comportamientos aristocráticos, donde se abandonan hábitos de economía y se vive excediendo el presupuesto para gastarlo en placeres que tienen como marco natural el mar y la arena⁸.
- 15 Las imágenes que acompañan el texto muestran las innovaciones en el plano urbano asociadas al ocio, como los chalets y palacios particulares para la estadía temporaria, las instalaciones contiguas a la playa y los hoteles. Asimismo, se presenta el paisaje natural de la costa y los grupos visitantes que se corresponden, en su gran mayoría, con las elites porteñas. Las crónicas de sociabilidad en la rambla o en el golf hacen referencia a los dos grandes placeres: la charla amena que tonifica el ánimo y el oxígeno puro que vigoriza los pulmones. Estas son las representaciones inaugurales de una Mar del Plata que se vincula con la ostentación más que con los fines saludables (Imagen 2).

Imagen 2: Nota a tres páginas sobre “Mar del Plata”.

Fuente: *Caras y Caretas*, Buenos Aires, n° 21, 25 de febrero de 1899.

16 Hacia fines de la década del '10 el baño de mar era presentado como una práctica central, las páginas exhiben una gran concurrencia de bañistas. Desde el higienismo se alentaban los ejercicios practicados entre juegos y chapuzones dadas las características salútféras del agua, sumado al el hecho de permanecer al aire libre y bajo el sol. Sin embargo, la práctica distaba de ser aceptada completamente. Descubrirse y liberarse de la rectitud de las posturas, resultaban fronteras difíciles de atravesar por las costumbres decorosas de principio de siglo, aún cuando uno de los alicientes fuera el aporte de bienestar. Las imágenes registran estas situaciones. En los epígrafes, el hecho de dar nombre y apellido a los personajes más conspicuos de la banca y del alto comercio con traje de calle y mantener el anonimato de los bañistas “menores en ropas menores”⁹ da una pauta de las diferencias del vestir. El traje de baño aún estaba más asociado a los grupos desconocidos, en actitudes extrovertidas y poco convenientes, mientras que el traje de calle propiciaba dignidad y respeto.

17 En un día típico del veraneo marplatense de 1913, como se visualiza en la Imagen 3, se destaca el perfil urbano de los chalets que las elites veraneantes han construido a la vera del mar, en una de las lomas fundacionales de la ciudad. Se reseña la presencia del tren y el hotel, dos propulsores del viaje. El retrato del fotógrafo y el pintor de marinas merecen un apartado para aseverar el haber estado allí y dar cuenta de las características del gozoso paisaje de la estadia. Se destaca el paseo por la rambla y se revela una preponderancia de siluetas masculinas. El mar, como se observa, mantiene un rol protagónico indirecto.

Imagen 3: Ilustración humorística “Un día en Mar del Plata”.



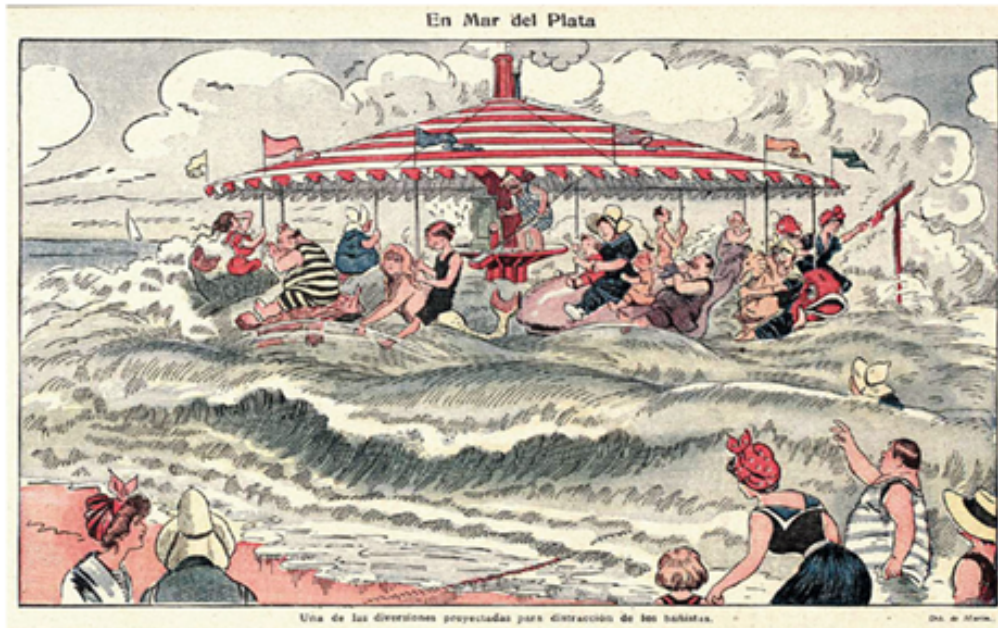
Fuente: *Caras y Caretas*, Buenos Aires, n° 490, 22 de febrero de 1908.

2.2. Evoluciones turísticas centradas en el mar

18 Hacia la década de 1920 las condiciones para veranear comienzan a modificarse. Las posibilidades de viajar al exterior se limitan debido a la Primera Guerra y la posibilidad de disfrutar del ocio comienza, tenuemente, a incluir a grupos sociales más diversos. La consolidación y promoción de Mar del Plata como centro balneario nacional, asociado a un crecimiento de los grupos medios, serán importantes en este punto de inflexión. El mar se vuelve marco privilegiado de las prácticas y estrategias de captación.

- 19 Ya en 1913 las sátiras anticipaban este protagonismo junto a los esfuerzos que se realizaban para encumbrar a Mar del Plata como ícono turístico. En una página de humor se sintetiza esta situación: dentro del mar y como máxima e irónica diversión proyectada, un *carrousel* se agita entre las olas y los veraneantes, en medio de comportamientos que insinúan indisciplina, alboroto y goce (Imagen 4). La idea del baño se presenta asociada a imágenes que evocan momentos de la infancia y al mundo de experiencias censuradas en otros ámbitos.

Imagen 4: Ilustración humorística “En Mar del Plata”



Fuente: *Caras y Caretas*, Buenos Aires, n° 746, 18 de enero de 1913.

- 20 Hacia la década del '20, las imágenes gráficas que identifican al balneario destacaron una mayor variedad de encantos. Cronistas, publicistas y editores se encargaron de estimular la elección de la ciudad mediante la difusión de una multiplicidad de atractivos y nuevas infraestructuras para albergar otras costumbres y más visitantes.
- 21 El dibujo de un reconocido artista circunscribe puntos atractores de la ciudad: el espacio distinguido de la loma -aún territorio de los grupos notables-, la diversidad de visitantes y la inclusión de los asiduos al mar, el registro fotográfico que da cuenta concreta de la visita y el escenario de la playa. Varones y mujeres posan para mostrarse y ser vistos con una indumentaria cómoda y una soltura corporal que señala las actuales formas de relación intergenérica y la renovada vida en el balneario (Imagen 5).

Imagen 5: Ilustración humorística “De Mar del Plata”.

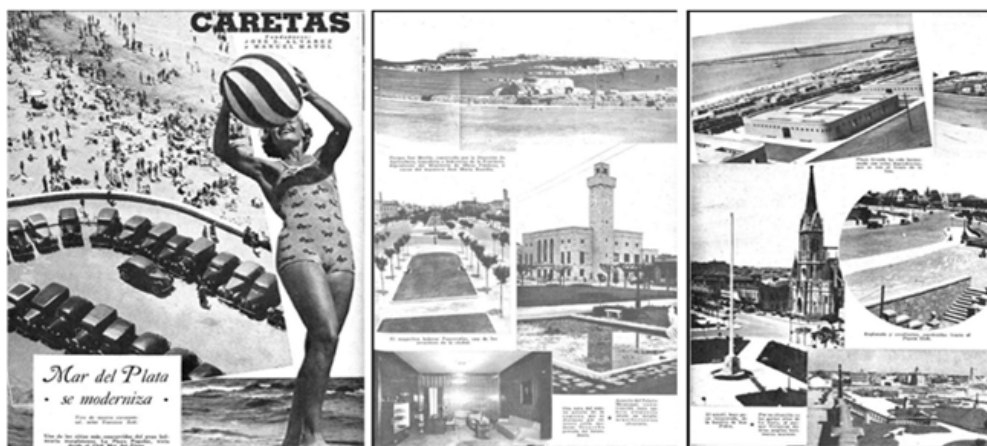


Fuente: Caras y Caretas, Buenos Aires, n° 1020, 20 de abril de 1918.

- 22 Este destino de playa se convirtió, progresivamente, en un escenario menos restrictivo, no sólo por las ofertas ferrocarrileras asociadas a las hoteleras sino, también, por la posibilidad de viajar en automóvil propio. Más aún hacia la década del '30 debido al fomento de iniciativas privadas y estatales para promover el turismo nacional. La ciudad inició entonces una nueva etapa turístico-social que no tendría retorno: se originaba un turismo de corte más amplio, que alcanzaría la masividad hacia mediados de siglo XX.

- 23 La prensa sigue con detenimiento estos avances. Desde la promoción de nutridas actividades y una ciudad sólidamente construida para diversos intereses, la naturaleza para el ocio se consolidó como un patrimonio irremplazable para aportar al bienestar y la salud mental y psíquica, especialmente a través del “aire grueso del Atlántico”¹⁰. Como se explica en un folleto propagandístico de la temporada 1937-38, generado por la Asociación de Propaganda y Fomento y la Acción Colectiva Turismo de Mar del Plata: “Las playas limpias, el mar abierto, el sol vivificante le dan al primer balneario argentino, la categoría del solar alegre y reconfortante de los mayores y de paraíso para los niños que encuentran aquí las mejores expresiones para su incontenible alegría de vivir”.
- 24 Una nota a tres páginas de 1938 compila esas sensaciones. Las imágenes que aparecen ahora en primer lugar son el automóvil, la playa y la extrovertida figura de una mujer en traje de baño como elementos claves en la idea de balneario moderno. Asimismo se destaca la diversidad de ofertas urbanas, la marcación del crecimiento edilicio y la posibilidad de encontrar playas acordes a cada grupo socioeconómico (Imagen 6).

Imagen 6: Nota a tres páginas “Mar del Plata se moderniza”



Fuente: Caras y Caretas, Buenos Aires, n° 2099, 24 de diciembre de 1938

- 25 En estos procesos, la actividad turística marplatense se concentró en la estacionalidad marcada por el balneario y fue receptora de disímiles grupos sociales. En medio siglo, Mar del Plata surgió como una villa distinguida que en un breve lapso dio lugar a una ciudad turística con un espectro social más amplio, convocando a un numeroso y heterogéneo público, y convirtiéndose en un ícono del veraneo plural y nacional.

3. Tandil y su naturaleza serrana: construcciones hacia un turismo local

3.1. Las “excursiones” en el paisaje serrano

- 26 Al igual que Mar del Plata, Tandil se emplaza en la zona pampeana argentina, en el interior de la provincia de Buenos Aires, a poco más de 350 km de la ciudad homónima. Fundada en 1823, su desarrollo fue guiado por diversos factores y, si bien las condiciones histórico-políticas como fortín de frontera signaron el comienzo de la ciudad, el marco natural de sierras y arroyos propició una temprana convocatoria de visitantes. Ya en 1869 se publicaba en un Handbook informativo; “...existe poca duda de que tan pronto como Tandil con sus hermosos paisajes y clima templado sea conocido y la gente de Buenos Aires tenga un fácil acceso a él, se pondría de moda como residencia veraniega”¹¹. De esta forma, se pronostica el destino turístico del lugar enlazado a su geografía y dirigido, principalmente, a los veraneantes porteños, al igual que lo sucedido en Mar del Plata.
- 27 Sin embargo y en relación con el auge del balneario marplatense, Tandil sería mencionado y promocionado con menor intensidad. Las primeras notas revisteriles hacían alusión a su vinculación con Mar del Plata o Buenos Aires, como un destino de excursión, y visualizaban que las condiciones del camino constituían parte del atractivo y del desafío del viaje (Imagen 7).

Imagen 7: Nota “Excursión a Necochea y Tandil”.

Fuente: Caras y Caretas, Buenos Aires, n° 439, 2 de marzo de 1907

- 28 Así, el camino Mar del Plata-Tandil se hacía surcando propiedades agrícolas-ganaderas de personajes notables de la sociedad argentina, sorteando las dificultades de una geografía escarpada y poco planificada en vehículos que no estaban mecánicamente tan preparados. Lo mismo acaecía desde Buenos Aires, otro de los puntos de partida. No es casual que avisos de automóviles –Okland, Nash- o neumáticos –Goodyear- emplearan las sierras de Tandil como marco para dar a conocer sus productos en la prensa (Imagen 8a).
- 29 Esta característica y su conexión con las ciudades bonaerenses, sumado a su topografía, convirtió a Tandil en centro de raides y carreras de resistencia para automóviles y motocicletas. Algunas recorridas duraban varios días, con más de mil kilómetros de trayecto por difíciles caminos que ameritarían el desarrollo de las rutas posteriores.
- 30 El otro punto y quizás el más convocante y menos exclusivo, era la visita a la Piedra Movediza, en el cerro del mismo nombre. Desde el inicio del siglo XX, veraneantes excursionistas se acercaban a conocer el curioso ejemplar pétreo. Numerosas notas en la prensa testimonian el interés que despertaba este tipo de formación en los más variados lugares del mundo. La fama de la piedra movediza tandilense había llegado a Europa y se la comparaba con otras piedras oscilantes de Escocia e Inglaterra. Personajes extranjeros en estadías al país por cuestiones políticas, realizaban expresamente visitas a las sierras para ver el fenómeno. Incluso las primeras notas de la prensa la mostraron como un escenario circense en el que un equilibrista representó su número gimnástico (Imagen 8b).
- 31 En cuanto a las fotografías sociales, sus apariciones en la revista eran escasas, a diferencia de lo sucedido en Mar del Plata. Sin embargo, en las existentes como parte de las notas o de los avisos publicitarios, se exhibían actividades de descanso y aventura en la naturaleza autóctona, caminatas por los senderos, recorridos ecuestres y escaladas (Imagen 8 c).

Imagen 8: a. Aviso publicitario Oakland
b. Nota "Un equilibrista en la piedra del tandil"
c. Fotografía de excursión a Sierras de Tandil



Fuente: a. *Caras y Caretas*, Buenos Aires, n° 1043, 28 de agosto de 1918

b. *Caras y Caretas*, Buenos Aires, n° 83, 5 de mayo de 1900

c. *Caras y Caretas*, Buenos Aires, n° 1163, 15 de enero de 1921

32 Esto se complementaba con la posibilidad de absorber beneficios terapéuticos, con un carácter diferente al aire marino que aportaba Mar del Plata. Si bien la región serrana de Córdoba, en la zona central del territorio argentino, era la elegida para aliviar las afecciones del sistema respiratorio, una estadía en Tandil era una alternativa posible. El paisaje y el clima de las serranías operaban a favor de mejorar el estado general del cuerpo gracias al aire tandilense entendido como seco, suave y puro.

33 La famosa piedra cae en los inicios de 1912, pero seguiría siendo, hasta la actualidad, un símbolo de la ciudad. Las crónicas dan cuenta de la relevancia del acontecimiento: “¡Hasta las piedras se cansan! (...) El Tandil está de duelo. El famoso peñasco, cansado, sin duda, de que el público lo contemplara como a un mono sabio, y aburrido de que el comercio lo explotara como imán de turistas, renunció, tristemente, a su gloria. Renunció al goce de la fama y, abandonando, para siempre, su pequeño punto de apoyo, se suicidó rodando hasta el abismo”.¹² El impacto social dio lugar a opiniones y estudios que justificaban con discursos académicos y provenientes del imaginario popular, las razones de la caída.

34 Este acontecimiento contribuyó a dar impulso a una actividad propia del lugar, asociada con la producción del campo, como la chacinería y la quesería. Desde la prensa se apostó por esta innovación y se apeló reiteradamente al humor: “...vendo los renombrados chorizos del Tandil ¡buenos chorizos! Que son, si se indigestan, movedizos lo mismo que la piedra ¡la que un día, orgullosa, señores, se movía y que su fama justa y verdadera ha cedido a la industria choricera!”¹³. Esta actividad conformaría, paulatinamente, un nuevo foco atractor tandilense.

3.2. Evoluciones turísticas, atractivos diversos

35 Hacia la década de 1920 se inicia una nueva orientación en el crecimiento de la ciudad. Se promociona como una de las “más atrayentes poblaciones serranas del sur bonaerense” desde sus bondades al servicio de la aventura y el descanso¹⁴. Su riqueza natural y su clima privilegiado, sumado a las atracciones originarias—como la piedra movediza- y las más nuevas —como la quesería y chacinería—, la posicionarían como un centro de gran vitalidad económica para el veraneo.

36 Como parte del fomento por la actividad turística, las autoridades comunales no escatimaron esfuerzos en mejorar la vialidad y urbanizar los caminos existentes en su mayor extensión. Como se anticipó, en la ciudad de Buenos Aires creció la necesidad de ejecutar la construcción de una red orgánica de caminos. Uno de los de mayor importancia fue el proyectado entre Maipú y Juárez pasando por Tandil que uniría los caminos nacionales a Mar del Plata, Bahía

Blanca y Balcarce. Considerando el aspecto turístico, se proyectó la construcción del camino de Tandil a Juárez por las sierras de aquella localidad. Tandil quedaba indirectamente unida con Buenos Aires por la Ruta Nacional N° 3 y se comunicaba directamente con Mar del Plata mediante la Ruta Nacional N° 226¹⁵.

37 En sincronía se plantea otra situación: la vida en el campo y en las sierras tenía, cada vez, más partidarios. Hacia principios de la década de 1930 y como parte de una tendencia creciente de valoración de la cultura física y el aire libre, las zonas aledañas a Buenos Aires se eligieron para relacionarse con la naturaleza y encontrar los estados de equilibrio perdidos por la rutina de la vida cotidiana¹⁶. La predilección por los deportes campestres o, simplemente, por las vacaciones en lugares apacibles, alejados del bullicio de las ciudades, se practicaba con mayor entusiasmo porque se sostenía que el organismo recobraba las energías gastadas y mejoraba el estado de su salud.

38 Es así que Tandil se consolida como uno de los destinos elegidos para el “turismo chico”¹⁷ y las rutinas de *week-end*. Prosperaron pequeños hoteles en chacras para albergar semanalmente a quienes quisieran acercarse a la tierra, matizando las costumbres porteñas con los hábitos europeos y norteamericanos. Múltiples secciones en magazines promovieron salidas, *pic-nics* y prácticas de *camping*. Progresivamente se generó un turismo menos exigente que disfrutaba de las sierras de forma poco onerosa y para el cual se fueron propiciando otras estructuras, como los *mini-tours* internos organizados por las entidades municipales¹⁸.

39 La vida turística se amplificaba y las actividades deportivas encontraron nuevos retos y participantes, las mujeres. Las féminas confirmaron su derecho al volante como conductoras o como “valientes compañeras del hombre apasionado al turismo”¹⁹. Avisos publicitarios y notas de moda vislumbraron la relación de la mujer, el automóvil y el turismo, una imagen generalizada con diferentes escenarios. Así como la mujer en traje de baño en primer plano se asociaba con una Mar del Plata modernizada que mostraba el crecimiento de la plaza automotriz y del territorio costero ; una viajera en actitud de pose desenvuelta y seductora se exhibía haciendo uso de sus facultades y recorriendo los caminos sinuosos del paisaje serrano y de montaña (Imagen 9 a).

40 El vacacionar en las sierras implicaba una forma diferente de comportamiento y de predisponer el cuerpo. No faltaban las notas que proporcionaban el asesoramiento necesario para ajustar las características generales del equipo indumentario, tal como la iconografía de estos personajes ha registrado tradicionalmente. Las prestaciones del traje de baño para experimentar la arena y el mar tuvieron su paralelismo con el “equipo amazona” para permitir el contacto con el medio agreste (Imagen 9b).

Imagen 9: a. Imagen de tapa Caras y Caretas
b. Aviso publicitario del “Equipo Amazona”



a



b

Fuente: a. Caras y Caretas, Buenos Aires, n° 2018, 5 de junio de 1937
 b. Caras y Caretas, Buenos Aires, n° 1677, 22 de noviembre de 1930.

41 Estas innovaciones, unidas al ofrecimiento de una estructura residencial y comercial que progresivamente cobraría relevancia, darían un fuerte impulso al sitio no sólo en temporada estival, también en reducidos días de semanas en el año. Grupos de curiosos, familias hastiadas de los problemas de la urbanidad, varones y mujeres intrépidos y deportistas, encontrarían en las sierras un territorio para albergar sus expectativas. Asimismo, las fotografías sociales que mucho antes habían sido practicadas para Mar del Plata, comienzan a ocupar un espacio destacado entre rocas y arroyos. Se sumaban panorámicas de la ciudad que mostraban el crecimiento, actividades excluyentes como el golf, junto a los encantos de las fiestas criollas con adeptos de diversa procedencia, social y económica (Imagen 10).

Imagen 10: a. Nota “Tandil”
b. Nota “En las sierras de Tandil”
c. Nota “El veraneo en las sierras de Tandil”



a



b



c

Fuente: a. Caras y Caretas, Buenos Aires, n° 1947, 25 de enero de 1936
 b. Caras y Caretas, Buenos Aires, n° 2021, 26 de junio de 1937

c. *Caras y Caretas*, Buenos Aires, n° 2112, 25 de marzo de 1939

42 Así, la actividad turística tandilense creció repentinamente alrededor de su piedra movediza, a principios del siglo XX, para encontrar un camino de búsqueda y hallazgos de nuevos atractivos. Estos atractivos, surgidos desde las posibilidades asociadas al campo y a las sierras, lograron captar los más diversos grupos sociales y sellar su destino turístico como complemento de lo marítimo. Si bien inicialmente los grupos sociales visitantes resultaron de élite, en especial debido al costo que debía ser afrontado para trasladarse y residir en un territorio turísticamente poco explorado, progresivamente se modificaron las infraestructuras y las nuevas capas sociales medias encontraron en las sierras una alternativa. Tandil sería entonces un receptor de un turismo de corte más provincial, que alcanzaría la masividad hacia mediados de siglo, asociadas mayormente a las nuevas prácticas religiosas que allí se fomentarían.

Conclusión

43 La focalización y el análisis de las imágenes textualizadas de la revista *Caras y Caretas*, comprendidas como una alternativa para la interpretación de los distintos procesos culturales, junto al análisis de fuentes tradicionales, han proporcionado claves singulares para revelar las construcciones del ocio y el turismo en torno al mar y las sierras.

44 Dentro del sudeste bonaerense argentino, el seguimiento de las ciudades analizadas, Mar del Plata y Tandil, permitieron comenzar a comprender la forma en que las prácticas socio-culturales para el ocio, durante la primera mitad del siglo XX, transformaron paisajes agrestes en núcleos turísticos. Los avisos publicitarios y las diversas notas de la revista, entre lo real y lo deseado, lo pasado y lo proyectado, exhibieron un proceso de similitudes y diferencias en las que se asentaron los devenires de cada urbe.

45 Desde principios hasta mediados del siglo XX, Mar del Plata se convirtió en un centro de élite, centrado en su ambiente costero, para ampliar el espectro social de visitantes hacia la inauguración de un turismo estival masivo y nacional. En este mismo lapso, Tandil se manifestó como una contrapartida serrana y supo innovar y diversificar sus atractivos, muy tempranamente, para mantener su encanto de corte más provincial. La naturaleza ofreció sus particularidades en ambas ciudades, las que mediante las prácticas de sus habitantes supieron transformarse en atributos turísticos.

46 Este sello costero-serrano del siglo XX, aún reconocible en las promociones y estrategias actuales, permite no sólo comprender el poder de las amalgamas entre las posibilidades de cada ciudad y sus representaciones sino, también, comenzar a pensar las orientaciones, complementariedades, proyecciones, fomentos y construcciones sociales del ocio en vías de preservar y potenciar las principales cualidades que han fundado cada tipo turístico.

Bibliographie

Armus, D. (2006). *La ciudad impura*, Buenos Aires, Edhasa.

Ballent A. (2005). “Kilómetro cero: la construcción del universo simbólico del camino en la Argentina de los años treinta”, *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana “Dr. Emilio Ravignani”*, Buenos Aires, Instituto de Historia Argentina y Americana, tercera serie, n° 27,

Didi Huberman, G. (2008). *Cuando las imágenes toman posición*, Madrid, Machado Libros.

Fernández, G. y A. Ramos (2010). “Turismo de sol y playa y turismo cultural: una oportunidad para la sustentabilidad en el sudeste bonaerense”, En Ulberich, A. (coord.), *Estudios ambientales II. “Tandil y área de influencia”*, Tandil, UNICEN- Facultad de Ciencias Humanas: 237-246.

Gravano, A. (2006). “Imaginario regionales y circularidad en la planificación: el caso del TOAR”. *Intersecciones en Antropología*, 7, Olavarría, UNICEN, URL, <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1850-373X2006000100022&lng=es&nrm=iso&tng=es>.

Guasch, A. M. (2003). “Los Estudios Visuales. Un estado de la cuestión”, *Estudios Visuales: Los Estudios Visuales en el siglo XXI*, n° 1, Murcia, España.

Kaczan, G. (2013). “Salud, belleza, aire libre. Montaje de la apariencia femenina a orillas del mar (circa 1920-1940)”, *Arenal. Revista de Historia de las Mujeres*, vol. 20-1, España, Universidad de Granada, Instituto de la Mujer.

- Mantero, J. C. (2001). "Regionalización de la gestión turística en Provincia de Buenos Aires. Aportes", *Aportes y Transferencias*, n° 1, Mar del Plata, UNMDP: 67-94, URL, <http://nulan.mdp.edu.ar/246/>.
- Mantero, J. C., B. Barbini y otros (2010). *Turismo y territorio. Del diagnóstico a la proposición de desarrollo turístico. A propósito de la Provincia de Buenos Aires*, Mar del Plata, UNMDP- Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, URL, <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1310>.
- Moxey, K. (2009). "Los estudios visuales y el giro icónico", *Estudios Visuales: Ensayo, teoría y crítica de la cultura visual y el arte contemporáneo*, N° 6, Murcia, España.
- Nario, H. (1996). *Tandil. Historia abierta*, Tandil, Del Manantial.
- Ospital, M. S. (2005). "Turismo y territorio nacional en Argentina. Actores sociales y políticas públicas, 1920-1940". *EIAL*, n° 16. Tel Aviv: Instituto de Historia y Cultura de América Latina, URL, http://www1.tau.ac.il/eial/index.php?option=com_content&task=view&id=310&Itemid=184.
- Pastoriza E. (2011). *La conquista de las vacaciones. Breve historia del turismo en la Argentina*, Buenos Aires, Edhasa.
- Pérez, D. (2010). *Historias del Tandil III*, Tandil, CIDLE.
- Piglia M. (2014). *Autos, rutas y turismo. El Automóvil Club Argentino y el Estado*, Buenos Aires, Siglo Veintiuno.
- Vapñarsky, C. y N. Gorojovsky (1990). *El crecimiento urbano en la Argentina*, Buenos Aires, Grupo Editor Latinoamericano.
- Velázquez, G. (1998). "La dinámica de la población tandilense: el marco histórico-geográfico", En Velázquez, G.; Lan, D. y G. Nogar (comps.), *Tandil a fin de milenio: Una perspectiva geográfica*, Tandil, UNICEN- Facultad de Ciencias Humanas.
- Zuppa, G. (ed.) (2012). *Bajo otros soles. Miradas a través de folletos, postales, avisos publicitarios y fotografías. Mar del Plata 1900-1970*, Mar del Plata, EUDEM.

Otras fuentes

- Almanaque de la mujer*, 1930, Buenos Aires/ Hemeroteca de la Biblioteca Nacional, Buenos Aires.
- Suplemento *La Semana*, Diario *La Nación*, década 1930, Buenos Aires/ Hemeroteca de la Universidad Nacional de La Plata, La Plata.
- Folleto propagandístico de Mar del Plata de 1937-38 de la Asociación de Propaganda y Fomento y Acción Colectiva Turismo, Mar del Plata/ Archivo Museo Histórico Municipal Barili, Mar del Plata.
- Revista *Caras y Caretas*, 1898 a 1939, Buenos Aires/ Archivo Museo Histórico Municipal Barili, Mar del Plata.

Notes

- 1 Se recomienda ver los trabajos de Mantero, 2001; Mantero, et al., 2010.
- 2 Pueden consultarse los trabajos de Moxey, 2009; Didi H., 2008; Guasch, 2003.
- 3 *Caras y Caretas*, Buenos Aires, n°377, 23 de diciembre de 1905.
- 4 Para ampliar estas cuestiones puede verse Pastoriza, 2011; Zuppa, 2012; Piglia 2014.
- 5 *Caras y Caretas*, Buenos Aires, n° 530, 28 de noviembre de 1908.
- 6 Zuppa, 2012 op.cit.
- 7 *Caras y Caretas*, Buenos Aires, n° 21, 25 de febrero de 1899.
- 8 *Caras y Caretas*, Buenos Aires, n° 439, 2 de marzo de 1907.
- 9 *Ibíd.*
- 10 *Caras y Caretas*, Buenos Aires, n° 1893, 1 de diciembre de 1935.
- 11 Pérez, 2010: 237.
- 12 *Caras y Caretas*, Buenos Aires, n° 701, 9 de marzo de 1912.
- 13 *Caras y Caretas*, Buenos Aires, n° 1044, 10 de mayo de 1918.
- 14 *Caras y Caretas*, Buenos Aires, n° 2018, 5 de junio de 1937.
- 15 *Ibíd.*
- 16 Ver Armus, 1996.
- 17 *Almanaque de la mujer*, Buenos Aires, 1930: 262.
- 18 Ver Nario, 1996.

19 *Caras y Caretas*, Buenos Aires, n° 1251, 23 de septiembre de 1922.

Pour citer cet article

Référence électronique

Gisela Paola Kaczan et Lorena Marina Sánchez, « Costa y serranía: construcciones socio-culturales de territorios para el ocio en el sudeste de la provincia de Buenos (Argentina), primera mitad del siglo XX », *Études caribéennes* [En ligne], 31-32 | Août-Décembre 2015, mis en ligne le 19 novembre 2015, consulté le 30 novembre 2015. URL : <http://etudescaribeennes.revues.org/7543> ; DOI : 10.4000/etudescaribeennes.7543

À propos des auteurs

Gisela Paola Kaczan

Diseñadora Industrial, Doctora en Historia ; Investigadora Asistente del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) ; Docente e Investigadora del Instituto de Estudios de Historia, Patrimonio y Cultura Material (IEHPAC) de la Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño (FAUD) de la Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMdP), Argentina ; gisela.kaczan@gmail.com

Lorena Marina Sánchez

Arquitecta, Doctora en Arquitectura, Magíster en Intervención del Patrimonio Arquitectónico y Urbano. Investigadora Adjunta del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) ; Docente e Investigadora del Instituto de Estudios de Historia, Patrimonio y Cultura Material (IEHPAC) de la Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño (FAUD) de la Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMdP), Argentina ; lorenasanchezarq@yahoo.com.ar

Droits d'auteur

© Tous droits réservés

Résumés

La zona del sudeste de la provincia de Buenos Aires (Argentina), se vislumbra como territorio fértil para los estudios culturales debido a su densidad histórica, social y patrimonial, en un marco de disímiles condiciones geográficas. Dos ciudades bonaerenses intermedias, Mar del Plata y Tandil, se han destacado por sus procesos de construcciones socio-culturales asociadas al ocio y al turismo. El estudio propuesto abarca la primera mitad del siglo XX para reconocer las transformaciones acontecidas en el hábitat y en el habitar, observando las prácticas sociales y las renovadas relaciones entre cuerpo y espacio que darán lugar a propuestas diferenciadas en relación con la estadia costera o serrana. Para ello se hará hincapié en la lectura de la revista ilustrada *Caras y Caretas*, en particular, en las imágenes de notas y avisos publicitarios.

Coast and Mountain Range: Sociocultural Constructions of Territories for the Leisure in the Southeast of the Province of Buenos Aires (Argentina), the First Half of the 20th Century

The southeast zone of the province of Buenos Aires (Argentina), it is glimpsed as fertile territory for the cultural studies due to its historical, social and heritage density, in a frame of dissimilar geographical conditions. Two intermediate cities, Mar del Plata and Tandil, have been outlined for their processes of sociocultural constructions associated with leisure and tourism. The proposed study includes the first half of the XXth century to recognize the transformations happened in the habitat and the living, observing the social practices and the renewed relations between body and space that will give place to different proposals in relation with the coastal or highland demurrage. For this, it will be emphasized in the reading of the illustrated magazine *Caras y Caretas*, especially, the images of notes and advertising notices.

Côte et montagne : constructions socioculturelles des territoires pour les loisirs dans le sud-est de la province de Buenos Aires (Argentine), première moitié du XX^e siècle

La zone du sud-est de la province du Buenos Aires (Argentine) est perçue comme un territoire fertile pour les études culturelles pour des raisons historique, sociale et patrimoniale, avec des conditions géographiques dissemblables. Deux villes intermédiaires, Mar del Plata et Tandil, se distinguent par leur processus de construction socioculturelle associée aux loisirs et au tourisme. L'étude proposée concerne la première moitié du XX^e siècle. Elle s'attache à reconnaître les transformations des habitats et des modes de vie, en observant les pratiques sociales et les relations renouvelées entre le corps et l'espace en relation avec l'environnement du lieu de séjour, côtier ou montagnard. Pour cela, on mettra l'accent sur la lecture de la revue illustrée *Caras y Caretas*, en particulier les illustrations et les avis publicitaires.

Entrées d'index

Mots-clés : Argentine, images, Mar del Plata, Province de Buenos Aires, société, Tandil, territoire, tourisme

Keywords : Argentine, images, Mar del Plata, Province of Buenos Aires, society, Tandil, territory, tourism

Palabras claves : Argentina, imágenes, Mar del Plata, Provincia de Buenos Aires, sociedad, Tandil, territorio, turismo