

La construcción de una imagen turística para la ciudad de Buenos Aires en las guías de viaje de la primera mitad del siglo XX

The construction of a touristic image of the city of Buenos Aires in travel guides during the first half of the 20th century

Mercedes González Bracco



Edición electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/nuevomundo/71602>

ISSN: 1626-0252

Editor

Mondes Américains

Referencia electrónica

Mercedes González Bracco, « La construcción de una imagen turística para la ciudad de Buenos Aires en las guías de viaje de la primera mitad del siglo XX », *Nuevo Mundo Mundos Nuevos* [En línea], Cuestiones del tiempo presente, Puesto en línea el 11 diciembre 2017, consultado el 11 diciembre 2017. URL : <http://journals.openedition.org/nuevomundo/71602>

Este documento fue generado automáticamente el 11 diciembre 2017.



Nuevo mundo mundos nuevos est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

La construcción de una imagen turística para la ciudad de Buenos Aires en las guías de viaje de la primera mitad del siglo XX

The construction of a touristic image of the city of Buenos Aires in travel guides during the first half of the 20th century

Mercedes González Bracco

Introducción

- 1 Son varios los autores que destacan el rol del turismo en la construcción de las representaciones del paisaje¹. La “imagen turística” funciona como carta de presentación, ícono y sinécdoque del espacio a ser promocionado. Para abordar esta cuestión, interesa aquí recuperar la noción de “figura” en los términos propuestos por Graciela Silvestri, es decir, como una configuración externa, que muestra la apariencia de las cosas, y que puede por un lado percibirse y por otro lado fabricarse. Esto quiere decir que no hay esencia, sino una construcción social que posee la particularidad, según la autora, de resultar mucho más resistente que los relatos históricos, atravesando las capas sociales como artefactos culturales de larga duración. Así como los mapas, postales y otros instrumentos visuales, también las guías de viaje se constituyen como “medios para la orientación en el espacio, descripciones que promueven el conocimiento o avalan la definición turística del territorio”².
- 2 Las nuevas posibilidades brindadas por la reproductibilidad técnica sistematizan y simplifican este conocimiento, sedimentando estas representaciones en objetos. No se trata, sin embargo, de objetos corrientes, sino de objetos referenciales que funcionan como nexo narrativo con su lugar de origen. La posibilidad de circulación y significación de dichos objetos es inescindible del surgimiento del capitalismo y la modernidad: “la

creación de estos objetos narrados depende de ficciones y abstracciones del yo burgués, por un lado, y de la economía de intercambio, por otro. En las fases finales del capitalismo tardío, la historia misma aparece como mercancía”³.

- 3 Si Barthes indica que “la fotografía repite mecánicamente lo que nunca más podrá repetirse existencialmente”⁴, puede pensarse que esta reproductibilidad crea una ciudad-imagen antes que una imagen de ciudad. No obstante, dicha imposibilidad de repetición existencial es retomada por la construcción de la imagen turística de la ciudad mediante categorías clasificatorias que la ponen en valor, subrayando distintos fragmentos como “antiguo”, “moderno”, “confortable”, “novedoso”, “único”, “extraordinario”, proponiendo organizaciones diversas de este palimpsesto visual hasta que encuentra su forma (narración) si no definitiva, al menos consolidada.
- 4 El desarrollo paralelo de la reproducción fotográfica y las grandes metrópolis dieron lugar a nuevas prácticas. Siguiendo a Eric Zuelow, fue en el siglo XIX cuando la masificación de los viajes en tren abrió un nuevo mercado a las agencias de viaje y manuales de viajero. Para el mundo europeo, guías como la Murray y la Baedeker reemplazaron a los tutores del Grand Tour y proveyeron a las crecientes clases medias de una experiencia mediada, segura y moralmente edificante. De esta manera las guías pronto se transformaron en dispositivos incuestionados e incuestionables: “De alguna manera, la guía era tanto un catálogo de productos como un libro sagrado para los fieles conversos”⁵.
- 5 En otras palabras, en tanto mediador de la relación del visitante con el destino, las guías de turismo nacieron como un elemento complejo. Al vincular imágenes con explicaciones organizadas de manera jerarquizada, con datos y estrategias narrativas que buscan reforzar los atributos presentados mediante dichas imágenes, constituyen además una pedagogía del turista (mostrándole por dónde caminar, qué ver, qué hacer y cómo interpretar lo visitado). Y, más aún, contribuyen a la creación de un imaginario que otorga un sentido claro y distintivo que permite singularizar el destino presentado asociándolo con ciertos paisajes, actividades o íconos que tienden a estandarizarse y reificarse, como por ejemplo: Río de Janeiro-carnaval, Acapulco-playa, Las Leñas-esquí. Estas construcciones confluyen en el surgimiento de la imagen turística.
- 6 Al rastrear el repertorio de representaciones que dieron origen a la imagen turística de la ciudad de Buenos Aires, contamos con pocos pero importantes antecedentes como los trabajos de Graciela Silvestri referidos a la construcción de la pampa y el Riachuelo como paisajes⁶, o el estudio de la imagen del espacio público porteño de Marta Mirás⁷. Para esta presentación interesa retomar de esta última autora su pregunta por las condiciones urbanas y visuales que fueron seleccionadas para configurar estas imágenes a partir de un trabajo paralelo sobre el desarrollo del medio (la fotografía) y el objeto (la imagen) como parte de una construcción entrelazada de motivos, encuadres, iluminación y recortes.
- 7 De esta manera, mientras en un trabajo anterior Silvestri indica que las imágenes para representar la Nación fueron seleccionadas dentro de un repertorio que enfatiza lo sublime y lo natural⁸, Mirás observa que la imagen construida para mostrar Buenos Aires subraya lo urbano por sobre el paisaje natural para diferenciarse del interior del país, recortando además el sector centro-norte para enfatizar la prosperidad de la ciudad. Esto da cuenta de la importancia otorgada a lo “nuevo”, es decir, a la modernización como valor principal de una ciudad que buscaba mostrarse como gran metrópolis ante propios y extraños. Este pasaje se observa también al analizar el trabajo de aquellos fotógrafos encargados de mostrar los avances de la urbe pujante, sedimentando miradas sobre

ciertos paisajes en un camino-relato que va de lo rural a lo urbano, de lo colonial a lo metropolitano, de la modernidad europea a la vernácula: el río, el puerto, el boulevard, el parque y el obelisco son los principales mojones de este recorrido⁹.

¿Qué Buenos Aires mostrar?

- 8 La literatura sobre la historia urbana de Buenos Aires suele poner al año 1880 como punto de inflexión debido a la federalización de la ciudad. Al pasar a ser la “capital permanente”, su jerarquía debía ser mostrada simbólicamente y materialmente. Tal como indica Claudia Schmidt, a partir de este momento se abrió un abanico de temas arquitectónicos y urbanísticos que debían ser resueltos con celeridad para mostrar la dignidad de la nación en vinculación al proyecto de modernización del Estado. Esto “suponía hacer de Buenos Aires un atractivo centro urbano, cuya imagen de progreso recibiera a los inmigrantes”¹⁰.
- 9 Este cambio a nivel institucional coincide con un cambio en los relatos sobre la ciudad. Si hasta fines de la década de 1880 la ciudad era narrada por extranjeros, poco a poco comenzaron los relatos propios, y a partir de entonces los diarios de viajeros comienzan a solaparse con las primeras guías propiamente dichas, cuyo contenido era explícitamente atraer visitantes¹¹. Para los festejos del Centenario la producción de imágenes de la “ciudad moderna” creció de manera exponencial, y este valor continuó siendo productivo hasta finales de la década del 70, siempre traccionado por la novedad arquitectónica y los desarrollos urbanos¹².
- 10 Al estudiar las guías de Buenos Aires producidas hasta mediados del siglo XX¹³, es posible observar que se hacen eco del proyecto de modernización de la Argentina, mostrando a su capital como cabeza o sinécdoque de los avances del país en un momento en el cual la idea de turismo no se asociaba específicamente a lo urbano¹⁴. En consecuencia, entendemos que estos materiales – sobre todo las guías de principios de siglo XX – buscaban cubrir necesidades de información (no necesariamente turística) del hombre de negocios o de potenciales inmigrantes. A pesar de que estos destinatarios no son considerados estrictamente “turistas”, dado que aquí también se trata de dar una presentación de la ciudad a los visitantes mostrando qué esperar y cómo manejarse en ella, optamos por incluirlas en este conjunto. Por otra parte, el deslizamiento entre aquellos primeros destinatarios y turistas posteriores no cambia demasiado el discurso acerca de lo que se promueve y se muestra como elementos destacados de la ciudad. De hecho, es posible observar importantes permanencias en términos de contenido.
- 11 Ya los textos introductorios de las guías analizadas muestran una primera permanencia al presentar como objetivo principal llenar un “vacío”, en tanto se sostiene que no existen materiales adecuados sobre el país (o la ciudad, según el caso):

“La *Guía Ilustrada de Buenos Aires* que hoy sale á la luz, creo que viene á llenar, sino en absoluto, en su justo medio, una necesidad sentida muy principalmente por los numerosos viajeros que diariamente arriban á esta ciudad”¹⁵

“Hasta ahora no ha sido publicado un Manual de Turismo sobre Buenos Aires y la República Argentina en un formato sencillo y a un precio módico y esperamos llenar esta necesidad con la presente publicación”¹⁶
- 12 Para llenar este vacío es necesario crear una imagen de la ciudad. Con un relato inicialmente textual pero crecientemente visual, las guías operan como artefactos de propaganda, mostrando la “civilidad” y “progreso” de un territorio considerado aún como ignoto por el gran público extranjero (europeo-norteamericano). En tal sentido, la

imagen creada para mostrar a Buenos Aires fue la del *cosmopolitismo*, adaptando un “arquetipo foráneo, cuyo montaje involucraba derrumbar parte de las reliquias urbanas, ocultar tradiciones locales, edificar un nuevo escenario (...) y fomentar una imagen aceptable para los cánones metropolitanos”¹⁷. Se trata de un horizonte de expectativas en donde confluyen el presente en construcción y el futuro aspiracional que busca insertar a Buenos Aires en el concierto de ciudades importantes a nivel mundial. Los cambios materiales y simbólicos llevados adelante por las elites gobernantes dieron curso a este relato plasmado tanto en boletines oficiales como en la prensa, en las postales, en los diarios de viaje, en la literatura, la cinematografía y la música. En este magma de información e imaginarios abrevan las guías para construir su relato¹⁸.

- 13 Como resultado, una de las principales ideas fuerza que encontramos en las guías busca identificar a Buenos Aires como la “ciudad europea” en América, *locus* registrado y recogido en diarios de viajeros, guías de inmigrantes y manuales de turismo de manera sostenida a pesar de las contradicciones que esto acarrea¹⁹:

“Es así que en su aspecto estético, Buenos Aires, en vez de producir desilusión en los europeos que llegan por primera vez, produce en cambio el efecto contrario, causando estupor por su grandiosidad y desagrado en no pocos por su semejanza con las grandes capitales de Europa. Pero aunque esto asombre a los ilusos o ignorantes que sueñan con cosas raras y que quisieran encontrarse entre hombres primitivos cubiertos de pieles, es una prueba palpable de la vitalidad del país y de su riqueza”²⁰

“Como el autor, por ser europeo, conoce los extravíos de juicio del Viejo Mundo en su apreciación de los países sudamericanos – defectos de los que también participaba antes de visitar la tierra argentina en un viaje de observación –, su obra va encaminada a desvanecer preocupaciones, falsedades e ignorancias que casi han tomado el carácter de verdades indiscutibles”²¹

“El propósito que guio la edición de este volumen ha sido, en suma, demostrar que en el extremo del hemisferio occidental existe un pueblo cordial, en condiciones de ofrecer en provecho del viajero una hospitalidad tradicional, complementada con los medios más modernos para convertir su visita a la Argentina en la más grata y memorable de las experiencias”²²

- 14 Desde ya que este arquetipo que la haría aceptable a los “*cánones metropolitanos*” no es fijo, sino que se modifica a partir del otro elemento elegido para la construcción de la imagen buscada para presentar la ciudad: la *modernidad*. Como señala Pestarino, “las elites latinoamericanas asumieron a la Modernidad europea como el modelo válido para construir el Estado, el sistema político y la cultura, buscando ser parte de las naciones ‘civilizadas’ siguiendo camino hacia el ‘progreso’”²³. Así, encontramos que tanto los textos como las imágenes – e incluso las publicidades insertas en muchas de estas guías – mostrarán cómo en Buenos Aires es posible encontrarse con “lo último”, “lo más importante” o “lo más moderno”, atestiguado en paisajes y objetos urbanos que se van actualizando a lo largo del periodo analizado. Esto se deduce a partir de las sucesivas ediciones de estos materiales, que buscaban reeditar ante propios y ajenos los vertiginosos cambios que sufrían la ciudad y el país (según el caso):

“Si en todos los países europeos, incluyo en aquellos que sufren pocas transformaciones, es necesario revisar sus *Baedeker*, porque la experiencia indica que quedan rápidamente desactualizadas, cuánto más se hace necesario en un país como el nuestro, sujeto al rápido desarrollo y sorprendente progreso interno tanto desde el punto de vista urbano como del industrial y comercial”²⁴

“La ciudad de los tiempos coloniales era un minúsculo grupo de casas esparcidas en un vasto terreno, como si cada edificio fuese un jalón indicador de futuras

construcciones. La moderna Argentina se ha encargado de llenar y aun rebasar las gigantescas urbes que imaginaron los héroes del coloniaje”²⁵

“Los progresos de Buenos Aires son extraordinarios en todo sentido. En materia de edificación ha llegado al máximo de la modernidad, en pujanza, en estilos y comodidades. En todos los barrios del municipio se levantan edificios de primer orden. Y paralelamente a sus construcciones, se hermocean todos los sectores de la ciudad con parques suntuosos, plazas y paseos públicos ajustados a las exigencias más castizas de la jardinería y exornados por monumentos estatuarios en donde el arte y la tradición histórica, de consuno, consagran un sentido armonioso de refinamiento en materia de urbanización”²⁶

Construyendo la ciudad en imágenes: estrategias narrativas y visuales

- 15 Las imágenes que se encuentran en las guías son de diverso tipo y su uso se va incrementando con el correr de las décadas. Así, encontramos mapas, reproducciones de dibujos y pinturas, retratos y, crecientemente, fotografías. Estas fotografías, a su vez, muestran diversos elementos que se quiere destacar: edificios públicos, edificios privados, infraestructuras urbanas, calles, parques, zonas comerciales, zonas residenciales, interiores, vistas panorámicas, y un largo etcétera. A pesar de esta diversidad, coincidimos con Marta Mirás quien señala que la fotografía contribuyó a cristalizar ciertas miradas en tanto muchas circularon como tarjetas postales o se incorporaron a diversas publicaciones impresas (como diarios, revistas, documentos oficiales, álbumes conmemorativos y, claro, guías turísticas). Una circunstancia que se repite en muchas de las imágenes relevadas es la falta de personas. La autora propone que estos ámbitos deshabitados buscan poner en valor la imagen de la condición material de la ciudad²⁷.
- 16 En cuanto a las imágenes encontradas en las guías que construyen esta Buenos Aires turística, seguimos el trabajo de Santillán, quien elabora un análisis semántico de las imágenes destinadas al turismo fundamentado en los principios de 1) fragmentación (seleccionando qué se muestra y qué no), 2) tematización (proponiendo el vínculo entre un motivo y un concepto), 3) romantización (descontextualizando las imágenes para generar un efecto de comunión íntima con el visitante) y 4) estereotipación (congelando un tipo de percepción específica para ser difundida y perpetuada)²⁸.
- 17 Al igual que lo indicado para los textos, encontramos que las imágenes seleccionadas para construir una imagen de Buenos Aires buscan mostrar cosmopolitismo y modernidad. En tal sentido, decidimos no segmentarlas de forma cronológica sino siguiendo el hilo de las estrategias utilizadas para este fin. La primera y más frecuente es la que aborda la doble función de Buenos Aires como puerta de entrada al país y capital de la nación. Aquí el cosmopolitismo y la modernidad se presentan a través de la fotografía a las infraestructuras que dan cuenta de los servicios debe tener una gran ciudad. Esto se debe a que, como se mencionó arriba, muchas de estas primeras guías no estaban dirigidas inicialmente a los turistas tal como hoy los concebimos sino a hombres de negocios o inmigrantes que venían a instalarse al país y que, de acuerdo con los escritos relevados, podían ignorar o tener una idea errada acerca de la realidad material de la ciudad (Figuras 1, 2, 3 y 4).
- 18 Respecto a la forma de mostrar estas infraestructuras, las figuras 1 y 2 presentan una toma aérea que permite abordar la grandiosidad de los proyectos urbanos señalados en los epígrafes, al tiempo que en los bordes de los emplazamientos también se adivina una

ciudad que avanza sobre la pampa expandiéndose de manera ordenada y armoniosa, segmentada en calles, con árboles y espacios verdes. En el caso de la figura 1, además, la imagen de los Nuevos Mataderos permite dar cuenta del lugar de la Argentina como gran productor y exportador agropecuario. La figura 3, por su parte, reúne un collage de edificios dedicados a la prensa, presentando cantidad y diversidad como algo propio de una gran urbe. En este caso la fotografía plana de fachada cumple con la intención de mostrar cuán bien representada se encuentra la prensa como institución. Por último, la figura 4 utiliza un encuadre en escorzo para abarcar la totalidad del Hospital Argerich, construido con un lenguaje moderno, propio de una ciudad moderna.



Figura 1 – Producción. “Nuevos mataderos, en Liniers”, en Pedro Zavalla, *La llave de Buenos Aires*, Buenos Aires, Pelele, 1937, p. 65



Figura 2 – Comunicaciones. "Aeroparque de Buenos Aires, emplazado entre la ribera del Río de la Plata y los jardines de Palermo", en s/a, *Guía Peuser de Turismo*, Buenos Aires, Peuser, 1950, p. 55

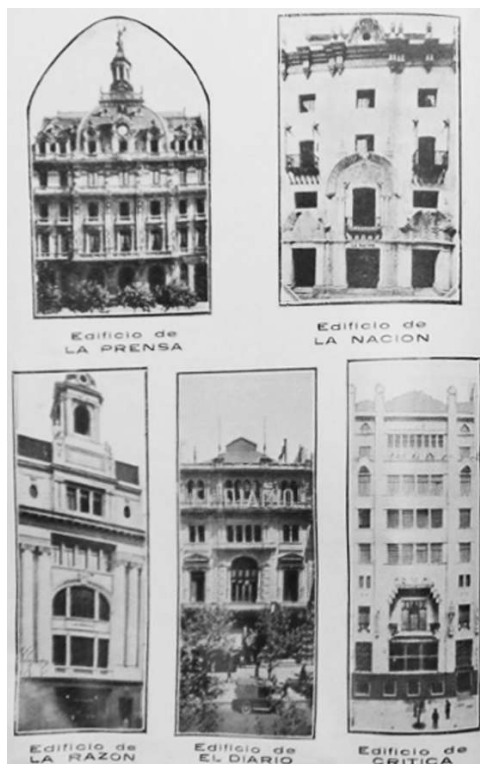


Figura 3 – Prensa. "Edificio de la Prensa", "Edificio de La Nación", "Edificio de La Razón", "Edificio de El Diario", "Edificio de Crítica", en Moreno Díaz, A., *Por tierra argentina*, Buenos Aires, S/E, 1930, p. 42

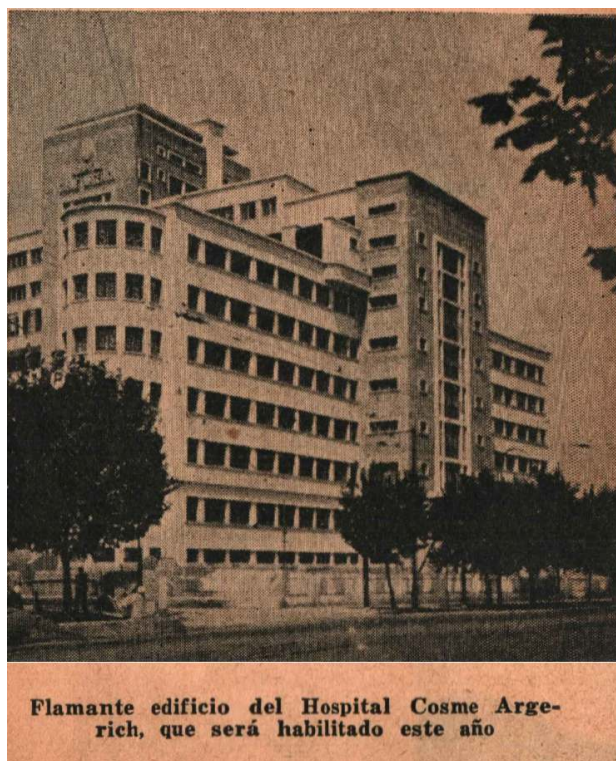


Figura 4 – Salud. “Flamante edificio del hospital Cosme Argerich, que será habilitado este año”, en s/a, *Guía Peuser de Turismo*, Buenos Aires, Peuser, 1944, p. 17

- 19 La segunda estrategia, menos frecuente pero igualmente efectiva para mostrar modernidad, propone una comparación entre dos tiempos de la ciudad. En este juego de “antes-ahora” se desafía la idea imaginada de Buenos Aires como ciudad atrasada contraponiéndola con adelantos urbanos, arquitectónicos, culturales (Figuras 5, 6 y 7). En este caso, las fotografías seleccionadas también presentan diversas formas de mostrar esta idea. Así, la Figura 5 contrapone en primer término una vista panorámica ubicando la Plaza Mayor como eje hacia cuyos bordes se abre la ciudad aun aldeana que se pierde en el horizonte y donde el cielo amplio completa el margen superior. En segundo término se observa otra vista panorámica ahora tomada desde el río, que abarca, inmenso, la mitad inferior de la fotografía para mostrar por encima la pujanza de una ciudad edificada, industrial y abierta al mundo en una composición que corta los márgenes, permitiendo inferir que el mismo paisaje continúa hacia los lados. La Figura 6, por su parte, muestra una contraposición técnica en el paso de una ciudad pobre, representada por el dibujo de un mendigo pidiendo limosna a caballo, a una rica, representada mediante una fotografía que destaca la opulencia de sus residencias. En ambos casos el encuadre es el de una vista peatonal, que pone el detalle en la acción del mendigo imaginado por el dibujante y los ornamentos del edificio fotografiado. La figura 7, por último, suma a la contraposición técnica la de la escala, pasando de un registro pictórico que muestra, desde el suelo, los pocos edificios que enmarcan el centro de la ciudad colonial, a un registro aéreo que muestra su crecimiento en cantidad, calidad y complejidad.

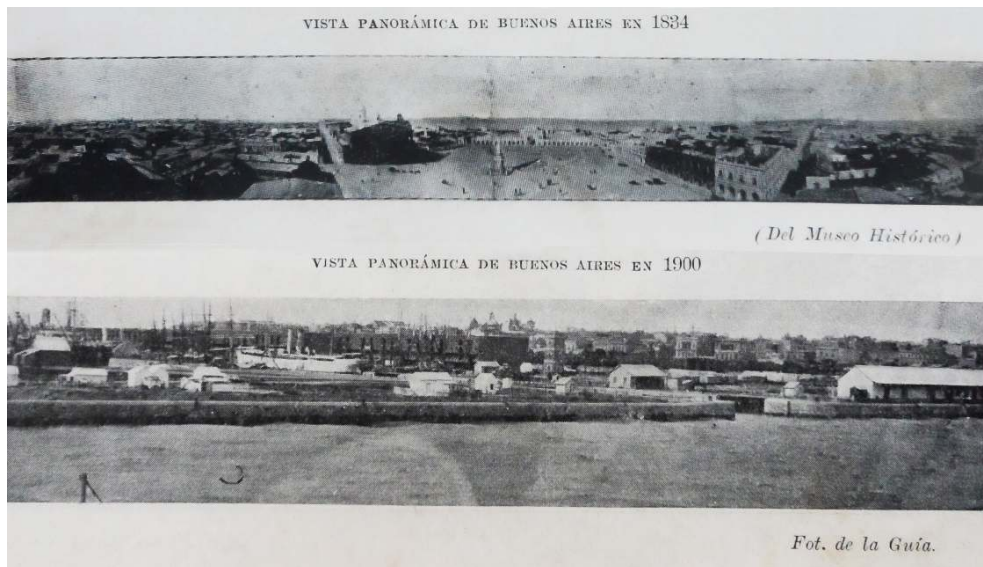


Figura 5 – “Vista panorámica de Buenos Aires en 1834” y “Vista panorámica de Buenos Aires en 1900”, en Arturo Pereyra y Florencio Fernández Gómez, *Guía ilustrada de Buenos Aires para el viajero en la República Argentina*, Buenos Aires, Etchepareborda, 1900, p. 73-74



BUENOS AIRES ANTIGUO. UN MENDIGO Á CABALLO.



BUENOS AIRES MODERNO. CASA DE PEÑA.

Figura 6 – “Buenos Aires antiguo. Un mendigo a caballo” y “Buenos Aires moderno. Casa de Peña”, en Vicente Blasco Ibáñez, *Argentina y sus grandezas*, Madrid, Española Americana, 1910, p. 505-506



Figura 7 – “Buenos Aires antiguo. Vista tomada desde San Martín y Rivadavia en dirección al Cabildo” y “Vista parcial del centro de la ciudad. A la izquierda, la Casa de Gobierno y la Plaza de Mayo”, en Automóvil Club Argentino, *Guía de viaje. Zona Centro*, Buenos Aires, ACA, 1942, p. 36 y 41.

- 20 La tercera y última estrategia presenta la ciudad moderna y cosmopolita enfatizando aquellos elementos que aportan singularidad al destino: se trata de imágenes de las vías comerciales y céntricas, espacios públicos organizados y embellecidos, edificios reconocidos por su función, belleza o antigüedad y actividades de esparcimiento. En este caso sí aparecen los usuarios de la ciudad – a pie, en bicicleta, en carruajes y en automóviles – en forma de multitudes, para mostrar la condición eminentemente metropolitana de esta ciudad vibrante, que ofrece entretenimiento diurno y nocturno. La figura 8 resalta la vida nocturna que puede ser disfrutada por todos – se ve incluso a familias con niños – en un espacio iluminado, organizado y embellecido, enmarcado por una arquitectura sólida y regular en cuya base se adivinan locales que se suceden hacia el punto de fuga, iluminado por las últimas luces del atardecer. Al tratarse de una pintura, en esta imagen es posible advertir detalles que las fotografías no permiten, como el color de los automóviles y la vestimenta de las personas, todo lo cual muestra la opulencia de esta gran vía. La figura 9 es similar en algunos aspectos, mostrando la sociabilidad de la gente respetable en el hipódromo. En este caso, la vista en escorzo permite intuir la masividad del evento, mostrando las aficiones locales. Para el caso de la figura 10, 40 años posterior a las dos anteriores, la modernidad de la vida citadina se muestra a partir de la cantidad de autos circulando por la ya consolidada calle de entretenimiento de Buenos Aires: la Avenida Corrientes. El enfoque diagonal pone en primer plano a la derecha una marquesina publicitaria y los carteles de neón propios de las calles comerciales. Esto da paso a uno de los edificios de espectáculos más importantes de Buenos Aires: el teatro Gran Rex, símbolo de la arquitectura moderna porteña. El punto de fuga queda escondido por el enfoque elegido, pero se infiere la continuación del ruido y la agitación de una ciudad intensa y excitante.



Figura 8 – Vida nocturna, luz eléctrica. "Buenos Aires. Avenida de Mayo", en Vicente Blasco Ibañez, *Argentina y sus grandezas*, Madrid: Española Americana, 1910, p. 504

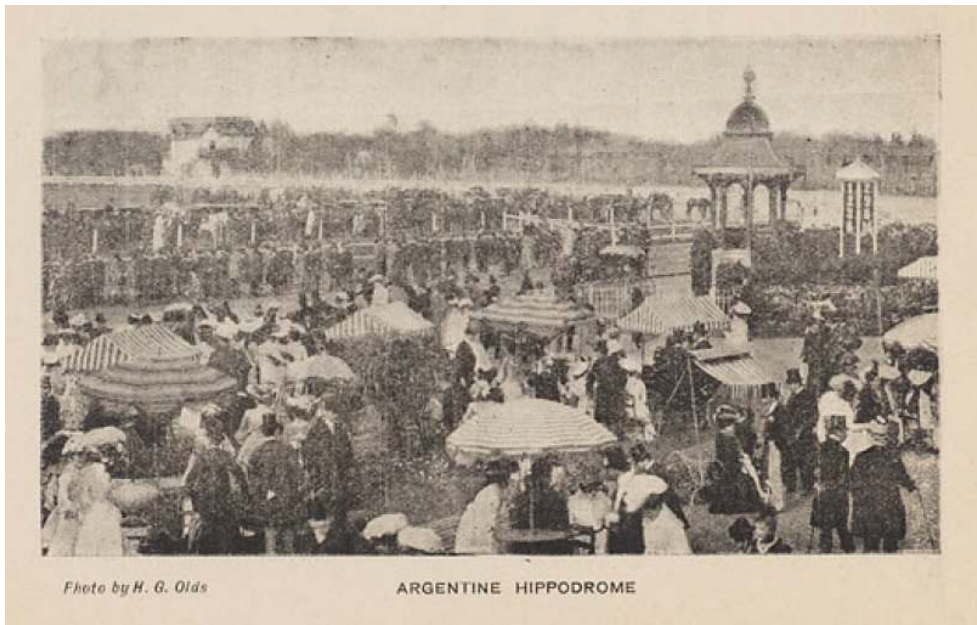


Figura 9 – Entretenimiento y sociabilidad. "Argentine Hippodrome", en James McGough, *Guidebook to the city of Buenos Aires*, Buenos Aires, The English Book Exchange, c.1911, p. 78



CAPITAL. — Calle Corrientes.
CAPITAL. — Corrientes Street.

Figura 10 – Grandes calles comerciales. "Capital – Calle Corrientes", en Administración General de Parques Nacionales y Turismo, *Visión de Argentina*, Buenos Aires, Ministerio de Obras Públicas, 1950, p. 16

A modo de cierre

- 21 De acuerdo a las imágenes presentadas en este trabajo, se observa que los manuales y guías de viaje del periodo mencionado confluyen en la imagen de ciudad que se intentaba construir para el visitante. Esta es la base de la imagen turística, que cumple la doble función, por un lado, pedagógica, informando sobre la correcta apreciación de la ciudad (qué ver, cómo interpretar lo mirado) y, por el otro, semiótica, ofreciendo íconos inconfundibles para su identificación.
- 22 Recuperando lo mencionado al inicio, podemos concluir que la articulación de los textos y las imágenes en las guías turísticas permiten observar la *figura* de un destino en tanto construcción social persistente creada y estabilizada por un relato (textual y visual) acerca del mismo. Además, dicha figura contribuye a fijar un imaginario en los visitantes, que incluye sus deseos y expectativas en base al relato construido por las guías (entre otros materiales como el cine, el tango, los relatos de viaje y tarjetas postales).
- 23 Para nuestro caso de estudio, resultó útil la utilización los mencionados principios elaborados por Santillán para el análisis semántico de las imágenes turísticas. Así, encontramos que las imágenes seleccionadas son producto de una fragmentación mediante la cual se toman algunos edificios o paisajes urbanos y se los vincula temáticamente con ciertas ideas que se quiere comunicar vinculadas al progreso, la modernidad, la cultura, el entretenimiento y la belleza. Para ello se elige una contextualización específica – soledad para mostrar la majestuosidad de los edificios, multitud para mostrar la vida urbana en las calles – que con el tiempo establecerá la

imagen estereotipada que se quiere difundir. Por otra parte, esta estabilización de las figuras que conformaron la base de la imagen turística de Buenos Aires formaron parte de una estrategia para transpolar las virtudes atribuidas a ella (modernidad y cosmopolitismo/"europeidad") como sinécdoque y metonimia del país.

- 24 En suma, el propósito de este trabajo ha sido contribuir al estudio acerca del modo en que se construye la mirada sobre la ciudad. Poniendo en diálogo el campo de la historia cultural urbana con el del turismo proponemos un nuevo eje de análisis para complementar y enriquecer los abordajes tradicionales, a partir de introducir la "imagen turística" como parte importante de la construcción simbólica y material de la ciudad.

NOTAS

1. Una primera versión de este artículo se presentó en el *I Congreso Iberoamericano de Historia Urbana* celebrado en Santiago de Chile en noviembre de 2016. La autora desea agradecer las sugerencias y comentarios de los revisores, que ayudaron a ajustar el argumento y complejizar el texto.

2. Graciela Silvestri, *El lugar común. Una historia de las figuras del paisaje en el Río de la Plata*, Buenos Aires, Edhasa, 2011, p. 23.

3. Susan Stewart, *El ansia*, Rosario, Beatriz Viterbo, 2013, p. 13.

4. Roland Barthes, *La cámara lúcida*, Buenos Aires, Paidós, 2012, p. 29.

5. Zuelow, Eric, *A history of modern tourism*, Londres, Palgrave, 2016, p. 79.

6. Graciela Silvestri, *El color del río. Historia cultural del paisaje del Riachuelo*, Bernal, UNQ, 2004; y *El lugar común*, op. cit.

7. Marta Mirás, *Imágenes del espacio público. Paisaje, ciudad y arquitectura, una historia cultural de Buenos Aires, 1880-1910*, Buenos Aires, Concentra, 2014.

8. Silvestri, Graciela, "Postales argentinas", en Altamirano, Carlos, *La Argentina del siglo XX*, Buenos Aires, Ariel-UNQ, 2001, p. 111-135.

9. Entre otros, Makarius, Sameer, *Buenos Aires, mi ciudad*, Buenos Aires, EUDEBA, 1963; Príamo, Luis, *Imágenes de Buenos Aires 1915-1940*, Buenos Aires, Fundación Antorchas, 1998; Coppola, Horacio; de Zuviría, Facundo y Gorelik, Adrián, *Buenos Aires [Coppola+Zuviría]*, Buenos Aires, Ediciones Larivière, 2012; Alfaro, Alberto y Bellati, Jorge, *Revelando Buenos Aires. Fotos de la Colección Bizzoli 1870-1880*, Buenos Aires, Albe, 2013; Balmaceda, Daniel, *Buenos Aires en la mira*, Buenos Aires, Sudamericana, 2014.

10. Shmidt, Claudia, *Palacios sin reyes: arquitectura pública para la "capital permanente". Buenos Aires 1880-1890*, Rosario, Prohistoria, 2012, p. 141.

11. Los diarios de viajeros también proponían una imagen de la ciudad que circulaba en Europa, aunque no son considerados aquí en tanto su objetivo no era fomentar la inmigración, los negocios o el turismo. En tal sentido, si bien algunos hablan de las bondades del suelo y de su gente, otros resaltan características que encontraban negativas para el establecimiento de sus coterráneos. Como ejemplo de estos últimos, en 1818 Alexander Gillespie señala el fanatismo religioso de los porteños, la proliferación de la mendicidad y el saqueo del gobierno a los vecinos pudientes para engrosar el erario público, mientras que en 1820 Emeric Essex Vidal remarca la dificultad para hacer negocios por causa de la pereza del tipo local y en 1826 John Miers describe horrorizado las casuchas que vio al desembarcar en Buenos Aires, desharrapadas y desoladas, con

más semejanza a una prisión que a las residencias de una ciudad industrial (Gillespie, Alexander, *Gleanings and remarks collected during many months of residence at Buenos Ayres and within the upper country*, Londres, Leeds, 1818; Vidal, Emeric Essex, *Pictouresque illustrations of Buenos Ayres and Monte Video*, Londres, Ackermann, 1820; Miers, John, *Travels in Chile and La Plata*, Vol. I, Londres, Baldwin, Cradock and Joy, 1826).

12. A partir de esta década la mirada turística cambia producto de nuevas concepciones sobre la preservación patrimonial y el rol del patrimonio urbano como recurso turístico. Al respecto puede verse González Bracco, Mercedes, “Entre la renovación edilicia y la preservación patrimonial: cien años de planificación urbana en la ciudad de Buenos Aires”, en *Urbana*, V. 6, n° 9, CIEC/UNICAMP, ago-diez 2014, p. 3-24.

13. El trabajo con las guías turísticas de Buenos Aires ha resultado hartamente difícil, ya que no se encuentran de manera sistematizada en bibliotecas y/o archivos. A pesar de ello, entendemos que los materiales relevados hasta el momento resultan una muestra significativa como para realizar el análisis aquí presentado.

14. Si bien hay autores que destacan la mirada hacia las ciudades desde los viajes de aprendizaje inspirados en los Grand Tour ingleses (por ejemplo Hanley, Keith y Walton, John K., *Constructing Cultural Tourism: John Ruskin and the Tourist Gaze*, Bristol, Buffalo and Toronto, Channel View Publications, 2010), los viajes de ocio fueron tradicionalmente vinculados al descanso bucólico y reparador de las tensiones de la vida urbana. Al respecto puede verse Corbin, Alain, *El territorio vacío. Occidente y la invención de la playa (1750-1840)*, Barcelona, Grijalbo-Mondadori, 1993.

15. Etchepareborda, Agustín, “Al lector”, en Arturo Pereyra y Florencio Fernández Gómez, *Guía ilustrada de Buenos Aires para el viajero a la República Argentina*, Buenos Aires, Agustín Etchepareborda Librero Editor, 1900, s/p.

16. Swindon, Walter, *Buenos Aires y la República Argentina. Manual de Turismo*, s/e, Buenos Aires, 1926, p. 3.

17. Fernández Bravo, Álvaro, “Celebraciones centenarias: nacionalismo y cosmopolitismo en las conmemoraciones de la Independencia. Buenos Aires, 1910 – Río de Janeiro, 1922”, en Jens Andermann y Beatriz González Stephan, *Galerías del progreso. Museos, exposiciones y cultura visual en América Latina*, Rosario, Beatriz Viterbo, 2006, p. 353. Cabe aclarar que, a pesar de esta mirada admiradora de lo europeo entendido como faro de la modernidad, el masivo arribo de extranjeros durante los años finiseculares tensionó esta mirada cosmopolita con un creciente nacionalismo. Como explica Lilia Ana Bertoni, el crecimiento de la población extranjera en un corto lapso de tiempo cambió la imagen positiva de la inmigración por otra más defensiva, ya que los inmigrantes no parecían interesados en integrarse a su nueva patria. A esto se sumaba que los recién llegados provenían de entornos pobres y atrasados, resultando un lastre social. Ver Bertoni, Lilia Ana, *Patriotas, cosmopolitas y nacionalistas*, Buenos Aires, FCE, 2007.

18. En este sentido, entendemos que la imagen de la ciudad no se construye sólo a través de las guías, si bien en este trabajo se las toma como fuente principal. Para indagar sobre otras fuentes que construyen la imagen de Buenos Aires en este periodo véase, entre otros: Gutman, Margarita, *Buenos Aires. El poder de la anticipación: imágenes itinerantes del futuro metropolitano del primer Centenario*, Buenos Aires, Infinito, 2011; Cuarterolo, Andrea, “Entre la educación y el espectáculo: viajes virtuales y discursos etno-geográficos en los primeros travelogues argentinos”, en *Geograficidade*, v. 2, Número Especial, Primavera 2012, p. 168-189; Sabugo, Mario, *Del barrio al centro: imaginarios del habitar en las letras del tango rioplatense*, Buenos Aires, Café de las ciudades, 2013; Pujol, Sergio, *Valentino en Buenos Aires: los años veinte y el espectáculo*, Buenos Aires, Gourmet Musical Ediciones, 2016.

19. De acuerdo con Adrián Gorelik, algunas grietas de esta construcción pueden verse a partir de las reflexiones y propuestas de Sarmiento, quien rechazaba la emulación a la vieja y anquilosada Europa y en cambio proponía como modelo la pujanza y movilidad social de Estados Unidos. Frente al proyecto de Alvear de consolidación del centro tradicional, su propuesta de crear un

“Parque Central” en Palermo (emulación del Central Park neoyorkino), por fuera de la ciudad consolidada muestra la voluntad de Sarmiento de armar un nuevo centro que representara a Buenos Aires como la nueva ciudad americana. Otro momento donde se avizora esta grieta es, como se mencionó en la nota anterior, cuando la elite comienza a sentirse invadida por la “Europa real”, asistiendo azorados al crecimiento caótico de la ciudad en manos de las masas inmigrantes, que transformaban materialmente la ciudad con estilos arquitectónicos eclécticos. No obstante, la percepción de los viajeros europeos, sobre todo del Centenario en adelante, van a contribuir a consolidar una imagen de ciudad europea, ya que – de acuerdo a la paradoja señalada por Gorelik – para su mirada la abundancia de inmigrantes europeos y la arquitectura ecléctica transformaba a la ciudad en un lugar familiar. De esta manera la imagen europea de Buenos Aires se cristaliza a medida que avanza el siglo XX y ya no se ve modificada por los cambios posteriores que atravesó la ciudad (Gorelik, Adrián, “¿Buenos Aires europea? Mutaciones de una identificación controvertida”, en *Miradas sobre Buenos Aires*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2004, p. 71-94.)

20. Giuseppe Ceppi, *Guida dell'emigrante italiano alla Repubblica Argentina*, Buenos Aires: Stabilimento Tipográfico Roma, 1900, p. 68 (n/t).

21. Vicente Blasco Ibáñez, *Argentina y sus grandezas*, Madrid: La editorial española americana, 1910, p. 5.

22. Administración General de Parques Nacionales y Turismo, *Visión de Argentina*, Buenos Aires, Ministerio de Obras Públicas de la Nación, 1950, p. 8.

23. Pestarino, Julieta, *La imagen fotográfica bajo la mirada antropológica. El caso de la Sociedad Fotográfica Argentina de Aficionados*, Tesis de Licenciatura en Ciencias Antropológicas, FFyL-UBA, 2015, p. 43.

24. Martínez, Alberto B., *Baedeker de la República Argentina*, 2ª Ed, Buenos Aires, Peuser, 1904, p. IX.

25. Blasco Ibáñez, Vicente, *Argentina y sus grandezas*, Madrid, La editorial española americana, 1910, p. 236.

26. *Guía PEUSER de Turismo*, Buenos Aires, Peuser, 1944, p. 12.

27. Mirás, *op. cit.*, p. 79 y ss.

28. Santillán, Vilma Leonora, “La fotografía como creadora de la imagen de un destino turístico. Buenos Aires a través de sus tarjetas postales”, en *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 8, nº 1, 2010, p. 71-82.

RESÚMENES

Hoy en día, la industria turística nos ofrece destinos de viaje a través de ciertas imágenes repetidas para ser fijadas como icónicas. Al pensar en Buenos Aires, el obelisco, la Plaza de Mayo y el Palacio del Congreso son algunos de estos lugares propuestos como representaciones de la ciudad. Ahora bien, ¿fueron siempre estas imágenes? ¿cuáles fueron los criterios de selección? ¿a quiénes estaban destinadas? ¿qué decían (y aún dicen) de la ciudad? Partimos de la hipótesis de que existe una “imagen turística” de Buenos Aires que acompañó la construcción del Estado-nación, pero que también formó parte del desarrollo de nuevas tecnologías y la creciente mercantilización del ocio en un contexto de surgimiento de la sociedad de masas. En atención a la importancia de las guías de viaje en dicho proceso, analizamos una serie relatos y fotografías que, circulando en materiales de lectura bajo diversas denominaciones (“manual del viajero”, “guía

del viajero”, “guía turística”) fueron elaborados con la intención de mostrar la ciudad a los posibles visitantes. Allí observamos qué narraciones e imágenes fueron seleccionadas y cómo fueron organizadas, atendiendo a la necesidad de mostrar una ciudad moderna y cosmopolita.

Nowadays, the tourist industry offers us travel destinations through certain repeated images to be fixed as iconic. When thinking about Buenos Aires, the obelisk, the Plaza de Mayo and the Palace of Congress are some of these places proposed as city representations. So, at what point did these images emerge? What were the selection criteria? To whom were they meant for? What did they say (and still say) about the city? We start from the hypothesis that there is a "touristic image" of Buenos Aires that accompanied the construction of the nation-state, but also was part of the development of new technologies and the increasing commodification of leisure in a context of the emergence of mass society. In view of the importance of the travel guides in this process, we analyze a series of photographs that, circulating in reading materials under various denominations ("traveler's manual", "traveler's guide", "guidebook") intended to show the city to potential visitors. There we observe which tales and images were selected and how they were organised, taking into account the need to show a modern and cosmopolitan city.

ÍNDICE

Keywords: urban history, tourism, Buenos Aires, tourist image, tourist guides

Palabras claves: historia urbana, turismo, Buenos Aires, imagen turística, guías turísticas

AUTOR

MERCEDES GONZÁLEZ BRACCO

UBA-CONICET

mercedesbracco@yahoo.com.ar