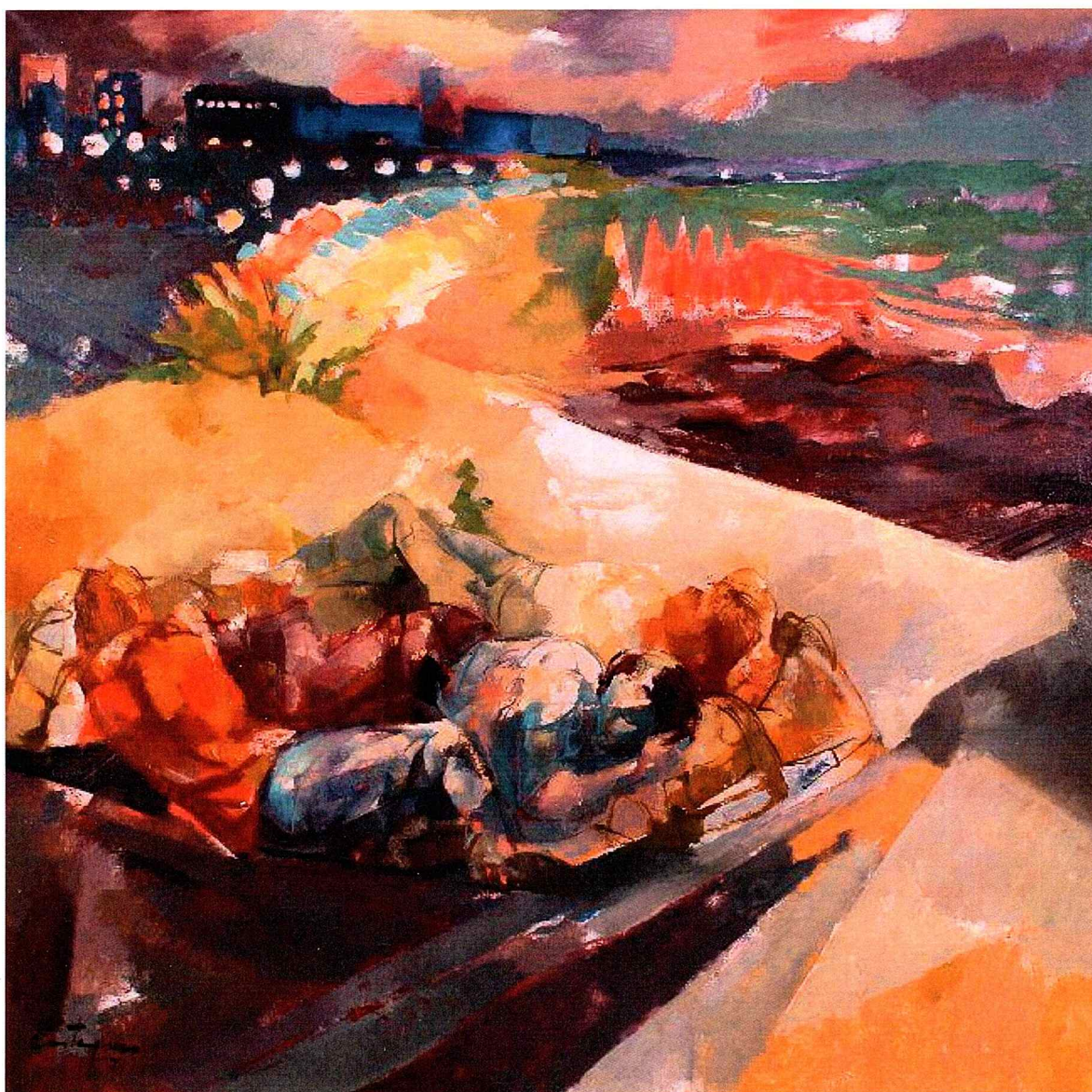


**La construcción de la imagen de Mar del Plata  
(1874-1945). Estudios Visuales de la ciudad  
como aportes para el campo de análisis social**

**Maestrando: Graciela Zuppa**

**Directora: Elisa Pastoriza**



Raúl Castagnino, *Amanecer en la explanada*, 1971, acrílico.

## INDICE

<b>Introducción.....</b>	<b>2</b>
• El uso de la imagen como entrada visual en lo social.....	5
• La experiencia visual.....	6
• El ver, las miradas, los productores y el circuito para exposición .....	9
• Acerca de la proximidad del mar.....	13
<b>Capítulo 1.....</b>	<b>16</b>
<b>Historia visual de la aproximación a la playa y la práctica moderna de los baños de mar. Un tema innovador para pintores e ilustradores</b>	
• La percepción del mar.....	18
• Los baños terapéuticos.....	30
• La inauguración del placer.....	35
<b>Capítulo 2.....</b>	<b>50</b>
<b>La construcción de la imagen de Mar del Plata como ciudad balnearia del sudeste de la provincia de Buenos Aires</b>	
• Antes del balneario. Reconocimiento de prácticas significativas que permitieron consolidar un modo de vida sustentable.....	53
• El advenimiento de los nuevos protagonistas.....	63
• Los veraneantes en la playa y la manifestación del bañista.....	81
<b>Capítulo 3.....</b>	<b>90</b>
<b>Prácticas, encuentros, inclusión de nuevos actores sociales en una Mar del Plata para más turistas</b>	
• Genealogía de la imagen de Mar del Plata.....	92
• Las gestiones privadas.....	100
• Las gestiones desde la Intendencia .....	104
• Acciones para un cambio de imagen .....	107
1- Mar del Plata, veraneo agradable y económico	
2- Un viaje con “boletos combinados”	
3- Una estadía a “un paso” de todo	

<b>Conclusiones.....</b>	<b>120</b>
<b>APÉNDICE DOCUMENTAL.....</b>	<b>126</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>138</b>

## Introducción

Las modalidades de análisis de esta propuesta, se organizan con la intención de alcanzar una lectura interpretativa acerca de la construcción de la imagen de Mar del Plata. Esta iniciativa se nutre, principalmente, con las configuraciones sociales gestadas en la ciudad hacia fines del siglo XIX y principios del XX, junto a sus actores, sus prácticas, su cultura visual y las articulaciones con las formas que adquieren las representaciones sociales que las sustentan. Decidir este enfoque, implica entender el concepto de cultura como una voz polisémica y como un campo de prácticas múltiples en el que pueden rastrearse dimensiones que permitan explicar sistemas simbólicos y formas de aprehender y organizar significativamente la realidad social.

Para alcanzar estos propósitos, se ha concentrado la atención en las actitudes del hombre junto al mar, desde historias remotas, tierras distantes, conquistas alcanzadas y transferencias formales a los modos de la visualidad de cada tiempo y cada escenario. En este marco, es necesario puntualizar una serie de objetivos particulares vinculados con los cambios significativos que se experimentan en la expresión de la imagen de la ciudad de Mar del Plata y en sus cualidades funcionales. En primer lugar, se propone detectar los indicadores visuales históricos, fuera de territorio argentino, que redefinen la playa como un espacio vinculante con el goce moderno del baño de mar. En segundo lugar, verificar las transformaciones e intervenciones en el sitio costero que permiten percibir el abandono del modelo agropecuario y el impulso hacia el desarrollo de una ciudad balnearia en el sudeste de la Provincia de Buenos Aires. En tercer lugar, descubrir los nuevos actores sociales que protagonizan la expresión estética y que propagan la aparición de la vida en los balnearios y, finalmente, indagar las características de las estrategias propagandísticas y publicitarias generadas para lograr la transición de un balneario de elite a uno abierto y al alcance de más grupos sociales.

El análisis de la ciudad de Mar del Plata, durante el período seleccionado (1874-1945), permite descifrar y comprender los múltiples y complejos procesos culturales que transformaron la sociedad argentina hacia la mitad del siglo XX, tiempo en el que se experimentaron las mutaciones que desdibujaron las inaugurales características urbanas del sitio. En una reducción de escala, necesaria para discernir la complejidad de las

transformaciones sociales, es donde el estudio de la ciudad cobra su interés. Como hipótesis de trabajo se plantea que las prácticas de elaboración de la imagen de la ciudad son una alternativa a las formas de lectura de lo social y es posible detectar que las lógicas de los diferentes grupos que actuaron en el balneario generaron y promovieron representaciones que, al manifestarse visualmente, permitieron configurar, comunicar y legitimar los cambios significativos en la temporalidad de la imagen, sus prácticas sociales y sus cualidades funcionales.

Este cuadro permite entender que la creciente participación de analistas, en el campo de los Estudios Visuales, conduce a reflexionar acerca del efecto que con ellos se alcanza como es la producción de un nuevo conocimiento y la renovación de las relaciones sociales que lo agencian y comunican. Lo visual ha sido un componente innegable entre los modos expresivos que los diferentes grupos culturales han utilizado a través de la historia. Nuestra época no escapa a estas particularidades, dado que es un tiempo que se desplaza entre imágenes. Del mismo modo, los espacios de la vida cotidiana también son invadidos por experiencias culturales que anidan en este ámbito de la visualidad. Se trata de un terreno que se difunde a través de actos simbólicos y con sentido social, en el que la imagen se vuelve protagonista.

A partir de este contexto, es posible reconocer que estas modalidades de la producción creativa, están alimentando el desarrollo de los Estudios Visuales y de su objeto de atención como lo es la Cultura Visual. Se consolida así, un ámbito en el que se conforman prácticas de análisis que los historiadores destinan para repensar interrogantes y definir argumentaciones que posibiliten la elaboración de nuevos planteos disciplinares.

En cuanto a las investigaciones de la Cultura Visual, núcleo de atención de esta mirada, asisten hoy a un debate en torno a una nueva manera de aproximarse a la comprensión de la imagen. Esta discusión toma sus considerandos de pensadores que se han propuesto renovar los modelos de análisis en vigencia y la inmovilidad registrada en las corrientes críticas. De la mano de estos nuevos conductos culturales, se introducen cuestionamientos vinculados tanto con el objeto de estudio como con los métodos que facilitan el acceso a su comprensión.

Las experiencias recientes entienden que las imágenes, bi y tridimensionales, son parte de un campo visual que se ha extendido dejando atrás el *corpus* más limitado y

sostenido por las formas académicas de la Historia del Arte.<sup>1</sup> Las nuevas estrategias y tácticas puestas en funcionamiento hacen posible la incorporación, en el circuito de estudios, de todos los modos de expresión como los que asumen las pinturas, las imágenes digitalizadas, los avisos publicitarios, las tarjetas postales, las fotografías, los videos, las esculturas, las imágenes electrónicas o el cine.<sup>2</sup> Así como el productor de estos artefactos ha ensayado la apertura en los modos de elaborar sus soportes, incluyendo materiales sugestivos no convencionales, también, quien intenta hacer una lectura interpretativa, pondrá en marcha esa misma versatilidad en los mecanismos que le permitan el acto de reconocimiento. Las tácticas y recursos hermenéuticos se multiplican modelando un nuevo paradigma que implica un enfoque más incluyente, más abierto y renuente a confiar en los juicios de valor. No se puede hablar de una estética universal ni calificar un objeto como perteneciente al mundo del arte de una manera unívoca porque, contrariamente, se reconoce una pluralidad de sistemas de valores que las diferentes culturas construyen y reactualizan de continuo.

Por otro lado, los trabajos de la Estética, que construyen su soporte teórico y los realizados en la Historia del Arte tradicional, junto a los estilos con sus signos, han abierto un acceso diferente al estudio de la imagen. Se trata de una práctica interdisciplinar que ayuda a problematizar los mecanismos de análisis y facilita la intervención desde diferentes vertientes humanísticas. Se incorporan, cada vez con más presencia, aquellas imágenes que, en otras oportunidades, fueron catalogadas como “no artísticas” y que hoy han consolidado un nuevo espacio con manifestaciones visuales significativas y con una importante injerencia en los ámbitos sociales. A partir de estos nuevos objetos de estudio, se apela a la participación y encuentro entre disciplinas, como modo de coordinar la diversidad y la multiplicidad de dimensiones que se necesita para avanzar en la producción de conocimiento.

---

<sup>1</sup> En *La imagen superviviente*, Didi-Huberman recupera al filósofo Aby Warburg quien fuera el generador de la desarticulación de la idea de una historia del arte evolutiva sostenida por las teorías de Johann Winckelmann. Cf. DIDI-HUBERMAN, Georges (2009). *La imagen superviviente. Historia del Arte y tiempo de los fantasmas según Aby Warburg*, Madrid, Editorial Abada.

<sup>2</sup> Se trata de una “concepción inclusiva”, para su ampliación ver GUASCH, Anna María (2003). “Los Estudios Visuales. Un estado de la cuestión”, en *Estudios Visuales: Los Estudios Visuales en el siglo XXI*, Murcia, España, Nº1, p.14

Asimismo, el debate también se genera frente a la revisión de las variables “representación” versus “presentación”, sistema que pone en duda el modelo interpretativo sostenido por años acerca de la imagen como representación. Este enfoque diseña una nueva complejidad para el estudio de los artefactos visuales ya que sostiene que los objetos tienen la capacidad de cambiar según una constante recontextualización que se verifica a través del tiempo. Resulta una aspiración por dotarlos de una vida propia en cuyo caso, la “presencia” implica una provocación a todos quienes intentan conocerlos. Paralelamente, se considera que es la experiencia de la obra la que guía su apreciación porque se distingue en ella la capacidad de aportar datos para completar el proceso interpretativo. Es un camino de ida y vuelta: se ve y, a la vez, se nos devuelve lo que vemos. Podría decirse que una imagen tiene una vida comparable a la nuestra y que atesora la potencialidad de enriquecerse constantemente (MOXEY, 2009:11).

En unas teorías, las de la “representación”, los artefactos visuales cargan con el peso de un significado elaborado por su productor y que es anterior al encuentro con el receptor; en las otras, las de la “presentación”, la interpretación de los sentidos significativos se practica desde un amplio terreno de interpretación, variable y no condicionado por las intervenciones de su creador. Los objetos tienen autonomía y una vida propia, a la vez que tienen su correlato hermenéutico en el lector-crítico que varía en cada ocasión y que se mueve según sus habilidades analíticas almacenadas. En concordancia con estas proposiciones, se refiere:

para bien o para mal, los seres humanos establecen su identidad colectiva creando a su alrededor una segunda naturaleza compuesta de imágenes que no se limitan a reflejar conscientemente los valores previstos por sus productores, sino que irradian nuevas formas de valor formado en el inconsciente político colectivo de sus observadores (MITCHELL, 2005:22).

Así, los artefactos propenden a estimular nuevas formas de acercamiento para su comprensión, según diferentes oportunidades y como respuesta a los mecanismos movilizados en cada acto de reconocimiento. Análogamente, nuestras experiencias se enriquecen en cuanto recorremos, a través de las imágenes, modos alternativos de relacionarnos con la realidad.

## El uso de la imagen como entrada visual en lo social

La cultura visual se construye a partir de aquellas cosas que podemos ver o cuya existencia nos estimula por su carácter de visibilidad. Además, las cosas determinadas por esa cualidad se incluyen e interactúan en la vida social. Por tanto, es importante atender el auge de los estudios visuales y los vínculos tendidos desde las distintas disciplinas sociales. Esta particularidad ha permitido una aproximación hacia cuestiones de la historia urbana, es decir, a los modos de mirar el ámbito que nos incluye y, específicamente, a los efectos que se desencadenan a través de prácticas que estetizan los diferentes ámbitos de la vida cotidiana.

Las imágenes, junto con los documentos escritos, los libros y los monumentos resultan fuentes para el conocimiento, dado que todos aportan información a la memoria; pueden mostrarnos cómo aparece el mundo y cómo es posible alterarlo. Las imágenes conforman un archivo que se integra en el mundo ordinario, no sólo en los campos de la Estética sino, también, en los de la Política, la Sociología, la Antropología, la Tecnología y la Ciencia; en sus apariciones múltiples sufren, simultáneamente, la censura, los rechazos, la admisión y las aprobaciones. Por estas conexiones, es que las imágenes requieren de una habilidad crítica para poder comprenderlas; su interpretación no es fácil porque están en el presente pero viven como resultado de un enlace de tiempos acaecidos.

Desde hace algún tiempo, se comprende que la imagen no tiene *un* sentido de antemano, ni se la percibe como *un* significante que remite a *un* significado. Junto a Didi-Huberman,<sup>3</sup> se rescata que “la imagen arde en su contacto con lo real” porque provoca y estimula desde su propia dinámica; se asiste, así, a la producción de un saber problemático que permite descorrer velos a modelos interpretativos abroquelados.

Las imágenes dicen mucho más de lo que se descubre ante su presentación; sus propiedades físicas son tan importantes como su función social. Para comprenderlas hace falta ver, además, cómo funcionan; resultan, entonces, una herramienta de trabajo para

---

<sup>3</sup> Estos conceptos tienen como referente al texto del autor *Cuando las imágenes toman posición*, en el cual se desarrolla un volver a pensar la imagen en la historia a partir de las especulaciones de W. Benjamin y B. Brecht. En diálogo entre el arte y el tiempo, propone un análisis del enfrentamiento que se advierte entre la toma de posición y la toma de partido junto al lugar que ocupa el montaje entre esas dos situaciones. DIDI-HUBERMAN, Georges (2008). *Cuando las imágenes toman posición*, Madrid, A. Machado Libros.



distintas disciplinas. Por eso se les reconoce que pueden tomar posición y pueden mover el interés por la investigación dado que

encierran al menos dos verdades, la primera de las cuales siempre resulta insuficiente. Toda imagen contiene una verdad más profunda que hay que descubrir, encontrar lo que propone a través de la práctica de la lectura porque las imágenes no nos dicen nada, nos mienten o son oscuras como jeroglíficos mientras uno no se tome la molestia de leerlas (DIDI-HUBERMAN, 2008:41).

Con respecto a la dinámica de la producción de una imagen, se distingue un aspecto inmaterial y otro material; es decir, implica un proceso en el que algo es para alguien y que, paralelamente, desencadena una relación que se instala en la conciencia, como imagen interior. La identificación de ese algo significativo y cargado de sentido, a la vez, es el resultado de una elaboración material que asume la forma de una postal, una pintura o un folleto. De allí que nos cuestionemos tanto por su naturaleza visual cuanto por los efectos de sentido que produce en nosotros.

Ahora bien, podemos preguntarnos si una imagen nos acerca a lo real y si tiene el poder de comunicarlo. Como primera aproximación, diremos que la imagen puede llevarnos más allá de sí misma porque no es un mero espectáculo ni nos aparta de las cosas; puede tocar lo real, aunque de forma incompleta. Como no dice todo, es importante profundizar en ese algo que dice para saber más de lo que aún no se ha descubierto. La imagen puede mostrar lo que no se ha visto, por ejemplo, una playa, una rambla y, en ese acto de mostrar lo desconocido, es capaz de incentivar el deseo de frecuentarla. Así, como no se puede ver el deseo, se pueden crear imágenes y articulaciones visuales que lo evoquen y lo materialicen. Después de los trabajos críticos producidos en contextos diversos por Aby WARBURG (1966), Carl EINSTEIN (2002), Georges BATAILLE (2003) y Walter BENJAMIN (2005), la imagen debería ser entendida como “documento y como objeto de sueño”; como “obra y objeto de paso”; como “monumento y objeto de montaje”; como “no-saber y objeto de ciencia”.

### **La experiencia visual**

En la actualidad, un objeto visual, producto de las habilidades y destrezas de un creador, no tiene fronteras visibles técnicas porque puede participar, desde una diversidad

de prácticas, con superposición de procedimientos, en diferentes soportes y combinando mediaciones como las técnicas mixtas o *performances*, entre otras. Esta multiplicación de los repertorios formales visuales dinamiza y modifica actitudes y comportamientos de los agentes consumidores. Así, quienes trabajan desde la recepción también transfiguran sus discursos críticos con nuevos recursos analíticos y movilizan los mecanismos tácticos interpretativos. A la vez, deben remodelar constantemente sus dispositivos de aproximación a la imagen porque ella misma cambia permanentemente. Esta condición mudable de la capacidad hay que construirla, enriquecerla y reformularla porque nadie viene dotado naturalmente con esa habilidad; es cultural y nos habilita para aprender a ver y a establecer interrelaciones con más elasticidad. Todas estas acciones no se asimilan desde los procedimientos de la textualidad sino desde la visibilidad. Por eso,

la teoría de la imagen es producto de la comprensión de que los elementos que forman parte de la condición de espectador (la mirada, la mirada fija, el vistazo, las prácticas de observación, la vigilancia y el placer visual) pueden ser un problema tan profundo como las diversas formas de lectura (el acto de descifrar, la decodificación, la interpretación, etc.) y esta "experiencia visual" o "alfabetismo visual" no se puede explicar por completo mediante el modelo textual (MITCHEL, 1994:16)

Producida y eyectada la imagen, comienza su rodar por el mundo, entre diferentes contextos y gentes, desestimando el protagonismo de su origen y sin importarle el perderse en entramados de otros entornos. Verla, no implica asegurar su filiación; sólo conduce a poner en movimiento una serie de vínculos que harán irrelevantes todos los intentos de acomodarla en un tiempo, un ámbito o un grupo cultural determinado. No hay lugar para esa búsqueda y

[...] la queja de que las imágenes son sacadas de su contexto (de su contexto cultural, intención artística o cualquier otro tipo de contexto previo) no es válida. Luchar por unir las de nuevo a sus fuentes no sólo es imposible (pues esto, en efecto, produce nuevo significado); es además no entender lo que es verdaderamente poderoso de ellas, su capacidad de generar significado y no simplemente de transmitirlo. (BUCK-MORSS, 2006:40)

Siguiendo estas reflexiones, es posible articularlas con los enunciados de Mieke Bal, quien reconoce que "la equiparación del significado con la intención del autor o el artista, se debe a una equiparación irreflexiva" porque las intenciones del sentido modeladas, nunca se comportan como una etiqueta. Los objetos responden a los cambios y sirven para

poner de manifiesto las particularidades culturales a través de la historia. Por eso, entre objeto y sujeto se establece más una interacción que una relación vertical. (BAL, 2006:31)

En este escenario, se puede sostener que se necesitan de “nuevas humanidades” que concedan medios aptos para concretar los procesos de análisis, reconociendo que se trata de disponer de instrumentos que favorezcan la puesta en movimiento

de disposiciones conceptuales que *manejen* esa tradición exclusivamente como caja de herramientas versátil con la que enfrentarse a un objeto que, definitivamente, está fuera de sí, habitando lo *real*: la constelación de prácticas y modos de hacer a través de lo que genera simbolicidad, significado cultural. Bajo esta perspectiva, tales *nuevas humanidades* se constituirían más como recursos procedimentales que como saberes sustantivos, como relatos fijables. (BREA, 2006:15)

Las imágenes que se trabajan en esta propuesta no estaban allí para contar lo que había pasado en una época con certezas y referentes consolidados. Todo lo contrario, resultaron una materia problemática para la interpretación, de conformación dinámica y cambiante como también lo somos quienes intentamos su desciframiento. Su desfase en el tiempo, es decir, la falta de *su* pasado y el indicio de *un* presente, el que anida en el momento de interpretarlas, es el motivo que evidencia su complejidad y su capacidad para hacer visibles otras relaciones. Por eso, ante una imagen, se ponen en movimiento una serie de interrogantes para reactivar no sólo la memoria y la comprensión de lo acontecido sino, también, lo que fue capaz de devolver el objeto en su aparición y en el encuentro con el observador.

Conformado este proceso, se reconoce que el campo de interpretación de una imagen se construye a través de una densidad temporal que resulta de sumar los diversos aportes que la organizan y componen. De allí que no sea posible descifrar una imagen acudiendo sólo a las fuentes contemporáneas a su elaboración y que sea necesario estudiar la red compleja que evoca, entre líneas, “un montaje de tiempos heterogéneos” (DIDI-HUBERMAN, 2005). Resulta, entonces, que el pasado que anida en las imágenes se construye desde diversas perspectivas (otros tiempos, otros mitos, otras prácticas); no linealmente y sólo como resultado del entretejimiento de estas múltiples contribuciones. Para indagar los contenidos expresados en los diferentes soportes, se intentarán

transparentar las supervivencias,<sup>4</sup> las conexiones y las relaciones, incursionando en cada dato relevante. Estas persistencias diversas conducen al encuentro formal de una estratificación imaginaria, lista para ser interpretada desde particulares miradas que, a su vez, serán movidas según los resortes que cada lector-intérprete conyoque.

### **El ver, las miradas, los productores y el circuito para exposición**

[En Támara] El ojo no ve cosas sino figuras de cosas que significan otras cosas: las tenazas indican la casa del sacamuelas, el jarro la taberna, las alabardas el cuerpo de guardia, la balanza el herborista. Estatuas y escudos representan leones, delfines, torres, estrellas: signo de que algo —quién sabe qué— tiene por signo un león o delfín o torre o estrella [...] mientras crees que visitas Támara, no haces sino registrar los nombres con los cuales se define a sí misma y a todas su partes (CALVINO, 1990:61).

Las teorías actuales acerca de la imagen se encuentran imbricadas, interrelacionadas y resulta complejo establecer límites entre sus diferentes vertientes. Se habla de diversos aspectos de lo visual, entendiendo que se trabajará en un campo cultural donde se reúnen pinturas, avisos propagandísticos, ilustraciones humorísticas y fotografías. Para ello, se piensa en una historia de las imágenes desde una entrada visual en lo social (MITCHELL, 2003:25), con el fin de reconocer que las prácticas de observación y análisis configuran una alternativa para la interpretación de los distintos procesos culturales y porque juegan como mediaciones que filtran las relaciones sociales.

El punto de partida se establece ante las nuevas formas de ingresar a los Estudios Visuales y presentar los mecanismos metodológicos para su comprensión. Este propósito se alcanza, si se sostienen actos críticos, buscadores de sentido, reivindicando producciones y soportes visuales antes excluidos. Se prioriza, entonces, el papel de las imágenes en la vida de un grupo cultural para detectar su aspecto significativo y movilizador antes que reparar, solamente, en sus valores estéticos. Resulta, así, un conocimiento comprometido, diverso, como correlato de un entramado de operaciones analíticas. La tarea emprendida conduce al

---

<sup>4</sup> Se hace referencia a la noción desarrollada por Aby Warburg. Cf. DIDI-HUBERMAN, Georges (2005). *Ante el tiempo*, Buenos Aires, Adriana Hidalgo editora.

encuentro de fragmentos de momentos anteriores, pero sin enfrentar el pasado sino la memoria visual de ese pasado.

Se reconoce que cada imagen promueve actitudes abiertas para la reflexión porque, como ya se anticipó, no tiene un sentido predeterminado y estable. En contraposición, los caracteres del objeto visual y su propia vida se ven enriquecidos según las diversas formas que tengamos de acceso a su reconocimiento. Además de relativa, se advierte que “la imagen es fugaz, es algo que vive y que sólo nos muestra su capacidad de verdad en un destello” (DIDI-HUBERMAN, 2009). Por estas particularidades, cuando se trabaja con imágenes, es conveniente preguntar más por los secretos y reservas que se arraigan en su estructura antes que por *su* significado.

Para lograr hacer productivo este encuentro, es importante reconocer que el ver es un acto complejo y atravesado por intervenciones plurales; no es sólo biológico sino histórico y cultural. Se construye, se modifica y se transforma a partir de las disponibilidades que cada receptor pone en funcionamiento desde los recursos que almacena su capital simbólico. Es decir, es posible saber algo más de lo que se está viendo, que se tengan más datos y que esos datos provengan desde el conocimiento y no desde lo visual. Para algunos autores lo cognoscible

es mucho más amplio que lo visible [*y adhieren a la idea de que*] todo lo que puede ser visto es a la vez cognoscible, es decir, origina conocimiento [...] Así, el ojo es un dispositivo de producción cognitiva que tiene que vérselas con algo más que puras formas, con algo más que mera opticalidad retiniana. Con la sospecha de que lo que el ojo percibe son, en última instancia, significados, conceptos, pensamientos [...] que, como tales, resultan irrevocablemente de la inscripción de tales formas y tales imágenes en un orden del discurso, en una cierta episteme específica (BREA, 2007:146-148).

Por otro lado, esa posibilidad de ver y conocer frente a una imagen, también permite descubrir que algo permanecía oculto. En esta experiencia, no sólo se ve *un* objeto sino que se ven *procesos culturales*, promovidos por las prácticas vinculadas con la producción de ese objeto. Y su creador tampoco es *un* sujeto sino que actúa dentro de ese proceso de diseño, imbricado con otros actores que, a su vez, le aportan estímulos y lo ayudan a modelar la elaboración del sentido.

En el observador, el ver y el mirar se asisten y se diferencian. Mientras se ve algo, ocurre una primera aproximación. Por eso, caminar y deambular por *Támara* no habilita a

manifestar que se la ha conocido; se necesita focalizar e intencionar el descubrimiento de sus distintos espacios y secretos, para dar consistencia al proceso de mirar. Luego de esos pasos previos, se inaugura la relación dialógica con la ciudad y, a la distancia, queda en la memoria esa experiencia práctica que se guarda como imagen interior. Aunque el acto de mirar puede ser fugitivo, sus efectos son más duraderos. En este acercamiento, no nos movemos según dogmas porque, el mirar y la mirada, tienen una gran flexibilidad y están influidos por la mediación de los afectos. Para Mieke Bal

El concepto de mirada nos ayuda a valorar la carga ideológica de la posición del sujeto como focalizador [...] El análisis jamás puede consistir en la aplicación de un aparato teórico; la teoría es tan móvil y susceptible al cambio, enraizada a diferentes contextos históricos y culturales, como los objetos. (BAL, 2006:57).

Aunque los artefactos no se comuniquen mediante el habla, sabemos que su silencio puede ser analizado e interpretado y que en tiempos actuales se asiste a procesos transformadores que nos implican en nuevas metodologías. Estas modificaciones surgen como correlato de la aparición de tecnologías que van aportando formas inéditas de conquistar y de elaborar imágenes. La producción cambia, los soportes se reelaboran, la tecnología es protagonista y el receptor se reactualiza.

De la imagen materializada, tangible, con la posibilidad de poseerla y transportarla, pasamos a la imagen electrónica, intangible, en la que todos los supuestos conocidos se trastocan. La imagen producida artesanalmente (la del pincel y del buril) cede terreno a otra dinámica de producción, la que aparece en pantalla, la que se muestra y desaparece en un constante devenir. La promesa de durabilidad y de memoria del régimen escópico anterior,<sup>5</sup> se desarticula en función de acompañar la nueva manera de circulación y consumo que implica multiplicidad, velocidad de lectura y desplazamientos en red. Tanto la producción como el consumo se alejan de lo material y se incorporan entre los intersticios de lo inmaterial y simbólico. Como resultado de esta transformación, se produce la

---

<sup>5</sup> Para Martín Jay, la particular mirada que cada época histórica construye, consagra un régimen escópico. Se trata de un comportamiento de la percepción visual que sostiene el modo de ver de un proceso cultural, por parte de un grupo. Para su desarrollo, el autor considera tres campos oculares diferenciados: la perspectiva lineal del Renacimiento, el siglo XVII holandés y el Barroco. Jay, Martín (2003) "Regímenes escópicos de la modernidad" en *Campos de fuerza, entre la historia intelectual y la crítica cultural*, Buenos Aires, Paidós pp. 221-252

conjunción, en un solo acto, de los mecanismos de producción y reconocimiento. Ambos partícipes, creador y consumidor, comienzan a interactuar en simultáneo porque se trata de un “encuentro sincronizado que potencia la generación de efectos performativos” (BREA, 2007:158). La imagen es simultáneamente compartida por todos los que la localizan y circula como parte de lo público.

Cerrando el itinerario de la renovación, observada en las apariciones de la imagen, se advierte el cambio, también, en el ámbito en el que los consumidores tienen acceso al circuito comercial y a la exposición. Así, de una economía de mercado, se pasa a una economía de red. La obra como mercancía y producto de intercambio comercial, es parte de un mundo en el que el acceso se mide sólo a través del ingreso al conocimiento e información que cada uno detente. Se trata de apropiarse del conocimiento que circula en las distintas redes y no de la compra de una mercancía.

La obra material ha desvanecido su gestión dentro de un circuito económico y la electrónica ha combinado métodos para trasladar la imagen “a domicilio”, haciendo que este escenario sea cada vez menos privado y que la propiedad del conocimiento se vuelva más compartido. La tecnología abre y democratiza la historicidad de lo simbólico; se procesan, en cada producción, nuevas maneras de socializar la llegada. Se advierte, entonces, que han cambiado las formas de circulación de la imagen, sus modalidades de muestreo o exposición y la autoría de quien la produce. No nos encontramos con *artistas* (con la connotación de personaje desigual y privilegiado que conlleva) sino con trabajadores especializados, creadores de sentidos, modeladores de significados y de símbolos.

A pesar de la caracterización negativa y condena de lo visual posmoderno, por fugaz y “pornográfico” que hace Frederic Jameson (1991), es innegable el avance rítmico que se advierte en el campo de los Estudios Visuales y las prácticas de la Cultura Visual. Es decir, se reconoce el poder de las imágenes, la capacidad creciente de expansión que las nuevas tecnologías les imprimen y el consecuente impacto que ejercen sobre los espectadores que, en sus vidas cotidianas, se ven entrelazados con ellas.

Asimismo, Nicholas Mirzoeff (2003) reconoce que la actualidad está permeada por la pantalla y que se advierte “una progresiva y constante vigilancia visual” en las prácticas de la vida diaria, incluso el tiempo libre ha pasado a estimularse, cada vez más, a través de

juegos electrónicos, aparatos que permiten el acceso a Internet o frente a videos. La experiencia humana visual se vuelve más compleja y esa complejidad deriva de los sofisticados avances provocados por la tecnología. Las casas de familia se han transformado en un espacio complejo y versátil que permite a quienes la habitan, sin desplazamientos, resolver problemas laborales, enviar o recibir textos y acceder a todo tipo de conocimiento mediante las aplicaciones de la realidad virtual. Se necesita ver y mirar, antes que creer en algo que se describe oralmente. Este campo emergente permite a los consumidores encontrar información, promover conocimiento y conectarse con la inmediatez que proporcionan los medios. De allí que la Cultura Visual sea

“una táctica para estudiar la genealogía, la definición y las funciones de la vida cotidiana posmoderna desde la perspectiva del consumidor, más que de la del productor. Al igual que el siglo XIX quedó representado a través de la prensa y la novela, la cultura fragmentada que denominamos posmoderna se entiende e imagina mejor a través de lo visual” (MIRZOEFF, 2003, Introducción).

Las imágenes del pasado comparten un espacio en este mundo visual actual. Todo este complejo compartido será modificado por las intervenciones de interpretación que se practiquen en el presente. Los sentidos elaborados serán reacomodados y ajustados a un enlace entre ese pasado y la nueva percepción. Y es esta práctica la que permite la actualización y la posibilidad de seguir comunicando antes de ser amenazados con una irreparable desaparición.

#### **Acerca de la proximidad del mar**

El encuentro con las imágenes y el posterior trabajo hermenéutico resulta complejo y atractivo porque permite construir series, superposiciones, contrastes y comparaciones, todas operaciones esclarecedoras para la puesta en movimiento de la especulación intelectual. En la presente propuesta, generalmente, el encuentro con el material visual fue previo a la construcción del texto que las acompaña porque fue la imagen quien evocó los sentidos a descifrar. El silencio inicial del primer contacto nunca fue un enigma hermético, sino un recurso motivador que abrió las posibilidades para la interpretación.



En los diferentes capítulos elaborados se atendieron las modalidades formales de los artefactos y la práctica de experimentar la imagen, es decir, el episodio mismo de mirar. Esta disposición ha permitido reconocer significados, discursos, gestos, texturas, permanencias, ocultamientos y evidencias; incluso los significados previos concebidos que pudieron ser sacados a la luz o evocados y hechos visibles al seleccionar las imágenes que integrarían el proyecto (HOOPEER-GREENHILL, 2000:50).

Los instrumentos de análisis, aportados por el campo visual, han permitido la construcción de un relato en torno a las distintas maneras de aproximarse al mar que algunos grupos sociales tramitaron en temporalidades diferentes y geografías distantes. La propuesta sugiere no alejarse de las proximidades del mar, rescatando temores, placeres, diferencias, distinciones y desigualdades. Se trata de bucear el interior de los procesos culturales, las transformaciones de las relaciones sociales y los condicionamientos de los comportamientos interpersonales. Es un recorrido entre imágenes que nos propone un desigual modo de pensar lo social y a través de los aportes que los hacedores de artefactos han dejado en cada ocasión.

Conquistado el sitio ribereño en Europa y proyectado el equipamiento que lo transfiguró en un espacio placentero, tanto para el seguimiento de terapias curativas como para el disfrute de entretenimientos en tiempos de descanso, se rastrearon las intervenciones de pintores e ilustradores que dieron forma visual a este uso reciente. A partir de estas instalaciones, se revisan las acciones inauguradas en tierras argentinas, registrando los pasos dados en el sudeste bonaerense, los cambios económicos, el surgimiento de una villa balnearia para la elite y la conquista y reacondicionamiento del ámbito para favorecer el acceso a la ciudad a más grupos sociales.

Resulta un itinerario en tres capítulos, a través de la interpretación de imágenes, con el entrecruzamiento de otras fuentes y con una entrada en diversas temporalidades cuyas fronteras resultaron permeables a las interacciones de los diferentes agentes que llegaban a conquistar el lugar de reposo. A partir de la observación y el análisis se pudieron detectar las lógicas generadas en las representaciones visuales junto a la posibilidad de verificar los cambios significativos que singularizaron la nueva ocupación espacial. Con la pieza gráfica o el artefacto pictórico en mano y el trabajo de descubrimiento de sentido, se elabora un

proceso de entrecruzamiento de datos y es, en ese intercambio, donde se genera la novedad del conocimiento.

En el Capítulo 1, se trabaja con los diferentes modos de apropiación y uso del área frente al mar, en tierra europea, y que se manifiestan en diferentes prácticas sociales; prácticas que se perfilan como una compleja red de relaciones. Estas primeras formas de vínculos con el mar tienen un carácter temerario dado que afloran los nexos con historias míticas, situaciones enrarecidas y personajes aterradores. Sentir placer por tomar un baño, resulta un proceso complejo y prolongado, emprendido por las diferentes conquistas que debieron lograrse a través de la historia. El registro de estas mutaciones se experimentó a través de imágenes y textos escritos que ayudaron a dilucidar las representaciones sociales que las sustentaban. El borde costero, los puertos y bahías, los mitos y monstruos marinos, conjugan su existencia con el tiempo de apropiación del espacio de la playa como sitio para el placer. Una nueva mirada compromete al usuario a generar intervenciones que favorezcan un uso diferenciado y específico. Las innovaciones que el hombre introduce en la naturaleza y en sus relaciones interpersonales tienen, a la pintura, la caricatura y la publicidad como los medios calificados para la difusión y propaganda del último escenario compuesto.

El Capítulo 2 incursiona los itinerarios generados para la construcción de un nuevo significado cultural, el de la *balnearización* de la playa en el sudeste de Buenos Aires que, por otro lado, logra configurar un universo sensorial y novedoso que entrará en el mundo de la expresión visual local. A partir del material encontrado se rastrearon los caminos promovidos, las opciones diferenciadas y los actores sociales que dieron consistencia y materialidad a la idea de proyectar una villa balnearia en Mar del Plata. Sucesivamente, se construyen los nuevos rituales y los consecuentes códigos acordes con las modalidades de integración social a orillas del mar. Mientras los veraneantes foráneos expresaban y diferenciaban los hábitos distinguidos de encuentros en la playa, los residentes propiciaban otras conductas, más austeras y recoletas.

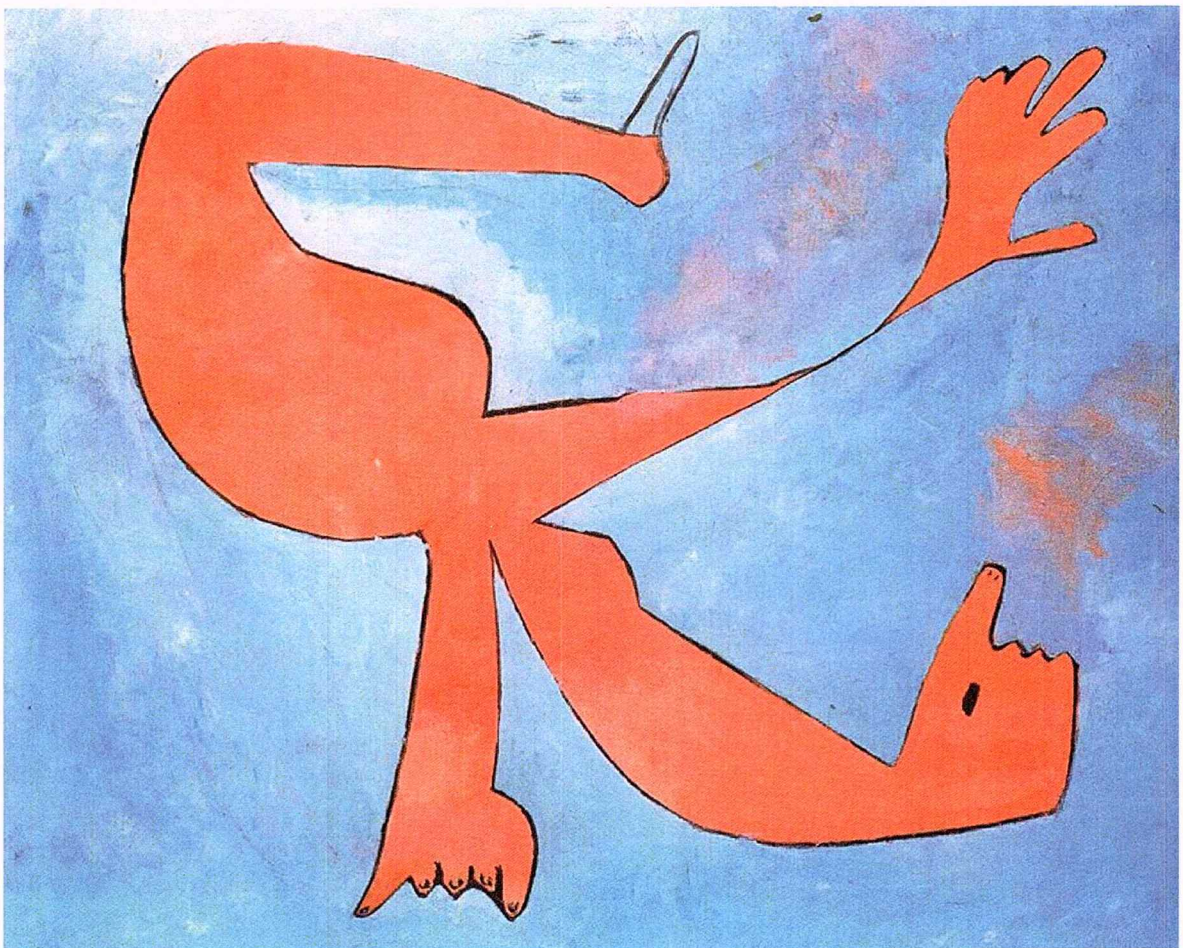
En el Capítulo 3, se indagan las gestiones privadas e institucionales para garantizar acuerdos y promover políticas que arbitren un turismo al alcance de todos. Asimismo, se estudiaron las estrategias propagandísticas y publicitarias que se crearon, desde distintas

vertientes, para facilitar la comprensión de las características del lugar, los cambios en la construcción de la imagen de la ciudad y las expresiones visuales usadas para su transmisión. Para alcanzar tales objetivos, se analizaron los comitentes y los productores de mensajes; las imágenes y los textos escritos que las acompañan; el enlace entre estas dos instancias y la interpretación que se puede generar a partir de su reconocimiento.

De acuerdo con este recorrido teórico-empírico, este trabajo puede contribuir a la profundización de algunas cuestiones vinculadas con el orden de la Historia Urbana mediante los Estudios Visuales y su objeto de trabajo, la Cultura Visual. Se busca comprender artefactos, sus funciones culturales y los diferentes escenarios sociales que los albergaron, trabajando con los efectos significativos que provocaron en sus lectores-críticos. Así, cada capítulo reconoce que los estudios visuales resultan una *arena* emergente propicia para la comprensión del mundo en el que nos movemos y que, por otro lado, la cultura visual es un medio específico de investigación que estimula la construcción de interrogantes alternativos.

## Capítulo 1

Historia visual de la aproximación a la playa y la práctica moderna de los baños de mar. Un tema innovador para pintores e ilustradores



Pablo Picasso, *La nadadora*, 1929, óleo, 162x130 cm.

## Historia visual de la aproximación a la playa y la práctica moderna de los baños de mar. Un tema innovador para pintores e ilustradores

Pensar la playa como un espacio inexplorado, conduce a evocar tiempos remotos donde los mitos y las leyendas legitimaron las conductas de quienes ocuparon ese lugar. Las primeras formas de relación con el mar tienen un carácter peculiar, de buceo de posibilidades; situación que permite mostrar, a la literatura y a las representaciones visuales, un escenario en el que se pueden experimentar estados de conmoción, aversión o repulsa. Sentir placer por tomar un baño de mar fue un proceso lento y complejo. Las conductas y los hábitos fueron construyendo una serie de códigos que permitieron concretar los nuevos modos de consumir el espacio de la costa en tiempos de ocio.

La pintura y la publicidad colaboraron en el registro de los gestos decisivos que construyeron la aceptación del sitio conquistado. Desde esta perspectiva, el hacer de los creadores aportó sus construcciones visuales al proceso fundante de los balnearios frente al mar. Pintores, escritores e ilustradores incursionan en el lugar; primero, como un acto de contemplación y luego, como una conducta relacionada con la aceptación del sitio para los encuentros y las prácticas del baño. Así, el espectro temático del imaginario de diferentes artistas se acrecienta y, como efecto de esta materialización, se advierte la repercusión y propaganda de las nuevas prácticas a través de publicaciones o exposiciones en salones, donde se daban cita miembros de las elites intelectuales, posibles consumidores de los nacientes espacios para el ocio. De allí que se pueda sostener que las pinturas y las caricaturas tienen un primer observador que pertenece a las elites culturales e intelectuales y que, a su vez, se constituyen en los primeros visitantes de los sitios inaugurados.

Los cambios en los modos de apropiación y uso del área frente al mar, se manifiestan en las diferentes prácticas sociales; prácticas que se perfilan como una compleja red de relaciones. El registro de estos cambios se hará a través de la lectura de imágenes y textos escritos, intentando dilucidar las representaciones sociales que las sustentan. Se acude a las representaciones sociales porque permiten conocer cómo un grupo construye las explicaciones de su realidad y, de esta manera, cómo cuenta con un marco interpretativo relacionado con el mundo simbólico en el que se incluye.<sup>6</sup> Así, las

---

<sup>6</sup> Se acude a las representaciones sociales porque permiten conocer cómo un grupo construye las explicaciones de su realidad y cómo cuenta con un marco interpretativo relacionado con el mundo simbólico en el que se incluye. Cf. MOSCOVICI, Serge (1986). *Psicología social. Vol. 2, Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*, Barcelona, Paidós; JODELET, Denise (1986), "La representación social: fenómenos, concepto y teoría", en MOSCOVICI, Serge, op. cit.

representaciones sociales, tienen por función conceptualizar lo real a partir de los conocimientos previos con que se dispone. Estos procesos de construcción se decodificarán a través de la interpretación de símbolos y metáforas que se infieren de las imágenes pictóricas, propagandísticas o literarias dado que constituyen un valioso testimonio de la vida diaria. Al mismo tiempo, se reconoce que las representaciones sociales son móviles y que su dinamismo responde a los cambios de estructuras o problemáticas que una sociedad genera en un tiempo determinado (MOSCOVICI, 1986). Por lo tanto, las representaciones sociales no serán entendidas como reproducción sino como recreación de la realidad, mediada a través de la experiencia de quienes anidan en un ámbito cultural determinado.

Las imágenes de allí surgidas se componen como una urdimbre que acopia, para sí, la cualidad de ser comunicadora de significados. ¿Por qué entonces el arte provoca y desafía? Porque lo representado por el artista no es la realidad, se trata de una producción transfigurada (DANTO, 2004) y cargada con nuevos significados que sólo se alcanzan al manifestarse en una producción estética. La obra pintada es tanto la forma de ver del artista y su grupo de pertenencia como el resultado de la intervención de la materia; es una forma peculiar de producir un nuevo objeto cultural. Arthur Danto refuerza esta capacidad de elaboración del artista a través de una frase paradigmática: si somos capaces de comprender “la distinción entre el negro de la tinta y el negro del grabado [entonces podemos redimir] cualquier ensayo de filosofía del arte”. (DANTO, 2004: 91)

### **La percepción del mar**

Desde muy antiguo, el mar fue protagonista de historias temerarias, el habitáculo de monstruos y el generador de tempestades y catástrofes. La muerte siempre estuvo cerca y la vida frente al mar, lejos de ser reconocida como placentera, se la pensaba poblada de dramas, tragedias y temores.

En los poemas de Homero y de Hesíodo se reflejan algunas conjeturas vinculadas con la naturaleza del mar y la interpretación antropomórfica de sus dioses. La mitología aporta argumentos para explicar una ruptura en el orden natural o en la estructura de las conductas humanas. Así, el corpus de la mitología lo conforman una

serie de narraciones en las que intervienen dioses y seres humanos que manifiestan sus miedos, deseos, ambiciones, perplejidades o angustias. En *La Odisea*, Ulises, el protagonista, narra los episodios y accidentes de su retorno a Ítaca a través de numerosas circunstancias que debe afrontar para vencer los ineludibles obstáculos que se le anteponen. (Imagen1).



Imagen 1 - *Ulises, Odiseo*, 490 a.C. Ánfora, cerámica. Museo Británico.

Las imágenes pintadas en el cuerpo del ánfora, representan el encuentro de los nautas con las sirenas - pájaros con cabeza de mujer - que son capaces de entonar cantos dirigidos a deslumbrar a los marineros, darles muerte o entorpecer su camino. Ulises, que no quería ser cautivado por ellas, pide a sus navegantes que lo sujeten al palo mayor con sus oídos tapados y que, al pasar frente al sitio en el que las sirenas se encuentren en plena confabulación cautivante, continúen remando. Sin embargo, Ulises, deslumbrado por el entorno en el que se hallaba, exhortó a los remeros a que detuviesen la nave para liberarse de las ataduras. Como la tripulación también tenía sus oídos tapados, nada escucharon y prosiguieron con su rumbo.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Este episodio indujo a Kafka, posteriormente, a interpretar lo acontecido: “Ningún sentimiento terreno puede equipararse a la vanidad de haberlas vencido mediante las propias fuerzas. En efecto, las terribles seductoras no cantaron cuando pasó Ulises; tal vez porque creyeron que a aquel enemigo sólo podía herirlo el silencio, tal vez porque el espectáculo de felicidad en el rostro de Ulises, quien sólo pensaba en ceras y cadenas les hizo olvidar toda canción. Ulises, no oyó el silencio. Estaba convencido de que ellas cantaban y que sólo él se hallaba a salvo”. Cfr. KAFKA, Franz (2007). “El silencio de las sirenas”,

La escena del ánfora está lograda y procesada por el creador según las convenciones artísticas de la etapa. Se trata de una cerámica con figuras rojas sobre fondo negro y, para realzar las construcciones míticas, se muestra en la proa de la nave un ojo mágico que tiene como función tutelar a los tripulantes. Para resolver el aspecto formal de los personajes, se usa una desproporción manifiesta entre actores, dado que se exagera el tamaño de las sirenas mientras se disminuye el de los navegantes y la barca que los transporta; operación que expresa el valor significativo que rodea a los personajes míticos femeninos respecto de la condición de los tripulantes. (Imagen 2, detalle Imagen 1)

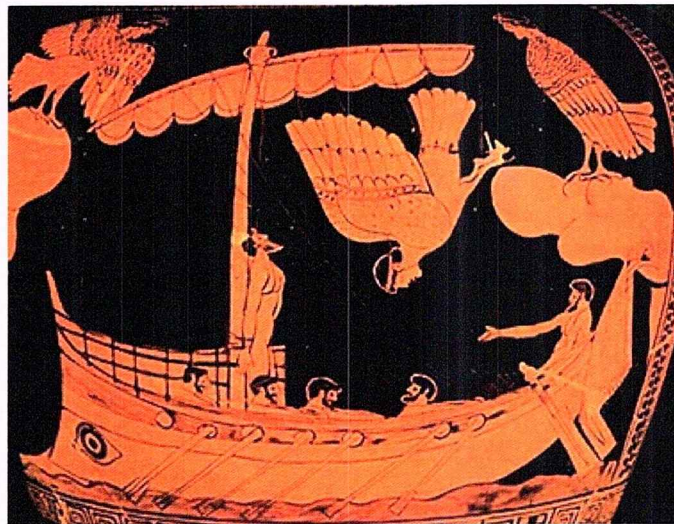


Imagen 2 - *Ulises, Odiseo*, 490 a.C. Ánfora (detalle), cerámica. Museo Británico.

Los relatos de estas travesías muestran la ausencia de vínculos placenteros con el mar y recuerdan la aparición de sirenas cuyo atractivo no reside en su aspecto exterior, más bien monstruoso, sino en el influjo de su música. El mecanismo de persuasión utilizado involucra acciones nefastas como los naufragios y tempestades que contrarían el rumbo a seguir. Así, para los protagonistas de estos itinerarios, las playas eran todas parecidas, es decir, lugares siniestros donde sólo se permanecía para lograr poner las velas al viento e iniciar el camino de retorno.



Entre los romanos, Neptuno, Poseidón<sup>8</sup> para los clásicos griegos, es el dios soberano sobre las aguas del mar y del océano, capaz de provocar marejadas o enfrentar seres imaginarios. Se violenta, se apacigua, puede mover las rocas en la costa o hacer brotar manantiales. Hijo de Saturno y Rea, Neptuno era uno de los seis dioses olímpicos originales. La iconografía incluye entre sus atributos, como signo de identidad, un tridente que le permite agitar las olas, un carro movido por caballos marinos o animales fantásticos y algunos delfines que lo acompañan en el desplazamiento junto a Anfítrite, su compañera. (Imagen 3)



Imagen 3 - *Triunfo de Neptuno y Anfítrite*, siglo III d.C. Mosaico romano procedente de Cirta (Constantina), París, Museo del Louvre.

Era también el dios de los terremotos, pues se consideraba que la tierra estaba asentada sobre las aguas bajo su control. Como parte de este mundo acuático, Neptuno poseía un palacio en las profundidades y era el señor de ninfas, ondinas y náyades. Todos estos personajes fantásticos fundaban un cortejo de divinidades y establecían relaciones de dependencia para ofrendar pleitesía a su amo. Este entorno imaginado entreteje acciones con celebridades que habitan mundos extraordinarios donde el mar, piscina de los dioses, irrumpía como elemento temerario y era portador de historias misteriosas.

---

<sup>8</sup> “Su poder no se limita al mar, sino que se extiende a las aguas corrientes y los lagos [...] participó por espacio de un año, junto con Apolo y el mortal Éaco, en la construcción de la muralla de Troya. Laomedonte le negó el salario convenido, y Poseidón, para vengarse, suscitó un monstruo, que salió del fondo del mar y asoló a los pueblos troyanos”. Cf. GRIMAL, Pierre (1981), *Diccionario de Mitología Griega y Romana*, Barcelona, Paidós.

Muchos relatos mezclan un tono mítico con fantasías y apariciones que dan como resultado, un tejido tenso de interlocutores desconocidos que habitan en las profundidades. El paso de la repulsión a la complacencia fue dado por algunos pensadores como Plinio<sup>9</sup> y Séneca,<sup>10</sup> quienes aceptaban reconocer a la naturaleza y al sitio frente al mar, como un lugar apto para la meditación, la contemplación y el descanso.

A pesar de estas primeras predisposiciones de la Antigüedad vinculadas con una mirada contemplativa del mar, en la Edad Media el pánico sigue siendo una de las sensaciones percibidas. El geógrafo y cartógrafo al-Idrísí<sup>11</sup> describe, en el siglo XII, los caracteres de la navegación en torno a las costas de la Bretagne y configura la construcción de un mapamundi<sup>12</sup> (Imagen 4) encargado por el rey en el que describe

La profundidad es considerable y la oscuridad reina continuamente. La navegación se hace difícil, los vientos son impetuosos y, del lado de occidente, los límites son desconocidos... Se encuentran, también, animales marinos de un tamaño tan enorme que no pueden ser descritos.<sup>13</sup>



Imagen 4 - ABÚ ABDALÁ MOHAMED AL-IDRISI (1100-1166?), *Mapamundi*– 1154 d.C. Tabula Rogeriana, The Library of Congress.

<sup>9</sup> PLINIO EL VIEJO (23-79 d.C), en su trabajo informa sobre el contexto cultural y caracteriza a la naturaleza como un espectáculo en el que se asiste a un desfile triunfal de prodigios, productos exóticos y riquezas. Cf. PLINIO EL VIEJO (1995). *Historia Natural*, Obra completa, Madrid, Ed. Gredós.

<sup>10</sup> SENECA (4 a.C-65 d.C), *Del ocio V*, (...) “Aunque no soporte que se le arranque nada fácilmente y que nada se le escape por negligencia, aunque conserve sus horas muy avaramente y las prolongue hasta el último extremo de la vida, y la fortuna no le sacuda algo de lo que estableció la naturaleza, sin embargo el hombre es demasiado mortal para el conocimiento de lo inmortal. Vivo según la naturaleza, si me he dado por completo a ella, si soy su admirador y cultor. La naturaleza, por cierto, quiso que yo hiciera lo uno y lo otro, actuar y dedicarme a la contemplación. Lo uno y lo otro hago, ya que sin acción ni siquiera hay contemplación”.

<sup>11</sup> geógrafo y cartógrafo, trabaja en la corte del rey normando de Sicilia, Roger II, quien le encarga la elaboración de un mapamundi.

<sup>12</sup> El mapamundi está orientado de manera diferente, es decir, norte hacia abajo y sur hacia arriba; es conocido como *Tabula Rogeriana*.

<sup>13</sup> Texto para el Atlas del rey de Sicilia Roger II.

Estos monstruos marinos podían definirse con caracteres fabulosos o podían confundirse con aspectos de la naturaleza, como “islas” desperdigadas en el mar. Una ilustración en un manuscrito medieval, diseña una ballena de tamaño insular sobre la que marineros alimentan una hoguera necesaria para cocinar sus comidas (Imagen 5). Asimismo, la acumulación de arenas sobre su lomo, permite el desarrollo de hierbas y arbustos, confundiendo aún más a los navegantes; algunos de los tripulantes se muestran atendiendo los aparejos y el timón, mientras que otros están atentos a todas las acciones. Cada personaje representado se plantea en una proporción sobredimensionada respecto de la nave y la ballena motivo engañoso del anclaje.

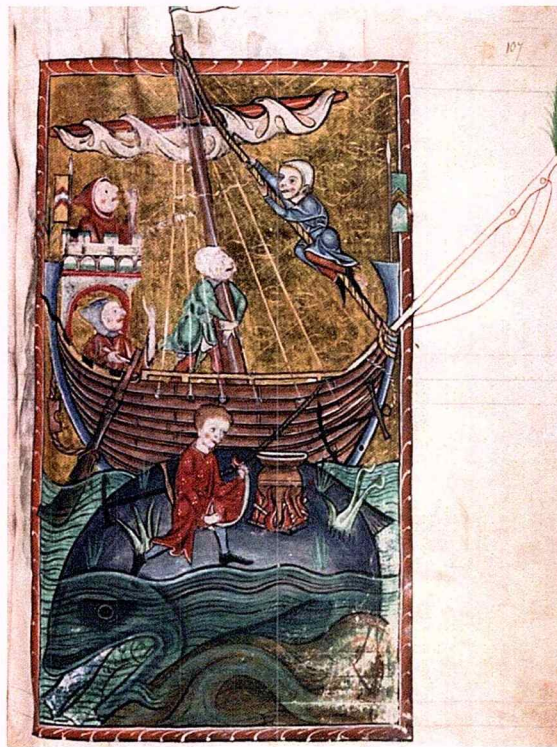


Imagen 5 - *Bestiario Medieval*, s/f, Bodleian Library, MS. Bodley 764, Folio 107r  
Oxford

En representaciones similares, aparecían ballenas bajo el agua que, por sus cualidades especiales, podían atraer a los peces menores mediante la emanación de una fuerte fragancia (Imagen 6). Quienes narraban estas andanzas, demostraban que se trataba de acciones tuteladas por el diablo y que, al transferirse como referente al mundo de los hombres, implicaban el reconocimiento de la caída mortal ante la seducción del

placer sensual. Una muestra clara de los actos moralizantes medievales y la capacidad de intimidación que determinaban las profundidades del mar.



Imagen 6 - *Beastiarium now housed*, Siglo XIII, Bodleian Library, Oxford.

En la iconografía religiosa, Jonás como el quinto de los profetas menores, integraba la tribu de Zabulón cuando fue enviado a predicar a Nínive. Un cuadro que lo internó en un estado de horror hizo que cambiara su rumbo, eligiendo como destino a Tarsis en España. Una fuerte tempestad desestabiliza la nave y su tripulación comienza a buscar, entre los navegantes, al promotor de lo acontecido. Como resultado de la averiguación, Jonás<sup>14</sup> es acusado y arrojado al mar (Imagen 7), sitio en el que es tragado por un gran pez, probablemente un tiburón, quien luego lo devolverá a la playa. Finalizada esta acción, el mar se aquietó como respuesta a la expulsión de quien se consideraba el agente desestabilizador.

---

<sup>14</sup> “Aquellos hombres se esforzaron por hacer volver la nave a la tierra, pero no pudieron, porque el mar se embravecía cada vez más contra ellos. Entonces clamaron a Jehová y dijeron: *Te rogamos ahora, Jehová, que no perezamos nosotros por la vida de este hombre, ni nos hagas responsables de la sangre de un inocente, porque tú, Jehová, has obrado como has querido*. Tomaron a Jonás y lo echaron al mar; y se aquietó el furor del mar. Sintieron aquellos hombres gran temor por Jehová, le ofrecieron un sacrificio y le hicieron votos. Pero Jehová tenía dispuesto un gran pez para que se tragara a Jonás, y Jonás estuvo en el vientre del pez tres días y tres noches”. Jonás 1, 13:17.



Imagen 7 - *Jonah and the whale*, siglo XV, vitral 72,2 x 37 cm. Catedral de St. Peter. Abadía St. Lambrecht. Styria

En estas y otras escenas, el mar se constituye en la antecámara de condiciones no deseadas. Aún viviendo en el año 1000, Europa había conformado una vida no vinculada con los atractivos del baño y dando sus espaldas al mar. A partir del siglo XII, el cristianismo trabaja sobre los códigos de la moral y las buenas costumbres y objeta las prácticas de baños en los espacios públicos. Clément d'Alexandrie en su *Pédagogue*,<sup>15</sup> manifiesta que limpieza y voluptuosidad son hermanas y, a partir de esta posición, los baños mixtos comienzan a prohibirse, motivo por el cual las termas medievales tienen una muy mala reputación. En esta etapa histórica no es frecuente encontrar representaciones pictóricas que tengan como correlato el goce del mar y, hasta el Renacimiento, se mantendrá una especie de silencio acerca de todo lo que se relacione con el cuerpo y el placer.

Avanzando en el tiempo y luego de diversas exploraciones oceánicas en busca de salidas comerciales de la Europa renaciente, se ven reflatar los mitos y leyendas de los antiguos. Alberto Durero reelabora el episodio mítico de Arión, músico de Lesbos (Imagen 8), quien recorre la Magna Grecia cantando y recolectando el dinero ganado en los diferentes auditorios. En uno de sus viajes por mar, los marineros urdieron una trama para asesinarlo y quedarse con sus valores. Apolo le previene de esa conjura y le

---

<sup>15</sup> Citado por MORAND, Paul (1960) *Bains de mer. Bains de rêve*, Suiza, Éditions Clairefontaine Lausanne, p. 26.

aconseja desarticular el presumible desenlace. Así, toca por última vez en viaje, ataviado con sus mejores galas sobre la cubierta de la nave y, con la cítara en la mano, canta la composición *Nomo orthio*. Al concluir, se arroja al mar donde es alcanzado por uno de los delfines próximo a la embarcación que, al oír la música, acude a su encuentro, lo recoge y lo transporta en su lomo hasta depositarlo en el cabo Ténaro.<sup>16</sup> Se trata de un relato moderno que reactualiza historias de la Antigüedad y en el que personajes míticos desenredan actitudes mezquinas e infames de los hombres en medio del mar.

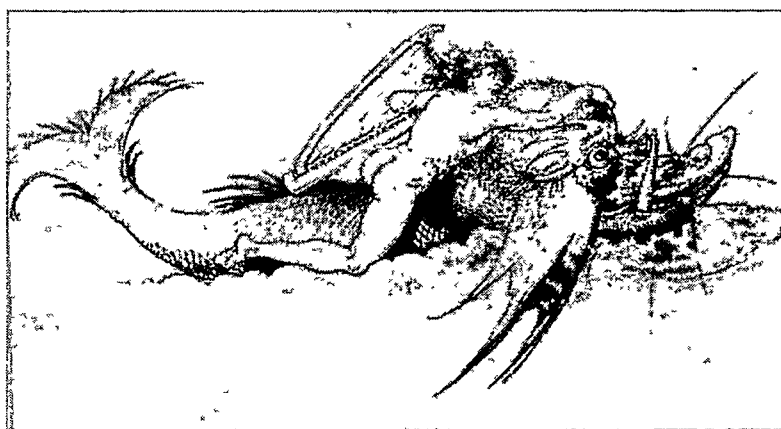


Imagen 8 - Alberto Durero (1471-1528), *Arion*, 1514, acuarela sobre papel. Graphische Sammlung Albertina, Viena

Se puede captar, a través de las imágenes interpretadas, que en el Renacimiento reaparecen las versiones de animales fabulosos interpretados según los condicionamientos de anteriores creencias y supersticiones. Como las representaciones sociales resguardan algunas versiones de seres fantásticos y algunas sensaciones temerarias respecto de las profundidades marinas, es la literatura, junto con el arte plástico, quien las toma y reelabora.

En el siglo XVII, con la invención de algunos carruajes que comparten los modos de desplazamiento entre la navegación y los rodados en suelo firme, se materializa una de las primeras incursiones sobre la arena con un sentido recreativo y, en ocasiones, de transporte. El *Chariot vollant* (Imagen 9) sirvió para explorar la playa, dado que, cargado con 28 personas, se pudieron recorrer 14 leguas en 2 horas. Tenía la capacidad de desarrollar tanta velocidad – especialmente con viento en popa - que, en

<sup>16</sup> “Apolo, en memoria del lance, transformó en constelación la lira de Arión y el compasivo delfín”. Cf. GRIMAL, Pierre (1981), *Diccionario ... op.cit.* p.52.

su desplazamiento, resultaba imposible reconocer a quienes viajaban sobre la máquina. Los aventureros de la ilustración eran personajes vinculados con el mundo imperial, como un embajador, grandes señores de Francia, Inglaterra, Dinamarca y otros integrantes de la comitiva que aceptaron el desafío sentados sobre el espacio “timoneado” y arrastrado por una enorme vela al viento.

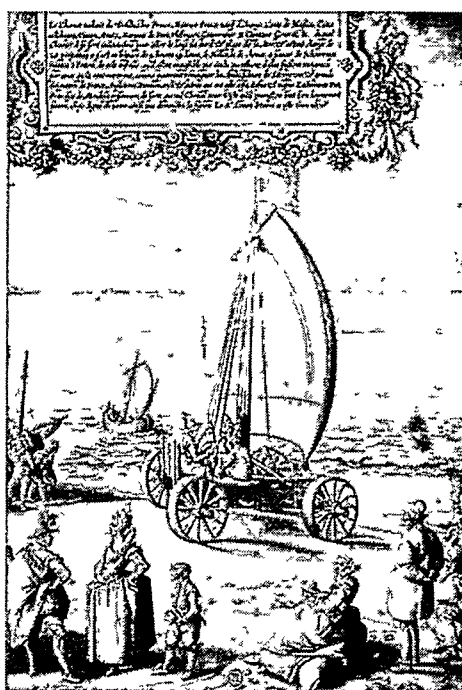


Imagen 9 - Hondius, Hendrik (1573-1650?), *Chariot volant*, 1603, Aguafuerte, 46,3 x 31,9 cm – Bibliothèque National de France.

Como se advierte, el espacio de la playa comienza a percibirse con otros propósitos; una nueva mirada compromete al usuario a generar intervenciones que favorezcan un uso diferenciado y transformador. En el grabado, comparten el encuadre visual, un grupo de observadores ataviados con trajes y calzados de calle junto a trabajadores que acarrean una embarcación, mientras que otra se aleja a la vista de los que quedan en la costa. Los nuevos visitantes recorren la playa pero sin la determinación de internarse en el mar.

Sin embargo, y a pesar de estas primeras incursiones sobre la arena de la costa, rastreando entre los escritos del Romanticismo y hojeando las obras de Víctor Hugo, vinculadas con el contacto entre los hombres y el mar, aún pueden descubrirse algunas construcciones referidas a la existencia de seres amenazadores. (Imagen 10)

Una forma grisácea oscila en el agua... y avanza hacia ustedes poco a poco... A veces, se abre, ocho rayos se separan bruscamente en torno a una cara que tiene dos ojos; esos rayos viven... su contacto paraliza... Este monstruo es el que los marinos llaman pulpo, el que la ciencia llama cefalópodo y el que la leyenda llama kraken...(HUGO, 1866)

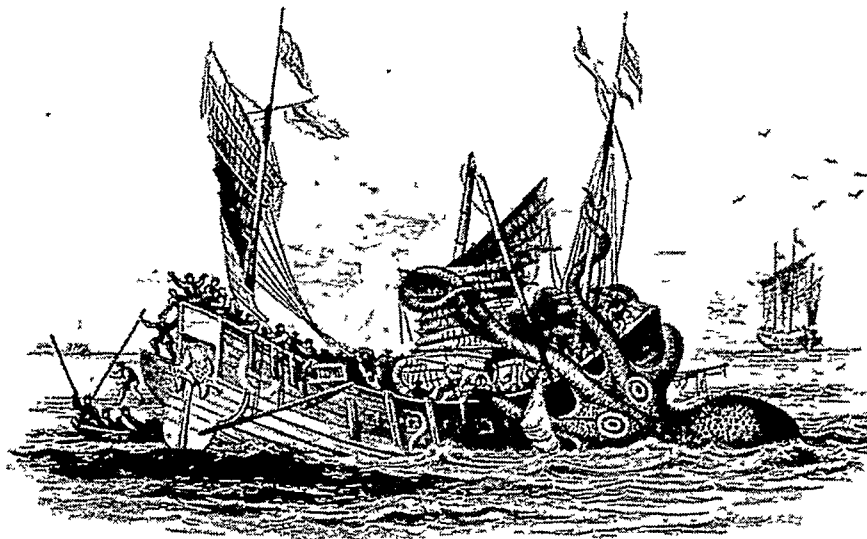


Imagen 10 - Pierre Denys de Montfort (1766-1820), *Pulpo colosal*, 1810, dibujo. Ellis, R. 1994. *Monsters of the Sea*. Robert Hale Ltd.

Asimismo, en *Los miserables*, construye un diseño de muerte en relación con los avatares que vive un personaje que ha caído al mar, perdido entre las olas, enredado en la vegetación, absorbido por la oscuridad y perplejo ante el abismo:

¡Un hombre al mar! ¡Qué importa! El navío no se detiene por esto. El viento sopla; la sombría nave tiene un camino trazado, que debe recorrer necesariamente. Y continúa su paso. [...] Está en el agua monstruosa. Bajo sus pies sólo están las olas que huyen y se desploman. Las olas, rotas y desgarradas por el viento, lo rodean espantosamente; los vaivenes del abismo lo arrastran; todos los andrajos del agua se agitan en torno a su cabeza; una turba de olas escupe sobre él; confusas cavernas lo devoran a medias; cada vez que se hunde entrevé precipicios llenos de oscuridad; terribles vegetaciones desconocidas lo sujetan, le atan los pies, lo tiran hacia ellas; siente que se convierte en abismo, que forma parte de la espuma, que las olas se lo lanzan de una a otra; bebe toda su amargura, el océano cobarde se encarniza con él para ahogarlo; la inmensidad juega con su agonía. Parece que toda esa agua se haya convertido en odio. (HUGO, 1862)

El autor asocia, desde la metáfora, la sociedad, el mar y la desventura; transfigura la miseria humana según las formas que asume el mar monstruoso vinculado, además, con la idea de muerte y la falta de amparo.

Por otro lado, el tema del paisaje, como parte de las búsquedas temáticas de los pintores románticos, apela a la noción de infinito y de la dispersión de la naturaleza.



Caspar Friedrich genera sus imágenes a partir de la contemplación y la especulación individual porque, como romántico, se expresa desde los secretos y la intimidad. En la obra perfilada (Imagen 11), hay una manifiesta presentación de lo sublime,<sup>17</sup> lo infinito, sin detalles, con la incitación de encontrar al hombre en soledad frente al mar y sin definiciones, en medio de un silencio opresivo que muestra la fugacidad de la vida y la proximidad de la muerte. El escritor Heinrich von Kleist, describió la imagen con una sugestiva fórmula, “parece... como si a uno le hubieran cortado los párpados”.



Imagen 11 - Caspar David Friedrich (1774-1840), *Monje capuchino a orillas del mar*, 1808-1809, óleo sobre lienzo, 110x171,5 cm, Staatliche Museen, Berlín

La duna en la que instala el único personaje subraya la inmensa soledad que lo contornea y lo introduce en un mar opaco y tenebroso. Se ven excluidas todas las sensaciones atmosféricas y los caracteres del paisaje clásico, primando más la introspección y la cavilación que las actitudes razonables. El fondo infinito se vuelve protagónico porque no hay un primer plano que se anteponga. No deja lugar a los vínculos estimulantes de un mar amigable y atractivo.

---

<sup>17</sup> Cf. F. SCHILLER (1801), *De lo sublime*, donde plantea que “La naturaleza nos ha dado dos genios como compañeros a lo largo de la vida. El uno, agradable y alegre, nos hace más corto el viaje fatigoso con la agudeza de su juego, nos hace más ligeras las cadenas de la necesidad y nos conduce entre bromas y alegría hasta los puntos peligrosos, donde tenemos que actuar como puros espíritus y despojarnos de toda envoltura corpórea, hasta el conocimiento de la verdad y el ejercicio del deber. Allí nos abandona, porque su terreno es solo el mundo sensible y su impulso terrenal no puede llevarle más allá. Pero entonces llega el otro, serio y taciturno, que con brazo fuerte nos conduce más allá del profundo abismo. En el primero de estos genios se reconoce el sentimiento de la belleza, en el segundo el sentimiento de lo sublime”.

Al mismo tiempo, la pintura romántica francesa permite una lectura de la representación del mar asociado con la fuerza, lo adverso o las vicisitudes frente a la tempestad. Théodore Géricault representa en su tela (Imagen 12), un hecho ocurrido en alta mar, espacio donde los hombres se estrechan en una tensión provocada por el naufragio de la nave en la que se desplazan. La balsa que lleva por nombre *Medusa*, referente vinculado con relatos mitológicos, es construida para la supervivencia de los náufragos y es traducción del sentido trágico del destino de los hombres. La imagen compone el momento más significativo de la tragedia dentro de un mar alterado y oscuro, la diagonal ascendente hacia la derecha acelera la búsqueda de salvación, mientras que la confusión de los personajes recibe una luz que dramatiza, aún más, el caos provocado. El cielo y el mar se cierran para no dejar demasiadas salidas a las amenazas de la tempestad y, junto a ella, acometen la sed, el hambre, la insolación y la desesperanza. La balsa se desplaza en su precariedad y en medio de un oleaje que aterroriza y coacciona. La expresión de Novalis “avanzo por un mar que no tiene orilla ni fondo” compone una imagen próxima a la vida de los náufragos y que se relaciona muy poco con las virtudes benéficas que puede ofrecer el mar.



Imagen 12 - Théodore Géricault (1791-1824), *La balsa de la Medusa*, 1819, óleo.  
Louvre

### Los baños terapéuticos

El paso que marcaría una nueva mirada al mar es inaugurado por la medicina, ciencia que reconoce los aspectos saludables de permanecer frente a sus aguas. Largas peregrinaciones de enfermos eran asistidos a través de técnicas hidroterapéuticas que,

paralelamente, implicaban la elaboración de métodos complejos para intentar lograr el equilibrio del cuerpo enfermo.

Richard Russel (1700?-1771) es un médico londinense que inaugura una nueva relación del hombre con los baños de mar, a los que se les atribuye numerosas propiedades. En estos tiempos, se recomiendan algunas prácticas como medio para curar los estados epilépticos, la locura, la parálisis o las personas atacadas por perros con rabia.<sup>18</sup> Para fomentar el cumplimiento de las órdenes médicas, materializa un establecimiento, el *Royal Albion Hotel*, construido sobre las playas de Brighton lugar donde podía atender a sus pacientes y hacer el seguimiento de la terapia para tuberculosis y enfermedades linfáticas. Entre sus prescripciones recomienda beber agua de mar, bañarse en ese medio y comer los productos en los que se concentran los valores saludables como el sodio, el magnesio, el potasio o el yodo. Estas instrucciones muy pronto serán reconocidas como uno de los medios favorecedores para comenzar a aceptar estadías más prolongadas en la costa.

A mitad del siglo XIX, una guía para el bañista de mar (SAIZ CORTÉS, 1869) describe las causas que pueblan de emigrantes las costas de España durante la estación estival:

1ª La tendencia que en todos los tiempos y lugares manifiestan las clases acomodadas por imitar los hábitos y costumbres de las personas de rango superior;

2ª El esfuerzo con que procura el hombre devolver á su espíritu el vigor y lozanía amenguados por el rutinario monótono trabajo que exigen las ocupaciones de gabinete ó la práctica de los negocios colocando al organismo lánguido y achacoso bajo la acción reparadora de las influencias generales que existen a orillas del mar; y

3ª El ahinco con que busca la curación radical de males que tienen en los baños ó en el agua de mar administrada en diversas formas el remedio por excelencia, ó bien el de conquistar para la economía las condiciones tipo que extravíos (sic) de la vida, enfermedades contingentes ó heredades, la desviaron de su normalidad.

El autor del texto se refiere al “arte médico” como el principio generador de respuestas a los distintos requerimientos de enfermos, animándolos a vivir un tiempo cerca del mar, convencido del alivio que implicaba el cambio de hábitos junto a la acción de un clima apacible, la buena alimentación y el uso de los baños reparadores. Reconoce a su colega, el doctor Russel, “la gloria de haber publicado en 1770 la

---

<sup>18</sup> En 1767 uno de los servidores de Luis XV, en viaje por Capbreton, advierte con sorpresa que “unos bañistas se exponen a las olas, por haber sido mordidos por un perro rabioso”. Cf. TUCOO-CHALA, Pierre (1989), “Avec Malesherbes dans les pays de l’Adour en 1767: de Dax à Biarritz”, en *Revue de Pau et du Béarn*, citado por: DUVIELLA, Marie-Claire & Alain (2007), *Le temps des bains de mer*, Capbreton, Editions Yago, p.9.

primera obra digna de estudio que vio en Europa la luz pública sobre este asunto” (SAIZ CORTÉS, 1869: VII-VIII).

El baño, en sus distintas formas, se traduce como una medicina para la salud y una práctica efectiva para la higiene. La ciencia elabora y codifica los modos adecuados de vincularse con el mar y reconoce las diferentes funciones vitales. Sin embargo, nunca se descuidan las indicaciones respecto a los peligros que implica internarse en el mar; para ello, se controlan las horas y los tiempos de inmersión para descartar cualquier acto de imprudencia por parte del enfermo que, aún, no es un “bañista”. Cumplidos los distintos pasos de las mojaduras curativas, era aconsejable tomar un reposo de aproximadamente una hora en cama; situación abrumadora que, aunque restauradora, se contraponía a toda forma de placer.

En un grabado del siglo XVIII se observa al rey de Inglaterra (Imagen 13), afectado por una enfermedad mental, que es bañado con fines terapéuticos en compañía de los integrantes de la corte y al son de una banda de música. Rodeado por otros curiosos, se advierte una tipificación de carácter irónico mostrada por las actitudes de quienes aún no tomaron la decisión de disfrutar una estada en las costas del mar.



Imagen 13 - *Giorgio III Rey de Inglaterra en Wayemouth, 1789*, grabado.

Hacia fines de este mismo siglo, el higienismo<sup>19</sup> otorga gran atención al entorno natural y social de los enfermos dado que considera que es a través de una cuidada vigilancia, que se puede controlar la evolución y la transmisión de las afecciones.

<sup>19</sup> Cf. BOUZA, Jerónimo, “La difusión de la innovación científica y el desarrollo de la balneoterapia: la incorporación de los procesos de la química”, *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, n° 69 (39), 1-8-2000 citado por LARRINAGA RODRÍGUEZ, Carlos (2002), “El turismo en la España del siglo XIX”, *Revista Historia Contemporánea* 25, País Vasco, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, p. 167.

Paralelamente, la ciencia médica inicia los estudios relativos a la curación por medio de aguas minerales y marinas incorporando los avances que la química aporta al resguardo del organismo.

Para alcanzar el fin curativo, se diseñan carruajes que facilitan el traslado de los usuarios hasta el mar, permitiendo un cómodo desembarco protegido de las miradas desconocidas. El primer grabado (Imagen 14)<sup>20</sup> propone una vista desde lo alto, de un mar calmo donde los dos personajes, de espaldas al observador, corroboran la fascinación que en ellas provoca esa perspectiva? Hacia la izquierda y en el ángulo bajo, casi desdibujadas, se advierten tres máquinas de baño que no alcanzan a exaltar su cualidad innovadora. Esta ausencia explícita de la práctica salutífera, sí se expresa en la caricatura inglesa<sup>21</sup> (Imagen 15) que aporta datos para la visualización tanto de la práctica cuanto de las modalidades de inmersión del cuerpo desnudo para agenciar su cuidado. Significativamente, el humor y la caricatura ayudan a la aceptación de las recomendaciones medicinales y de las ceremonias de mojadura como un hábito ventajoso a seguir.

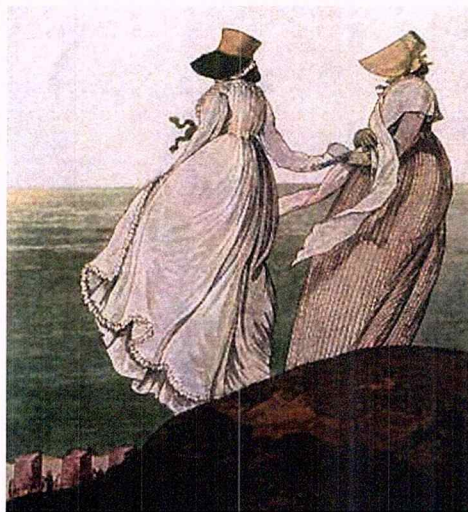


Imagen 14 – Nicklaus von Heideloff (1761-1837), *La fascinación del mar*, 1797, Litografía color, The Galery of Fashion, Londres.

<sup>20</sup> Pertenece a Nicklaus von HEIDELOFF (1761-1837), ilustrador alemán nacido en Stuttgart, quien trabajó en París, en la revolución y huyó hacia Londres donde comenzó con la edición de la revista *Gallery of Fashion*, entre los años 1794 y 1903 en la que se encuentra la ilustración seleccionada.

<sup>21</sup> Thomas ROWNALDSON (1756-1827) fue un pintor, grabador y caricaturista inglés que trabajó temas sociales relacionados con los excesos de la moda, las prácticas del juego y las escenas de carácter erótico. Su materia preferida fue la acuarela y el medio de impresión, aguafuertes y litografías, sistema que ocupó a numerosas personas como grabadores, impresores, coloristas y talleres que producían tinta, lápices plumas de caña, herramientas para el grabado y cepillos.

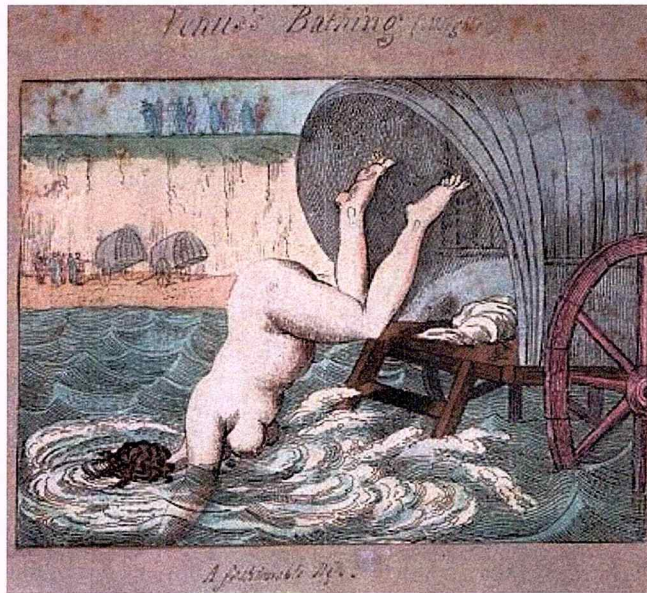


Imagen 15 –Thomas Rowlandson (1756-1827), *La inmersión de la salud*, 1790, Aguafuerte coloreada a mano, Londres.

Paolo Mantegazza (1831-1910), antropólogo, higienista y escritor, logra difundir los beneficios de los baños de mar a través de sus numerosas publicaciones. Con su producción y sus argumentos alentadores para el inicio de estas prácticas, favoreció la fundación en Italia, en 1873, del balneario de Rímini. Esta nueva mirada científica y los cambios de actitud, permiten la construcción lenta de una prudente aceptación de la permanencia en las proximidades del mar. Michelet, hacia la segunda mitad del siglo XIX, aconsejando huir de las aglomeraciones urbanas, escribe algunas recomendaciones fundadas en el higienismo que hacen referencia al encuentro con la playa desde otra perspectiva:

Ir en veinte horas de París al Mediterráneo, atravesando climas diferentes, es la cosa más imprudente para una persona nerviosa [...] Es necesario avanzar paso a paso sobre la arena húmeda [...] En las primeras visitas que uno hace a la playa, la impresión es poco favorable: es monótona, salvaje, árida; el corazón se estremece. Pero eso cambia, señora.<sup>22</sup>

Para quienes no podían desplazarse hasta los lugares inaugurados como balnearios en temporada de verano, o quienes quisieran tomar baños de mar todo el año, se ofreció una alternativa innovadora como la anunciada en el aviso de un periódico en 1883. (Imagen16)

<sup>22</sup> MICHELET, J. (1983), *La mer*, Paris, Gallimard. Citado por MORAND, Paul, *Bains... op. cit.*, p.39.

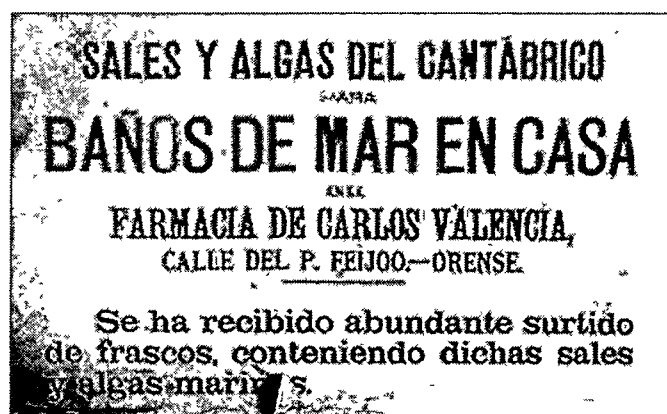


Imagen 16 – Anuncio en el periódico *La Tertulia*, (Ourense) – 1883  
Biblioteca Diputación de Ourense

La medicina, junto a diferentes estudios científicos, se convierte en uno de los avances decisivos para aceptar la novedad de los baños aún sin estar vinculados con las modalidades que asumen en tiempos de ocio y recreación. Sólo con la entrada en crisis de los sistemas profilácticos propuestos por los higienistas y la ineficacia de las prescripciones demostrada ante la propagación de la fiebre amarilla y el cólera en Europa, en el siglo XIX,<sup>23</sup> se inicia una nueva tentativa para favorecer el goce del mar y la generación de los rituales que lo acompañan. Se abre, así, un nuevo escenario, el de la playa, que será cualificado desde el agrado y la complacencia como protagonista incuestionable para los próximos encuentros sociales de verano.

### La inauguración del placer

La aproximación histórica a las costas del mar, como fuente de placer, fue pausada y se limitó en sus comienzos a simples paseos, encuentros, juegos y fiestas. Las cortes europeas comienzan a desarrollar algunos rituales a través de salidas en barcos para recreo de los príncipes, prácticas que en el siglo XVIII condujeron a concebir el mar como protagonista de historias mundanas. Hacia 1781 la playa de Brighton<sup>24</sup> crea un estilo de apropiación del territorio que será imitado por otras instalaciones francesas como Dieppe, donde la duquesa de Berry, en 1824, inaugura la moda de los baños de mar dentro de un ámbito social muy acotado. El episodio despertó reacciones diferentes,

<sup>23</sup> LARRINAGA RODRÍGUEZ, Carlos (2002), “El turismo en la España del siglo XIX”, *Revista Historia Contemporánea* 25, País Vasco, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, pp. 157-179

<sup>24</sup> Para John WALTON “las vacaciones a la orilla del mar fueron una invención inglesa del XVIII que se convirtió en una norma cultural que progresivamente se expandió desde Gran Bretaña a la mayor parte de la Europa occidental”, citado por LARRINAGA RODRÍGUEZ, Carlos, “El turismo...op. cit. p. 174.

algunas cercanas al escándalo, dado que se introduce en el mar de la mano de su médico, protegida por un sombrero, vestido, guantes, medias y zapatos. A pesar del asombro causado, logra inaugurar la práctica de los encuentros sociales en un balneario. Más tarde, verano tras verano, la emperatriz Eugenia de Montijo aporta ideas para la apertura de la temporada en Biarritz, en la costa vasca. Como le complacían los baños, disponía de bañeros que la conducían hasta el agua, en una silla de mimbre, sosteniéndole una túnica que la cubría y, a la vez, la protegían de las olas. La pintura seleccionada (Imagen 17) la muestra en los acantilados próximos a una de sus residencias, el castillo de Compiègne,<sup>25</sup> en actitud contemplativa lugar desde el que se distingue el faro en el extremo más alejado de la bahía. Acostumbraba, junto a sus invitados, a realizar caminatas por la playa sustituyendo los suntuosos vestidos (como el de la imagen) por sencillos atavíos que permitían los desplazamientos más destrabados. La construcción del castillo y las frecuentes reuniones sociales realizadas, fueron generando un acrecentado interés por conocer el lugar que muy pronto se popularizó.



Imagen 17 – E. Defonds, *Eugénie à Biarritz*, 1858, óleo.

Las transformaciones culturales que van permitiendo construir los primeros balnearios, provocan variaciones entre las preferencias de los viajeros. Es posible hablar, por un lado, de un aventurero explorador, que no se siente como partícipe en un

---

<sup>25</sup> La residencia imperial de verano llevará el nombre de *Villa Eugénie*, hoy habilitado para el turismo como *Hotel du Palais*.



balneario y, por otro, de quien anida y goza con las sensaciones que le provocan el mar y la playa. Fue necesario cambiar la estética y el equipamiento espacial para que las nuevas prácticas de pasear sobre la costa, permitieran incorporar un nuevo gusto: el de sentir el contacto con la humedad y la textura de la arena, aunque se fuera, aún, turista de *pies secos*.<sup>26</sup> Pronto el viajero explorador detiene su recorrido, prefiere quedarse en un balneario y disponer de su tiempo libre en las nuevas instalaciones.

El descubrimiento de sensaciones frente al mar y el hallazgo de un espacio para el tiempo libre, encaminan conductas y hábitos que permiten crear una serie de códigos que se corresponden con las formas de consumir el espacio para el ocio. La extensión de la playa se interviene, jerarquizando y controlando diferentes áreas; se aprende a conquistar la recreación sobre la arena, se aseguran las prácticas en el mar y se concibe una infraestructura que persuade a los veraneantes de sus cualidades favorables. Así, el viajero se vinculará con los modos hedonistas de contemplar el mar y, como consecuencia, “vivirá” la playa. Para tal fin, se emprenden redes de enlace, espacios para la sociabilidad y relaciones de intercambio. Los visitantes provocan novedades en el medio inaugurado, alteran sitios y, en ocasiones, hasta degradan la naturaleza. La pintura y algunos anuncios en revistas colaboran con el registro y la promoción de estos paseantes anónimos que deciden imprimir sus gestos decisivos en el espacio conquistado. Se abandonan las representaciones del hombre vinculado con el mar a través de los relatos míticos o las visiones estremecedoras de los románticos, para incorporar articulaciones con otro carácter. “Esta operación fundante es estética; y, en esta perspectiva, los primeros acondicionamientos plásticos o visuales del litoral, antes de ser arquitectónicos y urbanísticos, serán psicológicos y sociales” (URBAIN, 1994 :55).

Pintores, escritores y aristócratas, son descubridores del lugar; pioneros. Se revela un nuevo escenario, reacondicionado y es esta nueva manera de relacionarse con el medio la que se hace conocer a los otros. Primero como un acto de contemplación, donde el encuentro con la costa y el mar se vuelve un espectáculo atractivo para los visitantes. Las visuales desde puntos dominantes de la topografía, como las lomas, permitirán una experiencia más aceptable que la propuesta de internarse en el mar y enfrentarse con las olas. Desde esa distancia destacada, prudente y segura, se puede

---

<sup>26</sup> Frase acuñada por URBAIN, Jean – Didier (1994), *Sur la plage. Moeurs et coutumes balnéaires*, Paris, Ed. Payot et Rivages, p. 53

apreciar el panorama de otra manera; más tarde, el contacto con el agua propone una cambiante atmósfera de divertimento.

No obstante algunas resistencias, un nuevo fenómeno social estaba naciendo; la playa era un novedoso descubrimiento y el mar hacía su entrada triunfal en la literatura a través de los escritos de Chateaubriand, Flaubert y Lord Byron. Así, las “arenas” de antaño se vuelven espacios para las prácticas de los veraneantes. El nuevo ámbito es motivo preferido, también, por algunas notas periodísticas

Pasamos por entre el olor de las costas marinas, azotado por el aire suave del mar adentro, el espíritu perdido, el cuerpo radiante de todas esas sensaciones frescas, cuando unas risas nos hacen girar la cabeza; y unas elegantes damas, de cintura delgada, con enorme sombrero de paja cayendo sobre los ojos, sembrando en la sana brisa sus perfumes turbadores de parisinas, pasan, alegres, a nuestro lado.<sup>27</sup>

Mediando el siglo XIX, los artistas, especialmente pintores, exploran en sus telas las formas de encuentro con el mar y el equipamiento ofrecido para las nuevas prácticas, a la vez que colaboran, sin proponérselo, con los diferentes modos de promocionar los balnearios. En sus obras se expresa el descubrimiento de la costa como lugar para estadias placenteras; se muestra un mar sereno y un cielo expandido; se refleja la materialización de las villas balnearias –real o imaginaria- y se revelan las nuevas formas de sociabilidad. Estas construcciones pictóricas y sus representaciones conforman un efecto propagandístico relacionado con las prácticas que se materializan a través de exposiciones en salones, donde se dan cita posibles consumidores de los espacios para el ocio; así, “todos acuden al sitio: artistas, gente de mundo y de letras. Primeramente los hombres ricos en imaginación, luego aquellos que son ricos en dinero”.<sup>28</sup>

Claude Monet, Eugène Boudin, Johan Barthold Jongkind, Sorolla y Bastida, entre tantos, trabajan tomando bocetos para la temática en auge. Algunas obras son realizadas en el exterior, como lo plantean los impresionistas, detectando los efectos de la incidencia de la luz sobre los objetos, con pinceladas rápidas, dividiendo el color y, otras, acudiendo a la memoria y resolviéndolas en el estudio, luego de haber tomado algunos apuntes a la acuarela.

La obra de Boudin es una pintura *a plein air* (Imagen 18), con una factura que expresa el efecto de esbozo donde la luz acusa su protagonismo. Un horizonte bajo deja

---

<sup>27</sup> KARR, Alphonse, “Étretat”, publicado en *Le Gaulois*, el 20 de agosto de 1880.

<sup>28</sup> BLANQUET, A. (1889), *Bains de mer des côtes normandes*, Paris, Ed. Hachette, citado por ROUILLARD, Dominique (1984), *Le site balnéaire*, Bruxelles, Pierre Mardaga, ed.

en primer plano a observadores y caminantes que decidieron pasar sus vacaciones en la playa de moda. Se advierte la construcción parcial del casino de Deauville con un espacio abierto hacia la playa poblado de personajes según los encuentros acordados y con pocas referencias, aún, al protagonismo del mar o de los baños. Los grupos de hombres y mujeres elegantes parecieran compartir el interior de un salón más que la estancia sobre una playa. A pesar de portar indumentarias complejas que cubren todo su cuerpo, a las mujeres se las ve distendidas como mostrando, más que su belleza física, su decencia ante los otros. Se trata de un placer más subjetivo que físico, dado que acudir a la costa es contemplación, entretenimiento y paseos prolongados. Los inicios del balneario configuran una clientela rodeada por una atmósfera aristocratizante, restringida, con particulares gustos que demandan distinción y una nueva sociabilidad.

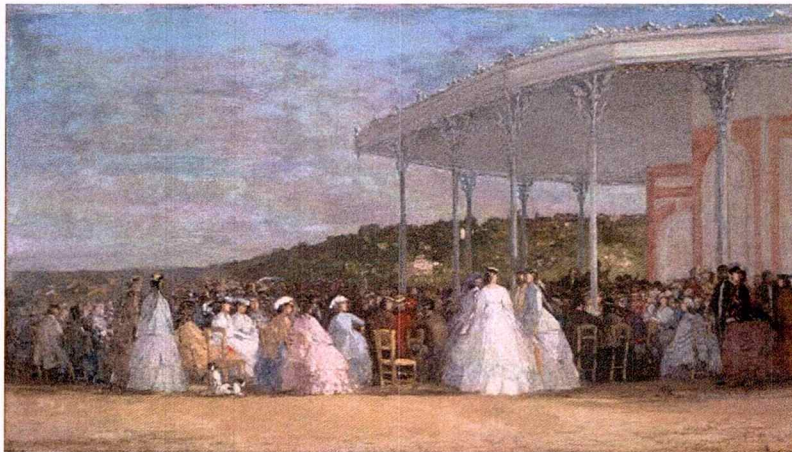


Imagen 18 - Eugène Boudin (1824-1898), *Concierto en el Casino de Deauville*, 1865, óleo. Colección de Mrs. Paul Mellon.

Con una manifiesta aproximación hacia el mar (Imagen 19), se advierten unas casillas para desplazamiento de los usuarios y unos grupos que, sin traje de baño, permanecen en la arena. Los paseantes se muestran con atuendos de calle, sombrillas para resguardarse del sol y en actitud de conversación; situación que deja clara una escena en movimiento de quienes se encuentran con el mar en un diálogo tranquilo y determinando una continuidad costa-mar, sin fracturas ni barreras. Los actores principales son los que pasean y observan la extensión espacial, pero no muestran deseos de bañarse, sólo se advierten unos pocos que hacen el recorrido casilla/baño/casilla. Mientras, el mar, no se presenta amenazante sino un encuadre y soporte atractivo para un ámbito proclive a la reunión social.



Imagen 19 – Eugène Boudin (1824-1898), *Escena de playa*, 1862, óleo, 31.2 x 47.5 cm. Colección de Mrs. Paul Mellon.

Los impresionistas provocan una transformación en los modos de construir las formas plásticas; prescinden de las representaciones que imitan los caracteres materiales de los objetos y sólo intentan seguir el testimonio visual, desmaterializando sus cualidades externas y registrando las incidencias de la luz sobre las superficies. Los academicistas, contemporáneos de este arte, lo rechazan; sólo la elite de intelectuales se acerca y comparte sus propuestas entendiéndolas como una liberación y como un modelo de renovación.

Las técnicas maduras en este tiempo resultan acordes con la idea de movimiento, transparencias, desplazamientos, situaciones todas que tienen como referente a la vida del paseante próximo al mar. Por esta razón, las obras de estos creadores, expuestas en los salones, resultan buenos medios para propagar la aparición de los balnearios porque cuentan el advenimiento de otras formas de relacionarse con la costa, la arena o los otros. Y lo hacen desde una redefinición de la concepción temática, de la percepción del espacio y con una nueva técnica capaz de captar, con pinceladas rápidas, la conquista y permanencia en la playa. Los seguidores de este innovador estilo representativo son, también, los pioneros de la práctica, los que originan las visitas sociales en el escenario redescubierto.

En el imaginario de los creadores, revolucionados por las posibilidades expresivas renovadas, aparecen los nuevos agentes sociales. Así, los veraneantes circunstanciales de cualquier balneario serán novelados, pintados, grabados o fotografiados según algún ritual favorito: caminando por las ramblas, descendiendo

escaleras rumbo al casino, conversando en los toldos de la playa, introduciéndose en el mar. Un pasaje de Flaubert, en *Memorias de un loco*, (MORAND, 1960:46) evoca el encuentro en Trouville con Madame Schlesinger:

Cada mañana, iba a verla bañar; la contemplaba de lejos bajo el agua, envidiaba la húmeda y apacible ola que batía sus lados y cubría de espuma su espalda anhelante; yo veía el contorno de sus miembros bajo su ropa humedecida que la cubría... Y después, cuando ella volvía y pasaba delante de mí, escuchaba caer el agua de sus ropas... el cuerpo de mujer a medias desnudo, con el perfume de la ola...

Es un cuadro sugestivo, en el que la letra escrita evoca los sentidos y transfiere poéticamente el placer del mar, su sonido, la sensualidad del baño, los nuevos olores y el efecto de la presencia del cuerpo húmedo ante la mirada de los otros. Tanto la pintura como la literatura, recurren a una nueva manera de resolver el paisaje incluyendo la figura humana como protagonista de la escena. *Saliendo del baño* (Imagen 20) simboliza la aceptación incuestionable de poder internarse en el mar. La transparencia del traje y el uso de la capa componen el reparo de mostrar el cuerpo sin su amparo y protección.



Imagen 20 - Joaquín Sorolla y Bastida, (1863-1923), *Saliendo del baño*, 1908, óleo sobre tela, 176 x 111,5 cm. The Hispanic Society of America, New York.

Con la incorporación del equipamiento necesario para la práctica del baño como toldos, sombrillas y la presencia de bañeros, se desarrolla la infraestructura para que la estadía frente al mar se acondicione convenientemente. Ya instalados en la playa, falta aún iniciarse en la práctica del desplazamiento en el agua por los propios medios. Se

advierte la necesidad de aprender a nadar para contrarrestar la fuerza que opone el mar. Las caricaturas se anticipan, desde el humor, a captar las peripecias que se experimentan al afrontar este desafío (Imagen 21 y 22). Honoré Daumier es un ilustrador, dibujante, caricaturista y pintor que dedica muchas de sus obras a los temas vinculados con el baño y los bañistas, a la vez que construye una crítica político-social del tiempo en el que emerge. En *Badefreuden mit Daumier (Alegrías del Baño con Daumier)*, versión alemana de la obra *Les Baigneurs*, se puede observar una serie de litografías en la que se componen sátiras acerca del esfuerzo relacionado con la práctica de la natación y los medios inventados para el aprendizaje.

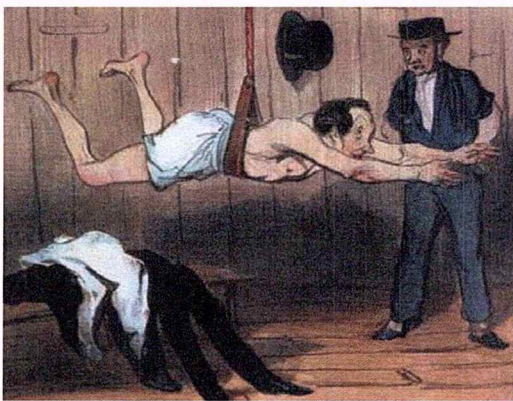


Imagen 21 - Honoré Daumier (1808-1879), *Bañista*, 1841, litografía.

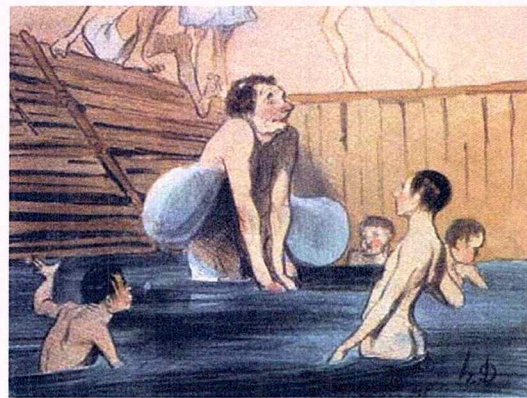


Imagen 22 - Honoré Daumier (1808-1879), *Bañistas*, ca. 1841, litografía.

Asimismo, James Ensor retoma el tema mitológico de la sirena pero, esta vez, como estímulo a la iniciación de la nueva experiencia que, por innovadora, resulta peligrosa. Con un traje apropiado, cerca de la casilla rodante, con gesto de recién iniciado, el inexperto bañista mostrará que se trata de una extraña e inédita práctica que sólo resolverá animado por el llamado femenino. (Imagen 23)



Imagen 23 - James Ensor (1860-1949), *El llamado de la sirena*, ca. 1891  
Óleo – 38 x 46 cm- Colección privada

Los medios de comunicación como las guías, las revistas, los periódicos y diarios encontraron una manera de propagar esta experiencia a través de incorporar en sus páginas textos y representaciones en concordancia con la aceptación de los baños. Una de las formas de irradiar el novedoso paseo, es a través de las ilustraciones publicitarias y humorísticas en las que se reflejan las modalidades para llegar al sitio elegido y los atractivos que se sugieren como pasatiempo. Unas imágenes se refieren al traslado en ferrocarril (Imagen 24), explicitando que se trata de un viaje deseable al que acuden muchos interesados para la compra de un pasaje de ida y vuelta. La pareja que acredita el éxito de la compra, con los billetes en la mano, sonríe y se desplaza hacia la “partida del placer” mientras una multitud, en torno al lugar de ventas, pelea por llegar a buen término.



Imagen 24 – *Trains de bamboches pour Dieppe*, 1870, Ilustración.

Otras propuestas, deciden pormenorizar la duración del viaje desde la ciudad de origen, los costos del pasaje, el clima y la invitación a pasar una buena temporada compartiendo paseos, deportes y recorridos por el entorno cercano. En el afiche de Valencia (Imagen 25), se especifican las condiciones climáticas, contabilizando los días con calma, brisa, viento o lluvia, como forma de garantizar una estadía confortable y con una temperatura media acorde con los gustos de cualquier veraneante, información estadística que se particulariza para lograr atraer a más visitantes.



Imagen 25 – Afiche promocionando Valencia – 1900



En cada campaña publicitaria programada, nunca estaban ausentes ni el casino, ni los entretenimientos deportivos, ni los espectáculos. En la pieza gráfica de Trouville (Imagen 26) se muestran, a partir de una vista desde el mar, las diferentes actividades viables en la playa como los encuentros sociales, las caminatas, el permanecer sobre la arena, los baños, los traslados en casillas tiradas por caballos o los deportes en embarcaciones a vela. Como marco, un gran hotel con casino asegura una estancia de “1er. Orden” y, como complemento, se anuncia un destacado concierto con una orquesta y 60 músicos. Pero lo importante de este anuncio, es detectar que, en un primer tiempo de lectura, destacado por el tamaño de la tipografía y el color, se hace hincapié en los baños de mar para indicar luego, en un segundo tiempo, que se habla de la playa más bella del mundo. Como modo de enfatizar las modalidades de la práctica anunciada, se diseñan bañistas en posturas distendidas, con trajes a la moda y compartiendo con otros actores el espacio conquistado, definitivamente, para los veranos.



Imagen 26 - Afiche promocionando Trouville – Bibliothèque national de France, s/f

Las villas balnearias devienen en un lugar cautivador y las obras de los artistas, entre tantas facultades, provocan en muchos expectativas por conocerlas. Joaquín Sorolla y Bastida es un hacedor de imágenes junto al mar y un rastreador de escenas de sociabilidad. La primera imagen, en la playa de Biarritz, (Imagen 27) se direcciona significativamente el interés en percibir la extensión continua entre la arena y el mar.



Imagen 27 - Joaquín Sorolla y Bastida (1863-1923), *Playa de Biarritz*, óleo.

No se plantea ninguna intervención que preanuncie la existencia de un balneario. Sólo algunos caminantes solitarios determinan la conquista del sitio. Mientras que en el recorte espacial bajo el toldo en Zarauz (Imagen 28), plantea una perspectiva diferente, orientada hacia quienes deciden permanecer en el lugar, en encuentros recatados, lejos de pensar en el uso de una indumentaria para el baño; todos se protegen de los rayos solares y el contacto con la arena es mediado a través del traje de calle, guantes, medias y zapatos.



Imagen 28 - Joaquín Sorolla y Bastida (1863-1923), *Bajo el toldo*. Playa de Zarauz, 1910, óleo.

Por otro lado, el pintor comparte y colabora con la construcción de los nuevos significados acordados para la niñez comprendida, ahora, como una etapa con derechos a la participación en lugares de encuentro con adultos.<sup>29</sup> Decide entonces representarlos en su compañía o solos, atraídos por el nuevo escenario y la diversión asegurada fuera de los ámbitos de la cotidianeidad. (Imagen 29)

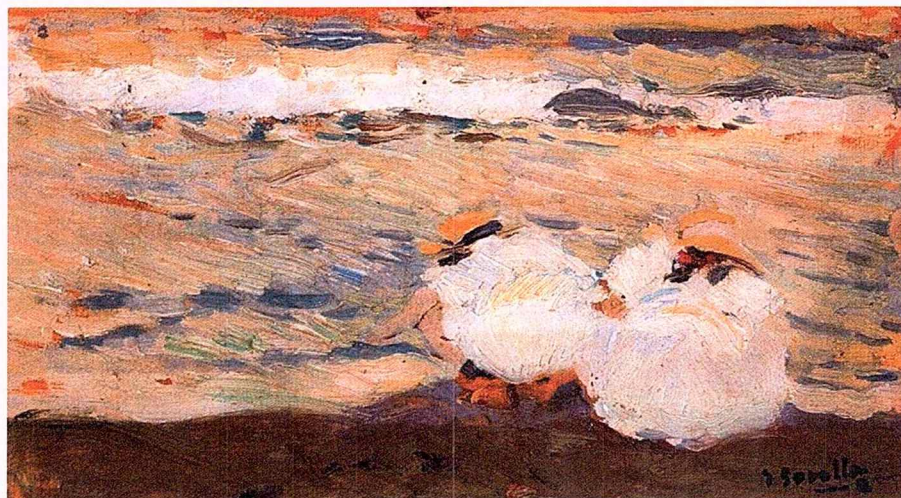


Imagen 29- Joaquín Sorolla y Bastida (1863-1923), *María y Elena en la playa*, 1898, óleo, Colección particular.

Avanzando en las temporadas, los artistas continúan explorando el espacio a pleno aire y perpetuando las nuevas experiencias que, para muchos, aún resultaban desconocidas y por tanto, invisibles. La obra de Picasso elabora un nuevo lenguaje que trastoca los convencionales modos de difusión de los baños, a la vez que cautiva a distintos grupos sociales. Pasó gran parte de su vida junto al mar, olvidando las reglas aprendidas del dibujo y haciendo pintura a partir de esa realidad costera. Presenta un contexto sugestivo, permitiendo al observador acordar, con los personajes de la ficción que merodean en sus cuadros, el beneficio de disfrutar los atractivos de la playa, la intimidad de una casilla, los juegos, el aprovechamiento del sol y los encantos de experimentar las noches en el sitio; todas actitudes y comportamientos que hablan del gusto y aprobación del “estar y vivir” en la playa.

---

<sup>29</sup> Ríos, julio César y Ana María Talak, “La niñez en los espacios urbanos (1890-1920)” en DEVOTO, Fernando y Marta Madero (1999), *Historia de la vida privada en la Argentina. La Argentina plural: 1870-1930*, Tomo II, Buenos Aires, Taurus.

Picasso reconoce que en sus cuadros pone todas las cosas que le son queridas, de allí que una casilla con sus llaves en el ojo de la cerradura, junto a una figura en el intento de abrirla (Imagen 30), evoque experiencias muy cercanas a sus predilecciones. Por otro lado, ante un desnudo bajo el sol (Imagen 31), propone nombrar al cuerpo sin imitar las proporciones ni de su mano, ni de su cabeza, ni de sus senos. Sólo encuentra, con un trazo continuo, el modo de decir “desnudo, ahora, en la playa”, no como referente del ideal de belleza clásica ni de las leyes de representación académica, simplemente lo muestra recostado sobre la arena. Así, también, en cada noche (Imagen 32) se evoca la realidad del escenario distendido frente al mar, con artificios persuasivos cuyos efectos emocionales estimulan e invitan a experimentar *in situ* las prácticas divertidas denotadas en el primer plano.

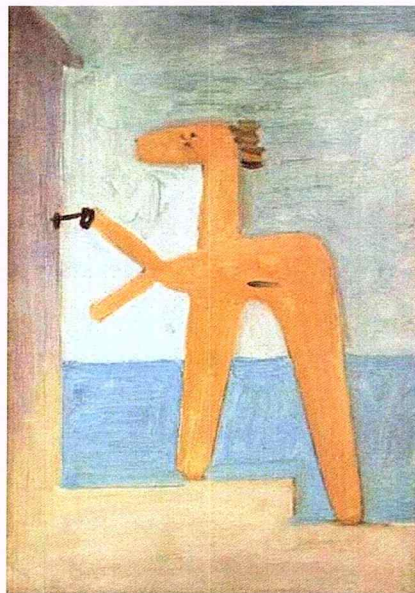


Imagen 30 - Pablo Picasso (1881-1973), *Bañista que abre una cabina*, 1928, óleo.  
Museo Picasso, París

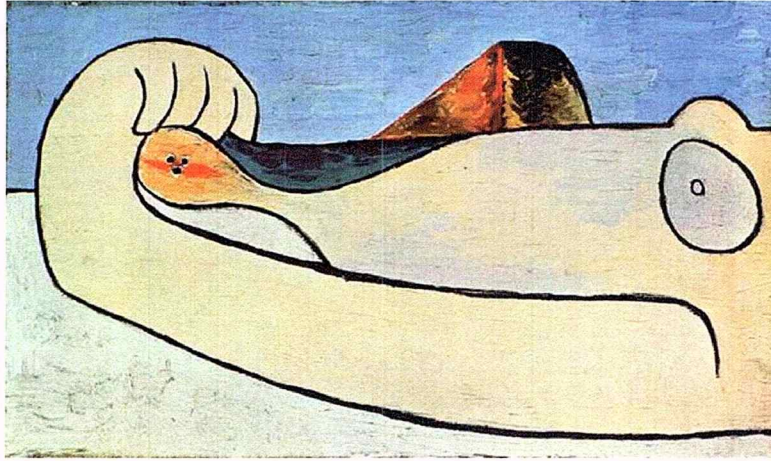


Imagen 31 –Pablo Picasso (1881-1973), *Desnudo en la playa*, 1929, óleo, Museo Picasso, París.

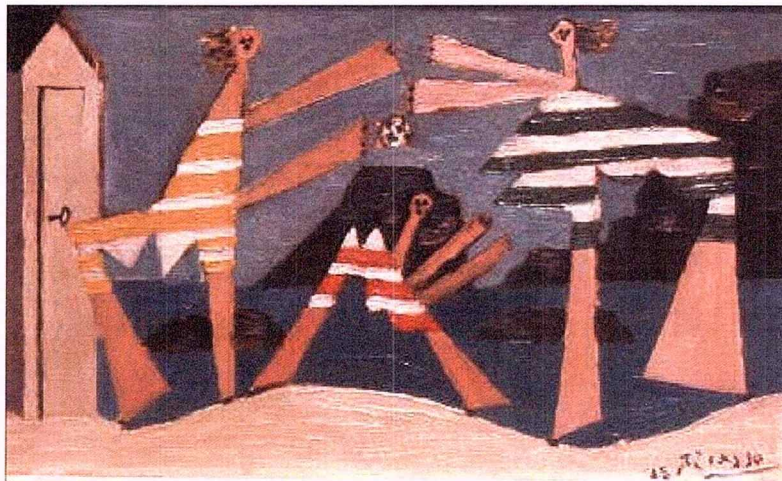
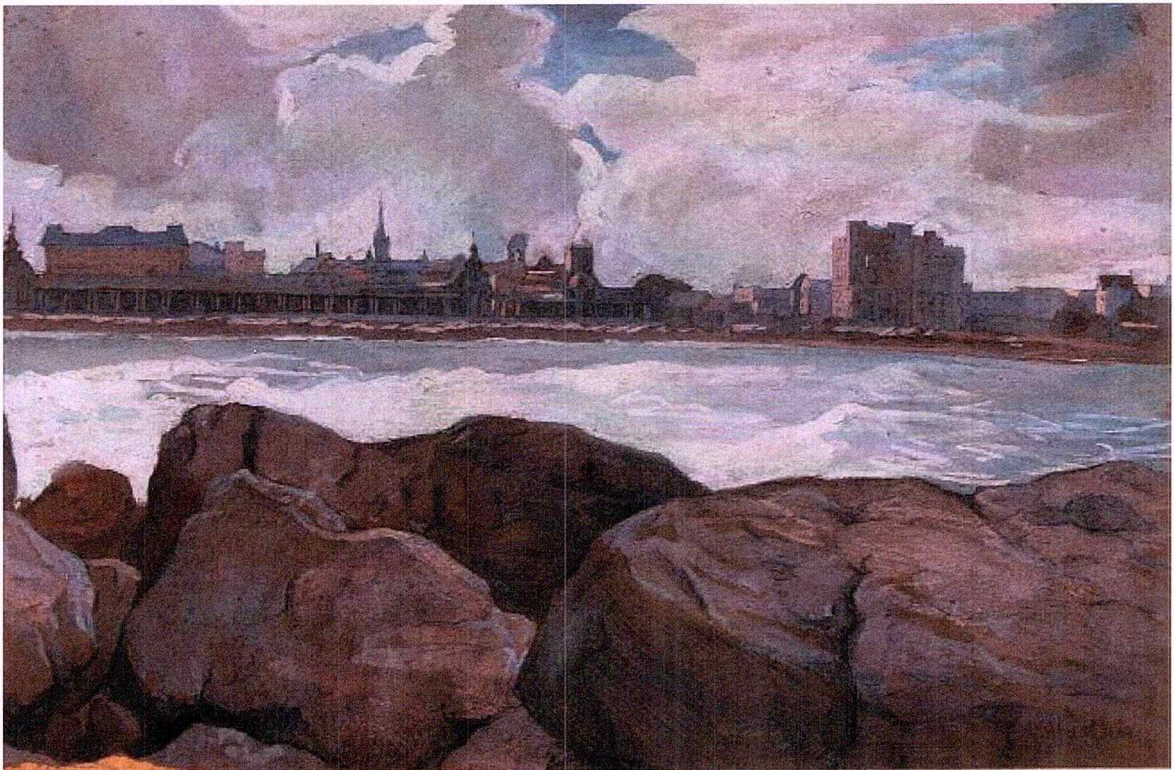


Imagen 32 – Pablo Picasso (1881-1973), *Bañistas en la noche*, 1930, óleo. Kunsthau Zurich.

El cambio percibido en los modos de relacionarse con el mar, permite a los pintores expresar una atmósfera conciliadora, donde la playa y el mar se reconocen como imágenes armónicas incuestionables.

## Capítulo 2

### La construcción de la imagen de Mar del Plata como ciudad balnearia del sudeste de la provincia de Buenos Aires



Léonie Matthis, *Vieja Rambla de Mar del Plata*, 1916, Técnica mixta.

## La construcción de la imagen de Mar del Plata como ciudad balnearia del sudeste de la provincia de Buenos Aires

Cada momento histórico, en el que un grupo social interviene, consagra una modalidad particular de mirar, lo que para Martín Jay configura un “régimen escópico”.<sup>30</sup> En este modo de mirar se cuelan las representaciones sociales que siempre se encuentran activas y que movilizan los modos de interpretar y orientar el conocimiento de la realidad. Así como los agentes sociales reacomodan sus relaciones y recrean sus discursos, también, quienes trabajan en la producción creativa, reactualizan los mecanismos que promueven la generación de sus composiciones visuales. Como consecuencia, se elaboran nuevos mecanismos proyectuales, otros soportes y se ajustan las formas comunicativas para la transferencia de significados y sentidos al medio, invitando, a quienes las recepten, a incluirse en estas modalidades transformadas y, a la vez, a estimular sus propias miradas.

A fines del siglo XIX, se abren otros perfiles para la lectura del espacio social porque se asiste al abandono del lento andar del evocado *flâneur* parisino, en procura de participar en una vida cotidiana con un ritmo más dinámico. Estas transformaciones traen aparejada, junto a los proyectos de pensadores urbanos, la experimentación de otros escenarios públicos remodelados. Se trata de inaugurar la entrada al movimiento, la mutabilidad y la posibilidad de traslado tanto en medio de la propia ciudad como a la distancia, en busca de un tiempo de descanso y de recreación fuera del entorno habitual. Nuevas avenidas para la circulación, mejoras en los caminos y aumento en las frecuencias y confort en los ferrocarriles, son algunas de las decisiones que gerencian los requerimientos fundados.

La vista resulta un sentido privilegiado para esta nueva vida y la mirada, la protagonista para la lectura intencionada de la carga significativa. Las vidrieras con la exposición de objetos, la publicidad con la provocación de los deseos, los diarios y revistas con la participación de la fotografía y los afiches promocionando sitios para el veraneo, van dando forma al mundo del consumo que provoca en el observador impulsos para generar cambios en sus comportamientos. Este desafío hacia lo nuevo, induce al agente urbano a reconocer la información sugerida, renovar sus conductas rutinarias y aceptar incluirse en el disfrute del tiempo libre.

---

<sup>30</sup> Cfr. Jay, Martín (2003) “Regímenes escópicos de la modernidad” en *Campos de fuerza, entre la historia intelectual y la crítica cultural*, Buenos Aires, Paidós pp. 221-252

El viajero, el veraneante y el turista son los protagonistas dispuestos a descubrir contextos adecuados y lejos del entorno acostumbrado. Así, la playa, junto a sus diferentes modos de ser imaginada, es portadora de la “arena” para la inauguración de un hábitat para las vacaciones. Es importante reconocer que este espacio tiene en su historia un lento proceso de apropiación; de una aversión antigua, en medio de sentimientos vinculados con los miedos ancestrales o de carácter mítico, se produce un acercamiento pausado hasta conquistar la complacencia y aprobación. La costa, como referente del mundo de la navegación y del trabajo, suma, ahora, un espacio para la contemplación, el juego y el placer del sol. Se asiste a la construcción de un nuevo significado cultural, la balnearización de la playa que, por otro lado, logra configurar un universo sensorial y novedoso que entrará en el mundo de la expresión visual.

La zona en la que se asienta la ciudad de Mar del Plata, no escapa a este reacondicionamiento general dado que fue ocupada, en diferentes tiempos, por actores que intentaron buscar una fuente de trabajo estable y productiva, seguramente, con el propósito de quedarse en el lugar y desarrollar un ámbito que los contuviera. Desde las primeras actividades agropecuarias, pasando por la explotación pesquera y las incursiones para el alojamiento de quienes llegaran al sitio, es posible encontrar el registro en imágenes de estas sucesivas propuestas. Todos estos cambios resultan novedades que alteran los anteriores usos, la vida de los residentes y la calidad del paisaje natural.

Tanto las fuentes escritas con sus gráficos como las pinturas, dibujos, grabados y caricaturas han conformado un corpus visual que permite sondear los cambios de ocupación espacial y los constructos de la imagen de ciudad que cada agente creador modeló a través de su mirada. A partir del material encontrado se rastrearán los caminos promovidos, las opciones diferenciadas y los actores sociales que dieron consistencia y materialidad a la idea de proyectar una villa balnearia en el sudeste de Buenos Aires. De allí que se plantea que las imágenes de la villa balnearia y sus lugares diferenciados de uso, junto con las prácticas de sociabilidad expresadas, contribuyeron a la comprensión de los procesos y estrategias puestos en movimiento para articular históricamente la transformación de los espacios de ocio.

Para desarrollar este propósito, se parte de ver en qué condiciones se perciben y conciben el mar y la playa. Es decir, si se los piensa como lugar para las prácticas de ocupación laboral de quienes residen en el lugar; como sitio para la vida social; como medio para la reflexión y la problemática de la existencia humana o, alineados con la



idea de pensar ese espacio como marco para la diversión, el entretenimiento y el goce de un baño.

### **Antes del balneario. Reconocimiento de prácticas significativas que permitieron consolidar un modo de vida sustentable**

Entre los antecedentes de colonización del área en la que hoy se asienta la ciudad de Mar del Plata, que comprende la costa y los territorios ganados a los indígenas, se registra, hacia 1746, la instalación de la misión jesuítica de Nuestra Señora del Pilar, de muy corta duración, ya que fue desmantelada en 1751. Una de las primeras aproximaciones a la imagen del sitio, es la que se desprende de los escritos del Padre Cardiel, misionero de la zona, quien deja constancia en su Diario (1748) de los caracteres espaciales y económicos del sector mostrando que

en su mayor altura hace la playa un cabo puntiagudo con un banco de arena que se interna en el mar como 100 pasos y como 500 más adentro revientan las olas, debe haver hallí (sic) algunas peñas” [...] que sobre la región, predomina la calidad de la pastura y la bondad del suelo para el cultivo y que en la zona costera es posible encontrar buenos lugares para el engorde de ganado.<sup>31</sup>

Sin encontrarse una documentación gráfica de lo manifestado, la lectura permite una primera construcción imaginaria que refrendaba la cualidad rural del área y alentaba posibles operaciones productivas. Los pasos posteriores dan cuenta de los resultados favorables y atractivos que jugaron, en términos de difusión, los escritos del religioso. Hacia la mitad del siglo XIX, la constitución de la sociedad encabezada por el Barón de Mauá y José Coelho de Meyrelles<sup>32</sup> se movilizó hacia la zona, con el objetivo de alcanzar los beneficios económicos que podía traer aparejado la captura del ganado cimarrón y la posterior explotación de un establecimiento industrial relacionado con la venta de tasajo.

La acción de José Coelho de Meyrelles determinó, además, una de las primeras incursiones en el territorio para el estudio y posterior toma de decisiones en torno a las posibilidades de explotación de sus riquezas. Para alcanzar tal fin, envía al Ing. Guillermo Bragge en un bergantín, para el reconocimiento y la verificación de la

---

<sup>31</sup> CARDIEL, J., *Diario del Viaje y Misión al Río del Sauce*, Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, 1930.

<sup>32</sup> Cónsul de Portugal durante el gobierno de Rosas, hombre de campo, resulta uno de los pioneros emprendedores que dio movilidad a la zona. Cf. AAVV, *Mar del Plata...ob.*, cit., p. 39; GASCÓN, Julio César (1942), *Orígenes históricos de Mar del Plata*, La Plata, Taller de impresiones oficiales.

viabilidad de construir un puerto en la bahía de la actual playa Bristol. El enviado produce, en el año 1856, un informe y un gráfico de la zona siguiendo esta descripción:

El Establecimiento está situado a cerca de 100 leguas de la ciudad de Buenos Aires [...] y se compone de tres estancias [...] reunidas bajo una sola administración. La más importante de ellas, en cuanto a magnitud y situación, tiene de frente 30.000 varas al Atlántico, y al examen de este frente o línea de costa, dediqué mi atención con preferencia [...] La primera colina de piedra que se encuentra se llama Sierra de la Chacra, y a corta distancia más al Sur, cerca de 1.200 metros (1.380 varas), se levanta otra colina de forma semejante, y que denominaremos nosotros la Sierra de la Hydra (en alusión al nombre del bergantín que los había transportado hasta el lugar). Entre estas dos colinas, está la Bahía principal destinada a la formación de un puerto [...] La profundidad es de 200 metros. El terreno entre las colinas es llano y bajo. Al pie de la Sierra de la Chacra corre un arroyo permanente de agua dulce que podría estancarse para el servicio de todas las futuras necesidades del puerto [...] Considero muy oportuno el establecimiento allí de un Saladero que haría cuenta, aún cuando hubiera en el distrito menos ganado que el existente en la actualidad. Solamente en la Laguna de los Padres hay de 75 a 80.000 yeguas alzadas, que solo pudieran beneficiarse planteando un Saladero en el terreno mismo.<sup>33</sup>

La imagen construida apunta a ser lo más precisa posible para no desvirtuar las formas de identificar la zona y los recursos aprovechables. Se trata de estimular los deseos de conocer el lugar y, a la vez, permitir un proyecto de emprendimiento sustentable dado que acentúa las posibilidades alentadoras para quienes quisieran conformar una sociedad. Por otra parte, el agregado significativo de un rompeolas en madera de pino – inexistente en el sitio - (Imagen 1) y la referencia visual de un muelle de hierro ubicado en forma perpendicular a la línea de costa que, además, determina un eje axial entre las dos lomas, acrecientan los atractivos para el futuro comprador. Estas intervenciones expresivas responden a las construcciones sociales necesarias para ir configurando un espacio calificado que permita la instalación de un puerto en la bahía, dado que la imagen muestra un mar apacible dentro de un ámbito protegido.

---

<sup>33</sup> “Informe del Ing, G. BRAGGE a Dn. José Coelho de MEYRELLES sobre el establecimiento de un puerto en la costa de la Laguna de los Padres”, en *Documentos relativos al Puerto de Abrigo y Muelle en la costa del Sur, Buenos Aires, 1857*, Mar del Plata, 1970.

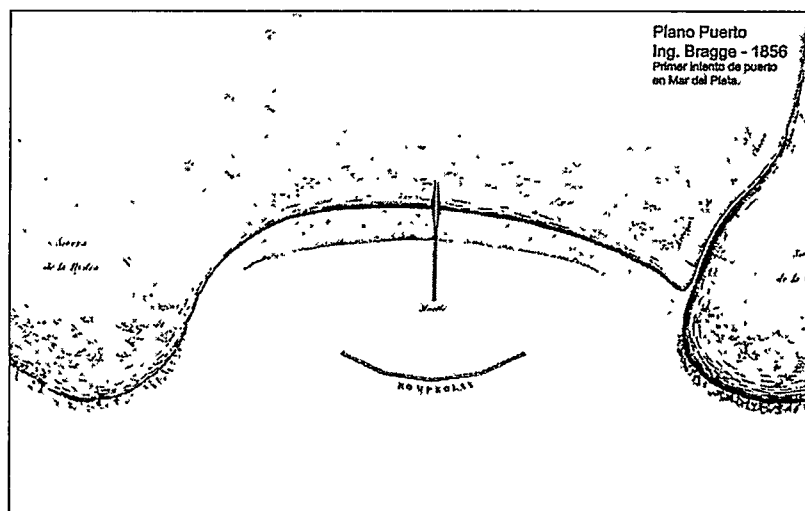


Imagen 1 - Ing. Bragge Plano del primer intento de Puerto en Mar del Plata – 1856

Esta primera expresión apela tanto a referentes concretos como a dispositivos imaginados, motivos que movilizan la constitución de un “espacio modelo” y la lectura de un futuro prometedor. La existencia de un arroyo con agua dulce junto al mar, implicaba beneficiar el funcionamiento de cualquier instalación industrial. Luego de reconocidos los resultados de las exploraciones, la sociedad aprobó la compra de las tierras costeras, formalizándose la operación en 1856.<sup>34</sup>

Más adelante y convencidos los empresarios de las cualidades del lugar descritas por las referencias del especialista, se localiza un saladero próximo al arroyo que se describe en el informe. En el paraje se construye un corral de palo a pique para encerrar la hacienda y un cobertizo para el proceso de salazón. El paisaje cambia su fisonomía primitiva, los peones y personal del saladero construyen un pequeño poblado en torno a su fuente de trabajo y es el almacén de ramos generales el que proporciona las diferentes demandas básicas.

La pintura de Alfredo de Treviño (Imagen 2), óleo de 1938,<sup>35</sup> organiza el espacio en el cual se distingue el saladero antes de la fundación de la ciudad (1874) y, a través de una perspectiva aérea tomada desde el norte, propone un primer plano para las instalaciones del emprendimiento, conformando uno de los motivos principales de la construcción de la imagen inicial del asentamiento. Hacia la izquierda, se advierte la

<sup>34</sup> Archivo de Tribunales de la Ciudad de Buenos Aires, Registro 5, Tomo I, Folio 358, 1856.

<sup>35</sup> Ya en estos años se había derribado la rambla afrancesada y construido el actual conjunto Rambla – Casino - Hotel Provincial de Alejandro Bustillo.

presencia de un precario muelle apto para el atraque de embarcaciones, la carga de lo producido y su posterior traslado hacia diferentes destinos. Asimismo, se pueden reconocer otras instalaciones del poblado, con una elaboración formal estereotipada, algunos trabajadores y los medios de transporte utilizados en la época. Se contornea un mar que llega a una playa sin ocupantes ya que sólo se dibuja en la bahía el juego natural del agua y su encuentro con la arena.

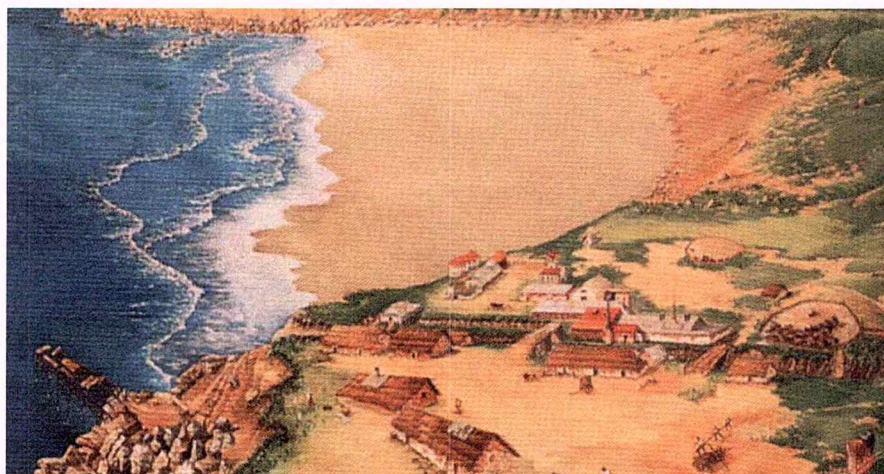


Imagen 2 - Alfredo de Treviño, *Mar del Plata antes de la fundación*, 1938. Óleo. Municipalidad de General Pueyrredon.

La imagen juega como información y conocimiento de una concavidad en la costa, una playa protegida por dos colinas que resguardan las primeras construcciones como algunos comercios, instalaciones del saladero, los corrales y las mangas para encerramiento de la hacienda. Hacia el extremo inferior derecho se advierte una senda y un puente, sobre el arroyo las Chacras, por donde se realizaba el paso de las diligencias, galeras y tropas de carretas (GASCON, 1942: 93). El puerto natural era un punto de salida para los productos que conformaban la riqueza de la provincia, teniendo como destino final el embarque hacia Buenos Aires. Para ordenar esta partida, se encontraba la presencia de un práctico, encargado de conducir los bueyes atados a las carretas que venían con cargamentos para la Aduana. Así, Mar del Plata, si bien sobre el mar por su condición de puerto, ha estado en principio ligada al mundo rural e industrial<sup>36</sup> y esa

---

<sup>36</sup> Otras fuentes escritas testimonian esta caracterización, tales como los primeros proyectos de ordenanzas municipales, los que recurren a la puesta en vigencia de las “conveniencias generales aprendidas en el tiempo transcurrido, las prácticas observadas en pueblos más antiguos y las disposiciones del Código Rural”, cf. *Actas Liminares*, Libro 1, Folio 22, 1881.

circunstancia generó en el pintor el antecedente que consideró como identificador de los comienzos del área, muy distantes de una villa balnearia.

Concretada la construcción del saladero, la comercialización de sus productos nunca tuvo demasiado éxito, motivo que originó posteriores ventas y nuevos intentos de reactivación de la empresa por otros titulares. Patricio Peralta Ramos figura entre los siguientes agentes, nombre que se registrará, más tarde, como el promotor de la fundación urbana y quien solicitará la autorización al Gobierno Provincial para la traza y formación de un pueblo en sus tierras.<sup>37</sup> En el escrito, Peralta Ramos expresó que no se trataba en realidad de la fundación de un pueblo, sino del reconocimiento de su existencia de hecho ya que se encontraban una capilla, un criadero de lobos marinos, materiales para la construcción y un suelo apto para su explotación.

Estas primeras gestiones permitieron el inicio de la preparación en el imaginario del protagonista, de una ciudad que sería “llamada a ser una de las más felices de la Provincia”.<sup>38</sup> Anticipaba con su proyecto que se lograría configurar un espacio para el buen vivir de quienes lo habitaran, además de concebir la posibilidad de encontrar diversas formas autónomas para el sustento. Los pasos administrativos iniciados concluyen con la firma del Decreto de formación de un Pueblo (hoy Mar del Plata), con fecha 10 de febrero de 1874.<sup>39</sup> Para concretar el trazado se llamó al agrimensor Carlos de Chapeaurouge<sup>40</sup> quien inicia sus trabajos formales para el “nuevo pueblo de Balcarce, en el Puerto de Mar del Plata”.<sup>41</sup> Las formas pensadas y luego adoptadas, se relacionan con un trazado ordenado según los lineamientos de una cuadrícula (constante fundacional de las ciudades coloniales americanas y de ascendencia europea), con una clara determinación de lo público, lo privado y el dimensionamiento de sus plazas. En el desarrollo de los fundamentos del trazado, el Agrimensor considera que la división

---

<sup>37</sup> En 1864, diez años antes de la fundación, Juan A. Peña, propietario del establecimiento “Las Tres Lomas”, había obtenido una autorización para proceder a la fundación del “pueblo de la Laguna de los Padres”, sin advertir que esas tierras tenían un dueño: Patricio Peralta Ramos. Consultar Julio César GASCÓN, op. cit. p. 89.

<sup>38</sup> Texto de la solicitud para la fundación firmada por P.P. Ramos, en: GASCÓN, Julio César, op. cit.; BARILI, Roberto, op. cit.

<sup>39</sup> Para la lectura del permiso de fundación y las respuestas oficiales de las distintas solicitudes, ver GASCÓN, Julio César, *Orígenes Históricos de Mar del Plata*, La Plata, Taller de impresiones oficiales, 1942, Capítulo VIII; BARILI, Roberto, *Historia de Mar del Plata*, Buenos Aires, Plus Ultra, 1991 y *Mar del Plata. Ciudad de América para la humanidad*. Reseña histórica, Mar del Plata, Municipalidad de Gral. Pueyrredón, 1964.

<sup>40</sup> Ingeniero agrónomo (1846-1922), graduado en la Universidad de Buenos Aires, encargado de la diligencia de mensura para la traza del pueblo.

<sup>41</sup> Expediente de fundación - Letra P 418 - Año 1873 del Ministerio de Gobierno - Duplicado de la diligencia de mensura para la traza del pueblo de Balcarce

propuesta y materializada es la “más adecuada a la topografía del terreno y al futuro desarrollo de esta importante localidad”.

Un mural<sup>42</sup> de 1913 (Imagen 3), realizado por el pintor Fausto Eliseo Coppini<sup>43</sup> y por encargo de Eduardo Peralta Ramos, dibuja las características topográficas tenidas en cuenta por el profesional citado y las construcciones precedentes a la traza en cuadrícula que planteaba la ocupación de la zona. De izquierda a derecha, se perfila la casa del fundador Patricio Peralta Ramos, una barraca y un almacén de ramos generales, un saladero con sus corrales y construcciones para el personal, un molino, una capilla, un muelle y, destacándose como improntas lineales, el cauce del arroyo las Chacras y algunos caminos que indican los trayectos hacia Balcarce y Buenos Aires. También se advierte una bajada hacia la costa que registra el paso de los caminantes y por donde “de tarde en tarde podía llegar un gaucho errante de la pampa a refrescar la cansada cabalgadura (...) no sin esfuerzos y sin peligros podía llegar hasta la orilla de la bahía”.<sup>44</sup>

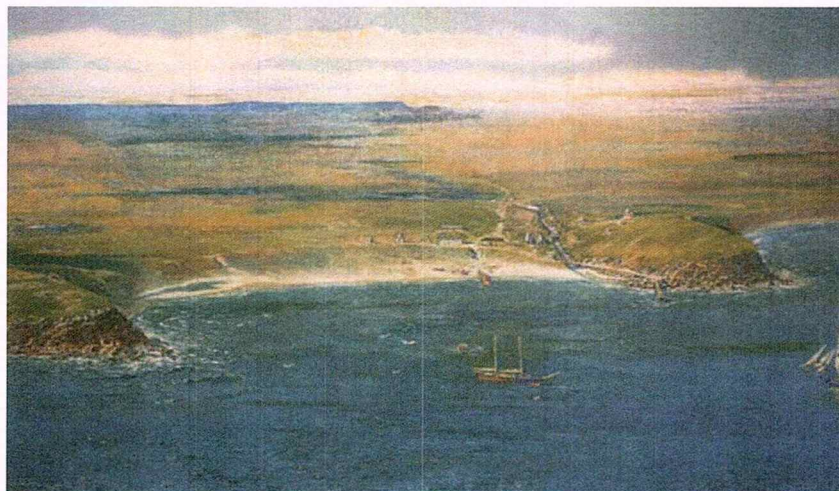


Imagen 3 – Fausto Eliseo Coppini (1870-1945), *Puerto de la Laguna de los Padres*, 1913. Mural

Esta composición genera, nuevamente, una vista aérea desde el mar que, a su vez, jerarquiza y destaca la posibilidad de reconocer la bahía como puerto natural, con aguas en reposo y el desplazamiento de embarcaciones que se acercan desde Buenos

---

<sup>42</sup> El mural pertenecía a la casa de los descendientes de Patricio Peralta Ramos (Avenida Luro y La Rioja) realizado en óleo sobre un alisado de yeso. Sus dimensiones: 4,60 m x 3,80 m. Actualmente se encuentra en el acceso a la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la UNMDP como resultado del rescate gestionado ante la inminente demolición de la casa mencionada.

<sup>43</sup> Pintor nacido en 1870 y formado en la Real Academia de Brera. Conductor de un taller en la Argentina que formó artistas como Gastón Jarry, Rodolfo Franco y Ángel Vene entre otros.

<sup>44</sup> *El Diario*, ed. extraordinaria, Buenos Aires, 15 de febrero de 1908.

Aires en señal de un promisorio futuro comercial. En la loma Stella Maris, a la izquierda, (Sierra de la Hydra en el plano Bragge) se encuentran pastando ejemplares vacunos y algunas gaviotas que rodean las naves del primer plano. No se muestran indicios de prácticas vinculadas con el mar como sitio para el placer y sólo se advierten en la playa algunas barcas inactivas.

De carácter evocativo, la imagen registra las intervenciones que definen los pasos iniciales del fundador haciendo que, junto a las instalaciones del saladero, se destaque en la parte más alta de la loma de Santa Cecilia (hacia la derecha), la capilla en honor a su mujer y, en el centro, la fachada triangular de su vivienda particular, conocida como "La Casilla". Todos estos hitos resultaron los referentes primarios para proteger la memoria de la configuración originaria del lugar.

Es interesante advertir que tanto esta elaboración pictórica como la de Alfredo Treviño, permiten la lectura de las construcciones necesarias para acotar la historia de la ciudad y que, coincidentemente, los datos vertidos no se encontraban en pie mientras los autores los pintaban debiendo recurrir a documentos que hablaran de ellos o a la tradición oral. Mientras los creadores daban forma a su obra, ya se había inaugurado la rambla afrancesada de 1913, en torno a la bahía de la playa que percibimos en las pinturas. Estos elementos materiales que integran las imágenes resultan un soporte histórico eficaz y valorable porque permiten conservar los procesos significativos en la memoria de quienes conviven en el medio y en la de las generaciones futuras.

En tanto se consolidaba el crecimiento del pueblo a través de diferentes prácticas y la generación de una infraestructura que favoreciera el establecimiento de nuevos residentes, arriba a la región Pedro Luro<sup>45</sup> quien provocaría uno de los más complejos impulsos a la zona. Para conquistar sus proyectos y empresas, logró estimular el resurgimiento del saladero, ya casi inactivo. Asimismo, amplió sus instalaciones, ensayó diversos cultivos, en especial el del trigo, localizó una barraca para almacenamiento de frutos, construyó un muelle, estableció hornos y organizó una flotilla para el transporte y comercialización de lo producido entre Mar del Plata, Buenos Aires y Montevideo. Además, transforma la antigua Fonda *La Marina* en el *Grand Hotel*, decisión que hace que el asentamiento local vea multiplicar y diversificar sus operaciones. Estas propuestas van dando forma a las cualidades emprendedoras del protagonista,

---

<sup>45</sup> Para una historia de Pedro Luro, consultar COVA, Roberto (1983). *Pedro Luro, un pionero de la pampa*, Mar del Plata, Dirección de Cultura de la Municipalidad de General Pueyrredon.

caracterizando su posición en el contexto de la costa y cargando de significado a la imagen que percibirán quienes lo rodean y acompañan en cada uno de los planes y aspiraciones.

Tanto la presencia de Patricio Peralta Ramos como la de Pedro Luro en estas tierras, conformaron una misma demanda, la de verse prolongados en el tiempo a través de la realización de sus retratos. La mirada de los dos artistas que intervienen en las obras, conlleva una carga significativa que exalta la figura de los comitentes según sus peculiaridades. Se trata de un óleo de Carlos Morel<sup>46</sup> de Patricio Peralta Ramos y una litografía de Henri Stein<sup>47</sup> de Pedro Luro.

La obra de Morel (Imagen 4) es una pintura que se encuentra en el Museo Histórico de la ciudad en la que la figura se dispone de medio cuerpo sesgado y en el que la luminosidad del rostro contrasta con el medio tono del fondo. El retrato, como particular evocación del fundador, se lo reconoce como portador de la identidad y expresividad de los rasgos tanto temporales como psicológicos. El artista se dispone a rescatar esa singularidad y unicidad personal del modelo a la vez que interpreta las cualidades irrepetibles a partir de su propia mirada. Desde siempre, la historia cuenta que los hombres buscaron que su imagen los trascendiera.<sup>48</sup>

Por otro lado, la fisonomía del personaje se ve resaltada por el tratamiento de la indumentaria que lo complementa. Se trata de un traje oscuro, con cuello alto, limitado por una camisa blanca, superficie en la que se destaca un broche importante como signo del prestigio alcanzado por Peralta Ramos en el entorno social. Asimismo, a través del tratamiento de la luz, se atrae la mirada del observador hacia el rostro, como fuente altamente concentrada de información. Estas estrategias están destinadas a hacer presentable y representable a quien fuera uno de los iniciadores del futuro balneario.

---

<sup>46</sup> Pintor argentino, formado en la Escuela de dibujo de la Universidad con el maestro suizo Joseph G uth y junto al maestro italiano Pablo Caccianiga, trabajó en retratos, miniaturas, escenas costumbristas, pinturas históricas y temas religiosos. Reconocido como un importante litógrafo, publica su  lbum *Usos y costumbres del Río de la Plata* con doce láminas con imágenes urbanas y de los actores sociales contemporáneos.

<sup>47</sup> Artista nacido y formado en París. Se traslada a Buenos Aires, decide instalarse en la ciudad e iniciar distintos emprendimientos, uno de los cuales lo lleva a continuar la obra del creador de *El Mosquito*, lugar donde se desempeña como ilustrador, y caricaturista; logra su propiedad y dirección en 1875. Sus adhesiones y ambigüedades políticas, le valieron calificaciones críticas de los colegas de otros periódicos y semanarios de la época. Finalmente, vende su empresa a una sociedad anónima y se dedica a la atención de una librería.

<sup>48</sup> "El deseo que tienen los seres humanos de contemplarse por medio de la interpretación de su propia imagen parece formar parte de los más antiguos impulsos de la humanidad, y el arte del retrato individual es una de las actividades artísticas más universalmente presentes en todos los tiempos". Cf. FRANCASTEL, Gali ne y Pierre (1978). *El retrato*, Madrid, Ediciones Cátedra, p. 11.



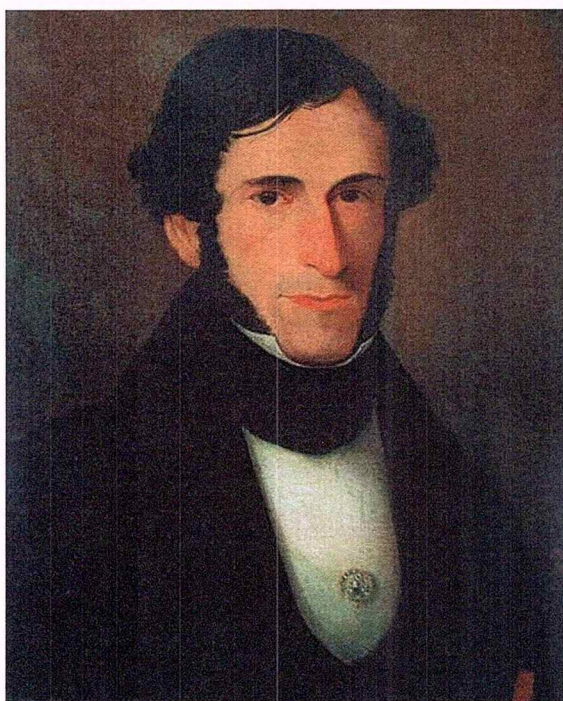


Imagen 4 – Carlos Morel (1813-1894), *Patricio Peralta Ramos*, 1850. Óleo.

La obra de Henri Stein (Imagen 5), es una litografía, también de medio cuerpo en tres cuartos perfil, en la que Pedro Luro se lo ve ataviado con traje formal y moño, acompañando con su firma la composición, como muestra de afirmación de la función que desarrollaba en la ciudad. Los indumentos emergen a partir de una construcción cultural que induce la lectura de la distinción del personaje y el conjunto de los signos particulares que configuran el cuerpo percibido (BOURDIEU, 1986:185). Como correlato de este enunciado, tener un retrato es una de las tantas formas de exploración de la identidad cuya representación y reconocimiento por distintos observadores, rememora el pasado valioso y las cualidades personales que se quieren dejar como huella para la posteridad.



Imagen 5 – Henri Stein (1843-1919), ca. 1870. Litografía.

Paralelamente a la reactivación del sitio, se desplegaba la actividad de los pescadores que, en su mayoría, eran sicilianos o procedentes de pueblos pesqueros mediterráneos. Arribados a Buenos Aires desde su ciudad de origen, llegaban a Mar del Plata a través de trasladados gerenciados desde la Boca o el Tigre e inducidos por los llamados de los “paisanos” que ya se encontraban trabajando en el lugar. En algunas oportunidades se han registrado viajeros solitarios o sin vinculaciones con el lugar de arribo pero, en la mayoría de los casos, se ha reconstruido una cadena migratoria, redes parentales y/o amicales que favorecieron el asentamiento y la incorporación a un trabajo remunerado. Estos inmigrantes italianos conocían las diferentes técnicas vinculadas con la pesca, precarias en sus comienzos, pero que luego fueron mejoradas con la incorporación de tecnología. Paulatinamente, la ribera es ocupada por barcazas y algunas instalaciones necesarias para el ejercicio de la práctica extractiva. Sin embargo, estos trabajadores y su pintoresca atracción para los visitantes que llegaban en cada temporada, se convierten, en medio de las nacientes propuestas vinculadas con el establecimiento de un balneario, en un perturbador espectáculo pronto a desaparecer y para permitir que la vida cotidiana de la costa sea poblada por nuevos actores.

Los pescadores serán trasladados hacia el sur, ocupando un nuevo espacio, reconociendo los dispositivos legales<sup>49</sup> y dejando, en forma concluyente, la convivencia con los nuevos protagonistas de la playa. Su repliegue resulta, así, una consecuencia de la aparición de los grupos atraídos por encuentros sociales y las posibilidades de disfrutar su tiempo de descanso. Dadas estas nuevas condiciones y en poco más de una década, se despeja toda el área de la bahía y se configura otra relación cultural, primero con la incursión de los turistas de a pie y luego con la aparición del bañista.

### **El advenimiento de los nuevos protagonistas**

Una nota aparecida en *El Diario*, en el año 1908, manifiesta: “De cómo una desolada playa de pescadores se transformó en un paraíso”; expresión que implica reconocer que la bahía que dibuja los bordes del espacio fundacional de Mar del Plata, no nace como villa balnearia sino que se gesta a partir de diferentes formas de ocupación, entre las cuales se advierte la tarea de los pescadores. Por otro lado, y para completar la idea de desolación, es importante recordar que llegar al sitio aludido, a fines del siglo XIX, no era tarea fácil porque suponía atravesar la pampa despoblada y con impedimentos que retrasaban un avance controlado y seguro. El transporte se hacía en carretas, las distancias se dilataban por la falta de lugares para pernoctar, las inundaciones en torno al río Salado complicaban los pasos en las temporadas de lluvia y la amenaza de algunos animales salvajes conformaban un todo complejo y una travesía incierta que no anticipaba un encuentro apacible con la playa y el mar. Sin embargo, un importante grupo de pioneros empresarios, como ya se relató, ya había decidido recorrer el trayecto, llegar a la costa y transformarla.

Mientras tanto, quienes cumplían funciones en el municipio, advirtieron que muchas familias estaban dispuestas a tomar baños de mar y comenzaron a elaborar las primeras ordenanzas vinculadas con el acondicionamiento de lugares para “cambiarse de ropa con la reserva debida y poder velar por la moral pública”.<sup>50</sup> ¿Cuáles fueron

---

<sup>49</sup>Si bien la reglamentación exige la demolición de las casillas destinadas a habitación, como las de los trabajadores de la pesca permite, con algunos reparos higiénicos, la continuidad de la actividad de los barcos de los pescadores: “Sólo podrán colocarse en la cabecera sudeste de la rambla los barcos de los pescadores con la prohibición de que limpien el pescado en el paraje”. Dato del Digesto Municipal. Archivo del Concejo Deliberante de la Municipalidad de General Pueyrredon.

<sup>50</sup> Para tal fin se construye “una casilla para cambiarse de ropa con la reserva debida y por considerar un deber velar por la moral pública”, texto de las *Actas Liminares*, Libro 1, F. 66, Mar del Plata, 21 de enero de 1882.

algunas de las condiciones para alcanzar la transformación del poblado?, las que condujeron a transmutar los modos de vida rural y la extracción de los frutos de mar, por un comportamiento de tipo urbano relacionado con las prácticas vinculadas con el ocio. Se inician, entonces, las primeras gestiones para la construcción de un escenario apto para el aprovechamiento del descanso y todos los cuidados y controles necesarios para su buen funcionamiento.

Junto con estas ideas, los trámites oficiales promovieron la materialización del tendido del ferrocarril desde Maipú a Mar del Plata, las instalaciones del telégrafo y la apertura de bancos. Estas iniciativas gestaron los cambios necesarios para resolver el acondicionamiento del proyectado balneario y facilitaron a las familias, que llegaban al lugar, una estadía confortable.<sup>51</sup> El primer tren llega a la Estación Norte en 1886 ubicación que no resultaba muy cómoda para quienes debían desplazarse con su equipaje hasta el centro. De allí que luego de diferentes gestiones, se consigue agregar una nueva Estación, en el Sur que funcionaba sólo en verano.

Las consecuencias inmediatas de las novedades programadas, impulsaron la afluencia al balneario de veraneantes que advertían la posibilidad de acentuar su prestigio social, de concretar diferentes vínculos y disfrutar de su tiempo de descanso. Mar del Plata se convertía en una ciudad que invitaba a transitar los veranos con novedosas expectativas y que permitía, a los pintores, captar estos cambios para sus composiciones.

Paralelamente al impulso dado a las incursiones en el sudeste de la provincia de Buenos Aires, en la Capital Federal se gestaba un movimiento dirigido a fomentar el enriquecimiento de las artes plásticas y literarias. Este espacio va a estar impulsado por quienes integraban las elites intelectuales y políticas que, a su vez, se enmarcaban en el proyecto de nación que se estaba cimentando. En este ambiente en construcción, es importante reconocer que el mirar hacia Europa resultaba un móvil añorado para cualquier artista en formación; es tiempo de viajar, establecerse en otro país, asistir a instituciones de arte, incorporar procesos de diseño y retornar a su tierra para renovar

---

<sup>51</sup> Como resultado de estas operaciones, se cuenta con algunas cifras: “de los 141 huéspedes registrados en el año 1885 se pasan a 47.000 personas con boletos de ida y vuelta en 1907”. Cf. nota periodística “El fundador de La Plata Dr. Dardo Rocha da gran impulso a la prolongación del ferrocarril del Sud y hace llegar la locomotora a las puertas del nuevo balneario”. *El Diario* (1908), Edición Extraordinaria, Buenos Aires.

los proyectos creativos.<sup>52</sup> Así, en la capital, se promueve un espacio para la experimentación creativa y un escenario caracterizado por

la construcción y consolidación de un campo artístico problemático signado por una coexistencia más o menos conflictiva de diferentes versiones del repertorio de lenguajes plásticos ofrecido por el catálogo europeo (Wechsler, 1999:275).

Algunos pintores argentinos inician sus traslados hacia Europa a través de becas o con recursos particulares y, en distintos talleres, experimentan las formas del lenguaje plástico recientemente elaboradas. En muchas ocasiones, logran exponer sus cuadros en ese medio, oportunidad que les permite conformar una carta de legitimidad para poder mostrar, más tarde, su obra en el país. Las temáticas vinculadas con los retratos y las escenas costumbristas dan un giro; los artistas se disponen a trabajar en torno a los espacios exteriores, las nuevas prácticas sociales y la naturaleza. Mar del Plata se verá favorecida por esta tendencia y será registrada a través de los distintos artistas que llegan a la ciudad y que aportan, con sus obras, un impulso oportuno para la promoción de las transformaciones de la ciudad.

Una de las primeras obras escritas vinculadas con el sitio en proceso de cambio, fue la obra de Paul Groussac, *El viaje intelectual*. En uno de los capítulos relata el trayecto en tren, desde Buenos Aires hacia Mar del Plata, realizado con amigos en el año 1887 entre los que se encontraban José Luro, Carlos Pellegrini (vicepresidente de la nación), el ingeniero U. Courtois y Saint-Germès. Hacía pocos meses que estos viajes se habían inaugurado y la marcha, que se realizaba por la noche, se hacía en departamentos espaciosos y confortables. El paisaje captado por el escritor desde el interior del coche, sorprendía por la extensión y por su “aspecto de llanura monótona e inconmensurable” (GROUSSAC, 1920: 139-148). Al llegar a la estación de destino, ya se encontraban listos los carruajes para conducir a los pasajeros por una ancha avenida hacia la playa:

---

<sup>52</sup> Para un seguimiento de los itinerarios artísticos de creadores argentinos consultar Laura MALOSETTI COSTA (2001). *Los primeros modernos. Arte y sociedad en Buenos Aires a fines del siglo XIX*, Buenos Aires, F.C.E.; AA.VV.(1939). *Anuario Plástica 1939*, Buenos Aires, Talleres gráficos Iglesias & Matera; BALDESARRE, María Isabel (2006). *Los dueños del arte. Coleccionismo y consumo cultural en Buenos Aires*, Buenos Aires, Edhasa; BURUCÚA, José Emilio (ed.) (1992). *Historia de las imágenes e historia de las ideas. La escuela de Aby Warburg*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina; BURUCÚA, José Emilio (dir.) (1999). *Nueva Historia Argentina. Arte, sociedad y política*, Tomos I y II, Buenos Aires, Sudamericana; WECHSLER, Diana (coord.) (1998). *Desde la otra vereda. Momentos en el debate por un arte moderno en la Argentina (1880-1960)*, Buenos Aires, Ediciones del Jilguero; WECHSLER, Diana (1999). “Impacto y matices de una modernidad en los márgenes” en BURUCÚA, José Emilio (dir.) (1999). *Nueva Historia Argentina...* op. cit.

La brisa del mar nos llega de frente, impregnada de humedad salina... La sensación es brusca, extraña y grandiosa. Después de la pampa inmensa, del desierto eternamente inmóvil, la vista del mar agitado y mudable aparece como la perpetua comprobación de nuestra vida planetaria. Se experimenta un sentimiento de conquistada libertad, de expansión infinita; y no sé por qué me vuelve a los labios el grito de los diez mil de Jenofonte: “¡Thalassa! ¡Thalassa! ¡Salud al mar propicio y liberador!” (GROUSSAC, 1920: 146)

El autor hace referencia a las diferentes modalidades que asume la naturaleza, según sea por su aspecto ondulado, por su extensión, por la indefinición del horizonte o por el espectáculo producido por el movimiento de las olas. Al mismo tiempo, manifiesta los sentimientos y el estado de “meditación impersonal y extrahumana” que se experimentan frente a la vista del océano. No hace explícita la vida de playa, sólo los paseos para inspirar el aire salino y los almuerzos en hoteles, a la vez que comenta la “falta de embarcaciones de placer” para completar y embellecer a la villa naciente. Se trata de la captación de un paisaje natural, diferenciado, tanto físico como psíquico.

Junto a estas impresiones desde la literatura, si bien se intentaba formar un ámbito nacional para los artistas y un gusto estético local, nunca estuvieron ausentes maestros venidos desde Francia, Italia y España que tomaban notas en el nuevo escenario bonaerense. Quizás atraído por la pintura al aire libre y los efectos de luz jugando en el agua, Reinaldo Giúdice<sup>53</sup> elabora su obra (Imagen 6) tomando el mar no como instrumento para transitar el tiempo de ocio sino en su papel protagónico de naturaleza redescubierta. Se trata de un paisaje costero en el que se distinguen tres elementos: las rocas, el mar y el cielo y, como vínculo entre ellos, el movimiento del agua pincelado con trazos gruesos que casi hacen imperceptibles los límites entre los distintos componentes. Hay una renuncia a explicitar la identidad del entorno y a la presencia de algún caminante, sólo se corporiza el borde costero y la forma dinámica en que se expresa el mar. Estos paisajes fueron un tema recurrente desde el siglo XVII que, en esta oportunidad, entran como pretexto plástico para visualizar las prácticas que se ligarán, rápidamente, al advenimiento del descanso en la playa.

---

<sup>53</sup> Pintor de nacionalidad italiana (1853-1921), formado en Italia, Uruguay y Buenos Aires. Luego de algunos viajes de formación y que le permitieron exponer sus obras en distintos países, se radica en Argentina y forma parte de quienes fundaron la Sociedad Estímulo de Bellas Artes. Fue docente y participó en trabajos del Teatro Colón.



Imagen 6 - Reinando Giúdice (1853-1921), Mar del Plata, ca. 1890. Óleo, 10x20cm

Asimismo llega, entre otros, Julio Vila y Prades<sup>54</sup> cuya pintura tomada en playa Bristol (Imagen 7) mantiene la articulación de pescadores con sus medios de trabajo. A la vez, muestra el cambio que se inicia con la inclusión de otros protagonistas, los veraneantes, como referentes transformadores de la nueva imagen de la ciudad.



Imagen 7 – Julio Vila y Prades (1873-1930) – *Playa Bristol Mar del Plata*, s/f. Óleo. Colección privada.

A pesar de la presencia de las barcas tiradas por caballos, las viviendas de los trabajadores hundiendo sus pilotes en el mar y sus redes al viento, diseño que ocupa

---

<sup>54</sup> Pintor valenciano (1873-1930) que en varias oportunidades viaja a Buenos Aires, logrando expresar en sus cuadros temas históricos sudamericanos. Estudia con Joaquín Agrasot, Juan Peyró y trabaja en el estudio de Joaquín Sorolla. Pinta las telas que se instalan en el Salón Blanco de la Casa de Gobierno de Tucumán, así como también las que se encuentran en la Municipalidad del Tigre. Formó parte de los representantes que participaron en la Exposición internacional de Arte del Centenario.

prácticamente todo el espacio central, se preanuncia la transición hacia la villa balnearia. Para alcanzar este propósito, se introduce, en menor escala, a un grupo de paseantes en primer plano que deciden compartir el contacto con la arena y que están ligados a la emergencia de sus viviendas con bordes desdibujados como fondo. Todos son indicios de los cambios culturales que se estaban gestando en torno a la aparición de un espacio resignificado. La mujer con sus dos niños expresa la acomodación y la singularidad de incluirse en la playa, disfrutando del paisaje y de una estancia placentera, aunque no se perfila la exclusividad de uso de ese ámbito, a conquistarse en poco tiempo.

En *Playa de Mar del Plata* (Imagen 8), otra obra de Reinaldo Giúdice, se plantea el encuadre de visión desde la playa hacia la loma del Sector norte y el mar. Los personajes, en su mayoría mujeres, sólo pasean con trajes largos, protegidos con sombrillas junto a unos niños que, tendidos en la arena, ocupan su tiempo en algún juego. El referente de estar en traje de baño no está en estos tiempos institucionalizado por lo tanto, la playa, resulta un sitio no vinculante con el baño de mar y sólo se perfila como un espacio para los encuentros y los juegos infantiles. Las casillas que se muestran no son instalaciones para servicios públicos sino las viviendas de residentes, mientras que a lo lejos, navegan unas embarcaciones como parte de los deportes náuticos practicados en el medio. Es una elaboración de la costa del Sector norte (luego La Perla), ámbito que resultará, particularmente, un emprendimiento austero y modesto para los habitantes locales y para los grupos con menores recursos que arriben en las sucesivas temporadas.



Imagen 8 – Reinaldo Giúdice, (1853-1921), *Playa de Mar del Plata*, ca. 1900, óleo



La inauguración de hoteles y las iniciativas de empresarios creativos y aventureros, perfilarán los primeros logros para alcanzar las transformaciones urbanas necesarias para el estreno de la villa balnearia. No siempre estas operaciones fueron aceptadas y no faltaron los comentarios demoleedores. Cuando en 1888 se inaugura el Hotel Bristol<sup>55</sup>, comienza un rápido proceso de transformación para la bienvenida de veraneantes. Este emprendimiento hotelero resultó prematuro para algunos estancieros de la región quienes expresaron que esa empresa sólo significaba “construir sobre la arena”; no estaban convencidos de su futuro ni de las posibilidades de crecimiento de una villa balnearia. Tampoco estaba inclinado a reconocer su éxito el periodista que registra el día de apertura del hotel, ya que en su nota manifiesta:

el día 8 de enero de 1888, se inaugura con música, rumor de olas y mugir de vacas a sus puertas, o gritos de pescadores reparando sus redes; a unos metros sobre la arena [...] allí el lujo, el esplendor. A su alrededor, la ciudad que recién dejaba de ser campo y que por ello, albergaba en sus calles y cerca del monumental edificio, sus vacas, caballos y perros.<sup>56</sup>

La aventura de los pioneros se concreta en medio de críticas y oponentes, junto a espacios aún pertenecientes a experiencias relacionadas más con la pampa que con el mar. Sin embargo, el poblado se fue transformando rítmicamente y la playa, muy pronto, se manifestó como un complejo espacio para recibir intervenciones concretas. Las nuevas prácticas promovieron abrirse a las riberas y, con ello, gestar la necesidad de formalizar un espacio público capaz de alojar y de construir marcos para la sociabilidad y otras formas de relación ambiental. Con la inauguración de los primeros balnearios se pudo verificar que esos artefactos materiales y sus instalaciones afines, se convirtieron en estímulos de un modo particular de modificar el entorno natural y de incentivar el proceso constructivo de la ciudad. Fue necesaria una serie de acondicionamientos para que el ámbito recreado se pusiera en movimiento.

En la obra de Antoni Utrillo Viadera<sup>57</sup> (Imagen 9), el encuentro, muy próximo al mar, establece vínculos entre mujeres y hombres en una actitud estructurada. Todos se corresponden con trajes de calle y con sus cabezas cubiertas, situación que los mantiene

---

<sup>55</sup> El establecimiento se constituyó en el centro obligado de la estación estival “cuyas dependencias semejaban una especie de ciudad”. Apreciaciones del cronista de *El Diario* (1908). Buenos Aires, Edición extraordinaria.

<sup>56</sup> *El Diario*, op. cit., Nota publicada en la página 41.

<sup>57</sup> Pintor nacido y formado en Barcelona (1867-1944) realizó obra mural y trabajó como retratista e ilustrador en historietas infantiles y postales publicitarias y turísticas. Incursionó en cartelería a través del lenguaje del *Art nouveau* e imprimió obra en litografía. En viaje por América llega a Mar del Plata, lugar donde deja frescos con escenas de la vida de Jesús en el bautisterio de la Catedral.

en posición erguida, sin mostrar atracción por la vista del mar que sólo juega como telón escenográfico y como moda a consolidar.

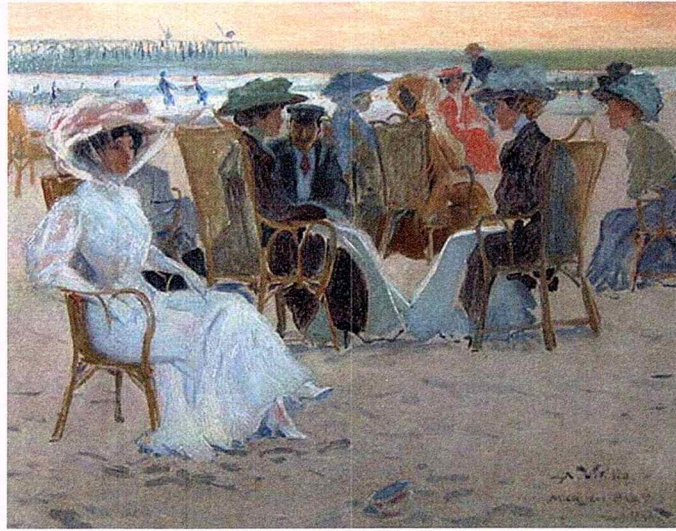


Imagen 9 - Antoni Utrillo Viadera (1867-1944), *Domingo en la playa*, 1909. Óleo sobre tabla, 27x34.5cm. Colección privada.

En primer plano, una de las implicadas en la escena, envuelta en sus indumentos blancos y con algunas transparencias, parece interesarse más por su postura ante el pintor que por el coloquio de sus compañeros. Aislada, traduce la novedad de las estadias en la playa, según los usos sociales y como prestándose a revalidar su imagen para la posteridad garantizando, como si se tratara de una toma fotográfica, que “esto ha sido” y “yo estuve allí” (BARTHES, 1990). Hacia el fondo, con menos definición, se contornean figuras de niños en plan de participar con sus juegos en el agua.

Estos actores muy pronto acondicionan los usos desiguales del espacio, caracterizando la ciudad como un escenario que “transitaba en el tiempo con atuendo de lujo en los veranos”.<sup>58</sup> Sin embargo, podría hablarse de dos ciudades:

la bullanguera, mundana, ociosa y millonaria del estío; y la moderada, provinciana, laboriosa y ahorrativa de las siguientes estaciones. Ellos vivían ajenos a la gente local, o con el codo sobre ésta, si se acordaban que existía. Reducto embutido en los apellidos como una cota, creyendo que les acordaba privilegios “lo patricio”, “el clan”, “la familia”. Loma de Santa Cecilia el lado nuestro, de la gente local y del veraneante modesto. Los “otros” están en la otra loma, la del sur. (RODRÍGUEZ: 254)

<sup>58</sup> El autor confirma que “los veraneantes formaban en este pueblo una colonia aparte; un círculo de ellos y para ellos. Los viajeros de antes de 1886 venidos en galera parecían sentir deseos de estrechar vínculos con la gente local, de conocerla y afirmar camaradería” Cf. RODRÍGUEZ, A., s/f, p. 230.

La construcción del escritor de *Jeroma*, novela del pasado marplatense, hace referencia a las formas de caracterizar socialmente el balneario en los meses de vacaciones. La llegada de los veraneantes provocaba cambios temporarios en la población permanente, configurando la sensación de que todo debía cambiar para luego retomar el ritmo local habitual, así,

durante el invierno había que arreglar todo lo desarreglado en el verano por “los otros”. Había que lograr el orden en las cuentas y las liquidaciones. Era el tiempo para reactivar los entretenimientos puramente de color local. Reaparecía el entusiasmo político, volvían los domingos con las “cuadreras” en los boliches orilleros y las reuniones sociales en los hogares. (RODRÍGUEZ: 151)

En los primeros años de formación de la villa balnearia, se ha reconocido que el protagonismo de la arquitectura de elite manifiesta, expresamente, la presencia en la ciudad de esos grupos aventajados económicamente mencionados en el texto. Estos actores, venidos desde la capital porteña, se instalaban en hoteles, práctica que posteriormente fue reemplazada por la construcción de sus propias viviendas, con espacios para acoger a sus familiares y amigos. Como resultado de esta decisión, se observa que el implante de sus residencias produce un fuerte impacto visual entre quienes eran testigos de su llegada y entre quienes delineaban los registros pictóricos.

Una obra que refleja esta imagen, es la vieja casona de Francisco Ventafrida,<sup>59</sup> que fue dando forma a una esquina emblemática para el barrio La Perla, hacia el norte de la ciudad, dadas sus formas complejas de resolver el cerramiento de los espacios y el remate de su cúpula con mirador hacia el mar.<sup>60</sup> A pesar de no estar en la loma de “los otros”, al sur (Stella Maris), se comportaba como la de “los otros”, es decir, se materializaba con el lenguaje y los materiales usados por los grupos de elite. Su perfil característico se definía como foco pregnante en *Paisaje La Perla* (Imagen 10), obra de Fidel Santamaría,<sup>61</sup> pintura que muestra una playa deshabitada, sin importantes definiciones y en la que sólo se distingue la presencia de dos parejas en primer plano, unos muelles y algunos toldos en la playa que no alcanzan a desactivar el fuerte atractivo del “palacio” en esquina. Su silueta se refuerza por color y volumen a la vez

---

<sup>59</sup> Era uno de los “notables” del barrio. Formaba parte de la Comisión “Fomento del Barrio Norte” junto a Luis Arato, Juan Langroni, Victorio Tetamanti, Agustín Roverano y Coronel Irigaray.

<sup>60</sup> Construida en 1905 y proyectada por el arq. Oscar Razenhofer.

<sup>61</sup> Nace en Buenos Aires (1913-2003) formándose con Rafael Radogna y sistematizando su formación en la Escuela de Arte Ernesto de la Cárcova, inicia una serie de viajes por Europa y Latinoamérica que lo inducen a permanecer en San Francisco y Caracas, sitios donde su obra es reconocida.

que se desdibujan las construcciones que se acomodan a sus lados. El área de atracción generada, jerarquiza e identifica simbólicamente al “notable” en el barrio.



Imagen 10 - Santamaría, Fidel (1913-2003) – *Paisaje La Perla*, Óleo. Museo Municipal de Arte “Juan Carlos Castagnino”.

Con respecto a las viviendas de los residentes, la arquitectura local daba respuestas a sus diversas demandas y las concebía según los materiales y técnicas que los constructores conocían. No hay muestras, en esta etapa, de pinturas que testimonien su cualidades, sólo las tomas fotográficas familiares son las que resguardan ese pasado.

La llegada de los veraneantes promueve que el centro de la ciudad y la loma sur, pronto se poblaran de arquitecturas con la adopción de sistemas de diseño europeos y el contrato de profesionales de ese origen para su proyecto y dirección. Se buscaron materiales de alto costo y terminaciones de elaboración artesanal con mano de obra local. La pintura seleccionada, *Casona de Mar del Plata* (Imagen 11) de Léonie Matthis,<sup>62</sup> decide rescatar un lenguaje prestigiado en el balneario, el falso *pan de bois*,<sup>63</sup>

---

<sup>62</sup> Artista nacida en Troyes, Francia (1883-1952), es una de las primeras mujeres admitidas por la Academia de Bellas Artes de París. Se casa en 1912 con el pintor Francisco Villar y viven en Buenos Aires, sitio donde desarrolla una importante obra relacionada con vistas urbanas, series históricas argentinas y paisajes de diversas ciudades y asentamientos como los vinculados a Mar del Plata o la Quebrada de Humahuaca. Expuso en varias oportunidades en la Galería Witcomb.

<sup>63</sup> La traducción literal de *pan de bois* sería la de paño de madera, aunque en términos constructivos se lo emplea como una estructura de madera autoportante en la que los espacios huecos se rellenan con elementos que no juegan ningún papel en la función estática del edificio (ladrillos, adobe, piedras). En el

pintoresco,<sup>64</sup> en torno a volúmenes irregulares, cubiertas según varias aguas, de estudiadas proporciones, rodeados de verde, con acceso asimétrico y bajo un alero.



Imagen 11 - Léonie Matthis (1883-1952), *Casona de Mar del Plata*, s/f. Gouache

Se trata de una arquitectura que se extendió rápidamente por la ciudad y que permitió asignar prestigio a sus ocupantes distinguidos y desiguales. Cada construcción lucía en una de sus fachadas, el nombre de quien la diseñaba y construía. Hacia la loma del norte, la de la iglesia de Santa Cecilia y de los residentes locales, todo parecía más modesto y austero aunque también se advertían algunas zonas, en torno a la plaza España, salpicadas con estas construcciones.

Ante la aparición de estas arquitecturas, se inician los primeros registros en imágenes de sus dueños como protagonistas dentro de los espacios para reuniones. Los ámbitos preferidos por “todo el mundo” serán aquéllos que permitan los encuentros acordados, lejos de las discusiones económicas, de los litigios políticos y de las conductas urbanas en la capital. La rambla del balneario delimitaba un ámbito donde flotaba distinción y buenas formas, caracteres puestos en color en la obra de Eugenio

---

caso de las viviendas marplatenses, se lo aplica a una trama superpuesta al muro sin función estructural sino ornamental que otorga a la vivienda y a sus comitentes una carga simbólica prestigiosa.

<sup>64</sup> Es una opción de valorización de lo pictórico en relación con las arquitecturas ligadas con lo paisajístico.

Para ampliar el tema, GÓMEZ CRESPO, Arnaldo; COVA, Roberto Osvaldo (1982). *Arquitectura marplatense: el pintoresquismo*, Buenos Aires, Ed. Instituto Argentino de Investigaciones en Historia de la Arquitectura y el Urbanismo.

Álvarez Dumont<sup>65</sup> (Imagen 12). Todo indica que se trata de la rambla Lasalle, obra financiada con los aportes particulares de quien diera su nombre, un personaje conocedor de las preferencias y hábitos de quienes concurrían a revalidar cada verano los rituales mundanos.

Frente a la obra, se observa un recorte parcial de un espacio que no se advierte si es cerrado, abierto por uno de sus lados o semicubierto, dado que se lo identifica como el interior de una confitería, con grupos compartiendo encuentros mediados por un café, un té o un copetín. Se trata de captar un instante en pleno movimiento, siguiendo la técnica impresionista, donde algunos se desplazan, otros conversan mientras otros acusan la lectura del diario *La Capital*.



Imagen 12 - Álvarez Dumont, Eugenio (1864-1927) – *Café terraza- Mar del Plata*, 1912. Óleo sobre lienzo.

Es una pintura que ha prestado preferente atención a los periódicos, dado que el recorte del campo visual se plantea frente a los locales de *La Nación* y *La Prensa*. Por otro lado, quien realiza la obra, se instala sobreelevado respecto de los diferentes

---

<sup>65</sup> Pintor español (1864-1927) nacido en Túnez, de formación académica en Madrid y Roma, trabajó temas vinculados con la guerra de la Independencia y ejerció la docencia en la Escuela de Artes e Industrias de Madrid. Junto a su hermano inician un viaje por el norte de África que marcó un cambio, desde la luz, en su técnica pictórica. Vive en Buenos Aires hasta su muerte participando, en 1910, en la exposición de arte español preparada para de los festejos del centenario de la ciudad.

actores, perspectivando el espacio de manera que la fuga hacia la izquierda cierra una posible continuidad y no permite advertir la proximidad de la playa. Se sabe que la pintura no es sólo una imagen visual, por eso, el título acompaña con datos para su comprensión, identificando que se trata de un café en una terraza de la rambla; ámbito muy próximo a la playa y abierto hacia el mar. Cada uno de los personajes se muestra ataviado con indumentaria de calle, sin sospechar, por sus apariencias, de alguna próxima salida por los espacios de la playa.

Mientras en el balneario se acondicionaban instalaciones para favorecer los ámbitos de sociabilidad, también se atendieron las relaciones con la naturaleza. Una de las intervenciones que anunciaron estas nuevas articulaciones las planteó el paisajista Carlos Thays<sup>66</sup> quien propone, hacia 1903, la concepción del Paseo General Paz junto a la parquización de la plaza Colón (Imagen 13). La obra se enmarcó entre los trabajos de remodelación de espacios verdes, preservando los valores del paisaje. Al mismo tiempo, diseñaba un recorrido atento a las formas adoptadas para el entretenimiento, creando diferentes niveles de circulación que armonizaban con la playa.

---

<sup>66</sup> De nacionalidad francesa, llega a la Argentina en 1889, siendo nombrado por Carlos Pellegrini, en 1891, como Director de Parques y Paseos de Buenos Aires. La obra en Mar del Plata se desarrolla entre 1903 y 1909.

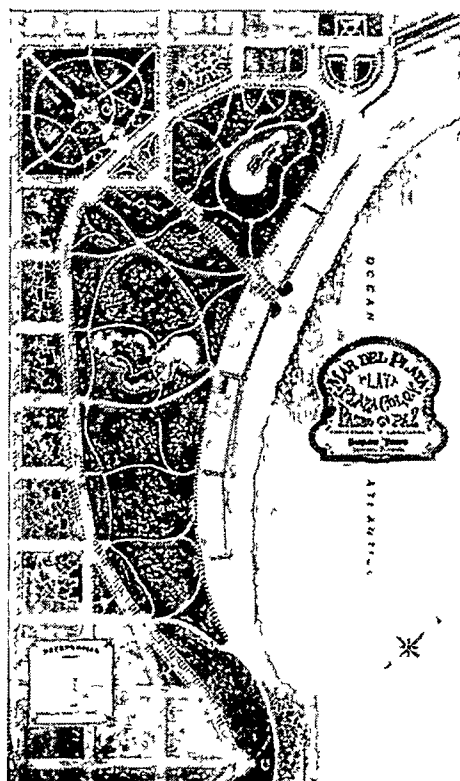


Imagen 13 - Carlos Thays (1849-1934), *Paseo General Paz*, 1903.

En sucesivas etapas se completaron las ocho hectáreas de superficie entre jardines, esculturas, balaustradas, un estanque, un lago artificial, una isla con espacio para una banda de música, canchas de tenis y la posibilidad de realizar diversos espectáculos en sus instalaciones. Hacia el año 1926, se incorporaron obras como una pista de patinaje, una confitería y un teatro. Todas las construcciones seguían un cuidado respeto por las perspectivas visuales y por la aspiración de renovar constantemente las ofertas atractivas para los distintos grupos de visitantes.

En 1913 se inaugura la rambla Bristol de material, antepuesta a este parque, poniendo fin, de esta manera, a las anteriores aspiraciones de las ramblas de madera. En estilo afrancesado, con cuatrocientos metros de extensión paralelos al mar, comprendía un vasto proyecto de 236 locales construidos para ser arrendados a empresas comerciales. La Comisión Rambla, encargada de su materialización y dependiente del Club Mar del Plata, estaba presidida por Ezequiel Paz, Director del diario nacional *La Prensa* e integrada por personalidades vinculadas con el mundo de la política y de la sociedad porteña. Ocho cúpulas y columnas de orden toscano recorrían la galería cubierta y un conjunto de maceteros, esculturas, modillones y grecas completaban el repertorio ornamental. En cuanto al tiempo para la recreación, se resolvía en los



espacios de clubes, cines y confiterías donde las miradas, los gestos y el lenguaje construían la impronta original del verano en la villa.

El ángulo seleccionado por Léonie Matthis para la toma (Imagen 14), desde la playa, es uno de los accesos al paseo en el que se advierten dos de sus cúpulas y el perfil del Club Mar del Plata hacia el lateral derecho. Este último aparece como testigo presencial y fundamento ejecutivo de la nueva rambla dado que es a partir de la participación interesada de sus socios, que surge la gestión para su construcción. Aún se elude la incorporación del mar en el encuadre, sólo la arena, las luminarias y los caracteres constructivos de la rambla recortan un perfil del lugar concebido para coordinar encuentros distinguidos. La arquitectura ideada complementa la naturaleza porque resuelve la prolongación de la caminata por la arena, a través de un trayecto sobreelevado, con capacidad para una circulación social y animada. Son los espacios en los que se entrecruzan funciones y significados; usos y representaciones; exclusiones e integraciones.

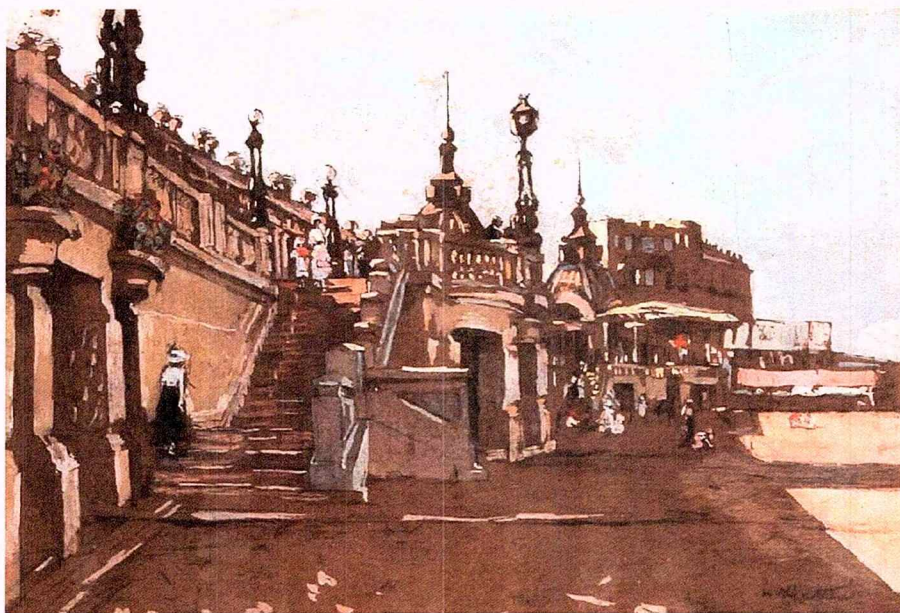


Imagen 14 - Léonie Matthis (1883-1952), *La Rambla*, s/f. Gouache, 30x43cm.

Abstrayendo un fragmento del nuevo paseo, otra obra de la autora (Imagen 15), propone esa naciente manera de enfrentarse con el mar, como un espectáculo propio, como placer banal, como naturaleza vuelta hacia el goce. La autora construye su imagen a través de la selección de uno de los símbolos más reconocidos de la ciudad, ya que

alude a la rambla a través de sus macetones y su solado de baldosas. Estos sitios para deambular o permanecer eran muy buscados, por su aptitud escenográfica y porque los veraneantes eran actores acostumbrados a una vida sedentaria y urbana. Por otro lado, la pintura contornea la figura de una mujer de espaldas, vestida de blanco, que refuerza el carácter etéreo de este único personaje, sin identidad pero en actitud romántica y nostálgica; remite, expresamente, a los grupos sociales más favorecidos.



Imagen 15 – Léonie Matthis (1883-1952), *Figura femenina frente al mar*, s/f. Gouache, 55x60 cm

El resultado del recato y decoro alcanzados, se relaciona con las conductas aceptadas por los veraneantes de la elite, quienes habían establecido algunas convenciones que aconsejaban tomar distancia de todo acto relacionado con los baños. En la revista *El Hogar* del año 1923,<sup>67</sup> se expresa “ninguna señora que se preciara como distinguida, ponía sus plantas desnudas en la arena húmeda de la playa. Bañarse en el mar no era chic; quien lo hiciera, correría el grave riesgo de ver eliminado su nombre de las crónicas sociales”. De la lectura de la imagen se puede advertir que, aunque para los grupos de vanguardia, conformados por mujeres y hombres afines a los principios que proponía la cultura física, estas prácticas estuvieran fuertemente estimuladas, las representaciones en las pinturas son discordantes y contradictorias.

Fuera del núcleo central y de las prácticas de sociabilidad, es posible encontrar otra línea de concepción del encuentro con el mar. Es decir, un vínculo distante del placer y más cercano al abismo ontológico, la reflexión o la ensoñación. La mujer

<sup>67</sup> Revista *El Hogar*, Año XIX, Nº 697, 23 de febrero de 1923, p.24.

reposando en alguna playa, de espaldas al mar, de Emilio Centurión<sup>68</sup> (Imagen 16), refuerza esta concepción de raíz romántica al no manifestarse como partícipe del escenario en el que se incluye, sino como abstraída en una búsqueda interior, cercana a esa modernidad de signo existencial. Resulta una composición en la que el primer plano lo ocupa la protagonista, vestida, ausente del marco marino que sólo se lo concibe en un fragmento y donde el horizonte alto destaca el volumen de la mujer recostada.



Imagen 16 - Emilio Centurión (1894-1970), *Mujer en la playa*, s/f. Óleo.

Las pinturas de este tramo del relato resultan una manifestación de experiencias vividas por cada uno de los pintores en el lugar. En alguna medida, se distancian de las vistas aéreas que reconstruían las formas de ocupación antes de ser una villa balnearia. Son registros en medio de los itinerarios inaugurados que los creadores, ahora, recorren, comparten, subjetivan y expresan visualmente.

La llegada de artistas nacionales a la ciudad reflejaba una decisión individual o respondía a invitaciones particulares. La Galería Witcomb, con sede en Capital Federal, generaba, en las temporadas de verano, una serie de propuestas para convocar a los distintos agentes del hacer plástico del país. Uno de sus locales en la ciudad se

---

<sup>68</sup> Pintor. Nace en Buenos Aires el 14 de julio de 1894 y muere en la misma ciudad el 26 de diciembre de 1970. A la edad de 16 años comienza su formación plástica con el maestro Gino Moretti que completará y profundizará posteriormente en repetidos viajes de estudio por Europa y Sudamérica. Incorpora el lenguaje de los cubistas y abstractos, metodología que lo lleva a elaborar su obra a través del uso de la geometría y distintos planos sin profundidad. Sus ilustraciones aparecían en revistas ilustradas como *Plus Ultra*.

encontraba en la Rambla Bristol, sitio recorrido por todo “el mundo elegante que tenía sus cuarteles en Mar del Plata y al que nadie se sustraía”.<sup>69</sup> Las inauguraciones de muestras congregaba la presencia de clientes y amantes del arte que, al mismo tiempo, integraban el conjunto de los que favorecían las operaciones de los *marchands*.

Quinquela Martín,<sup>70</sup> en 1920, viaja en avión a Mar del Plata para la apertura de su muestra en estos Salones. Es esta ocasión la que le permite pasar un primer descanso en la ciudad y le induce a tomar apuntes de los visitantes que se instalaban en los meses de verano. En la obra *Mar del Plata* (Imagen 17), hay una referencia restringida a la idea de ciudad balnearia ya que se advierten unos pocos personajes sobre la arena y próximos al mar. Asimismo, el artista decide caracterizar al sector incluyendo algunas construcciones propias que identifican la bahía central, como el Torreón del Monje en el extremo sur.



Imagen 17 – Benito Quinquela Martín (1890-1977), *Mar del Plata*, 1920, óleo.

Paralelamente, registra otros ángulos (Imagen 18) en función de mostrar las posibilidades variadas que ofrece la ciudad. Playas e instalaciones que, a principios de siglo XX, consolidan la idea de las transformaciones y de los equipamientos para el nuevo uso del espacio.

<sup>69</sup> *Guía Social de Mar del Plata* (1930), Buenos Aires, Talleres Gráficos.

<sup>70</sup> Nace en 1890 y muere 1977. Pintor y muralista, se forma con el maestro italiano Alfredo Lázzari y Pío Collivadino. Participa del Salón de los Recusados y es en la Galería Witcomb que realiza su primera exposición individual acontecimiento que más tarde lo llevaría a visitar la ciudad de Mar del Plata, donde que concreta las obras analizadas en el texto.



Imagen 18 – Benito Quinquela Martín (1890-1977), *Mar del Plata*, 1920, óleo.

Es indudable que el artista buscó el registro del balneario siguiendo el contorno costero y las diferentes opciones naturales que la ciudad ofrecía. Las aproximaciones y fragmentos de costa, van ajustando la configuración de una ciudad que sale a promocionar sus cualidades al resto del país y su incipiente proyección hacia el exterior. Quinquela Martín registra, en sus dos trabajos, el mar y la posibilidad de ser un espectador privilegiado desde la propia vivienda sobre las lomas, los acantilados o en la proximidad de la playa. Un indicio más de la apropiación del espacio como modo de rescatar el paisaje, entendido como la huella que los grupos van dejando significativamente sobre su territorio.

### **Los veraneantes en la playa y la manifestación del bañista**

Como ya se anticipó, el hombre se complace con el desplazamiento y con la búsqueda de trayectos que le permitan disfrutar la posibilidad de explorar lugares, distantes de su entorno habitual. Descubre que puede vincularse con la naturaleza de forma placentera y advierte que su sensibilidad puede estimularse frente al descubrimiento de un escenario diferente.

Tal como apuntan las imágenes y las fuentes escritas, hasta principios de la década de 1880, la playa marplatense sólo existía como espacio de trabajo y para el desarrollo de la vida de los pescadores; algunos residentes locales sólo se daban un baño

en muy pocas ocasiones. La inauguración del tiempo de ocio, con algunas reservas entre los cautos y mucha decisión entre los aventureros y empresarios, permitió una nueva mirada hacia el mar y la posibilidad de motivar el diseño de registros tanto poéticos como pictóricos

[...] tienen estas estaciones balnearias el mérito muy esencial de hacer nacer en el turista que las frecuenta una afición [...] la noble, la hermosa afición á las cosas del mar. ¡Nada más bello, nada más grandioso que el océano!... ¡Es bello cuando ruje [sic] con la voz y el movimiento de un furor que aterra; es bello cuando calla y duerme en esa apacibilidad serena y casi diáfana que hace pensar en lo infinito y en lo eterno! El mar es, en la esfera terrestre, la mayor parte del inmenso todo [...]<sup>71</sup>

Sin embargo, llegar a la villa balnearia no implicaba disfrutar los beneficios del mar, ni favorecer las caminatas por las playas. A principios del siglo XX, el viajero Jules Huret revelaba que en la rambla se reunían “todos los bañistas que no se bañan dado que es bien reconocido que no se viene aquí para disfrutar del mar, ni para admirar el juego de las olas sobre las rocas, sólo se viene aquí para dar la espalda al océano y sólo mirar a los paseantes” (HURET, 1913:81). Este deambular por la costa esboza dos agentes disímiles: el que pasea y frecuenta espacios para alimentar las prácticas de sociabilidad y el bañista que se implica de otra forma con el medio dado que expone su cuerpo ante la mirada de los otros y siente placer al introducirse en el mar.

La pintura no registra con frecuencia, a fines de siglo XIX, la aparición del bañista mientras que la fotografía y las ilustraciones en revistas dejan sus testimonios a través de álbumes familiares y de historietas. Las tiras publicadas dieron forma tanto a quienes visitaban el balneario y emprendían largas caminatas como a los que se enfundaban en sus trajes para tomar un baño. El humor gráfico configura, dentro de los estudios sociales, un lenguaje que permite dar forma a trazos interpretativos de prácticas, conductas y comportamientos vinculados con la identificación de arquetipos de la historia y de los personajes de la vida cotidiana.

La imagen de Emilio Mitre (Imagen 19), periodista del diario *La Nación* que dirigía su padre, se muestra caricaturizado por Cao,<sup>72</sup> caminando por las playas marplatenses con un ejemplar del diario en una mano, mientras que en la otra mueve un

<sup>71</sup> Texto de la carta del escritor y poeta chileno Alberto del Solar al Sr. Adolfo Guerrero, fechada el 16 de enero de 1892, en *El Diario*, 1908.

<sup>72</sup> José María CAO, nació en Galicia en 1862 y se traslada hacia Argentina en 1886, donde ingresa a la Revista *Caras y Caretas* en la que ocupado como caricaturista. La impresión en fotograbado que se utilizaba en las revistas de la época, le permitió elaborar con más detalles sus ilustraciones que la litografía no le permitía. Al dibujo y sus cualidades lineales le incorpora color mediante el uso de acuarelas que consolidan las agudas representaciones psicológicas de sus personajes. Sus obras ocuparon casi todos los diarios y revistas editados en Buenos Aires.

abanico para refrescarse. A pesar de advertirse como fondo unas casillas rodantes y algunos usuarios, el espacio consolidado resulta lindante más con las características reveladoras de lo urbano que con las de un balneario. El plano de apoyo no se muestra como playa y el mar casi no se percibe. La estricta indumentaria que porta el paseante, no permite ninguna posibilidad de zambullirse en el agua sino sólo una caminata, una lectura de actualidad o algún copetín compartido.

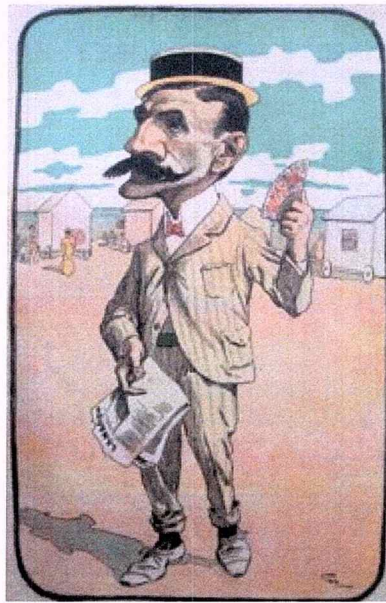


Imagen 19 - José María Cao (1862-1918), *Emilio Mitre en Mar del Plata*, 1902.

Sucesivamente y con paso lento, se construyen los nuevos rituales, las relaciones interpersonales y los consecuentes códigos acordes con las modalidades de integración social a orillas del mar. El uso de cabinas y la superposición de indumentos que cubran la piel, señalan el vestuario aceptado para el bañista, personaje que aprende a convivir con los otros, descubriendo su cuerpo. Se generan una serie de signos de aceptación y reconocimiento que implica el condicionamiento de una manera desconocida de estar en la costa, abriendo oportunidades en un espacio de sociabilidad y en gestión permanente.

En sus comienzos, el baño estaba pautado porque seguía los lineamientos de un modelo terapéutico, en el que el agua de mar reunía sólo facultades curativas y no placenteras. Estas cualidades van mutando hasta encontrar elementos que aporten los rasgos necesarios para que una playa sea un paisaje ideal a ser contemplado y que el

encuentro con el océano se vuelva un momento sensibilizador para los visitantes. El baño, así, plantea placer, ciertos cuidados, desafíos físicos y algunos recaudos para proteger el pudor de mostrarse; el traje de baño resuelve esta exposición custodiando la privacidad detrás de las formas recatadas y los textiles a la moda.

Las caricaturas de Valdivia<sup>73</sup> representan uno de los modos de concretar los comentarios de los personajes de la política nacional, con críticas expresas, en este caso, acerca de las cualidades personales del presidente en ejercicio, Federico de Alvear (Imagen 20). Se instala en una lógica que rompe con las convenciones representativas de la investidura, desestabilizando el orden convenido a la vez que explicita el traje que facilita la práctica inaugurada y el ocultamiento del cuerpo.

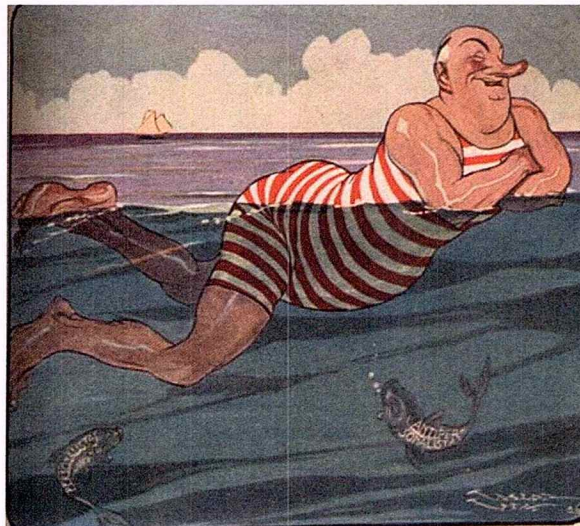


Imagen 20 - Víctor Valdivia (1897-1967), *Alvear* caricatura en *Caras y Caretas*, año XXIX, N° 1425, 1926

En la vida social nadie estimulaba los intentos de renovación o adopción de la nueva indumentaria, ya que las consecuencias nunca eran alentadoras

de poco ha servido el ejemplo que llegaba de las playas norteamericanas y europeas, donde damas y niñas lucen sin rubor la belleza de sus formas. Las que se animaron en Mar del Plata, fueron sometidas a la vergüenza del arresto y la multa. La prefectura local, con la ley en la mano, encarceló a cuantas osaron mostrar la pierna desnuda hasta más arriba de la rodilla. Mar del Plata siempre ha sido un balneario conventual.<sup>74</sup>

<sup>73</sup> Becado en Bolivia, su país natal, para realizar estudios en la Academia de Bellas Artes que dirigía Pío Collivadino, se dedicó a ilustrar las páginas de *Caras y Careta* entre 1925 y 1939; más tarde ocupó el cargo de jefe de dibujantes en la misma empresa.

<sup>74</sup> Revista El Hogar, Año XIX, n° 649, 1922.



Este contexto se ve condicionado, a su vez, por una serie de reglamentos y disposiciones no sólo de la legislación municipal o provincial<sup>75</sup> sino también por las normas sociales relacionadas con los comportamientos reconocidos por la moral y las buenas costumbres. Las normativas resultan, también, el testimonio de la codificación social de las maneras de manejar las posturas del cuerpo que conducen a configurar y modelar los modos de manifestarse en público.

Una de las formas de mostrar al bañista, a distancia, pero en relación directa con el baño, se encuentra en las vistas aéreas tomadas en bahías y acantilados. La obra de Francesco Parisi<sup>76</sup> (Imagen 21) registra los caracteres rocosos de un sector íntimo y acotado como es Playa Chica y la obra de Carnacini<sup>77</sup> (Imagen 22) el de las barrancas. Se trata de contar los caracteres morfológicos de la geografía de la zona y el descubrimiento de un espacio, sin equipamiento, pero ocupado por los que quieren recrearse en el mar.

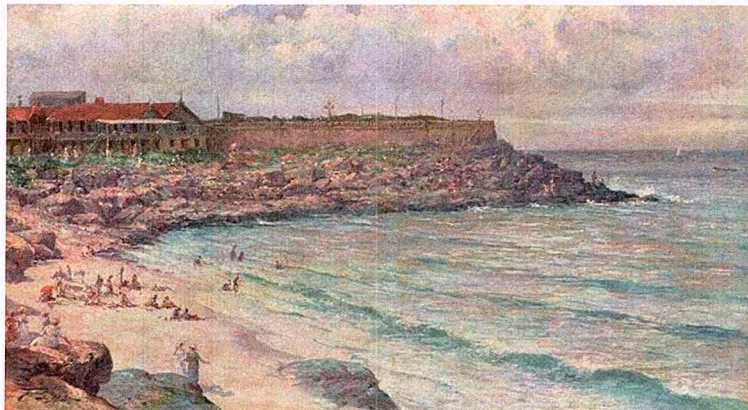


Imagen 21 - Francesco Paolo Parisi (1857-1948), *Playa Chica Mar del Plata*, 1913.  
Óleo sobre tela.

---

<sup>75</sup> En enero de 1936, el P. E. de la Provincia de Buenos Aires resuelve un Reglamento para baños en las playas de Mar del Plata cuyo art. 7º expresa: Queda terminantemente prohibido el uso de taparrabos dentro o fuera del agua, ni bajarse la malla hasta la cintura, aún con el propósito de tomar baños de sol. Las mallas de baño deberán ser de lana o algodón, de tejido cerrado y que por su confección no ofenda la moral y las buenas costumbres.

<sup>76</sup> Pintor italiano (1857-1948) que reside en Buenos Aires hacia fines del siglo XIX, es el autor de los murales de la Catedral Metropolitana, en la que trabajó empleando la técnica del encausto. Fue docente en la Academia de pintura que funda, decorador y elabora algunas iniciativas de la colectividad italiana en la ciudad. Vuelve en 1930 a Italia y se radica en Roma.

<sup>77</sup> Nace en Argentina pero inicia su formación plástica en Italia. Al regresar al país ingresa a la Academia de Bellas Artes donde se forma con Reinaldo Giúdice, Ernesto de la Cárcova y Carlos Ripamonte. Hoy su casa natal es un Museo de Bellas Artes y un Centro Cultural que lleva su nombre.



Imagen 22 - Ceferino Carnacini (1888-1964), *Barrancas de Mar del Plata*, 1922. Óleo sobre tela 54x74cm.

Las dos obras elaboran el orden desigual de sensaciones, como nueva manera de experimentar la armonía del cuerpo y la naturaleza. Asimismo muestran una búsqueda de intimidad alejándose de las playas del centro y en la que evidencian un repliegue entre acantilados y grutas. Por otro lado, se aprecia con fuerza el dominio del espectáculo de la naturaleza más que la presencia del bañista.

Mientras los veraneantes foráneos expresaban y diferenciaban los hábitos distinguidos de encuentros en la playa, los residentes propiciaban otras conductas dado que tomaban algunos baños en horas acotadas y evitando la exposición al sol por un tiempo prolongado. Así, puede observarse el grupo bajo la sombra de los árboles en la pintura de Antonio Alice<sup>78</sup> (Imagen 23) y las pinceladas abiertas que desdibujan algunos bañistas. Estos protagonistas expresan el paso de una conducta más íntima, protegida de la curiosidad de los otros, a una de carácter colectivo y público, en la que se comparte el espacio en traje de baño. Ahora se advierte, con claridad, la presencia exclusiva de quienes se relacionan con la playa.

---

<sup>78</sup> Pintor argentino nacido en Buenos Aires (1886-1943), estudia en el taller de Decoroso Bonifanti quien lo lleva becado a completar su formación en Italia, en la Real Academia de Turín. Expuso en diversos salones argentinos y efectuó muestras individuales en Buenos Aires, Río de Janeiro, Madrid, Turín, Génova, Roma, Venecia, Munich y París.



Imagen 23 – Antonio Alice (1886-1943), *Mañana en la playa*, 1930, óleo.  
Museo Municipal Juan Carlos Castagnino

Del mismo autor, la vista de *Playa Grande* (Imagen 24) está tomada desde el interior de una de las sombrillas que componen la obra, como haciendo partícipe al observador de un día de playa bien soleado, formando parte de un mundo complejo, con el equipamiento necesario como las sillas y sillones de mimbre y el compacto encuentro social entre luces y sombras. Playa Grande nace como reducto de quienes se desplazan hacia el sur en busca de exclusividad y distanciamiento de las playas superpobladas frente a la bahía Bristol. Es una de las pautas claras de la segregación espacial que se genera en el uso del borde costero.



Imagen 24 - Antonio Alice (1886-1943), *Playa Grande*, óleo, 1941.

Estas composiciones manifiestan los cambios generados en el uso y apropiación del espacio y el nuevo sentido de la palabra playa, más preciso, más definido. Ya no se trata de una extensión inconclusa sino de un lugar acotado, en el que se puede estar, conversar, revelar su cuerpo, internarse en el agua o contemplar el paisaje.

Alejandro Christophersen<sup>79</sup> (Imagen 25) incursiona en este mundo inaugurado, aproximándose, hasta incluirse en la experiencia de vivir el acuerdo y la armonía con el mar. Trabajó la policromía en sus obras de arquitectura, búsqueda que transfiere a la pintura junto a la técnica figurativa. Su propuesta surge como respuesta a la búsqueda de un arte “sano”, en contraposición a las presentaciones “enfermas” cubistas, futuristas y órficas de sus contemporáneos.<sup>80</sup>

El logro de formas abiertas entre pinceladas desaturadas y el juego de la luz, lo hacen aproximar a la obra de Sorolla en la que se materializan los nuevos actores de la playa envueltos en un papel central y exclusivo. Sin embargo, la playa pierde presencia porque ha ganado su espacio la relación, ahora cautivada y amenizada, con el mar. Casi todos los personajes están dando su espalda al observador, en señal de anunciar su entrada gratificante y el despliegue de las habilidades dispuestas para contrarrestar la fuerza de las olas.



Imagen 25 - Alejandro Christophersen (1866-1946), *Bañistas*, ca. 1930. Óleo. 59x80 cm

<sup>79</sup> Arquitecto y artista plástico de origen noruego, nacido en Cádiz y de formación europea, llega a Buenos Aires y realiza una serie de obras de arquitectura como el palacio para la familia de Mercedes Castellanos de Anchorena, la fachada del Café Tortoni, Casa Cuna, Sociedad hipotecaria belga-americana, entre otras. Fue uno de los fundadores de la Sociedad Central de Arquitectos adscribiendo a la corriente historicista del eclecticismo junto a la obra y teoría del arquitecto francés Garnier.

<sup>80</sup> Un estudio de la obra arquitectónica se encuentra en CRISPIANI, Alejandro (1993). “Alejandro Christophersen, el historicismo y la búsqueda de un estilo nuevo”, Buenos Aires, Instituto de Arte Americano e Investigaciones Estéticas N° 36, p. 11.

Todo lo que se percibe en las imágenes, generadas en los diferentes lugares, tiene como correlato la reproducción de las relaciones sociales, las actitudes y las modas inauguradas que, además, son las prácticas que contribuyeron a la consolidación del veraneo marplatense.

### Capítulo 3

**Prácticas, encuentros, inclusión de nuevos actores sociales en una Mar del Plata para más turistas**



**Pablo Menicucci, *Mar del Plata sol y mar*, 1985, acrílico.**

## Prácticas, encuentros, inclusión de nuevos actores sociales en una Mar del Plata para más turistas

Iniciado el siglo XX, las temporadas de verano, transcurridas en las costas marplatenses, se alimentaban con las diferentes mejoras en los espacios de sociabilidad, las prácticas de deportes y los entretenimientos que cada empresario creaba para sus huéspedes. Eran encuentros cada vez más costosos por las características formales y los rituales sociales que demandaban. Establecerse en Mar del Plata era un pretexto para lucir cada día un traje o un accesorio distinto, mostrarse en una recepción, saber moverse siguiendo los compases de moda, recorrer los campos de golf o salir en las crónicas de los hechos mundanos, a través de los “torneos de elegancia” en las orillas.<sup>81</sup> La prensa revelaba en sus páginas estas ceremonias y señalaba

No hay duda que el balneario, con tantas bellezas naturales y los impulsos que recibe de sus *pioneers*, sigue a pasos agigantados imponiéndose como lugar de cita de toda la *high-life* continental [...] No hay términos medios, de modo que el ambiente está saturado de suprema distinción.<sup>82</sup>

Quienes no contaban con importantes recursos económicos, preferían otras formas de resolver su tiempo de descanso, buscando destinos que demandaran prácticas más acordes con sus posibilidades. El municipio local advierte esta situación y comienza a elaborar estrategias para atraer a más turistas ampliando, así, el reducido núcleo inicial que frecuentaba el sitio. Se inicia un importante impulso renovador que, para la década de 1930, confluye en un conjunto de políticas que apuntaban a demostrar que el balneario era un lugar para “todos” los que quisieran disfrutar de unas vacaciones en las playas.

La industria hotelera genera una contribución al fomento del turismo, a través de la inauguración de hoteles y pensiones que permitían el acceso a la ciudad de quienes dispusieran de reducidos presupuestos, otros gustos o diferentes modalidades para el descanso. Las demarcaciones sociales que combinaban privilegio, superficialidad y ostentación, ceden el paso a la inclusión de otro tipo de comportamientos, más austeros

---

<sup>81</sup> En la nota “Curiosidades de la moda en Mar del Plata” se destaca que la ciudad, “por su ambiente íntimo, es propicia a [*imponer*] originalidades de la moda, difíciles [*de aceptarse*] en Buenos Aires, ya que la metrópoli, por su propio carácter cosmopolita, no se presta al lucimiento de innovaciones que bien pudieran llamarse de entre casa”, Revista *El Hogar*, Año XIX, N° 696, 16 de febrero de 1923, p. 7.

<sup>82</sup> El uso de términos en inglés formaba parte de los protocolos sociales del momento. Cfr. “Notas del Bristol. El más grande Hotel de la América del Sud. Sus dependencias” en *El Diario* (1908). Edición extraordinaria, Buenos Aires.

y discretos, en un espacio que alentaba, cada vez a más protagonistas, a satisfacer los deseos de experimentar el placer de transitar las riberas.

Ubicados en este contexto, se indagarán las estrategias propagandísticas y publicitarias que se crearon, desde distintas vertientes, para facilitar la comprensión de las características del lugar, los cambios en la construcción de la imagen de la ciudad, las representaciones sociales<sup>83</sup> que las sustentan y las expresiones visuales usadas para su transmisión. Para alcanzar tales objetivos, se analizarán los comitentes y los productores de mensajes; las imágenes y los textos escritos que las acompañan; el enlace entre estas dos instancias y la interpretación que se puede generar a partir de su reconocimiento.<sup>84</sup>

Como la imagen dice otras cosas que lo que representa en primer grado, se entiende que el proceso de interpretación de las piezas gráficas seleccionadas, a partir de distintas campañas, permite recuperar los pasos fundamentales elaborados con el propósito de lograr la transición de un balneario de elite a uno abierto a todos los grupos sociales. Así, el estudio de las sucesivas imágenes de Mar del Plata, concebidas en este proceso, resulta una empresa que favorece el reconocimiento de estas huellas visibles, atravesadas por una densidad temporal (DIDI-HUBERMAN, 2005) y localizadas en las diferentes promociones que impulsaron las políticas turísticas de gobiernos y entidades privadas, entre 1930 y 1945.

### **Genealogía de la imagen de Mar del Plata**

Como ya se registró con anterioridad, la imagen inaugural de la villa balnearia surgió como resultado de la representación de los referentes concretos de la ciudad (el mar, la playa, la rambla y algunos hoteles) junto a ciertas prácticas del mundo de la

---

<sup>83</sup> Con respecto al tema consultar MOSCOVICI, S. (dir.) (1986), *Psicología social. Vol. 2, Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*, Barcelona, Paidós; JODELET, D., "La representación social: fenómenos, concepto y teoría" en S. MOSCOVICI, (dir.) *op. cit.*; CHARTIER, Roger (1992), *El mundo como representación. Historia cultural: entre práctica y representación*, Barcelona, Gedisa; BACZKO, Bronislaw (1991). *Los imaginarios sociales: memorias y esperanzas colectivas*, Buenos Aires, Nueva Visión; DURAND, Gilbert (1982), *Las estructuras antropológicas del imaginario*, Madrid, Taurus; DURAND, Gilbert (2000), *Lo imaginario*, Barcelona, Ediciones del Bronce.

<sup>84</sup> Cf. VERÓN, Eliseo (1993). *La Semiosis Social*, Barcelona, Gedisa; AUMONT, Jacques (1996). *La imagen*, Barcelona, Paidós; MARIN, Louis (1993). *Des pouvoirs de l'image*, Paris, Seuil; VERÓN, Eliseo (1985). "El análisis del "Contrato de lectura" un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes", en *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*, Paris, IREP; VERÓN, Eliseo (1993). "Espacios públicos en imágenes. De la imagen semiológica a las discursividades. Los tiempos de una fotografía. La derivación estructuralista", Traducido por Julián Gorodischer, París, Universidad de París VIII.



sociabilidad (los encuentros, el verse y ser vistos, los deportes, las fiestas y las muestras de arte). Estas prácticas inaugurales, que buscaban acondicionar el nuevo entorno, resultaron siempre experimentales y abiertas a la recepción de proyectos renovadores. Luego vinieron los tiempos de ritualización en los que se estructuraron las formas que debían asumir las conductas interpersonales y las modalidades de ambientación. Los precursores pensaron y dieron forma a un ámbito para favorecer el tiempo de descanso, entretenimiento y placer, pero la idea de tomar un baño de mar, será un proceso posterior, lento y complejo. Por estas razones, el descubrimiento del lugar, poblado de pequeñas bahías y refugios rocosos sólo determinó, en sus comienzos, la intervención de su territorio para permitir primero la estancia de veraneantes y luego propiciar los baños de mar. Estas características se aproximaban a las presentadas por otros espacios similares en Europa como lo expresa una guía del viajero, editada en Francia en 1860:

[...] los lugares de baños sobre el océano tienen entre ellos un aire de familia: una playa más o menos arenosa o pedregosa, cubierta de toldos; [...] no lejos de la playa y lo más cerca posible del mar, el Casino o el lugar de encuentro de quienes vienen a respirar las tibias tardes de verano, las brisas aromáticas del mar, escuchar música, entregarse o liberarse a los placeres de la conversación o de la danza. (MORLENT, 1860)

Esta descripción, antes que referirse a una villa balnearia, plantea el perfil de una villa urbana en la ribera. A fines del siglo XIX, la imagen primera de Mar del Plata no se alejaba de estas particularidades. En el afiche de 1899 (Imagen 1), aparece como protagonista la figura femenina, dispuesta asimétricamente en primer plano, ataviada con traje de calle, con sombrilla y articulada con la palabra “Mar del Plata” a través de un lazo que evoca, junto con la tipografía, los trazos del *Art Nouveau*. En retroceso y ocupando una horizontal a partir del marco superior, se incluye una fotografía de la fachada del Hotel Bristol, posado sobre el territorio muy próximo a la playa. El texto escrito anuncia la temporada de verano a través de los servicios que se ofrecían en su salón de fiestas y en el “Kiosko”, como conciertos, bailes, cotillón,<sup>85</sup> iluminación y fuegos artificiales. Sobre la base del marco de encierro, otra toma fotográfica muestra el interior del comedor del hotel promocionado.

---

<sup>85</sup> “Al hablar de la fiesta se dice que es “el primer cotillón de la temporada”, pues es de rigor que haya varios, escalonados hasta después de Carnaval”. Cf. BRAVO y TABOADA, Luis (1930). *Notículas de un cronista*, Buenos Aires, Librería Suiza Federico Schweizer, p. 13.



Imagen 1 - Afiche Bristol Hotel, 1899 - Archivo Histórico Municipal "Roberto T. Barili", Villa Mitre, Mar del Plata.

Es importante reconocer que la presencia de la fotografía refleja una técnica novedosa para la época y para el tipo de pieza gráfica como lo es el afiche. La composición, en su totalidad, revela la ausencia de toda referencia a las prácticas de baño y elabora una imagen que sintetiza las formas sociales más frecuentes junto a la promoción de un veraneo con servicios de hospedaje y una diversidad de distracciones.

Las siguientes iniciativas de intervención, tienden a elaborar mecanismos de embellecimiento con el único fin de hacer que la ciudad resulte agradable y atractiva para los visitantes. Se construyen nuevos hoteles y ramblas que modifican la ocupación existente y se inician una serie de gestiones que permitirán el equipamiento de la playa y la pronta calificación de "villa balnearia".

A partir de los primeros intentos de promoción proyectados, se advierten los generados desde el Partido Socialista local (1919-1929), un partido político moderno que manejaba recursos propagandísticos para sus campañas electorales,<sup>86</sup> motivo por el cual se pudieron trasladar esas mismas prácticas a las acciones vinculadas con la construcción de una nueva imagen para Mar del Plata. En cada temporada se pensó el

<sup>86</sup> Las acciones del partido en Mar del Plata se pueden consultar en ZUPPA, Graciela (2001). "Estrategias populares para el "reducto aristocrático", en: CACOPARDO, Fernando. *¿Qué hacer con la extensión? Mar del Plata, ciudad y territorio siglos XIX y XX*, Madrid-Buenos Aires, Alianza Editorial, pp. 101-126.

llamado a los visitantes, no sólo a través de piezas gráficas sino, también, a través de anuncios en el periódico semanal *El Trabajo*.

En el espacio destinado para el debate de las políticas a construir, comenzó a consolidarse la idea de pensar en un ámbito para más turistas, menos privilegiado y con el objetivo de conducir todos los esfuerzos para lograr la apertura del lugar, a otros grupos sociales. Estas ideas tradujeron el reconocimiento de la ciudad como estación balnearia y el intento de modificar el carácter exclusivista madurado a partir de la llegada, a fines del siglo XIX y principios del XX, de los veraneantes porteños.

Muchas de las actividades generadas por el Socialismo, como motor del proceso democratizador y modernizador del balneario, no se materializaron porque entraron a jugar en una esfera caracterizada por los desencuentros con las políticas provinciales. Sin embargo, quedaron como impulso generador de los planes posteriores considerados por las gestiones de la próxima intendencia.

Con la destitución del gobierno del presidente Yrigoyen en 1930, se produjo el acceso al poder de los conservadores. La gerencia provincial, a cargo de Manuel Fresco, estuvo acompañada en el municipio de Mar del Plata, por José Camusso (1934-1940) propuesto por el Partido Demócrata Nacional.<sup>87</sup> Mientras estas nuevas administraciones se consolidaban, se advertía que las consecuencias de la crisis internacional impedían la sustentabilidad y movilidad económica que las distintas empresas del balneario necesitaban para apuntalarse y crecer. Por tal motivo, se impulsa un esfuerzo transformador, fundado a través de ideas democratizadoras y con la misión de modernizar la ciudad que, ahora, dirigía su mirada a interesar a más turistas que pudieran aportar recursos revitalizadores a las firmas locales.

Como resultado, se escribieron textos que anunciaban las cualidades del balneario; se ilustraron vistas del territorio, se inauguraron prácticas recreativas y nuevas formas para los encuentros sociales. A la vez, se promocionaron los hoteles con sus categorías y se mostró la diversidad topográfica junto a las diferentes formas de acceso habilitadas desde distintas direcciones. Para lograr la circulación de las novedades, se distribuyeron folletos que invitaban a recorrer la ribera con un sentido

---

<sup>87</sup> Cf. CACOPARDO, Fernando; PASTORIZA, Elisa y SÁEZ, Javier (2001). "Playa Grande: artefactos costeros, arquitectura, política y sociedad entre 1930 y 1940", en CACOPARDO, Fernando. *¿Qué hacer con la extensión? Mar del Plata, ciudad y territorio siglos XIX y XX*, Madrid-Buenos Aires, Alianza Editorial, pp. 127-157.

integrador, desde La Perla<sup>88</sup> junto a la loma de Santa Cecilia, hasta el faro enclavado en Punta Mogotes,<sup>89</sup> y reconocer que había playas para todos los grupos sociales y sus particulares modos de relacionarse con la naturaleza.

La Perla, al resguardo de la barranca, se definía sin distinciones ni refinamientos porque era modesta y pequeña como para alojar a familias, lejos del bullicio y del mundo social más diferenciado que se convocaba en las playas y hoteles del centro. Luego de serpentear las barrancas en dirección hacia el sur, este recogimiento austero contrastaba con la multitud de bañistas de la playa Popular y los más distinguidos de la playa Bristol y su rambla, lugares donde se congregaban paseantes entre complicidades sociales y puesta en vidriera de sus figuras.

Siguiendo el recorrido y pasando las instalaciones del Torreón del Monje,<sup>90</sup> se encontraba la playa de los Ingleses, espacio que permitía tener una pequeña extensión de arena casi al pie de las viviendas. Ya en cabo Corrientes, se advertía una formación rocosa que se internaba en el mar y que acompañaba, hacia el sur, el recorte de la ribera hasta encontrar una entrante de arena en playa Chica. Más adelante, se presentaba otra más extensa, la de playa Grande, escogida por los grupos distinguidos que, en su desplazamiento hacia el sur, buscaron más intimidad y más cercanía con los *links* del Golf Club.

En pocos minutos de camino se llegaba al puerto y su zona comercial, protegido por dos escolleras que permitían conformar el atracadero de las naves de la Armada y el fondeadero de las embarcaciones particulares en la dársena de pescadores. Ambos espacios se definían como los ambientes más atractivos para los turistas, seducción determinada por la ceremonia que implicaba el regreso de lanchas y barcos de altura con el producto de la pesca.

---

<sup>88</sup> Las primeras instalaciones de la ciudad lo hacen en torno a una costa recortada limitada al norte por playa La Perla y al sur por Punta Mogotes. Entre estos márgenes se encuentran las playas Popular, Bristol, de los Ingleses, Chica y Grande.

<sup>89</sup> Punta Mogotes se encuentra sobre una barranca hacia el sur de la ciudad y a cierta distancia del cabo Corrientes. Se trata de un pequeño promontorio que se desliza dentro del mar y que es parte del sistema orográfico de las sierras del centro de la provincia de Buenos Aires, llamado Tandilia. La zona está formada por pequeños cerros aplanados, sin puntas, que se los llama mogotes, de allí su nombre. Originariamente la zona se llamaba Lobería Grande por las colonias de lobos marinos establecidas en el lugar. Hacia 1934, se inicia la construcción del camino costero hacia el faro, una de las pocas atracciones turísticas de estas costas, gestión que incentiva el establecimiento de las primeras familias. A partir de 1937 se acelera su poblamiento y urbanización con la apertura de algunos hoteles. Cf. CICALÉSE, Guillermo (2002). "Conflictos políticos, enredos jurídicos y negocios de verano en torno de las playas marplatenses. La geografía política de la ribera entre 1874 y 1976" en PASTORIZA, Elisa. *Las puertas al mar. Consumo, ocio y política en Mar del Plata, Montevideo y Viña del Mar*, Buenos Aires, Editorial Biblos, pp. 133-165.

<sup>90</sup> Edificio donado a la ciudad por Ernesto Tornquist en 1904. Apela a un lenguaje formal neo-medieval y se ha erigido en una de las imágenes simbólicas de la ciudad.

Siempre avanzando hacia el sur y luego de sobrepasar las canteras, una nueva playa se extendía a lo largo de unos cuatro kilómetros, profunda y con suave declive hacia el mar, designada Punta Mogotes, que se inaugura para recibir a quienes preferían más naturaleza y más espacio libre. Así, los distintos anuncios reflejaban que la costa, en toda su extensión, se caracterizaba por sus variaciones topográficas y por las posibilidades de encontrar un entorno acorde con las preferencias de cada veraneante. Este recorrido, anunciado en distintas piezas gráficas con distribución gratuita, permitía pensar la ciudad como un lugar de veraneo para diferentes estilos y grupos sociales. El balneario afianzaba las oportunidades de conocerlo y fue estimulando el encuentro con el mar.

Al democratizar sus costumbres, volvió a imponer aquella otra, primitiva y saludable, de bañarse en el mar [...] Es satisfactorio consignar que los veraneantes del aristocrático balneario, se bañan. El culto del agua es un síntoma bien elocuente para demostrar que la buena lógica ha triunfado. Ya nadie se ocupa de ver cómo va vestida fulana, o si estrenó 40 o 50 robes. Mar del Plata es hoy una cosa más agradable: es una gran playa de mar, donde la gente se baña. (El Hogar, 1923:24)

Ésta y otras notas registraban el proceso de transformación que se gestaba, advirtiendo que se habían alimentado más las prácticas vinculadas con el equipamiento de espacios para reuniones mundanas y se habían perdido aquéllas acordes con la idea de impulsar un balneario. Se inician propuestas para proteger las playas y reemplazar las estructuras y escolleras maltratadas por la acción del mar. Además, se intenta consolidar un espacio confortable y adecuado para quienes se acerquen al lugar con la idea de tomar un baño en condiciones adecuadas. Asimismo, se comprendió que atender los efectos que produce la atracción por el mar, importa; porque es espectáculo natural y medio que permite la experiencia agradable de sentir su contacto.

Una iniciativa publicista del municipio selecciona a la mujer como foco pregnante para caracterizar el afiche institucional (Imagen 2), interpelando al observador para que sea un visitante de Mar del Plata, una ciudad distante a pocas horas de Buenos Aires. El llamado prioriza el baño, la playa y el sol dejando, en un plano lejano, el espacio para la vida social. Se presentan las opciones para las estadias de verano, entre hoteles lujosos, modestos y pensiones, ofertas que consolidan la puesta en movimiento de proyectos turísticos más equitativos y alcance de distintos destinatarios.



Imagen 2 - Afiche publicitario, Municipalidad de General Pueyrredon, ca. 1920

Este cambio, gestado en beneficio de las prácticas balnearias, es captado también por empresas de hospedaje, como se exhibe en el anuncio del Hotel Palace (Imagen 3). Se compone a través de dos páginas, en la primera, aparece la imagen de una turista en traje de baño, en actitud deportista y desprejuiciada, que camina desde su alojamiento hacia la playa, con su capa al viento, sin resguardar la exposición de su cuerpo ante las miradas transitorias de quienes flanquean su paso. En la segunda página, se manifiesta que se trata de un edificio moderno y próximo a los espacios tan preciados por los veraneantes (Casino, Rambla y Playa Bristol, centro comercial), entorno que le garantiza pasar una estadía cautivante “en el mejor balneario”.



Imagen 3 - *Mar del Plata Anuario*, Año VI, N° 6, Editores propietarios De Falco Hermanos Impresores, 1938.

El traje de baño traduce la nueva imagen de la ciudad balnearia; el segundo paso de lectura y con una traza diagonal y tipografía destacada por color, se enfatiza la propuesta de andar en *maillot* en el espacio público. La publicidad manifiesta que es posible vivir la playa, experimentar el agua de mar y exponerse al sol sobre la arena, con saludables beneficios. Paralelamente, se traza una nueva particularidad, exclusiva para el cuerpo, como es la búsqueda del bronceado de la piel y sus cualidades de distinción que se derivan. Un aviso así lo señala

Para veranear Mar del Plata.

Señoritas: los baños de mar proporcionan agilidad y frescura; los de sol y arena, al propio tiempo que son saludables, dan a la tez un natural color bronceado que infunde distinción.<sup>91</sup>

Estos diferentes anuncios permiten reconocer que los agentes movilizados de la ciudad se congregaron para incentivar la llegada al sitio con ofertas atractivas y menos restrictivas, específicamente, aquéllas que se vincularan con la conjunción sol y mar. Para conquistar estos propósitos, lograron sistematizar la puesta en marcha de un plan de propaganda para hacer conocer la ciudad y desarticular el viejo prejuicio, según el cual llegaban a las playas sólo los grupos más acomodados y afortunados del país. Al

<sup>91</sup> *Mar del Plata Anuario*, Año III, N° 3, Publicación oficial de la Asociación de Propaganda y Fomento de Mar del Plata. 1933

mismo tiempo, proponen comparar el nivel medio de los costos de vida en la localidad, con otras ofertas similares del entorno nacional y de países vecinos. Como resultado, los textos diseñados proponen el cambio de imagen: de una ciudad exclusiva, a otra más abierta y accesible; una ciudad con paseos costeros capaces de “empalidecer el recuerdo de la calle Florida, el clásico paseo de los porteños” o de “regalar encantos cuasi míticos o de leyenda”.<sup>92</sup>

Una de las formas ideadas, para generar la evolución de los diferentes emprendimientos, se gestó a partir de la concreción de una serie de campañas publicitarias en distintos medios. El sentido de la nueva imagen de la ciudad será mostrar la modernidad,<sup>93</sup> la vida en espacios transformados y la multiplicidad de formas de acceso a la costa. La villa balnearia emprende su renovación y se impulsan las diversas intervenciones que, empresarios, funcionarios, arquitectos y urbanistas, se encargarán de dar forma. En poco tiempo se completa la operación madurada y comienzan las acciones para promocionar el sitio: unas a partir de las gestiones privadas y otras, desde la Intendencia.

### Las gestiones privadas

Si todavía subsiste un “grupo selecto” que se va batiendo en retirada ante el avance igualitario de la época y que añora los tiempos del Mar del Plata de antaño, tenemos, en cambio, un Mar del Plata urbanizado y magnífico, plétórico de vida intensa, cómodo, cordial y accesible para todo el que necesite someterse a una curación de la materia o del espíritu.<sup>94</sup>

Es el momento en que se gesta la participación de la *Asociación de Propaganda y Fomento de Mar del Plata*,<sup>95</sup> cuyos móviles preparan la idea de concretar una ciudad como centro de veraneo, para todos los que quieran tomar su tiempo de descanso en un balneario de mar. Esta entidad, con una sede en Capital Federal y otra en Mar del Plata, desarrolla su actividad entre 1928 y 1950.

La identificación de la asociación se resuelve con un logotipo que retoma modelos gráficos consagrados (Imagen 4) porque se apela al escudo, recurso visual de la

<sup>92</sup> Textos del folleto que el Ferrocarril del Sud (F.C.S) distribuyó para la temporada 1935-1936.

<sup>93</sup> “La modernidad expresa siempre la conciencia de una época, con contenidos cambiantes, que se pone en relación con la Antigüedad para concebirse a sí misma como resultado de la transición de lo antiguo a lo nuevo”. Cf. HABERMAS, Jürgen (1989). “Modernidad: un proyecto incompleto” en CASULLO, Nicolás (ed.). *El debate modernidad pos-modernidad*, Buenos Aires, Editorial Puntosur, pp. 131-144.

<sup>94</sup> Nota “Los baños de mar y la Democratización de las Costumbres. Asociación de Propaganda y Fomento Temporada 1930-1931.

<sup>95</sup> Consultar “Declaración de Principios” de la *Asociación de Propaganda y Fomento* en Apéndice.



heráldica, en el que se advierte una resolución convencional tipográfica que no jerarquiza ni refuerza ninguna de las palabras que conforman el círculo central.



Imagen 4 - Logotipo Asociación de Propaganda y Fomento. Archivo Histórico Municipal “Roberto T. Barili” – Villa Mitre, Mar del Plata.

Como sostén de la imagen se selecciona el sol cuya forma se fortalece con el uso del color amarillo. En su interior, un escudo en blanco y negro contiene nuevamente otro sol y una nave a vela sobre olas regularmente diseñadas, signos que identifican al lugar con el mar. En esta pieza gráfica, la playa o la idea de balneario, no están presentes y, en cambio, se hace explícito el deporte náutico.

Para concretar las primeras iniciativas de la entidad, que pretendían fomentar la llegada de más visitantes, se planificaron diversas propuestas como conciertos, conferencias, festejos, reuniones y certámenes deportivos; todas actividades promocionadas a través de volantes y afiches. También se elaboró un proyecto para la construcción de escolleras, la habilitación del tráfico de ultramar y cabotaje en el puerto local y se gestionó la finalización del último tramo de la Ruta nacional n° 2 entre la ciudad de Dolores y Mar del Plata. Asimismo, se promovió un estudio sobre el futuro desarrollo del balneario y se logró, por un lado, que otra institución, la *Comisión Pro-Mar del Plata*,<sup>96</sup> contratara al urbanista y arquitecto Werner Hegemann<sup>97</sup> para

<sup>96</sup> Comisión conformada entre 1920 y 1940 “que, a modo de contrapoder (*de la gestión socialista*) concentró a las personalidades más importantes, tanto locales como veraneantes”. Cf. CACOPARDO, Fernando (1997). “Aspectos materiales de una Mar del Plata “apócrifa”, en CACOPARDO, Fernando. *Mar del Plata, Ciudad e Historia*, Madrid-Buenos Aires, Alianza Editorial S.A., pp. 91- 133.

pronunciar una conferencia en el teatro Odeón de la ciudad y, por el otro, que la *Asociación de Propaganda y Fomento* lograra que el ingeniero y urbanista Carlos M. della Paolera<sup>98</sup> dictara tres conferencias acerca de la necesidad de lograr un plan orgánico y científico para la ciudad.

Más tarde, en 1933, se materializó un pabellón de turismo en la Exposición de la Unión Industrial Argentina, realizada en las instalaciones de la Sociedad Rural de la Capital Federal, lugar en el que se distribuyeron 200.000 folletos que documentaban las características de la ciudad, el clima y las comodidades del balneario. De esta iniciativa, participaron empresas hoteleras con notas gráficas publicitando sus servicios.

El pabellón (Imagen 5), resuelto según los mecanismos de diseño desarrollados por los arquitectos de la modernidad, indicaba la concepción actualizada de la ciudad que se sostenía, no sólo con el uso del lenguaje de vanguardia para la materialización de la construcción sino, también, con la elección del mobiliario que se concretó con las sillas y sillones tubulares en acero de Mart Stam.<sup>99</sup> Todos estos signos resultaron un indicio de la entrada en la modernidad que los administradores sugerían como señal transformadora y revitalizadora de la imagen del balneario. Asimismo, se optó por una tipografía acorde con los lineamientos del entorno, para resolver el cartel que se destacaba por su verticalidad sobre la cubierta; la lectura de la palabra *turismo* resultaba la manifestación expresa del móvil diferenciado de las iniciativas de la *Asociación gestora*. Como elemento identificador del equipamiento de la ciudad, sobre la vereda, se emplazaba uno de los faroles típicos.

---

<sup>97</sup> Arquitecto y urbanista que publica entre 1911 y 1913 los resultados de la experiencia del Plan Regional del Gran Berlín, con gran influencia en el desarrollo del pensamiento urbanístico moderno. *Comisión Pro-Mar del Plata. Mar del Plata. El balneario y el urbanismo moderno* (1931). Buenos Aires, Talleres Gráficos Argentinos L. Rosso.

<sup>98</sup> Ingeniero graduado en París y urbanista en la Universidad Nacional de Buenos Aires; Director técnico del Plan de Urbanización de Buenos Aires. La municipalidad de Gral. Pueyrredon publica en su *Boletín Municipal*, Año XI, N° 74, octubre/diciembre, 1934. Las tres conferencias se publicaron en la *Memoria Administrativa* (1931-1932) de la Asociación de Propaganda y Fomento Mar del Plata.

<sup>99</sup> Mart Stam (1899-1986) fue un arquitecto, urbanista y diseñador holandés que colaboró con arquitectos como H. Poelzig, M. Taut, J.A. Brinkman, L.C. Van Der Vlugt, entre otros. En 1928 fue profesor de la Bauhaus en Dessau y luego profesor de la Academia de Arte de Dresde y Berlín Oriental. El diseño de la silla tubular, elaborada para la empresa Thonet en 1926 y que se incorpora como equipamiento en el pabellón de Mar del Plata, fue rápidamente difundida por el mundo dada su innovadora técnica de producción y su diseño formal de vanguardia.

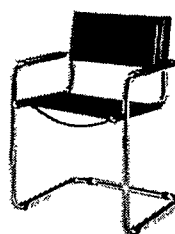


Imagen 5 – Pabellón de la Asociación de Propaganda y Fomento de Mar del Plata en la Exposición Industrial de Buenos Aires.  
Detalle: Sillón tubular que se advierte en el acceso al Pabellón.

El esfuerzo económico para el montaje del emprendimiento, era el resultado de reconocer a la exposición industrial como el medio apto para la presentación de Mar del Plata y fortalecer la confianza puesta en el futuro del país. En una nota del *Boletín Municipal*, se expresa

De líneas modernas y bien concebidas, el Pabellón Turismo Mar del Plata señaló en su magnífico aspecto general lo que nuestra ciudad balnearia representa para el país en materia de turismo [...] La Asociación de Propaganda ha realizado una obra de gran aliento en pro de nuestro balneario porque ha podido con ello dar una impresión aproximada de lo que ya es Mar del Plata.<sup>100</sup>

Conjuntamente con estas iniciativas, se advierten los perjuicios de carácter económico que podía traer aparejado el veraneo en otros destinos u otros países que, sin duda, se perfilaban como competencia. Para hacer explícita la estrategia a emprender y garantizar la conquista de los veraneantes, otra entidad, *la Acción Colectiva Turismo Mar del Plata*<sup>101</sup> conformada por hoteleros, apeló al *slogan*

“No exporte el oro - Para veranear Mar del Plata”

<sup>100</sup> Nota “El Stand de Mar del Plata en la Exposición de la Industria Argentina” en *Boletín Municipal*, Primer Semestre, Mar del Plata, 1934, p. 32.

<sup>101</sup> Institución constituida en 1935 por 90 hoteles y a cargo de una Comisión Directiva cuyo mandato duraba dos años, debiendo ser renovada por mitad cada año. Cf. *Estatuto de la Acción Colectiva Turismo Mar del Plata* (1935) en Apéndice.

Este contenido interpelaba al lector señalándole que sus erogaciones en el exterior, le restaban sumas importantes a la economía argentina.

### Las gestiones desde la Intendencia

Paralelamente a las acciones privadas, el municipio implementaba sus propagandas a la vez que reconocía el valor del trabajo de estas instituciones para la ciudad. Por este motivo, desde el *Boletín Municipal*, comunicaba los diferentes emprendimientos concretados y apelaba a los ciudadanos a colaborar con las entidades de fomento. Con el fin de incorporarse al trabajo iniciado, se promueven dos acciones: la creación de una comisión y el mejoramiento del transporte público de larga distancia.

El primer cometido organizó la conformación de la *Junta Municipal de Iniciativa* a través de una comisión encargada de promover estrategias que garantizaran el éxito de cada temporada balnearia. Se gestó desde el municipio dado que, en su propia estructura administrativa, se advierte la ausencia de algún organismo de turismo que encauzara las diligencias del gobierno local.

El decreto<sup>102</sup> que formalizó la *Junta* reconoció, como primer paso, la importante labor de propaganda y fomento realizada por diversas instituciones privadas. En su articulado, se contemplaban como miembros activos a un representante de la *Asociación de Propaganda y Fomento*; uno de la *Comisión Pro-Mar del Plata*; un socio por cada club social de la ciudad; un representante de la Empresa del *Ferrocarril del Sud*; un socio del *Club General Pueyrredon*; un representante de la *Acción Colectiva Turismo Mar del Plata* y un miembro del *Honorable Concejo Deliberante*. Determinaba que el funcionamiento de la *Junta* debía realizarse en el palacio municipal, bajo la presidencia del Señor Intendente, pudiendo sesionar con tres de sus miembros. Dentro de sus atribuciones, se promovían diversas iniciativas vinculadas con la idea de propagar las características de las playas y la mejora de la estadía de los diversos veraneantes.<sup>103</sup>

Como logotipo de la institución (Imagen 6), se diseña una imagen que condensa el mar, una nave a vela y una gaviota en posición diagonal en el campo visual, a través del uso del contraste de color. En este caso, la tipografía diferencia el nombre *Mar del Plata* del segundo plano de lectura que implica a la *Junta Municipal de Iniciativa*. Es

<sup>102</sup> Decreto de creación de la *Junta Municipal de Iniciativa*, 2 de enero de 1934, *Boletín Municipal* (1934). Año XI, N° 72, primer trimestre. Puede consultarse en Apéndice.

<sup>103</sup> *Ibidem*, Artículo N°1.

una propuesta más sintética, con filete y cuadrante que se ajustan a un uso explícito de la geometría y el color plano.



Imagen 6 - Logotipo Junta Municipal de Iniciativa - Boletín Municipal, enero, febrero y marzo de 1936, Año XIII, N° 79.

Tanto el logotipo de la *Asociación de Propaganda y Fomento* como el de la *Junta Municipal de Iniciativa* deciden su imagen representativa a través del mar y de la recreación náutica y deportiva. El papel protagónico no lo ejerce la idea de balneario sino el planteo de opciones para aquellos visitantes que prefieran los encuentros sociales.

Con respecto al mejoramiento del transporte público de larga distancia, se sigue una iniciativa del Intendente municipal con el auspicio del *Automóvil Club Argentino* (A.C.A). Para tal fin, el día 10 de febrero de 1934 (la ciudad cumplía 60 años de su fundación) llega el primer ómnibus *pullman*<sup>104</sup> (Imagen 7) que había partido desde Buenos Aires con 16 pasajeros y que fueron recibidos por una Comisión vecinal en Camet.<sup>105</sup> Para asistir el recorrido del vehículo, el A.C.A enviaba partes telefónicas a la

<sup>104</sup> Palabra que evoca una época exitosa del ferrocarril americano e inglés, tiempos en que se atraían las miradas y aumentaban las demandas de pasajes por el confort ofrecido en sus coches camas, salones y restaurant. Por traslación, se habla de *pullman* al hacer referencia a un ómnibus con buen servicio. Cf. AA.VV (1998). *El mundo de los trenes*, Madrid, Ediciones del Prado S.A.

<sup>105</sup> La comisión estaba integrada por el Intendente municipal, el presidente de la *Asociación de Propaganda y Fomento*, el representante de la *Acción Colectiva-Turismo Mar del Plata*, representantes de diarios locales y vecinos. *Boletín Municipal* (1934). Año XI, N° 72, primer trimestre, p. 89.

central de la capital, cada vez que el *pullman* pasaba por las casillas de auxilio instaladas en la ruta hacia la ciudad balnearia. Los pasajeros almorzaron en Maipú (aproximadamente a 120 km de Mar del Plata), llegando a destino luego de 8 horas y 5 minutos de viaje.



Imagen 7 - Encuentro de la Comisión vecinal con los turistas en Camet – *Boletín Municipal*, Primer trimestre, 1934, p. 89.

La publicación de este encuentro, registrado en imagen fotográfica por el municipio local, manifestaba el reconocimiento a la empresa de transporte y a la renovación de las unidades de larga distancia que facilitaban el traslado. Además, estaba acompañado por una tabla que registraba la cantidad de 12 colectivos para la temporada, con 195 pasajeros y el tiempo variable empleado en el trayecto, estimado entre 8 horas con 15 minutos, como mínimo y 12 horas con 05 minutos como máximo, comentando que el retraso sólo se debía a los días con lluvias.

Otra propuesta concebida, estaba orientada al mejoramiento de la prestación de servicios del ferrocarril, específicamente pensando en los costos y frecuencias. La preocupación desde la intendencia local se fundaba a partir de los pasos iniciados por la vecina república del Uruguay que había generado un plan orgánico de propaganda para hacer conocer sus playas, las viviendas de veraneo, los caminos que conducían a localidades de su entorno junto a la posibilidad de contar con un viaje a costo reducido. Además, se había pavimentado el camino Colonia-Montevideo e inaugurado el servicio de *Ferriboat* a Colonia, medidas que permitían el desplazamiento de turistas, desde Buenos Aires, con comodidad y con una diversidad de opciones desde lo económico.

Estas ofertas novedosas y atractivas desarrolladas en el país vecino y la innegable proximidad con la Capital Federal, movilizaron con rapidez a las autoridades y comisiones marplatenses para abordar propuestas que incentivarán y recuperarán la concurrencia de visitantes hacia las playas argentinas. Por esta razón, apelaron a la participación de la empresa *Ferrocarril del Sud* y sometieron a la consideración de su gerente el estudio de algunas modificaciones en los horarios y costos del pasaje a Mar del Plata. Para concretar las medidas, se resuelve que la diferencia de precios solicitados, podía compensarse con la mayor venta de pasajes y con el fomento del viaje diurno, iniciativa que evitaba los gastos ocasionados por las salidas nocturnas con coche-dormitorio. Cada una de las ideas fue conformando un proyecto sistematizado con vistas a un largo plazo.

### **Acciones para un cambio de imagen**

En torno a los inicios de la temporada 1931-1932, la *Asociación de Propaganda y Fomento*, junto con la Municipalidad, organizó un concurso abierto de afiches para la difusión de una imagen de la ciudad definida como balneario y lugar de esparcimiento. Más de cien dibujantes participaron con diferentes trabajos que fueron expuestos en el Salón Witcomb de la Capital Federal. Emilio Centurión<sup>106</sup> ganó el Primer y Segundo premio y los 15.000 afiches, impresos con sus imágenes, se distribuyeron en espacios públicos destacados del interior y de la Capital Federal.

El Primer Premio (Imagen 8), propone la figura de una mujer que lleva un niño de la mano en actitud de mostrarse en la playa, con el mar como fondo y la posibilidad de recreación que ambos componen. Las formas planas de los personajes hablan de un proceso geometrizable, con la manifiesta intención de usar un lenguaje moderno y vanguardista en un espacio sin profundidad, que favorece la claridad de lectura de la escena en la playa. Se lee “Temporada 1932 – Mar del Plata El Gran Balneario”.

---

<sup>106</sup> Algunos datos biográficos se encuentran en la llamada a pie de página N° 38 del Capítulo 3.



Imagen 8 - Primer Premio - *Anuario de la Asociación de Propaganda y Fomento*, Mar del Plata, Año III, N°3

El diseño construido se logra a través de algunas prácticas significativas en la playa que dan ingreso a las representaciones sociales que sustentan los modos de atraer, más que a un individuo, al grupo de pertenencia. La presencia de niños transparenta una participación positiva porque traduce el concepto de familia y los beneficios de tomar las vacaciones en el mar. Es una representación que enfatiza la dependencia y protección que el niño requiere, especialmente de la madre quien, además, concreta los proyectos para los veraneos y procura la satisfacción de los deseos infantiles. Así, los niños se muestran como referentes con valores positivos y la infancia, como una categoría social que puede colectar a los mayores<sup>107</sup> quienes se constituyen en potenciales veraneantes.

El Segundo Premio (Imagen 9), apela a una composición más compleja y dirigida a un destinatario adulto ya que reúne varias prácticas superpuestas visualmente y en el orden siguiente: pesca, golf, juegos de azar (ruleta), tiro a la paloma y náutica.

<sup>107</sup> "La infancia se define como una categoría social distinta de la sociedad adulta, caracterizada por su "aún no" competencia, capacidad, responsabilidad, fiabilidad, conocimiento", cf. CASAS, F. (1998), *Infancia: perspectivas psicosociales*, Barcelona, Paidós, citado por GÓMEZ ESPINO, Juan Miguel y BLANCO LÓPEZ, Juan, "Los niños en la publicidad. Una propuesta de categorización de las representaciones sociales sobre la infancia en los anuncios televisivos" (versión digitalizada).





Imagen 9 - Segundo Premio - *Anuario de la Asociación de Propaganda y Fomento*, Mar del Plata, Año III, N°3

Se recurre al uso de una hipérbole, sobredimensionado la forma del pez en relación con las representaciones del resto de las prácticas promovidas. Asimismo, se privilegia la pesca a la náutica, cuya presencia, materializada a través de un velero, se la ve desestimada. Si bien se lee “Temporada 1932” y hay presencia de mar, se completa la idea con una leyenda “Para veranear Mar del Plata”, tomando distancia de la idea de balneario que compone el afiche anterior. Las dos propuestas ganadoras, presentadas por el mismo diseñador, se enlazan y complementan para lograr captar la atención de un público significativo y heterogéneo.

Estipuladas y definidas estas consignas y luego de ser expuestas las piezas gráficas de las diferentes iniciativas en los espacios públicos, se comienza a trabajar el contenido vinculado con la idea “Mar del Plata, el gran balneario argentino y el más económico de Sud América”, con una expresa motivación: la de quebrar la leyenda irreal de la carestía de la vida en la ciudad. Siguiendo estos lineamientos, se difunden, mediante guías, las formas diversas de ocupar el tiempo en el balneario, con bajos costos y se sugiere disfrutar paseos en tranvías, ómnibus, “canastitas”<sup>108</sup> de autoconducción, coches de plaza y caballos de silla. Todas estas modalidades de esparcimiento anunciaban tarifas accesibles y, esencialmente, estaban dirigidas a quienes no tuvieran automóvil particular. Dentro de los anuncios, no podían estar

<sup>108</sup> Se trata de carruajes contruidos con mimbre y tirados por un caballo.

ausentes los baños de mar y los servicios que incluían casilla, traje y cuidados en el agua a cargo de un bañero, precio que oscilaba entre \$ 0.30 y \$ 1.00 m/n. Junto a estas decisiones, se inició un trabajo orientado a poder abaratar los costos de traslado para quienes tuvieran recursos económicos limitados para hacerlo. Como resultado, el *Ferrocarril del Sud* planificó un servicio con tarifas reducidas y numerosas frecuencias de partida desde la Estación Plaza Constitución.<sup>109</sup>

Estos primeros intentos, que idearon un cambio en las formas de llegar al balneario, se verán complementados por un programa generado a través de tres instancias progresivas de promoción:

- 1- Mar del Plata, veraneo agradable y económico
- 2- Un viaje con “boletos combinados”
- 3- Una estadía a “un paso” de todo

El plan cubría las expectativas de diferentes grupos: los de recursos económicos limitados; los que arribaban al balneario a través del uso de transportes públicos y aquéllos que lo hacían con medios propios.

### **1- Mar del Plata, veraneo agradable y económico**

En 1934, la *Asociación de Propaganda y Fomento de Mar del Plata* proyectó y lanzó una campaña publicitaria vinculada con la construcción de una imagen renovada de la ciudad. Para tal fin, el productor diseñó dos folletos plegables con el lema “Mar del Plata veraneo agradable y económico”. A partir de esta idea, se propone la ilustración de una representación elaborada con las atracciones consideradas relevantes para el posible viajero. La campaña se desarrolla con el mismo lema, diferentes modalidades de figuración y con campos significativos que respondían a la diversidad de gustos de los probables destinatarios.

La primera propuesta (Imagen 10), se vincula con la práctica de la navegación a vela, junto a la que se muestra una vista con parque y vivienda que destaca en una loma y donde el mar no se perfila como protagonista para los baños sino como contexto para el deporte náutico.

---

<sup>109</sup> *Anuario Asociación de Propaganda y Fomento de Mar del Plata (1931-1932)*, Mar del Plata.



Imagen 10 - Folleto Temporada 1934 - Archivo Histórico Municipal “Roberto T. Barili” – Villa Mitre, Mar del Plata

A pesar del planteo escrito en la portada, intentando democratizar la concepción del balneario, las imágenes reciben aún la impronta heredada de los grupos de elite que se refleja en la arquitectura y en las prácticas deportivas seleccionadas.

La segunda propuesta (Imagen 11), está dirigida manifiestamente a los entusiastas de la vida en la playa, propósito evidente al seleccionar una bañista (con traje y gorra de baño) junto al mar. Esta primera lectura define el sitio como balneario y, para lograr propagar la idea de que Mar del Plata es la ciudad veraniega más hermosa de Sud América, se interpela a los potenciales turistas con un llamado sugestivo:

“Visítela Ud. también - Prefiera su país para veranear”



Imagen 11 - Folleto Temporada 1934 - Archivo Histórico Municipal “Roberto T. Barili”, Villa Mitre, Mar del Plata.

En el interior de ambas piezas gráficas, si bien fueron generadas para atraer a grupos ajenos a la elite, se deslizan contenidos que no resultan concordantes con la propuesta de partida y se advierten tramos escritos en los que se cuelean conductas distinguidas que, aún, vertebran las representaciones del balneario gestado desde y para la elite. Un fragmento del texto refiere

En Mar del Plata el turista encuentra reunidos los encantos de las suntuosas residencias con las villitas modestas, donde por igual han rivalizado la espléndida concepción arquitectónica con el confort moderno.

Esto indica que algunas estrategias discursivas apuntan a comportamientos de grupos exclusivos y otras se incluyen en conductas populares. Se perfila, con debilidad, una transición hacia una ciudad para todos pero sin caracterizarla consistentemente.

## 2- Un viaje con “boletos combinados”

El impulso innegable para la construcción de una propuesta más democratizante, lo concreta la letra del estatuto de la *Acción Colectiva Turismo Mar del Plata*<sup>110</sup> que, en su artículo 1º, define a la Institución, con sede en Mar del Plata, como una sociedad para el desarrollo de la propaganda del balneario, orientada hacia la industria hotelera y el fomento del turismo. Es importante destacar que su tarea fue hacer conocer las características de las playas y gestionar, ante la empresa *Ferrocarril del Sud*, la emisión de “boletos combinados” que permitieron promover vínculos entre la empresa de transporte y los hoteles de la ciudad.

Sólo podían participar, como socios, quienes formaran parte de sociedades o personas que ejercieran la explotación de hoteles situados en el balneario. Las categorías de los socios se relacionaban con la importancia de sus empresas; así, la *Categoría Especial*, fue creada para el Hotel Bristol y los futuros establecimientos que alcanzaran similares condiciones de amplitud y selección de clientela. Luego se detallaban los modos de acceder a las siguientes cinco categorías<sup>111</sup> en relación con la cantidad de habitaciones, los servicios ofrecidos y el monto a pagar en concepto de derecho municipal de inspección. A partir de esta regulación, se advertía la tarea

---

<sup>110</sup> Cf. *Estatuto de la Acción Colectiva Turismo Mar del Plata* (1935) en Apéndice.

<sup>111</sup> Las categorías debían reunir un número de habitaciones para alcanzar la calificación, para la A: 150 habitaciones; B: 50 habitaciones; C: 40 habitaciones; D: 25 habitaciones y E: 15 habitaciones. Cf. Art. 3º del *Estatuto de la Acción Colectiva Turismo Mar del Plata* en Apéndice.

conjunta de la *Asociación de Propaganda y Fomento*, la *Acción Colectiva Turismo Mar del Plata* y el *Ferrocarril del Sud*.

La modalidad de “boletos combinados” marcaría una de las estrategias más eficaces logradas para tentar a más turistas. El *Ferrocarril del Sud* bajó los costos de los pasajes, medida que acompañó positivamente las propuestas de las asociaciones que emprendieron el programa conjunto. ¿Cómo lograr la propagación de estas estrategias de viaje? A través de la inclusión de las condiciones en un folleto plegable con una importante distribución.

Una de las primeras ideas se concretó para la Temporada 1937-38<sup>112</sup> (Imagen 12), donde se priorizaba la figura de una bañista, desplazándose sobre la arena, persuasiva y sugerente, actitud que dejaba de lado una práctica no permitida entre las veraneantes de principios de siglo XX. Las preferencias y prácticas sociales cambiaban y se manifestaban en la ilustración que invitaba, precisamente, a modificar las normas distinguidas y aceptar el goce de la arena húmeda bajo los pies.



Imagen 12 - Folleto Temporada 1937-38 - Fuente: Archivo Histórico Municipal “Roberto T. Barili”, Villa Mitre, Mar del Plata.

El enunciado del folleto hacía hincapié en las cualidades de modernización que esgrimía Mar del Plata y que se revelaban en las muestras de higiene, alumbrado, transporte y comodidades en su equipamiento. Los contenidos vinculados con las condiciones de compra y costos de los boletos combinados se expresaban en el interior del folleto, es decir en un segundo tiempo de lectura.

<sup>112</sup> En esta temporada se contaba con cinco partidas de trenes hacia Mar del Plata desde Plaza Constitución: 8.20 – 8.30 – 13.50 – 18 – 23 y para la vuelta: 8.50 – 9.27 – 14.55 – 18.05 – 22.

Hacia 1940, el anuncio de los “boletos combinados” (Imagen 11) que en la anterior campaña figuraba en su interior, pasa a ser protagonista del primer tiempo de lectura. El lema del balneario “Mar del Plata al alcance de todos con boletos combinados” se traslada a la tapa del folleto. La nueva modalidad de viaje es el factor sustancial de la imagen moderna de la ciudad y se expresa con una tipografía más informal, con algunas líneas manuscritas y con el propósito de establecer un diálogo entre la figura femenina anunciante de la novedad y los lectores. Así, los caracteres distinguidos de la mujer de la Imagen 12 serán transformados en otros, los de la Imagen 13, caracterizados por su aspecto más informal y despreocupado.

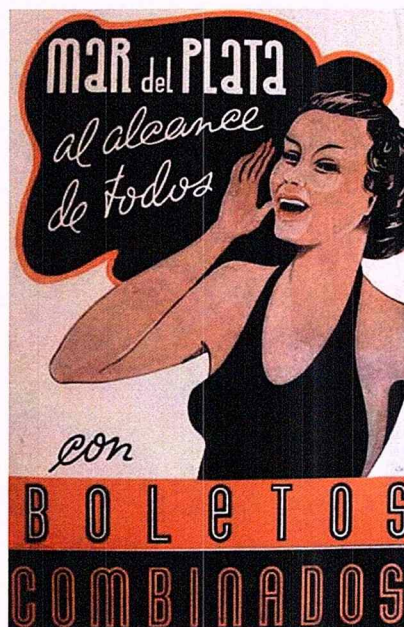


Imagen 13 - Folleto Temporada 1940- Fuente: Archivo Histórico Municipal “Roberto T. Barili”, Villa Mitre, Mar del Plata.

Los boletos combinados se vendían desde el 1° de diciembre al 8 de enero y del 1° de marzo al 30 de abril y comprendía pasaje de primera, ida y vuelta, en todos los trenes diurnos, nocturnos (sin cama) o rápidos. Es importante advertir que en la temporada comprendida entre el 9 de enero y el 28 de febrero, entendida como el tiempo de mayor afluencia de visitantes, no se emitían estos boletos. Con respecto a los servicios de hotel, se ofrecía, en todos los casos, hospedaje y pensión completa (desayuno, almuerzo y cena). Los niños hasta tres años viajaban sin boleto y correspondía el pago de ½ pensión al hotel. Hasta los 8 años viajaban con boleto combinado completo y el hotel reembolsaba el importe de la ½ pensión. Los maestros

podían solicitar un plan de veraneo con pago por mensualidades. El folleto anunciaba los precios de las seis categorías entre las que se incluía una séptima, la Categoría Especial (bis), en la que se incorporaron tres nuevas empresas (Hotel Hurlingham, Nogaró y Royal), sin modificar la categoría Especial que siempre mantuvo con exclusividad el Hotel Bristol.

En la ilustración de los dos folletos aparece la mujer como encargada de atraer a quienes, en casi todas las oportunidades, deciden el momento y el lugar de descanso. Se trata de dar forma a un fenómeno comunicativo que pueda informar y argumentar al posible turista de los beneficios que aportan unas vacaciones en el balneario. La conducta deseada, por quien elabora los folletos, será decidida voluntariamente por quien reconoce los contenidos y que, como respuesta, optará por partir de viaje hacia el destino promovido. El único indicador que expresa ese reconocimiento es la manifestación de la preferencia, es decir, la compra de la oferta sugerida y su posterior arribo a Mar del Plata.

Como estos acontecimientos sucedieron en un pasado y se presentan dificultades para medir los efectos, se hará una lectura cuantitativa,<sup>113</sup> a partir de la información publicada por la administración local que permite la verificación de los siguientes resultados:

#### Ingreso de pasajeros

Temporada	Total pasajeros	Automóvil	Ómnibus	Tren
1920-1921	40.370			
1930-1931	65.010			
1935-1936	121.266	22.792 18.8%	12.876 10.6%	85.598 70.6%
1940-1941	416.293	197.366 47.4%	58.980 14.2%	159.947 38.4%

Fuente: Elaboración con base en estadísticas municipales

Si se compara la temporada 1920-1921 con la de 1935-1936, es posible observar que se triplicó la llegada al balneario de turistas a través de los diferentes medios y que de los 121.266 pasajeros, el mayor porcentaje lo hace a través del tren, medio que participaba del boleto combinado y que había modificado la frecuencia de sus viajes a la

<sup>113</sup> Cf. PASTORIZA, Elisa; ZUPPA, Graciela (2004). "La conquista de las riberas. Política, cultura, turismo y democratización social. Mar del Plata (1886-1970)", en *Revista Trace*, México, CEMCA, N° 45, pp. 93-109.

costa. Estos porcentajes se modifican para la temporada 1940-1941 en la que llegan 416.293 turistas y donde el 47.4% lo hace en automóvil particular, condición que provoca la renovación de los modos de hacer turismo. Estos últimos datos confluyen a visualizar que la llegada de visitantes, a través de sus propios medios, se vio incrementada porque se concretó el pavimento de la Ruta nacional n° 2, inaugurada en 1938; se implementaron los puestos de aprovisionamiento de nafta y lubricantes en el trayecto;<sup>114</sup> se instalaron fondas y restaurantes próximos a la ruta que ofrecían espacios para el descanso y, particularmente, se promovió el acceso a la compra del auto particular. La irrupción del automóvil respondía a las diferentes promociones que se gestaron para su compra y que, por otro lado, otorgaba una mayor libertad en el desplazamiento, no sólo en el balneario sino, también, en excursiones hacia las localidades vecinas (Laguna de los Padres, Balcarce, Tandil, Miramar, Necochea). Estas facultades permiten convenir, muy pronto, que la posesión de un vehículo y su difusión entre quienes arribaban a la costa, se vuelven un símbolo cultural de progreso y modernización.<sup>115</sup>

### 3 - Una estadía a “un paso” de todo

Como una joya, fina y cuidadosamente trabajada,  
Mar del Plata luce brillantemente su esplendor, con  
la singular ventaja de que lo tiene todo a un paso.<sup>116</sup>

El *slogan* creado para la campaña “Mar del Plata lo tiene todo a un paso”, pertenece al conjunto de operaciones para concebir la ciudad como la portadora de las comodidades más “modernas” de la costa del Atlántico. Es por eso que se proyecta el balneario con capacidad para satisfacer todas las demandas y permitir que el tiempo dedicado al esparcimiento sea ideal y aprehensible. Se garantiza, a todos los turistas, un acceso fácil a cada plan organizado, mostrando que los atributos conquistados por el balneario responden al acelerado ritmo de progreso y a las respuestas de equipamiento que se traducen en sus construcciones urbanas.

---

<sup>114</sup> El camino a Mar del Plata debía asegurar a los viajeros un recorrido que los protegiera de posibles inconvenientes y, para garantizarlo, el A.C.A. edita una guía relatada siguiendo los planos del camino. Consultar el texto completo en Apéndice, Capítulo 1.

<sup>115</sup> PIGLIA, Melina (2009). *Automóviles, Turismo y carreteras como problemas públicos: los clubes de automovilistas y la configuración de las políticas turísticas y viales en la Argentina(1918-1943)*, tesis doctoral en historia (inédita), FFyL, UBA, defendida el 1 de julio de 2009, capítulos 1y 2.

<sup>116</sup> *Guía Rumbo al Sud* (1943). Buenos Aires.



En la propuesta de la siguiente campaña (Imagen 14), se destacan las figuras de tres jóvenes conversando, vestidos informalmente y con trajes de baño, en una terraza alta que les permite visualizar un panorama abarcador de las instalaciones de playa Grande,<sup>117</sup> resueltas con el nuevo lenguaje que defendían los arquitectos de la modernidad.



Imagen 14 - Folleto Temporada 1944 - Fuente: Archivo Histórico Municipal “Roberto T. Barili”, Villa Mitre, Mar del Plata.

El recurso de trabajar un primerísimo primer plano para los personajes, favorece la lectura del lugar como un espacio que se lo puede recorrer y aprehender con unos pocos pasos. La entrante de la playa se la ve contenida dentro del marco en el que se desarrolla el afiche. Desde la ciudad balnearia en plena transformación, se hace un llamado explícito a los jóvenes, considerados como los encargados de aportar un entusiasmo renovador. Por otro lado, estas determinaciones expresan vínculos con los reductos más exclusivos de quienes llegan a la costa, aquéllos que prefieren playa Grande y una indudable distancia con los grupos más populares que se instalaban en las playas del centro.

Con respecto a la última propuesta de análisis (Imagen 15), se resuelve sobre un plano que recorta un fragmento de playa y que le sirve para generar el *slogan* con arena,

<sup>117</sup> Balneario parque situado en un terreno de 78.000 m<sup>2</sup> con 25.000m<sup>2</sup> cubiertos que responde a un orden académico, con lenguaje náutico y volumetría simple. Cf. CACOPARDO, Fernando; PASTORIZA, Elisa y SÁEZ, Javier (2001). “Artefactos y prácticas junto al mar. Mar del Plata: El camino de apropiación del sur, 1880-1940”, en ARRUDA, Gilmar; VELÁZQUEZ TORRES, David.; ZUPPA, Graciela. *Natureza na América Latina: apropriações e representações*, Londrina, UEL, pp. 1-47

material cuya cualidad y textura visual refuerzan el contenido de estar en la costa. Todas las invitaciones deportivas y de recreación se encuentran dentro del perímetro de la huella que reproduce el sentido y forma de un paso; maniobra retórica que se traslada a cada pieza gráfica de la campaña.



Imagen 15 - Afiche Temporada 1944- Fuente: Archivo Histórico Municipal "Roberto T. Barili", Villa Mitre, Mar del Plata.

“Mar del Plata lo tiene todo a un paso” también se resolvió a través de una publicidad a página completa que apareció en diarios nacionales y traducida a lengua inglesa, como el *Buenos Aires Herald*,<sup>118</sup> (Imagen 16) página que definía la ciudad como un lugar con playas que permiten el “*dolce far niente*”, la práctica de deportes al aire libre y el goce de la vida mundana; una ciudad cosmopolita y un balneario incomparable que tiene todo a muy poca distancia.

---

<sup>118</sup> Fundado en 1876 bajo la forma de un semanario se vuelve el preferido de los lectores angloparlantes de la Argentina. En sus páginas aparecen las propagandas de la ciudad que, también, se envían a las revistas *Mayflower Travel Service In*, New York; *École Normale de L'État*, Couvin, Belgique, a la Embajada Argentina en Río de Janeiro y a Kyoto, Japón.



Imagen 16 – *Buenos Aires Herald*, Martes 14 de diciembre de 1943, p.19.

Estos enunciados no dejaban de evocar los beneficios curativos del aire marino, el vigor que estimulan los días bajo el sol y la renovación de energía que resulta de una estadía en el balneario. Por otro lado, se completa este sentimiento de bienestar con la posibilidad de visitar los diferentes ámbitos no sólo de la ciudad sino, también, del entorno regional como las lagunas y sierras. A modo de cierre de estas ofertas atractivas, el texto se dirige explícitamente al lector y llama su atención tentándolo con la idea de ser protagonista de la próxima temporada

“Ud. no puede faltar”

Hacia 1945, la *Asociación de Propaganda y Fomento* publica una nueva guía sintética en la que aún se sostiene la imagen de la huella de una pisada y el *slogan* “¡Mar del Plata lo tiene todo a un paso!”, indicio que prueba la pertinencia y la eficacia sostenida en el tiempo de los mensajes de la promoción concebida. Posteriormente, desde el Estado, se concederán las vacaciones pagas, entendiendo al descanso como una necesidad que será complementada con la construcción de lugares para campamentos y colonias como modo de facilitar el desplazamiento de los trabajadores. Así, el turismo no será un simple arbitrio del privilegio, sino una experiencia que comienza a ser beneficiosa para todos.

## Conclusiones

La operación de escritura de la historia ha encontrado, en el espacio otorgado a la reapropiación de la imagen, un terreno fértil para la renovación del planteo de sus problemas y la percepción del tiempo transcurrido. El itinerario iconográfico propuesto, a partir de un rastreo de los recursos almacenados desde muy antiguo, dio como resultado el encuentro con representaciones de un nuevo escenario: el de la playa y el mar que produjeron, a su vez, el llamamiento de los actores que transformaron el paisaje. La playa primero fue un teatro vacío, para mirar desde lejos, o inhalar el aire salino; un espacio sin un uso íntimo, un territorio visual y olfativo. No se aceptaba como lugar consagrado ni para los baños, ni para los encuentros sociales; y el mar guardaba, en su interior, un oscuro repertorio visual.

Las primeras ocupaciones costeras, analizadas en territorio europeo, se materializaron con la presencia de agentes mitológicos, con relatos teñidos de historias temerarias y con un cúmulo de desesperanzas; todas situaciones que desviaban cualquier intento de incursión aventurera. Sin embargo, esas playas, en algunas oportunidades inhóspitas, fueron aportando factores positivos para lograr conformar un contexto propicio para que nuevos actores intervengan la naturaleza y construyan espacios para la permanencia.

Navegantes, pescadores, caminantes y bañistas se involucran en el mismo sitio, al tiempo que se distancian del temor y se acercan a la posibilidad de recomponer unos vínculos más placenteros. Los baños terapéuticos consolidaron una apreciación acorde con la búsqueda de un efecto beneficioso para el cuerpo y comenzaron a convalidar el disfrute de las cualidades del sol, la arena y el mar, con pasos y tiempos controlados. No siempre los resultados respondieron satisfactoriamente a las prescripciones diagnosticadas, motivo que estimuló la elaboración de otros usos y funciones en las instalaciones concebidas para tales fines. Como consecuencia, una combinación de confluencias sociales permitió el reconocimiento del balneario como espacio para estadías de descanso y para consolidar las oportunidades de compartir el entretenimiento. Se crea, entonces, un clima adecuado en torno a lugares para favorecer el desarrollo de la invención lúdica y de atractivos culturales como tertulias, veladas en los casinos, muestras de arte en salones, conciertos y festejos por las noches en clubes y hoteles. En el imaginario social nace la idea de la estación balnearia como respuesta a la posibilidad de vivir la playa y generar su progresiva urbanización.

Este espectáculo de la costa marina es descubierto por los artistas. Las obras impresionistas se plantean como una manera diferente de aprehender la realidad a través de una mirada que modifica las formas técnicas de sustentarse. Los mecanismos expresivos de la tradición clásica y los principios románticos, fueron abandonados por una visión más próxima al paisaje naturalista. Se disponen bocetos y nuevas visuales de un litoral transformado y caracterizado según los usos fundados. Los colores se desaturan y los horizontes, infinitos y temibles, se vuelven un medio para controlar las sensaciones y conceder protagonismo a un cielo apacible. Los creadores plásticos son precursores y comunicadores de estas transformaciones espaciales porque buscaron, frente al mar, un estimulante para la construcción de sus composiciones. Así, la playa, el mar, los deportes, los juegos, los paseos y los medios para llegar a esos sitios, como el ferrocarril, fueron los temas recurrentes de la estética del momento.

Más tarde, otros artistas implicados en los movimientos de vanguardia se unieron a la vorágine de la representación del nuevo ámbito recreativo, buscando registrar, con trazos simples, planos geométricos y descomposición de la figura humana, la incorporación de una vida diferente en tiempos de ocio. Picasso y su generación nombran la realidad sin imitarla, sólo observándola y descubriendo los modos de representación analógicos para provocar en el observador el reconocimiento del goce y del descanso. Bañistas, paseantes y turistas se instalan y permanecen con continuidad en el espacio conquistado.

Estos actores, protagonistas privilegiados de las vistas desde la costa, logran nuevos gestos, otras relaciones y construyen sus códigos de comunicación. Las transformaciones que el hombre introduce en la naturaleza y en sus relaciones tienen a la pintura, la caricatura y la publicidad, como los nuevos medios oportunos para comenzar la difusión y propaganda de la novedad impulsada.

Los que tienen acceso al tiempo libre, sin depender de las vacaciones pagas, son los grupos de elite quienes, además, receptan primero las imágenes plásticas de los artistas contemporáneos en diversas exposiciones. Es importante reconocer que estos salones, dada la convocatoria puesta en movimiento, fueron conformando un ámbito propicio para los encuentros sociales y para la percepción de las renovadas formas de expresión estética. La pintura, allí exhibida, colaboró con la propagación y el reconocimiento de la moda iniciada y es la elite cultural quien, además, asiste a esos encuentros. Estos agentes privilegiados, junto a las campañas publicitarias encauzadas desde las empresas balnearias, en cierta forma, objetivaron la aceptación de las nuevas

prácticas frente al mar y estimularon, junto a otros medios, el goce moderno de la playa y su difusión hacia otras localizaciones.

Trasladados e instalados en territorio argentino, se advierte que la naturaleza de las costas fue, generalmente, un campo inimaginable para la vida urbana porque sólo se la asociaba a culturas rurales o a la función comercial de puerto. Esta visión de frontera se manifiesta, también, en la costa marplatense. De las lecturas practicadas en el área mencionada, a fines del siglo XIX y comienzos del XX, se focalizó la observación en los modos de producción agropecuarios y en las transformaciones de apropiación del espacio operadas en el sitio. Para trabajar esta problemática, se seleccionaron algunas pinturas en las que se expresaban las intervenciones históricas del lugar, los cambios funcionales, los equipamientos pertinentes y las intervenciones de diversos actores.

La gesta e intervención posterior del espacio de la playa bonaerense, nos conecta con una serie de transformaciones que implican una historia de conquistas y de lucha de poderes. Lo que inicialmente fue un espacio público y extendido se fue ocupando, a la vez que se intervenía y privatizaba en busca de lograr un entorno placentero, para tomar vacaciones, con prácticas excluyentes y nominadas a través de códigos exclusivos dentro de la elite que los alimentaba.

Muy pronto, la villa pensada adquiere notoriedad como lugar para pasar los veranos y donde deambular, entretenerse y configurar otras articulaciones sociales. El mostrarse en la ciudad de Mar del Plata comienza a ejercer un poder de atracción inobjetable, ya que ese registro, en distintos medios, como pueden ser las fotografías en revistas de difusión, se lo considera depositario de miradas, estima social y respetabilidad pública. Todo lo que se gesta en los diferentes lugares de reunión tiene como correlato la expresión visual que las hace públicas. Paralelamente, esta difusión contribuye a la consolidación del veraneo en la ciudad.

Por otro lado, las obras pictóricas afianzaron un arte que fue bien acogido en el mercado, una producción que perpetuaba los caracteres banales de la moda estival y su ambientación, lejos de las rutinas cotidianas. Fue un arte que agradaba tanto a quienes recalaban en la villa como a los que aún no la conocían. No se encuentran temas con dramatismo romántico ni sentimientos vinculados con la experiencia metafísica del contacto con el océano, sólo la captación de los perfiles costeros y el paso de un día de playa con sus diferentes eventualidades sociales. En muy pocas ocasiones se advirtió un momento de reflexión, o de búsqueda existencial; el marco preferido contemplaba el

espacio material de diversión, de entretenimiento distintivo, dispuesto a conformar la recuperación de una pintura placentera. Significativamente, esta producción favorecía las formas de ostentación y lujo para aquéllos que accedían a su compra y veían acrecentado su prestigio social.

Rearticulada la imagen de la ciudad, como artefacto cultural innovado, comenzó a jugar como herramienta de trabajo y como otra forma de acceder al análisis de los cambios motorizados para que fuera accesible, progresivamente, a más turistas. Se ha podido percibir, desde cada una de las campañas imaginadas, el declive de la villa elitista y los inicios de un proceso modernizador promovido por políticas generadas en torno a la idea de democratizar el balneario. La gestión municipal, los empresarios particulares y las asociaciones locales propulsaron una obra de propaganda para el fomento de la ciudad y del balneario. Para alcanzar estos objetivos, entendieron que no bastaba sustentar una ciudad a través del llamado a los turistas sino que era necesario consolidar las formas de arraigo en torno a la vida veraniega, el mejoramiento urbano, la materialización de nuevos espacios para encuentros sociales, el divertimento y la conquista de un alojamiento accesible a grupos con diferentes recursos económicos. Y fue la imagen, en sus diferentes soportes, la que acompañó estas estrategias portadoras de las políticas turísticas implementadas.

En relación con los aportes del conjunto de las expresiones visuales consultadas, es posible sostener que han permitido revelar los dispositivos orientadores tanto de los procesos propagandísticos como los de las respuestas a expectativas y deseos de diferentes destinatarios. Como resultado, las piezas gráficas diseñadas consolidaron la propulsión necesaria para la difusión de las transformaciones culturales gestadas en busca de lograr la atracción de más viajeros. Y la propaganda y publicidad analizadas, como reservorios de experiencias de un pasado turístico, resultaron un terreno privilegiado para distinguir los mensajes pensados y orientados a manifestar, explícitamente, que el supuesto mundo inalcanzable del balneario, ahora podía verse transformado en un destino familiar y posible de visitar. Las imágenes acordadas a partir de las diferentes instituciones, consolidaron la aceptación del ámbito balneario en la ciudad y configuraron un cuadro de contribuciones para la lectura e interpretación de las transformaciones de la sociedad argentina. De allí que, si todo poder gestiona una serie de ideas y necesita de una imagen que lo represente y legitime, ver al balneario como un lugar accesible, se volvió un instrumento simbólico de dicho poder.

Como cierre, se ha detectado que el enfoque de la mirada, puesta en movimiento para rescatar las modalidades de aproximación al mar, condujo la atracción y el interés que siempre provocan en el observador las presentaciones en forma de imágenes. Es decir, se trata de un encuentro con algo que está ausente y que se hace visible, no sólo a través del sentido construido sino, también, según los caracteres estéticos del soporte que los transporta. El pensamiento ante la obra se activa, las operaciones de análisis establecen articulaciones y una narrativa comienza el tránsito para la comunicación. Paralelamente, se advierte que toda imagen porta una cualidad diferencial que afecta la percepción y lo hace a través de su atractivo estético, poético o metafórico.

El trabajo elaborado presenta una forma desigual de mirar la producción visual de la ciudad. También se reconoce que diferentes grupos culturales gestaron transformaciones, favorecieron la construcción de hábitos visuales y los tradujeron; todas estas acciones se materializaron a través de la intervención de diseñadores quienes modelaron sus artefactos, y los transfirieron al medio local. Como consecuencia, la cuestión central del proyecto, fue el comprender que la movilidad de las imágenes influyó no sólo en aspectos vinculados con la percepción sino, específicamente, con la escritura y los relatos de las historias balnearias. Por otro lado, este estudio ha permitido detectar el beneficio que surge del conocimiento de culturas visuales y su uso posterior en la investigación social porque, a partir de sus aportes, se puede reconstruir la memoria del pasado y sus temporalidades. De allí que los resultados agenciados en el campo de estudio, resulten construcciones en las que, además de la exploración empírica visual, se haya incentivado la imaginación teórica.





## APÉNDICE DOCUMENTAL

### I - ASOCIACIÓN DE PROPAGANDA Y FOMENTO

#### DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS

La primera Asamblea de la Asociación declara:

- 1) Que el balneario y la ciudad han menester de la cooperación, voluntad y entusiasmo de los gobiernos en sus distintas esferas, de todos los habitantes de la ciudad y de los turistas que visitan nuestras playas.
- 2) Que espera podrá alcanzar Mar del Plata, mancomunando esfuerzos e ideales, la prosperidad y belleza que previeran los fundadores y propulsores de la primera hora.
- 3) Que esta Asamblea, en representación de las fuerzas vivas de la ciudad, divisando con diáfana claridad la visión de un mañana próximo,

#### REAFIRMA:

Como sus más caros principios los propósitos del bien común para el primer balneario argentino, libre de prejuicios políticos y religiosos, como lo informa el espíritu de este estatuto, son los siguientes:

- a) Iniciar, por los medios que estime convenientes, la propaganda indispensable para hacer conocer en nuestro país y en el extranjero las principales características de nuestra ciudad-balneario, como punto de descanso y de recreo.
- b) Gestionar hasta obtener de los poderes públicos todos los beneficios posibles en pro del adelanto de la ciudad, así como de las empresas, instituciones y particulares que sean factores de vida del balneario.
- c) Gestionar asimismo de las instituciones de la Capital Federal e interior del país facilidades para la afluencia de turistas a nuestras playas.
- d) Organizar festejos y toda clase de atractivos artísticos y culturales tendientes a proporcionar la más grata y larga estada de los veraneantes que visitan el balneario.
- e) Ofrecer la colaboración a las autoridades, ya sean éstas nacionales, provinciales o municipales para toda obra o iniciativa que tienda al fin que informa la propia organización de esta Institución.

- f) Establecer campos de deportes y de recreo.
- g) Fomentar, entendiéndose para ello con las instituciones directrices locales y de la Capital Federal, tratando de atraer hacia nuestro balneario los mejores certámenes deportivos en el orden nacional, ya sean mecánicos o físicos.
- h) Establecer, a los efectos del mejor desarrollo de sus propósitos, oficinas o agencias de informaciones en la Capital Federal y demás pueblos y ciudades del interior y exterior del país.
- i) Hacer toda clase de publicaciones de propaganda con el concurso de las autoridades, de la prensa y del comercio.
- j) Crear una publicación periódica y exclusivamente de propaganda de Mar del Plata, que se distribuirá por toda la República y en el extranjero.
- k) Hacer gestiones para dotar a nuestra ciudad de todos los establecimientos educacionales con que aún no cuenta.
- l) Hacer gestiones para la más pronta habilitación y dotación de todo lo necesario al tráfico marítimo de ultramar y cabotaje de nuestro gran puerto.
- m) Gestionar del F.C.S. y de empresas navieras, si se establecieran comunicaciones por agua, las mayores comodidades para los viajeros y el más reducido costo en los pasajes.
- n) Organizar festivales, corsos y desfiles, que sean expresión de cultura y de buen gusto.
- o) Hacer toda otra gestión que tienda a facilitar el desarrollo del balneario.

**Mar del Plata, 1928**

**II - JUNTA DE INICIATIVA DE LA MUNICIPALIDAD**  
**DECRETO DE CREACIÓN**

Comisión designada para el mejor éxito de la temporada balnearia.

Debiendo el Municipio ser, en su significación amplia de Comuna, la condensación expresiva de los intereses de la ciudad, y

**CONSIDERANDO:**

Que no existiendo en nuestro país, como en otros, en que el turismo se transforma en una fuente de riqueza, organismos nacionales ni provincial en nuestro caso que lo encaucen y fomenten, las ciudades que como la nuestra viven esencialmente de sus actividades veraniegas, deben accionar por sus propios impulsos e iniciativas;

Que las diversas instituciones de fomento existentes han realizado hasta aquí una intensa labor de fomento y propaganda en pro de nuestra ciudad, digna de exponer a la consideración del vecindario;

Que la experiencia recogida por ellas en su actuación, debe servir al Municipio para orientar su derrotero, aprovechando tan noble concurso;

Que la obra diversa de estas instituciones podría ser de mayor aliento y eficacia si ellas pudieran orientarse, en su parte ejecutiva, hacia un organismo central que dé forma y aplicación práctica a todas las iniciativas y a todas las sugerencias viables;

Que la Municipalidad tiene el ineludible deber de ejecutar su acción de presencia activa en los propósitos que informan esas altas aspiraciones;

Que, además de la propagación de las bellezas y características naturales de la ciudad y el balneario, con vistas a la atracción del turismo nacional hacia nuestras playas, se hace cada vez más indispensable procurar la mayor y más agradable estada de los 100.000 turistas que hoy llegan a Mar del Plata;

Que ese número considerable como cifra, pero ínfimo como porcentaje de personas que practican el turismo en nuestro país, en relación al total de sus habitantes, puede y debe ser sensiblemente superado cada año;

Que para ello es necesario, además de continuar e intensificar la propaganda en pro del Balneario, dedicar las energías requeridas a la preparación de amplios programas de festejos populares;

Que con ese propósito es indispensable obtener la colaboración de todas las fuerzas activas de alguna manifestación en nuestra vida económica y social;

Que entiende esta Intendencia recoger los anhelos del vecindario todo, cuyas aspiraciones no pueden ser sino las del engrandecimiento y progresos efectivos de la ciudad y del balneario, el Intendente Municipal que suscribe, en uso de las facultades que le son propias

#### **DECRETA:**

Artículo 1º - Designase una comisión oficial integrada por:

- a) Un representante de la Asociación de Propaganda y Fomento de Mar del Plata;

- b) Un representante de la Comisión Pro Mar del Plata;
- c) Un representante de todos o algunos de los siguientes clubs sociales: Ocean Club, Golf Club, Yacht Club, Pigeon Club, y Club Mar del Plata;
- d) Un representante de la Empresa del Ferro Carril del Sud;
- e) Un representante del Club General Pueyrredón;
- f) Un representante de la Acción Colectiva Turismo Mar del Plata

Artículo 2º - Solicitar del H. Concejo Deliberante la designación de un miembro de dicho cuerpo para que integre esta comisión a los efectos de mejor finalidad;

Artículo 3º - Esta comisión se denominará “Junta Iniciativa”, funcionará en el Palacio Municipal, bajo la Presidencia del señor Intendente Municipal y podrá sesionar con tres de sus miembros.

Artículo 4º - Son sus atribuciones y deberes, ejecutar toda iniciativa conveniente para hacer conocer las características de nuestras playas y hacer más agradable la estada de los veraneantes.

Artículo 5º - Comuníquese y dése al libro de decretos.

**Mar del Plata, Enero 2 de 1934**

**José Camusso – Intendente Municipal**

**José M. Fernández - Secretario**

### **III - ACCIÓN COLECTIVA TURISMO MAR DEL PLATA**

#### **ESTATUTO**

Aprobado y reformado en la Asamblea General del 22 de junio de 1935

#### **NOMBRE Y OBJETO**

Artículo 1º - Bajo la denominación de ACCIÓN COLECTIVA – TURISMO MAR DEL PLATA, se ha constituido en la ciudad de Mar del Plata, donde fija su sede central, una institución de propaganda para la industria hotelera local y de fomento para el turismo a Mar del Plata.

Artículo 2º - Esta institución tiene, además, por objeto:

- a) Efectuar toda propaganda que juzgue conveniente para hacer conocer las características que nuestras playas brindan a los veraneantes y turistas.

- b) Gestionar ante la empresa de F. C. Sud se expidan “Boletos Combinados” entre empresa y hoteles; como también cuanto se conceptúe beneficioso para la industria hotelera y para los viajeros a Mar del Plata.
- c) Efectuar ante las autoridades, sean nacionales, provinciales o municipales, toda gestión tendiente al mejoramiento de Mar del Plata, ofreciéndole también colaboración. Estas gestiones o colaboraciones podrán efectuarse separadamente o en conjunto con otra institución o instituciones.
- d) Hacer cualquier otra gestión ante las instituciones del país, con el fin de facilitar el desarrollo del balneario.
- e) Fomentar el turismo, sea por vía marítima o terrestre, con el firme propósito de aumentar la afluencia de turistas a nuestro balneario.
- f) Interesar al Gobierno en la defensa de nuestras playas, funcionamiento del Casino, creación de un “Kursall” y realización de caminos pavimentados de acceso a Mar del Plata.
- g) Vigilar las publicaciones que se ocupan del balneario, cooperar con ellas y estimularlas cuando resulten favorables. Entablar reclamos cuando sean inexactas.
- h) Colaborar y cooperar en la organización de festejos, atractivos, creación y sostenimiento de recreos y parques de “camping” y de todo lo que tienda a hacer más agradable la estada de los veraneantes.

## **SOCIOS Y RECURSOS**

Artículo 3° - Forman esta Institución las sociedades y personas que ejerzan la explotación de hoteles situados en el balneario, pudiendo formar parte como presidentes honorarios aquellas personas que cooperen en los propósitos de esta entidad.

Artículo 4° - Los recursos se obtendrán:

- a) Con las cuotas de sus asociados.
- b) Con donaciones voluntarias.
- c) Con todo recurso lícito.

Artículo 5° - Existirán seis categorías de socios, relacionadas con la importancia de sus hoteles. El socio podrá proponer la categoría, siempre que su establecimiento reúna los requisitos siguientes:

Categoría especial: Ha sido creada para el “Bristol Hotel” y podrán formar parte de ella los futuros establecimientos que se crearan en similares condiciones de amplitud y selección de clientela.

Categoría A: Podrán formar parte de esta categoría los propietarios de hoteles que paguen anualmente un derecho municipal de inspección no menor a 1.000 pesos y que tengan por lo menos 150 habitaciones.

Categoría B: Los que paguen no menos de 500 pesos o que tengan por lo menos 50 habitaciones.

Categoría C: Los que paguen no menos de 200 pesos o que tengan por lo menos 40 habitaciones.

Categoría D: Los que paguen no menos de 75 pesos o que tengan por lo menos 25 habitaciones.

Categoría E: Los que paguen no menos de 60 pesos o que tengan por lo menos 15 habitaciones o que ocupen la totalidad de un solo edificio.

La Comisión Directiva queda facultada en conceder excepciones a los requisitos citados, toda vez que base la excepción en intereses ya creados por antecedentes habidos, o en caso que el hotel que solicita la adhesión o cambio de categoría, presente condiciones especiales de confort.

La Comisión Directiva queda también facultada en incluir en la reglamentación interna toda medida tendiente a evitar que un asociado opte por una categoría inferior a la importancia de su hotel, perjudicando a la mayoría restante por razones de tarifas.

Artículo 6° - El importe de la cuota anual será de pesos 500 – para el socio de la categoría especial; pesos 220 – categoría A; pesos 200 – categoría B; pesos 170 – categoría C; pesos 120 – categoría D y pesos 80 – categoría E.

Por resolución de la Asamblea General podrá modificarse el importe de las cuotas de los socios.

Artículo 7° - El pago de las cuotas deberá efectuarse por adelantado antes del 31 de Octubre para la propaganda del mes de Diciembre y antes del 10 de Febrero para la propaganda del mes de Marzo. El que no haya cumplido esta obligación, no podrá figurar en la propaganda próxima. La Comisión Directiva podrá hacer excepciones cuando las circunstancias lo exijan.

## ORGANIZACIÓN DE LA COMISIÓN DIRECTIVA

Artículo 8º - La marcha de la Institución estará a cargo de una C.D. compuesta por once miembros: Un presidente, Un Vicepresidente, Un Tesorero, Un Protesorero, Un Secretario, Un Prosecretario, Cinco Vocales, Tres Revisores de Cuentas y Tres Suplentes. La duración de esta comisión en su mandato será de dos años, debiendo ser renovada por mitad cada año. En la Asamblea General de Junio de 1936, se sortearán cinco de los miembros, excepto el Presidente y serán reemplazados o reelegidos y en lo sucesivo se elegirán cinco miembros cada año. El Presidente será elegido por la Asamblea General directamente cada dos años, los demás componentes también los elige la Asamblea General Ordinaria del mes de Junio pero los cargos se distribuyen entre sí. TODOS LOS MIEMBROS PUEDEN SER REELECTOS.

## ATRIBUCIONES DE LA COMISIÓN DIRECTIVA

Artículo 9º - La Comisión Directiva funcionará en quórum con 5 miembros, media hora después de la fijada para la reunión. Queda facultada en:

- a) Establecer la reglamentación interna.
- b) Aceptar, vigilar y rechazar los socios que no dieran cumplimiento a los requisitos impuestos por el Estatuto y su reglamento interno.
- c) Fijar sueldos, designar y destituir empleados.
- d) Aceptar nuevas adhesiones, cambios de categoría y conceder excepciones de acuerdo a los artículos 5º y 7º.
- e) Designar comisiones especiales.
- f) Solicitar y aceptar donaciones y cooperaciones.
- g) Ejercitar en todo acto la representación de la Institución, por intermedio de su Presidente, o la persona o personas que designe, pudiendo otorgar poder.
- h) Celebrar cualquier acto o contrato inherente a la administración de la entidad.
- i) Convocar a asambleas ordinarias y extraordinarias.
- j) Presentar a la Asamblea General la Memoria del ejercicio fenecido y el balance del 15 al 30 de Junio de cada año.
- k) Propender a la Asamblea bajo Orden del Día previamente distribuido, los asuntos que corresponde someter a la consideración de la misma.



l) Elegir entre su seno todo cargo vacante por renuncia o ausencia y con atribuciones

hasta la primera asamblea general.

ll) Someter a la Asamblea las reformas del Estatuto y gestionar ante el Poder Ejecutivo

de la Provincia de Buenos Aires la personería jurídica para la Institución, si así lo creyera conveniente.

### **DEL PRESIDENTE**

Artículo 10º - El presidente ejerce la representación legal de la Institución, preside las asambleas de la entidad y las reuniones de la C.D., a la que da cuenta de toda correspondencia, trámite, gestión u operación hecha. Tiene voto en caso de empate. Por renuncia o ausencia será reemplazado por el Vice Presidente.

### **DEL SECRETARIO**

Artículo 11 – Al Secretario corresponde refrendar la firma del Presidente, llevar el Libro de Actas, tener al día la correspondencia y vigilar el cumplimiento de los empleados.

### **DEL TESORERO**

Artículo 12 – Están a cargo del Tesorero los fondos y valores sociales, los que podrán ser movilizados con la firma conjunta del Presidente y Tesorero. Los depósitos de los bancos se harán a nombre de la Institución y a la orden conjunta de Presidente y Tesorero. Deberán presentar Balance de Caja toda vez que lo requiera la Comisión Directiva.

### **REVISORES DE CUENTAS**

Artículo 13 – La Comisión Revisora de Cuentas funciona en quórum con dos miembros y deberá presentar un informe sobre el Balance Anual a someter a la aprobación de la Asamblea General.

## ASAMBLEAS

Artículo 14 – La convocatoria a Asamblea se hará por medio de invitación individual y avisos en un diario de Mar del Plata, celebrándose en el local, día y hora que designe la Comisión Directiva.

La Asamblea Ordinaria General tendrá lugar dentro de la segunda quincena del mes de Junio de cada año. La Comisión Directiva presentará en ella la Memoria, Balance e Informe.

Las Asambleas Extraordinarias tendrán lugar a pedido de la Comisión Directiva o a requerimiento por escrito de por lo menos 20 socios.

Las Asambleas serán válidas en primera convocatoria, con la presencia de un tercio de los socios y en segunda convocatoria, con el número que concurra una hora después de la fijada para la Asamblea en primera convocatoria.

Cada socio para concurrir a la Asamblea debe tener al día su cuota, tendrá derecho a un voto y podrá hacerse representar otorgando carta-poder a otro socio, el que no podrá tener como válidas más de dos representaciones, además de la propia.

Los miembros de la Comisión Directiva que concurren, tendrán voto, salvo el caso en que se considere su labor desarrollada en la Comisión, en cuyo caso tendrán voz pero no voto.

Es facultad de la Asamblea, elegir Presidentes Honorarios.

Artículo 15 – El socio que cometiere algún acto doloso en perjuicio moral o material de la Institución, la Comisión Directiva notificará al infractor y una vez oído éste si el caso es concreto podrá eliminarlo de la lista de socios.

## FUSIÓN Y DISOLUCIÓN

Artículo 16 – Cuando dos tercios de sus asociados lo determinaran, la entidad podrá fusionarse con otra similar existente en la localidad y, que, en forma más amplia, persiga los mismos fines.

La entidad durará mientras llene su cometido. Se disolverá cuando lo determine por lo menos dos tercios de sus asociados. En caso de disolución, los fondos y demás bienes pasarán a beneficio de la Municipalidad del Partido.

Mar del Plata, Junio 30 de 1935

#### IV - PUBLICACIÓN OFICIAL DEL AUTOMÓVIL CLUB ARGENTINO - 1927 PLANO DEL CAMINO BUENOS AIRES – MAR DEL PLATA VÍA CHASCOMÚS - DOLORES – MAIPÚ

##### **El camino a Mar del Plata**

La excursión en automóvil a Mar del Plata, ha dejado de constituir una aventura, puede realizarse con toda tranquilidad en el término de 10 a 14 horas, sin sufrir interrupciones por la calidad del camino, ni inconvenientes en las máquinas pues ese tiempo empleado significa un promedio de 40 Kms., que es la velocidad más aconsejable para viajar en nuestras carreteras y que cualquier coche puede mantener.

La hora más adecuada para partir de Buenos Aires es la del amanecer, pues en esa forma se evitan los trastornos de la temperatura elevada cuando se ha efectuado la mitad del recorrido, llegando siempre con luz de día al balneario.

El camino en épocas estivales se encuentra en buenas condiciones de tránsito y salvo lluvias muy copiosas, que solo interrumpen el tráfico por uno o dos días, el viaje puede realizarse con la mayor holgura.

La salida de la Capital Federal se efectúa por el camino afirmado a La Plata hasta llegar al Km. 19, lugar que se reconoce porque en él existe un almacén y surtidor, donde debe virarse a la derecha para entrar en un camino de macadam que conduce hasta Florencio Varela, localidad que se cruza rectamente saliendo así nuevamente al macadam para continuar por un camino de tierra muy bueno hasta Coronel Brandsen con 63 Kms. recorridos. Saliendo de esta localidad hacia el Sur el camino costea casi siempre la vía del Ferrocarril del Sud, lo que evita inconvenientes de extravío. A los pocos kilómetros de Brandsen el camino se halla cruzado por el Río Samborombón, el AUTOMOVIL CLUB ARGENTINO, construyó allí una pasarela para automóviles, la que debe pasarse con poca velocidad para evitar accidentes; continuando luego por el camino real se llega a Chascomús con 120 Kms. de recorrido. En Chascomús hay hoteles para desayunarse, talleres mecánicos, surtidor, etc., que permiten reponer los desgastes sufridos.

De Chascomús a Dolores el camino, que es de buena calidad, no ofrece mayores variantes costea la vía férrea hasta Lezama donde abre ligeramente hacia la derecha para cruzar el Río Salado por el puente La Postrera para después volver a la vía cerca de

Castelli y seguir a Dolores cruzando sobre el canal N° 9 en las cercanías de Dolores, localidad a la que se llega a los 220 Kms. de recorrido.

(1) En Dolores existen comodidades para los turistas, hoteles, teléfonos, talleres mecánicos, nafta y lubricantes.

De Dolores a Maipú el camino está construido sobre un terraplén continuo que se encuentra en buenas condiciones; la salida de Dolores presenta varios virajes para entrar enseguida en un camino recto que se llama camino del Tigre o de los Puentes que se caracteriza por tener 9 puentes casi seguidos sobre cañadones y el Canal N°1, siguiéndolo sin interrupción se llega a la estación Guido, a cuya salida el camino vuelve a ponerse paralelo a la vía férrea sobre su derecha y conduce directamente a Maipú después de cruzar sobre puente, el Canal N°2.

En Maipú el AUTOMOVIL CLUB ARGENTINO tiene establecido su Hotel Descanso donde el viajero podrá almorzar o pernoctar según desee con toda clase de comodidades.

(2) Además hay también talleres mecánicos para repuestos, nafta y aceite.

A los pocos kilómetros de la salida de Maipú el camino se bifurca en dos, el de la derecha conduce para Mar del Plata, el de la izquierda a Madariaga. Continuando por el de la derecha se acerca nuevamente a la vía que no abandona hasta Camet pasando por Las Armas, Pirán, Vidal, Vivoratá, Cobo y Camet donde el camino cruza a la izquierda de la vía y conduce a Mar del Plata con 440 Kms. Desde Buenos Aires.

(3) En todo el trayecto el viajero encuentra reparo, medios de comunicación y lo necesario para su coche.



## BIBLIOGRAFÍA

### Fuentes manuscritas

- ACTAS LIMINARES DEL CONCEJO DELIBERANTE - Libros 1 (1881) a 13 (1921) - Municipalidad de General Pueyrredon.
- ARCHIVO DE TRIBUNALES de la Ciudad de Buenos Aires, Registro 5, Tomo I, Folio 358, 1856.
- BRAGGE, Guillermo, "Informe a Dn. José Coelho de Meyrelles sobre el establecimiento de un puerto en la costa de la Laguna de los Padres", en *Documentos relativos al Puerto de Abrigo y Muelle en la costa del Sur, Buenos Aires, 1857*.
- CARDIEL, J., *Diario del Viaje y Misión al Río del Sauce*, Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, 1930.
- CENSO GENERAL de la Provincia de Buenos Aires del año 1881. Archivo Gral. de la Nación.
- EXPEDIENTE DE FUNDACIÓN - Letra P 418 - Año 1873 del Ministerio de Gobierno – Duplicado de la diligencia de mensura para la traza del pueblo de Balcarce – Agrimensor Chapeaurouge.

### Fuentes escritas

- ASOCIACIÓN DE PROPAGANDA Y FOMENTO DE MAR DEL PLATA. Memoria Administrativa y Anuarios (1931-1943). Mar del Plata.
- BOLETÍN MUNICIPAL (1934/45). Mar del Plata, Municipalidad de General Pueyrredon, Años XI a XIII.
- COMISIÓN PRO-MAR DEL PLATA (1931). Mar del Plata. El balneario y el urbanismo moderno. Buenos Aires, Talleres Gráficos Argentinos L. Rosso.
- DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS DE LA ASOCIACIÓN DE PROPAGANDA Y FOMENTO (1928). Mar del Plata.
- DECRETO DE CREACIÓN DE LA JUNTA DE INICIATIVA DE LA MUNICIPALIDAD (1934). Mar del Plata.
- ESTATUTO DE LA ASOCIACIÓN COLECTIVA TURISMO- MAR DEL PLATA (1935). Mar del Plata.
- GUÍA RUMBO AL SUD (1943). Buenos Aires.
- GUÍA SOCIAL – MAR DEL PLATA (1931). Buenos Aires, Talleres Gráficos de "Guía Social Mar Del Plata"
- MARTÍNEZ, Albert B. (1913). *Guía Baedeker de la República Argentina*, 4ta. Edición, Barcelona, R. Sopena, Imprimeur.
- MORLENT, J. (1860). *Le Havre, guide du voyageur*, París, s/e.
- PUBLICACIÓN OFICIAL DE LA DIRECCIÓN MUNICIPAL DE TURISMO, Mar del Plata, Municipalidad de General Pueyrredon, 1938.
- SAIZ CORTÉS, Julián (1869). *Guía del bañista en el mar*, Madrid, Imprenta médica de Manuel Álvarez.

### Censos

- CENSO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES - Años 1881 -1890 - 1938. Archivo General de la Nación.
- CENSO NACIONAL - Años 1869 - 1895 - 1914 - Archivo General de la Nación.

### Revistas

- Avivato*
- Caras y Caretas*, Buenos Aires
- El Hogar*, Buenos Aires
- Fray Mocho*, Buenos Aires
- La Semana de Mar del Plata*, Buenos Aires
- Locuras de Isidoro. Revolución en Mar del Plata*. Buenos Aires, 1990.

*Myriam*, Buenos Aires  
*Plus Ultra*, Buenos Aires  
*Rico Tipo*, Buenos Aires  
*Rico Tipo y las chicas de Divito*, Buenos Aires, Espasa Humor Gráfico, 1994  
*Semanario PBT*, Buenos Aires  
*Temporada en Mar del Plata*, 1946-47  
*Toda Mafalda*, Buenos Aires, Ediciones de la Flor, 1993  
*Mafalda Inédita*, Buenos Aires, Ediciones de la Flor, 1988

#### **Diarios y Periódicos**

*El Censor*, 6 de febrero de 1889.  
*El Correo Español*, 1888 y 1889  
*El Diario*, Edición Extraordinaria, Buenos Aires, 15 de febrero de 1908  
*El Nacional*, 1870  
*El Trabajo*  
*La Mañana*  
*La Nación*  
*La Prensa*

#### **ARCHIVOS Y MUSEOS**

##### **Archivos de la Nación, Provincial y Municipal.**

Archivo General de la Nación  
Archivo de la Provincia de Buenos Aires  
Archivo del Museo de Bellas Artes de La Plata  
Archivo del CEHAU – UNMdP  
Archivo Museo Histórico Municipal “Roberto T. Barilli” Villa Mitre – Mar del Plata  
Archivo fotográfico-documental Iglesia y Colegio Stella Maris de Mar del Plata  
Archivos familiares  
Archivo de la Biblioteca del Colegio Nacional Mariano Moreno de Mar del Plata  
Biblioteca Municipal Leopoldo Lugones de Mar del Plata  
Fondo Antiguo de la Biblioteca Central de la Universidad Nacional de Mar del Plata

##### **Museos de Arte y Cinematográficos**

MNBA Museo Nacional de Bellas Artes  
MALBA Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires  
Museo Nacional de Arte Decorativo Buenos Aires  
Museo Nacional de Arte Moderno de Buenos Aires  
Museo de Artes Plásticas Eduardo Sívori  
Museo Municipal Juan Carlos Castagnino  
Museo del Hombre del Puerto, Mar del Plata  
Museo Histórico Diario La Capital, Mar del Plata

#### **BIBLIOGRAFÍA GENERAL**

##### **Libros y artículos**

AA.VV. (1992). *Biarritz. Villas et Jardins 1900 – 1930*, Paris, Norma, Institut Français d'Architecture.  
ALTAMIRANO, (2000). “Una, dos, tres izquierdas ante el hecho peronista”, en *Peronismo y cultura de izquierda*, Buenos Aires, Temas.  
ALMANDOZ, Arturo (2002). *La ciudad en el imaginario venezolano. Del tiempo de Maricastaña a la masificación de los techos rojos*, Caracas, Fundación para la cultura urbana.  
ANDRIOLO, Arley (1999). “Ouro Preto, 1897-1973; a construação social de uma cidade histórica turística”. Dissertação, FAU-USP, São Paulo.

- APPADURAI, Arjun (ed.) (1991). *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*, México D.F, Grijalbo S.A.
- ARRUDA, Gilmar, David VELÁZQUEZ TORRES y Graciela ZUPPA (Orgs.) (2001). *Naturaleza na América Latina. apropriações e representações*, Londrina, Ed. UEL.
- BACZKO, Bronislaw (1991). *Los imaginarios sociales: memorias y esperanzas colectivas*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- BARRÁN, J. P. (1990). *Historia de la sensibilidad en Uruguay*, Montevideo, Banda Oriental.
- BARRÁN, J. P.; CAETANO, G.; PORCECANSKI, T. (comps.) (1996). *Historia de la vida privada en el Uruguay. El nacimiento de la intimidad 1870-1920*, Tomo 2, Montevideo, Taurus.
- BARTHES, Roland (1978). *Sistema de la moda*, Barcelona, Gustavo Gili.
- BENACH, Nuria (2000). "Nuevos espacios de consumo y construcción de imagen de la ciudad en Barcelona", en *Estudios Geográficos LXI* (238): 189-205.
- BENJAMIN, Walter (1992). *Cuadernos de un pensamiento*, Buenos Aires, Imago Mundi.
- BERMAN, M. (1988). *Todo lo sólido se desvanece en el aire; la experiencia de la modernidad*, España, Editorial Siglo XXI.
- BOURDIEU, Pierre (1980). *Le sens pratique*, Paris, Maison de Sciences de l'Homme.
- (1988). *Cosas dichas*, Buenos Aires, Gedisa.
- (1988). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus.
- (1990). *Sociología y cultura*, primera edición, México, Grijalbo.
- (1995). *Las reglas del arte*, Barcelona, Anagrama.
- (1997). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*, Barcelona, Anagrama.
- BURKE, Peter (2000). *Formas de Historia Cultural*, Madrid, Alianza Editorial.
- BOYER, M. (2002). *L'invention de la côte d'azur. L'hiver dans le midi*, Paris, Éditions de l'Aube.
- CALVINO, Italo (1990). *Las ciudades invisibles*, Madrid, Siruela.
- CASAS, F. (1998). *Infancia: perspectivas psicosociales*, Barcelona, Paidós.
- CASTORIADIS, C. (1983). *La institución imaginaria de la sociedad*, Barcelona, Tusquets.
- CLAVAL, Paul (1982). *Espacio y Poder*, México, FCE.
- (1999). *Geografía y Cultura*, Buenos Aires, EUDEBA.
- CORBIN, Alain (1993). *El territorio del vacío. Occidente y la invención de la playa (1750-1840)*, Barcelona. Mondadori Grijalbo Comercial, S.A.
- (1995). *L'Avènement des Loisirs (1850-1960)*, Paris, Aubier.
- CRISPIANI, Alejandro (1993). "Alejandro Christophersen, el historicismo y la búsqueda de un estilo nuevo", Buenos Aires, Instituto de Arte Americano e Investigaciones Estéticas N° 36, pp. 1-29.
- CHARLE, Christophe (1987). "De la clase dirigeante á la classe dominante", en : *Les élites de la République 1880-1900*, París, Fayard, pp 27-72.
- DE CERTEAU, Michel (1999). *La invención de lo cotidiano 1. Artes del hacer 2. Habitar, cocinar*, México, Universidad Iberoamericana.
- (1999). *La cultura en plural*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- DEVOTO, Fernando y Marta MADERO (1999). *Historia de la vida privada en la Argentina*, Tomo I, País antiguo. De la colonia a 1870; Tomo II, La Argentina plural: 1870-1930; Tomo III, La Argentina entre multitudes y soledades. De los años treinta a la actualidad, Buenos Aires, Taurus.
- ELIAS, Norbert (1982). *La sociedad cortesana*, México, F.C.E. (1993). *El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*, Buenos Aires, FCE.
- (1995). *Mi trayectoria intelectual*, Barcelona, Península.
- FOUCAULT, MICHEL (1966). *Les mots et les choses, une archéologie des sciences humaines*, Paris, Gallimard.
- FRATICELLI, Barbara (2004). "La imagen de la ciudad de Lisboa, entre lo real y lo imaginario". Tesis Doctoral.
- GALLO, Ezequiel (1997). *Los nombres del poder*, Buenos Aires, F.C.E.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo.
- (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo.
- (1997). *Imaginarios Urbanos*, Buenos Aires, EUDEBA.
- GARCÍA QUINTANA, J. A. (1881). *Guía de baños de mar y preceptos higiénicos para las familias y paseantes*, Santiago de Chile, Imprenta Prat.
- GEERTZ, Clifford (1987). *La interpretación de las culturas*, Buenos Aires, Gedisa.
- GIDDENS, Anthony (1998). *La constitución de la sociedad*, Buenos Aires, Amorrortu.



- GIL DE ARRIBA, Carmen (1994). "La práctica social de los baños de mar. Establecimientos balnearios y actividades de ocio en Cantabria (1868-1936)" en *Documents d'Anàlisi Geogràfica* 25, Cantabria, Departamento de Geografía, Urbanismo y Ordenación del Territorio, Universidad de Cantabria.
- (1995). "Les vacances du corp. Établissements balnéaires et activités de loisir sur la côte nord de l'Espagne, de 1868 à 1936" en *Annales de Géographie*, n° 589, pp. 257-278.
- GOODMAN, Nelson (1990). *Maneras de hacer mundos*, Madrid, Visor, La Balsa de la Medusa.
- GORELIK, Adián (1994). "Lo local y lo global: un debate sobre el reformismo. Notas sobre sociabilidad popular, ciudadanía, espacio público en la Buenos Aires de entreguerras", en *Cuadernos del CLASE*, II, 2-3, 1° y 2° semestre.
- (1998). *La grilla y el parque*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes.
- GRIBAUDI, Maurizio (1987). *Itinéraires Ouvriers. Espaces et groupes sociaux à Turin au début du XXè Siècle*, Paris, Editions de L'Ecole des Hautes Etudes de Sciences Sociales.
- GROUSSAC, Paul (1920). *El viaje intelectual. Impresiones de naturaleza y arte*, Segunda serie, Buenos Aires, Jesús Menéndez, Librero editor.
- (1939). *Los que pasaban*, (Segunda edición corregida de acuerdo con las notas póstumas del autor), Buenos Aires, Editorial Sudamericana.
- GUTIÉRREZ, Leandro; Luis Alberto ROMERO (1995). *Sectores populares y cultura política. Buenos Aires en la entreguerra*, Buenos Aires, Sudamericana.
- HABERMAS, Jürgen (1989). "Modernidad: un proyecto incompleto" en: CASULLO, Nicolás (ed.). *El debate modernidad pos-modernidad*, Buenos Aires, Editorial Puntosur, pp.131-144.
- HANNERZ, Ulf (1986). *Exploración de la ciudad*, México, F.C.E.
- HURET, Jules (1913). *En Argentine. De La Plata à la cordillère des Andes*. Paris, Bibliothèque Charpentière, Eugène Fasquelle, Éditeur.
- KAUFMANN, Jean-Claude (2000). *Corps de femmes, regards d'hommes*, Paris, Nathan.
- KOCKA, Jürgen (1977). "The middle classes in Europe", en *The Journal of Modern History*, 67.
- LEBOREIRO AMARO, María (1994). *El balneario: la ciudad ensimismada*, Vigo, Colegio de Arquitectos de Galicia.
- LE GOFF, Jacques (1991). *Lo maravilloso y lo cotidiano en el Occidente medieval*, Barcelona, Gedisa.
- LE GOFF, Jacques; Roger CHARTIER y Jacques REVEL (Dir.) (1988). *La nueva historia*, Bilbao, Mensajero.
- LEVI, Giovanni (1990). *La herencia inmaterial. La historia de un exorcista piamontés del siglo XVII*, Madrid, Nerea.
- (1993). *Sobre microhistoria*, Buenos Aires, Editorial Biblos.
- LIERNUR, Jorge; SILVESTRI, Graciela (1993). *El umbral de la metrópolis. Transformaciones técnicas y cultura en la modernización de Buenos Aires (1870-1930)*, Buenos Aires, Sudamericana.
- MICHELET, J. (1983). *La mer*, Paris, Gallimard.
- MÍGUEZ, Eduardo (1999). "Familias de clase media: la formación de un modelo", en DEVOTO, Fernando y Marta MADERO, *Historia de la vida privada en la Argentina. La Argentina plural: 1870-1930*, Buenos Aires, Taurus.
- MOLLAT DU JOURDIN, Michel (1993). *Europa y el mar*, Barcelona, Crítica.
- MONTALDO, Graciela (1999). *Intelectuales y artistas en la sociedad civil argentina en el fin de siglo*, Maryland, Latin American Studies Center.
- MORAND, Paul (1960). *Bains de Mer Bains de Rêve*, Suisse, Éditions Clairefontaine, Lausanne.
- MUSSET, Alain (2010). *Ciudad, sociedad, justicia: un enfoque espacial y cultural*, Mar del Plata, EUDEM.
- OSTROWETSKY, Sylvia (1977). "Langage et fait social", en: *Langage et société*, n°1, Paris, pp. 3-31.
- (1983). *L'imaginaire bâtisseur*, Paris, Méridiens-Klincksieck.
- (2000). "Les passeurs en ville: introduction", en *Sociologues en ville*, Paris, L'Harmattan.
- PASTORIZA, Elisa; Juan Carlos TORRE (2002). "El acceso al bienestar en los años peronistas", en TORRE, Juan Carlos, (director), *Los años peronistas. Colección Nueva Historia Argentina*, Buenos Aires, Sudamericana.
- PIGLIA, Melina (2009). *Automóviles, Turismo y carreteras como problemas públicos: los clubes de automovilistas y la configuración de las políticas turísticas y viales en la Argentina (1918-1943)*, tesis doctoral en historia (inédita), FFyL, UBA, defendida el 1 de julio de 2009, capítulos 1y 2.
- PRESTIGIÁCOMO, R.; UCCELLO, F. (1999). *La pequeña aldea. Vida cotidiana en Buenos Aires 1800-1860*, Buenos Aires, Eudeba.
- RAMA, Ángel (1985). "La ciudad letrada" en MORSE, R.; HARDOY, J. E. op. cit.

- RAUCH, André (2001). *Vacances en France de 1830 à nos jours*, Paris, Hachette Littératures.
- REVEL, Jacques (1995). "Micro-historia y construcción de lo social", *Anuario IEHS*, n°10.
- (1976). "Sociabilità e le organizacioni sociali nell' età moderna", *Ricerche dei storia sociale e religiosa*, N° 10.
- RIERA I MELIS, Antoni (1991). *Representaciones de la sociedad en la historia. De la autocomplacencia a la utopía*, Valladolid, Instituto de Historia Simancas.
- ROMERO, José Luis y Luis Alberto Romero (Comp.) (1993). *Buenos Aires. Historia de cuatro siglos*, Buenos Aires, Kapelutz.
- ROMERO, José Luis (1975). *Las ideas políticas en Argentina, México*, FCE.
- (1986). *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- ROUILLARD, Dominique (1984). *Le site balnéaire*, Bruxelles, Pierre Mardaga, ed.
- SARLO, Beatriz (1985). *El imperio de los sentimientos*, Buenos Aires, Catálogos Editora.
- (1988). *Una modernidad periférica: Buenos Aires 1920 y 1930*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- SCARZANELLA, Eugenia (1998). "El ocio peronista. Vacaciones y turismo popular en Argentina 1943-1955", en *Entrepasados*, 14.
- SCHORSKE, C. (1961). *Fin de siècle Vienna. Politics and culture*, Cambridge University Press.
- SENNETT, Richard (1990). *La conciencia del ojo*, Barcelona, Versal.
- SVAMPA, Maritella (2001). *Los que ganaron. La vida en los countries y barrios privados*, Buenos Aires, Biblos.
- TORRE, Juan Carlos (Director). *Los años peronistas*. Colección Nueva Historia Argentina. Buenos Aires, Sudamericana.
- URBAIN, Jean-Didier (1994). *Sur la plage. Moers et coutumes balnéaires*, Paris, Ed. Payot & Rivages.
- VIRILIO, Paul (1991). "La ciudad sobreexpuesta" en: *The lost dimensión*, New York, Ed. Semiotexte.
- WALTON, John (1989). "Fish and chips and the British working class, 1870-1930", en *Journal of Social History*, vol. 23, N° 2.

## BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

### Historia de Mar del Plata

- AA.VV. (1990). *Las viejas ramblas*, Buenos Aires, Fundación Banco de Boston.
- AA.VV. (1991). *Mar del Plata, una historia urbana*. Buenos Aires, Fundación Banco de Boston.
- AA.VV. (2007). *Mar del Plata del ayer*, Buenos Aires, Editorial de Arte.
- ALDAO DE DÍAZ, Elvira (1923). *Veraneos marplatenses de 1887 a 1923*, Buenos Aires, Agencia General de Librería y Publicaciones.
- ALIÓ, Enrique (1920). *Mar del Plata. Historia completa de esta hermosa ciudad veraniega*, Bs.As., Edit. TGA.
- BARILI, Roberto (1962). *Mar del Plata. Nuevos antecedentes documentales*, Bs.As., Ministerio de Gobierno de la Provincia.
- (1964). *Mar del Plata. Ciudad de América para la humanidad. Reseña histórica*,
- (1989). *Italianos de Mar del Plata*, Nápoles, Instituto Gráfico Italiano.
- (1991). *Mar del Plata*, Municipalidad de Gral. Pueyrredon.
- (1991). *Historia de Mar del Plata*, Buenos Aires, Plus Ultra.
- BARTOLUCCI, Mónica (Editora) (2002). *Mar del Plata. Imágenes urbanas, vida cotidiana y sociedad*, Mar del Plata, UNMDP, Ediciones Suárez.
- (2009). *Pequeños grandes señores. Italianos y estrategias de ascenso social, 1910-1930*, Buenos Aires, Prometeo.
- BRAGGE, G. (1857). "Informe a Dn. José Coelho de Meyrelles sobre el establecimiento de un puerto en la costa de la Laguna de los Padres", en *Documentos relativos al Puerto de Abrigo y Muelle en la costa del Sur, Buenos Aires, 1857*, Mar del Plata, 1970.
- BRAVO y TABOADA, Luis (1930). *Notículas de un cronista*, Buenos Aires, Librería Suiza Federico Schweizer
- CACOPARDO, Fernando (ed.) (1997). *Mar del Plata, Ciudad e Historia. Apuestas entre dos horizontes*, Madrid - Buenos Aires, Alianza Editorial.
- (ed.) (2001). *¿Qué hacer con la extensión? Mar del Plata, Ciudad y Territorio Siglos XIX-XX*, Madrid-Buenos Aires, Alianza Editorial.
- CICALESE, Guillermo (2002). "Conflictos políticos, enredos jurídicos y negocios de

- verano en torno de las playas marplatenses. La geografía política de la ribera entre 1874 y 1976", en: PASTORIZA, Elisa. *Las puertas al mar. Consumo, ocio y Política en Mar del Plata, Montevideo y Viña del Mar*, Buenos Aires, Editorial Biblos, pp. 133-165.
- COVA, Roberto O. (1969). *Memorias del Partido de Balcarce. Notas para un mejor conocimiento de nosotros mismos*. Mar del Plata, FAUD, CEHAU.
- (1983). "El Biarritz Argentino (1907-1919)", *Arquitectura*, Año 3, N° 6, Mar del Plata, Asociación Arquitectos de Mar del Plata.
- (1983). *Pedro Luro, un pionero de la pampa*, Mar del Plata, Dirección de Cultura de la Municipalidad de General Pueyrredon.
- COVA, Roberto; Roberto FERNÁNDEZ y Susana LÓPEZ MERINO (1990). *Las viejas ramblas*, Bs.As., Edición Fundación Banco de Boston.
- GASCÓN, Julio César (1942). *Orígenes históricos de Mar del Plata*. Bs.As., Archivo Histórico de la Provincia de Buenos Aires.
- (1946). *Del arcón de mis recuerdos. Mar del Plata anecdótico*, Buenos Aires, Talleres Gráficos Padilla y Contreras.
- GÓMEZ CRESPO, Raúl Arnaldo; COVA, Roberto (1982). *Arquitectura marplatense. El pintoresquismo*, Mar del Plata, Instituto de Investigaciones de Arquitectura y Urbanismo.
- HEGEMANN, Walter (1931). "Mar del Plata. El Balneario y el Urbanismo Moderno", Comisión Pro-Mar del Plata. Bs.As., Talleres Gráficos Argentinos. L.J Rosso.
- IRIGOIN, María Alejandra (1991). "La población, los habitantes y la trama social urbana, 1880-1940" en AA.VV, *Mar del Plata una historia urbana*, Fundación Banco Boston, Buenos Aires.
- JOFRÉ, J; DA ORDEN, M. L.; PASTORIZA, E. (1991). "La vida política" en AA.VV., *Mar del Plata, una historia urbana*, Buenos Aires, Fundación Banco de Boston.
- LAGRANGE, A. (1993). *Mar, playas y puerto*, Mar del Plata, Fundación Bolsa de Comercio de Mar del Plata.
- PASTORIZA, Elisa (1993). *Los trabajadores de Mar del Plata en vísperas del peronismo*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina.
- (1999). "Sociedad y política en la gestación de una ciudad turística. Mar del Plata en los años treinta". Tesis Posgrado. UNMdP.
- (2002). *Las puertas al mar. Consumo, ocio y política en Mar del Plata, Montevideo y Viña del Mar*, Buenos Aires, Biblos, UNMdP.
- (2009). *Un mar de memoria. Historias e imágenes de Mar del Plata*, Buenos Aires, Edhasa.
- (2008). "Los veraneantes y la playa, una configuración cultural" en: *Las perlas del atlántico*, Buenos Aires, Fundación OSDE.
- (2011), *La conquista de las vacaciones. Breve historia del turismo en la Argentina*, Buenos Aires, Edhasa.
- PASTORIZA, Elisa; ZUPPA, Graciela (2004). "La conquista de las riberas. Política, cultura, turismo y democratización social. Mar del Plata (1886-1970)", en *Revista Trace*, México, N° 45, CEMCA, pp. 93-109.
- PASTORIZA, Elisa y Juan Carlos TORRE (1999), "Mar del Plata, un sueño de los argentinos" en, DEVOTO Fernando y Marta Madero, *Historia de la vida privada en la Argentina*, Buenos Aires, Taurus, Tomo 3.
- PASTORIZA, Elisa; Juan Carlos TORRE (2002). "El acceso al bienestar en los años peronistas", en TORRE, Juan Carlos (director), *Los años peronistas. Colección Nueva Historia Argentina*, Buenos Aires, Sudamericana.
- SISTI, Jorge (2001). "La torre en Mar del Plata. Tipología de perímetro libre en Mar del Plata 1957-1979", en *Revista del CAPBA D IX* N° 9 Mar del Plata.
- ZUPPA, Graciela (1997). "Plazas: lecturas de huellas y registros" en: CACOPARDO, Fernando, *Mar del Plata Ciudad e Historia*, Madrid-Buenos Aires, Alianza Editorial.
- (2001). "Estrategias populares para el "reducto aristocrático" en: CACOPARDO, Fernando, *¿Qué hacer con la extensión? Mar del Plata, Ciudad y Territorio Siglos XIX-XX*, Madrid- Buenos Aires, Alianza Editorial.
- (2001). "El espacio de la plaza como ámbito para la interpretación de historias significativas" en: AA.VV. *Francisco Salamone en la Provincia de Buenos Aires. "Reconocimiento Patrimonial de sus Obras"*, Buenos Aires, Grafikart.
- (2002). "Las lógicas en el consumo del espacio público de la plaza. Mar del Plata a principios del siglo XX" en: Pastoriga, Elisa, *Las puertas al mar. Consumo, ocio y política en Mar del Plata, Montevideo y Viña del Mar*, Buenos Aires, Biblos.

- (2004). *Prácticas de sociabilidad en un escenario argentino. Mar del Plata 1870-1970*, Mar del Plata, UNMdP.
- (2012). *Bajo otros soles. Miradas a través de folletos, postales, avisos publicitarios y fotografías. Mar del Plata 1900-1970*, Mar del Plata, EUDEM.
- (2012). *Mar del Plata imaginada*, Mar del Plata, Fondo Nacional de las Artes.

## Representaciones sociales

- ABRIC, Jean Claude (1989). "L'étude expérimentale des Représentations Sociales", en: Denise Jodelet, *Représentations Sociales*, Paris, PUF.
- (1997). *Pratiques sociales et représentations*, PUF, 1994, 2ème édition.
- ALFONSO PÉREZ, Ibette (2002). "La teoría de las representaciones sociales", mimeo, Facultad de Psicología, Universidad de la Habana.
- ALVARO, José Luis y FERNÁNDEZ, Beatriz. (2006) "Representaciones sociales de la mujer". *Atenea Digital*, 9, 65-77.
- CHARTIER, Roger (1992). *El mundo como representación, Historia Cultural entre prácticas y representaciones*, Barcelona, Gedisa.
- DOISE, Willem (1984). "Social Representations, intergroup experiments and levels of analysis", en: R. Farr, Moscovici, S. (eds.), *Psychologie Social*, Paris, PUF, pp. 255-268.
- FARR, Robert M. (1986). "Las representaciones sociales", en: Serge Moscovici (compilador), *Psicología Social II*, Barcelona, Paidós.
- FERMI, Patrick (1998). "La noción de representación cultural". Disponible en: <http://patrick.fermi.free.fr/rculture.htm>
- HERZLICH, Claudine (1979). "La representación social: sentido del concepto", en: Serge Moscovici (compilador), *Introducción a la Psicología Social*, Barcelona, Planeta.
- IBÁÑEZ, Tomás (1988). *Ideologías de la vida cotidiana*, Barcelona, Editorial Sendal.
- JODELET, Denise (1986). "La representación social: fenómenos, concepto y teoría, en: Serge Moscovici (compilador), *Psicología Social II*, Barcelona, Paidós.
- (2000). *Develando la cultura. Estudios en representaciones sociales*, México, UNAM.
- (2003). "Vigencia de las representaciones sociales y su incidencia en las prácticas profesionales", entrevista realizada por María Raquel Popovich, Buenos Aires.
- (2008). El movimiento de retorno al sujeto y el enfoque de las representaciones sociales", en: *Revista Cultura y Representaciones Sociales*, Año 3, Nº 5, pp. 32-63
- MORA, Martín (2002). "La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici, *Athenea Digital*, 2, Disponible en <http://blues.uab.es/athenea/num2/Mora.pdf>
- MOSCOVICI, Serge (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*, Buenos Aires, Huemul.
- (1986). *Psicología Social II*, Barcelona, Paidós.
- PEIRE, Jaime (comp) (2007). *Actores, Representaciones e imaginarios*, Buenos Aires, Editorial de la Universidad Nacional de Tres de Febrero.

## Imagen

- AA.VV. (1993). *Sobre Walter Benjamin. Vanguardias, historia, estética y literatura. Una visión latinoamericana* Alianza/Goethe-Institut Buenos Aires, Buenos Aires.
- AA.VV. (2011). *Travesías de la imagen. Historias de las artes visuales en la Argentina*, Buenos Aires, CAIA EDUNTREF.
- AA.VV. (2008). *Alfredo Jaar. La política de las imágenes*, Santiago de Chile, Ediciones Metales pesados.
- AUMONT, Jacques (1996). *La imagen*, Barcelona, Paidós.
- (2001). *La estética hoy*, Madrid, Ediciones Cátedra.
- BAL, Mieke (2004). "El esencialismo visual y el objeto de los Estudios Visuales" en *Estudios Visuales* Nº 2, Murcia, España, pp. 11-49.
- (2006). "Conceptos viajeros en las humanidades" en *Estudios Visuales*, Nº 3, pp. 28-77.
- BATAILLE, Georges (2003). *La pintura prehistórica. Lascaux o el nacimiento del arte*, Buenos Aires, Alcion Editora.
- BARTHES, Roland (1986). *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Barcelona, Paidós ibérica.
- (1990). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*, Barcelona, Paidós Comunicación.

- (1991). *El placer del texto y lección inaugural*, México, Siglo XXI editores.
- BELTING, Hans (2007). *Antropología de la imagen*, Madrid, Katz editores.
- BENJAMIN, Walter (2005). *Libro de los pasajes*, Madrid, Akal.
- BERGER, John (2005). *Mirar*, Buenos Aires, Ediciones de la Flor S.R.L.
- (2012). *Modos de ver*, Barcelona, G. Gili, 2da. Edición,
- BOURDIEU, Pierre (1980). *La fotografía, un arte intermedio*, México, Nueva Imagen,
- (1986). "Notas provisionales sobre la percepción social del cuerpo" en AA.VV., *Materiales de la Sociología crítica*, Madrid, Ediciones de La Piqueta.
- (1991). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus
- (1995). *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*, Barcelona, Anagrama Colección Argumentos.
- (2003). *Un arte medio*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- BREA, José Luis (2005). *Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*, Madrid, Ediciones Akal.
- (2006). "Estética, Historia del Arte, Estudios Visuales" en *Estudios Visuales* N° 3, Murcia, España, pp. 8-25.
- (2007). "Cambio de régimen escópico: del inconsciente óptico a la e-mage" en *Estudios Visuales* N° 4, Murcia, España, pp. 146-163.
- (2010). *Las tres eras de la imagen*, Madrid, Ediciones Akal.
- BUCK-MORSS, Susan (2009). "Estudios Visuales e Imaginación Global" en *Antípoda*, Revista de Antropología y Arqueología, N°9, Colombia, Universidad de los Andes, pp. 19-46.
- BURKE, Peter (1993). *El Renacimiento italiano. Cultura y sociedad en Italia*, Madrid, Alianza Forma.
- (2005). *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*, Barcelona, Crítica.
- BURUCÚA, José Emilio (2002). *Historia, arte, cultura. De Aby Warburg a Carlo Ginzburg*, Buenos Aires, F.C.E.
- BUSTOS GONZÁLEZ, Atilio, editor, (2007). *Historia de la postal en Chile*, Valparaíso, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.
- CALABRESE, Omar (1987). *El lenguaje del arte*, Madrid, Instrumentos Paidós.
- (1994). *Cómo se lee una obra de arte*, Madrid, Cátedra.
- CASULLO, Nicolás (1991). *El debate modernidad pos-modernidad*, Buenos Aires, Puntosur.
- COSTA, Joan (1994). *Diseño, Comunicación y Cultura*, Madrid, Los Libros de Fundesco.
- CASANUEVA, Mario (coord.); BOLAÑOS, Bernardo (coord.) (2009). *El giro pictórico. Epistemología de la imagen*, Barcelona, Anthropos Editorial Del Hombre.
- DAIX, Pierre (1971). *Nueva crítica y arte moderno*, Madrid, Fundamentos.
- DANTO, Arthur (2004). *La transfiguración del lugar común*, Buenos Aires, Paidós.
- (2005). *El abuso de la belleza*, Buenos Aires, Paidós.
- DE CERTEAU, Michel (1993). *La fábula mística. Siglos XVI-XVII*, México, Universidad Iberoamericana.
- (1995). *La toma de la palabra y otros escritos*, México, Universidad Iberoamericana.
- DIDI-HUBERMAN, Georges (2005). *Ante el tiempo*, Buenos Aires, Adriana Hidalgo editora.
- (2008). *Cuando las imágenes toman posición*, Madrid, A. Machado Libros.
- (2009). *La imagen superviviente. Historia del Arte y tiempo de los fantasmas según Aby Warburg*, Madrid, Editorial Abada.
- DUBOIS, P. (1989). *El acto fotográfico*, Barcelona, Paidós.
- DURAND, J. (1970). "Rhétorique et image publicitaire" en *Communications* n°15, Paris, Seuil.
- ECO, Umberto (1994). *Signo*, Barcelona, Labor.
- (2005). *Historia de la belleza*, Milán, Lumen.
- (2007). *Historia de la fealdad*, Milán, Lumen.
- ELKINS, James (2010). "Un seminario sobre la teoría de la imagen" en *Estudios Visuales: Retórica de la resistencia*, N° 7, Murcia, España.
- EINSTEIN, Carl (2002). *La escultura negra y otros escritos*, Barcelona, G. Gili.
- EQUIPO "COMUNICACIONES DB" (1990). *Para mirar la imagen*, Bs. As., ed. Don Bosco.
- FERNÁNDEZ POLANCO, Aurora (2007). "Otro mundo es posible ¿Qué puede el arte?", en *Estudios Visuales. ¿Un diferendo "arte"?*, Murcia, España, N°4, pp. 126-143.
- FOSTER, Hal (1996). "The Archive Without Museums", en *October*, N°77, pp. 97-119.
- FRANCASTEL, Galiene y Pierre (1978). *El retrato*, Madrid, Ediciones Cátedra.
- FRASCARA, Jorge (1991). *Diseño y comunicación*, Bs. As., Infinito.
- (1999). *El poder de la imagen*, Bs. As., Infinito.

- FRUGONI, Chiara (1991). "Una ciudad en imágenes, ciudad imaginada" en: A.A.V.V., *Representaciones de la sociedad en la Historia*, Valladolid, Instituto de Historia Simancas.
- GENÉ, Marcela (2005). *Un mundo feliz*, Buenos Aires, F.C.E.
- GOMBRICH, E. H. (1991). *Tributos. Versión cultural de nuestras tradiciones*, México, F.C.E.
- GROUPE  $\mu$  (1993). *Tratado del signo visual*, Madrid, Ediciones Cátedra.
- GUASCH, Anna Maria (2000). *El arte último del siglo XX. Del Posminimalismo a lo multicultural*, Madrid, Alianza Forma.
- (2003). "Los Estudios Visuales. Un estado de la cuestión", en *Estudios Visuales: Los Estudios Visuales en el siglo XXI*, Murcia, España, N°1.
- HOOPER-GREENHILL, Eilean (2000). *Museums and the Interpretation of Visual Culture*, London, Routledge
- HUGUET, Montserrat (2002). "La memoria visual de la historia reciente" en: Camarero Gómez, Gloria (ed). *La mirada que habla: cine e ideología*, Madrid, AKAL, pp. 8-22
- ITURRIZA, M. y PELAZAS, M. (2001). *Imágenes de una ausencia*. Buenos Aires, Prometeo.
- JAMESON, Frederic (1991). *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*, Barcelona, Paidós
- (1984). *Ensayos sobre el posmodernismo*, Madrid, Tauro.
- JAY, Martín (2003). "Regímenes escópicos de la modernidad" en *Campos de fuerza, entre la historia intelectual y la crítica cultural*, Barcelona, Paidós, pp. 221-252.
- LUQUE AZCONA, Emilio J.(2007) "Los imaginarios de Montevideo a través de sus tarjetas postales (1890 – 1930)", en *Contrastes. Revista de historia moderna*, N°13, pp. 57-75
- MALOSETTI COSTA, Laura (2007). *Los primeros modernos. Arte y sociedad en Buenos Aires a fines del siglo XIX*, Buenos Aires, F.C.E.
- MALOSETTI COSTA, Laure: GENÉ, Marcela (2009). *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*, Buenos Aires, Edhasa.
- MARIN, L. (1993). *Des pouvoirs de l'image*, Paris, Seuil.
- MELOT, Michel (2010). *Breve historia de la imagen*, Madrid, Editorial Siruela.
- MIRZOEFF, Nicholas (2003). *Una introducción a la cultura visual*, Barcelona, Paidós.
- MITCHELL, W.J.T. (2003). "Mostrando el ver: una crítica de la cultura visual", en *Estudios Visuales*, N°1, Murcia, España, pp. 17-40.
- (2005). *What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*, Chicago, University of Chicago Press.
- (1994) *Teoría de la imagen: Ensayos sobre la representación verbal y visual*, Chicago, U. de Chicago.
- MOXEY, Keith (2003). "Nostalgia de lo real. La problemática relación de la historia del arte con los estudios visuales", en *Estudios Visuales: Los Estudios Visuales en el siglo XXI*, Murcia, España, N°1, pp. 41-59.
- (2009). "Los estudios visuales y el giro icónico", en *Estudios Visuales: Ensayo, teoría y crítica de la cultura visual y el arte contemporáneo*, N° 6, pp. 8-27.
- OLIVERAS, Elena (2008). *Cuestiones de arte contemporáneo. Hacia un nuevo espectador en el siglo XXI*, Buenos Aires, Emecé arte.
- PÄCHT, Otto (1986). *Historia del arte y metodología*, Madrid, Alianza Forma.
- PANOFSKY, Erwin (1970). *El significado en las artes visuales*, Buenos Aires, Ed. Infinito.
- PRÍAMO, Luis (1999), "Fotografía y vida privada (1870-1930)" en AA.VV. *Historia de la vida privada en la Argentina. La Argentina plural 1870-1930*, Buenos Aires, Taurus,
- POLLOCK, Griselda (2007). "Sin olvidar África: dialécticas de atender/desatender, de ver/negar, de saber/entender en la posición del espectador ante la obra de Alfredo Jaar" en AA.VV. *La política de las imágenes*, Santiago de Chile, Metales Pesados.
- PUIG, Arnau (1979). *Sociología de las formas*, Barcelona, G. Gili.
- RAMÍREZ, Juan Antonio (1983). *Construcciones ilusorias*, Madrid, Alianza Forma.
- REVEL, Jean-Francois (1998). *L'oeil et la connaissance. Écrit sur l'art*, Paris, Plon.
- ROJAS MIX, Miguel (2006). *El imaginario, Civilización y cultura del siglo XXI*, Buenos Aires, Prometeo.
- ROMERO, Pedro G. (2007). "Cuando las imágenes tocan lo real", entrevista a Didi-Huberman, *Revista Minerva*, Valladolid, Asociación de amigos del arte y la cultura de Valladolid.
- SAMPAIO BARBOSA, Carlos Alberto (2006). *A fotografia a serviço de Clío*, Brasil, Editora UNESP.
- SARLO, Beatriz (1996). *Instantáneas*, Bs. As., Ariel
- SEBASTIÁN, Santiago (1995). *Emblemática e Historia del Arte*, Madrid, Cátedra.
- SILVESTRI, Graciela (2011). *El lugar común. Una historia de las figuras de paisaje en el Río de la Plata*, Buenos Aires, Edhasa.

- SISTI, Jorge y BRUNO, Perla (2001). "Frente marítimo de Mar del Plata. Ideas y materializaciones en torno a su emergencia y transformación. 1874-1950.", en CACOPARDO, Fernando (editor) *¿Qué hacer con la extensión? Mar del Plata, Ciudad y Territorio. Siglos XIX y XX*. Buenos Aires, Alianza Editorial, pp. 186-206.
- SONTANG, Susan (1980). *Sobre la fotografía*. Buenos Aires. Ediciones Sudamericana.
- TAGG, John (2005). *El peso de la representación*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- TORRE, Juan Carlos (1995). "Mar del Plata, una utopía argentina", en *Punto de Vista*, 51.
- VERÓN, Eliseo (1985). "El análisis del "Contrato de lectura" un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes, en *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*, Paris, IREP.
- (1993). *La Semiosis Social*, Barcelona, Gedisa.
- (1993). "Espacios públicos en imágenes. De la imagen semiológica a las discursividades. Los tiempos de una fotografía. La derivación estructuralista", Traducido por Julián Gorodischer, Universidad de Paris VIII.
- VIGARELLO, Georges (2005). *Historia de la belleza. El cuerpo y el arte de embellecer desde el Renacimiento hasta nuestros días*. Buenos Aires, Nueva Visión.
- VILCHES, Lorenzo (1991). *La lectura de la imagen*, Buenos Aires, Paidós Comunicación.
- VITA, Mauricio (2003). *El significado de las imágenes*, Buenos Aires, Paidós.
- WARBURG, Aby (1966). *La Rinascita del Paganesimo Antico. Contributi alla storia della cultura*, Florencia, La Nuova Italia.
- ZUNZUNEGUI, Santos (1995). *Pensar la imagen*, Madrid, Cátedra/Universidad del País Vasco.
- ZUMTHOR, Paul (1994). *La medida del mundo. Representación del espacio en la Edad Media*, Madrid, Cátedra.
- ZUPPA, Graciela (1997). "Plazas: lecturas de huellas y registros" en: CACOPARDO, Fernando, *Mar del Plata Ciudad e Historia*, Madrid-Buenos Aires, Alianza Editorial.
- (2004). *Prácticas de sociabilidad en un escenario argentino. Mar del Plata 1870-1970*, Mar del Plata, UNMdP.
- ZUPPA, Graciela y Fernando CACOPARDO (2005). "Naturaleza, imagen y sociedad. Mar del Plata y la conquista de la playa en: Arruda, Gilmar, *Natureza, fronteiras e territorio*. Londrina, EDUEL.
- ZUPPA, Graciela (2008). "Vivir la playa y traducir su imagen. El efecto de propaganda de las primeras representaciones visuales" en *Revista Pensando Turismo*, <http://www.turismo.com/equipo.php>
- (2008). "Veranear y deambular con el humor" en: *Las perlas del atlántico*, Buenos Aires, Fundación OSDE.
- (2007). "Mar del Plata diseñada desde el humor" en: *Mar del Plata de ayer*, Buenos Aires, Editorial De Arte.
- (2007). "Mar del Plata pintada: percepciones desde la villa balnearia" en: *Mar del Plata de ayer*, Buenos Aires, Editorial De Arte.
- (2005). "Pintar ciudades, construir representaciones: lecturas de Mar del Plata imaginada" en: *Revista Registros* N° 3, Mar del Plata, FAUD – UNMdP
- (2001). "Construcciones y representaciones en los nuevos escenarios de la naturaleza costera: Mar del Plata Norte en sus orígenes" en: ARRUDA, Gilmar; David VELÁZQUEZ TORRES y Graciela ZUPPA (Orgs.), *Natureza na América Latina: apropiações e representações*, Londrina, UEL.
- (Coord.) (2012). *Bajo otros soles. Miradas a través de folletos, postales, avisos publicitarios y fotografías*, Mar del Plata, EUDEM, Colección letras, ciencias y arte.
- (2012). "La versatilidad de la imagen" en Zuppa, Graciela. *Bajo otros soles. Miradas a través de folletos, postales, avisos publicitarios y fotografías*, Mar del Plata, EUDEM, Colección letras, ciencias y arte, pp. 9-14
- (2012). "Mar del Plata al alcance de todos" en Zuppa, Graciela. *Bajo otros soles. Miradas a través de folletos, postales, avisos publicitarios y fotografías*, Mar del Plata, EUDEM, Colección letras, ciencias y arte, pp.19-40