



Hacer Historia Local desde el automovilismo: los Grandes Premios Internacionales Ciudad de Mar del Plata (1948-1950)

Tesista: Prof. Estefanía Lourdes Giselé Ferreira

Directora: Dra. Adriana C. Álvarez

Ferreira, Estefanía Lourdes Gisele

Hacer historia local desde el automovilismo : los Grandes Premios Internacionales Ciudad de Mar del Plata, 1948-1950

/ Estefanía Lourdes Gisele Ferreira. - 1a ed. - Mar Del Plata : Estefanía Lourdes Gisele Ferreira, 2022.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-88-3880-9

1. Historia. 2. Automovilismo Deportivo. I. Título.

CDD 796.720982

@2022, Estefanía L. G. Ferreira

Mar del Plata, Argentina

Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723. Reservados todos los derechos. El contenido de esta publicación no puede ser reproducido, ni en todo ni en parte, ni transmitido ni recuperado por ningún sistema de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sin el permiso previo de la Autora/Editora.

Imagen de portada: gentileza de Daniel Sonzini. Maserati 4CLT 1500. Fangio. GP Mar del Plata Circuito del Torreón 27 de Febrero de 1949. Óleo sobre tela. 70x50cm



ARTISTA: DANIEL SONZINI

MASERATI 4CLT 1500. FANGIO. GP MAR DEL PLATA CIRCUITO DEL TORREÓN 27 DE FEBRERO DE 1949.

ÓLEO SOBRE TELA. 70X50CM

Hacer Historia Local desde el automovilismo: los Grandes Premios Internacionales Ciudad de Mar del Plata (1948–1950)

Por: Estefanía Lourdes Giselé Ferreira

Departamento de Historia

Facultad de Humanidades

Universidad Nacional de Mar del Plata

Tesina de Grado presentada ante la Facultad de Humanidades
(UNMdP) para optar al grado académico de Licenciada en Historia

Directora: Dra. Adriana C. Álvarez

Jurado: Dr. Miguel Ángel Taroncher

Dra. Mónica Bartolucci

Mar del Plata, Argentina

Junio 2021

Defensa: 29/10/2021

INDICE GENERAL

Agradecimientos.....	8
Introducción.....	9
1. Capítulo 1. Automotores y Automovilismo: un panorama general del Mundo y Argentina hasta 1945.....	23
1.1. El automovilismo en Europa y Norteamérica hasta la II Guerra Mundial.....	25
1.2. El automovilismo en Argentina hasta el término de la II Guerra Mundial.....	33
2. Capítulo 2. Redes Organizacionales. Las instituciones estatales y privadas y sus vinculaciones a través de los Grandes Premios Internacionales Ciudad de Mar del Plata (1948-1950).....	43
2.1. Contexto situacional.....	45
2.2. Perón, "el primer deportista" que "apoya al deporte".....	47
2.3. Provincia y Municipio, ¿cuál fue el papel de las instituciones estatales en la organización de los Grandes Premios Internacionales en Mar del Plata?.....	51
2.4. A.C.A. y el Mar del Plata Automóvil Club, instituciones privadas como cabeza de las redes organizacionales.....	56
2.4.1. El Mar del Plata Automóvil Club, entidad de entusiastas del automóvil local	56
2.4.2. El A.C.A., institución privada a nivel nacional.....	59
3. Capítulo 3. Fangio: la construcción del héroe a través de los medios masivos y los espectadores.....	67
3.1. Mediadores políticos, ¿necesarios o circunstanciales en la organización de los GPI?.....	69
3.2. Los medios masivos de comunicación y los GPI: entre la difusión deportiva y la construcción de afición y héroes.....	74
3.2.1. Los diarios y la radio junto a los aficionados.....	74
3.2.2. La construcción de Fangio como ídolo popular en el período de los Grandes Premios Internacionales Ciudad de Mar del Plata. La figura a través de los medios masivos de comunicación.....	77
3.3. Vinculación Fangio – Gobierno Peronista en la “Misión Argentina” del 48 y años subsiguientes.....	85
4. Conclusiones.....	92
5. Bibliografía.....	99

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 – Carreras registradas a nivel mundial en el período 1894-1941.....	27
Tabla 2 – Intendentes y Comisionados del Partido de Gral. Pueyrredón (período 1947-1951)	52
Tabla 3 – Designaciones de Fangio por el Gobierno de Perón durante el período 1948 -1951	86

LISTA DE SIGLAS Y ABREVIATURAS

A.A.A.	Asociación Automovilística Americana
A.C.A.	Automóvil Club Argentino
F.I.A.	Federación Internacional del Automóvil
GPI	Gran Premio Internacional
GP - GPs	Gran Premio – Grandes Premios
MdP.A.C.	Mar del Plata Automóvil Club
P.E.N.	Poder Ejecutivo Nacional

Agradecimientos

Casi como una paradoja, las primeras palabras con las que se inicia esta tesina son las últimas en ser escritas y me pertenecen por completo. Lo que viene de ahora en más es fruto de un trabajo realizado plenamente "con otros", algo que sola jamás hubiera podido hacer. A riesgo de olvidarme de personas significativas, pido disculpas de antemano y sepan que las gracias exceden el margen del papel. Sin embargo, hay agradecimientos puntuales que quiero hacer por todo lo que significan para mí.

En primer lugar, a Adriana le tengo que agradecer su paciencia, sus palabras orientadoras y el prestarme su conocimiento para ordenar mis alocadas ideas y por ayudarme a creer en mí misma. Gracias infinitas por no soltarme la mano.

No menos importante es el acompañamiento de la familia que armé: Samy y Nikki. Samy me llevó al automovilismo y me guió apenas lo suficiente para que yo pudiera comenzar a verlo como historiadora, esos primeros pasos hoy concluyen una parte del camino y mantienen los engranajes en movimiento para seguir la marcha. Nikki, mi hija, ha sido una excelente compañera: compartiendo mis frustraciones, mis cansancios y también, mis logros. Gracias a ambos por estar allí, siempre.

Gracias a todos los profesores de la Universidad y a los colegas por permitirme escucharlos y nutrirme de sus conversaciones y objetos de estudios. De todos he aprendido y de cada uno he tomado algo, ya sea académico y/o personal, eso que trasciende los límites de un trabajo.

Debo agradecer a aquellos que me guiaron en el camino y los placeres del archivo: la magia del soporte papel como los recuerdos de la voz. A mis amigos y colegas periodistas, 'los de antes' y 'los de pandemia', gracias por haberme dado aliento con sus mensajes y por haberme ofrecido materiales que guardaban, en algunos casos, celosamente. También, gracias a Daniel Sonzini quien generosamente me ha prestado sus obras para ilustrar mi tesina.

Los ingleses dicen, "and last but not the least", y aquí está mi familia. Marcela, mi hermana, ha tenido un papel gigante en el final de este trabajo. Sin ella, estaría embrollada aún en citas y normas. Las mañanas con té y cafés han sido buenas para las dos y ha sido una gran crítica ayudándome a redondear ideas con su visión por afuera del campo. Y a mi mamá, que llegó a saber del final del período de escritura pero no está aquí hoy, darle las gracias por todo. Me quedo corta con las palabras, pero el semáforo se pone en verde y es hora de cerrar un ciclo y comenzar otro. Gracias a todos.



El Gráfico

Viernes 2 de septiembre de 1949

Año 31° - N° 1569

Buenos Aires

¡FANGIO!

Son miles las gorgantas que enronquecen aclamando al volante que retorna a la patria; forman extendidos ramajes los brazos que se extienden en un anhelo intenso de estrecharlo; le han arrebatado la corbata y el pañuelo, cuyos conquistadores han de guardar como trofeos; y allí, mirando a la multitud, a la creera humana, está el idolo almacenando imágenes que habrá de repasar así que lleguen horas más serenas. Todo un pueblo victorea su nombre, todo un pueblo le agradece con su presencia las emociones gustadas. Somos de ese pueblo, y volvemos a decir: "¡Gracias, Chueco!"

TIRADA DE ESTA EDICIÓN: 235 MIL EJEMPLARES

EL GRÁFICO ESTA ASOCIADO AL INSTITUTO VERIFICADOR DE CIRCULACIONES

REVISTA EL GRÁFICO

¡FANGIO! A SU REGRESO DE EUROPA

TAPA DE LA EDICIÓN DEL 2 DE SEPTIEMBRE DE 1949

Introducción

Desde hace unas décadas atrás la irrupción del deporte como objeto de estudio de la Historia ha sido vista tanto como una expresión más de las ‘migajas’ de la disciplina de fin de siglo XX. Este desgranamiento, por el cual los historiadores ya no nos ocupamos exclusivamente de los Grandes Hombres, permite realizar fructíferos intercambios con campos que ya avanzaban a paso firme: la antropología del deporte, la sociología del deporte y la historia cultural y social en el ámbito latinoamericano. Actualmente, estos avances se están volcando a historias regionales y locales en un intento de articulación y comprensión de procesos más amplios de manera tal que en la de-construcción y la re-construcción de las partes se pueda conformar esa historia total a la que aspiró Fernand Braudel.

En tal sentido, este trabajo se centrará en analizar los Grandes Premios Internacionales “Ciudad de Mar del Plata” desarrollados en nuestra ciudad en los años 1948, 1949 y 1950. Investigación que se inscribe en un contexto historiográfico donde el “deporte” como objeto de estudio de la historia viene cobrando protagonismo. Esta ebullición se inició básicamente con los estudios sobre fútbol pero, a medida que el sub campo se consolida, se extiende a otras ramas: una de ellas, es el automovilismo.

Esta tesina surge de la intersección entre ese sub campo de historia del deporte y el de la historia regional, pues se ubica en la “Mar del Plata de masas”. Ciudad balnearia que, por entonces, recibía cientos de millares de turistas en un contexto de ampliación de derechos como bien explicitan Pastoriza y Torre (2019) y la Dirección Municipal de Turismo (Boletín Oficial, 1950). Asimismo, Mar del Plata no era una vidriera más para el resto de la nación, sino que formaba parte de un itinerario en el que la automovilidad y la democratización social del consumo, el ocio y el turismo proporcionaba nuevas imágenes del territorio nacional (Piglia, 2011a).

En este contexto de atractivos bien dispuestos -en lo que Piglia menciona como ‘calendario turístico’ (2011a:13)- se ubica a las carreras de carácter internacional y la figura de un personaje como Fangio, se puede anticipar ese peso distintivo y particular del período de análisis propuesto (1948-1950). Razones suficientes, por otra parte, para ser analizado y entendido en el marco de procesos más complejos como es la historia nacional que transcurrió durante la etapa peronista donde la relación entre Estado y Sociedad se modificó y en la que, existiendo variedad de canales para ello, el automovilismo fue sin duda uno de los empleados para incentivar/accentuar ese cambio.

Se trata de un trabajo escrito en clave histórica pero que dialoga y capitaliza los aportes que se han realizado al campo diversas disciplinas, como son la sociología y la antropología. En esta interdisciplinariedad, los sociólogos fueron los primeros en observar esa “cotidianeidad de lo deportivo” y se volcaron ávidamente a la pasión de multitudes: el fútbol¹. Este deporte se convirtió en la *vedette* de las ciencias sociales y, a finales de la década del sesenta y durante la del setenta, la Sociología y Antropología del ámbito anglosajón se dignaron a dirigirle una mirada crítica y atenta². Los historiadores, aún compenetrados de un discurso imbuido por lo económico y lo político, tardaron un poco más en reconocerlo como una práctica social que exige una investigación metódica y un análisis en perspectiva histórica.

En cuanto al deporte como práctica social, se adhiere a la interpretación que Castro y otros (1996) hacen de éstas: las prácticas sociales ponen en relación a hombres, mujeres y condiciones materiales de manera tal que no sólo proponen la articulación entre los agentes objetivos sino también permiten establecer reglas de juego. De esta manera, ya sea porque las relaciones sociales que ejercen los sujetos históricos favorecen los intercambios o porque observamos cómo los procesos atraviesan la cotidianeidad de cada individuo, lo concreto es que el automovilismo, en tanto práctica social, nos invita a asirlo como objeto de estudio de la Historia.

Si repasamos la historia del automovilismo desde los años '50 del siglo XX se puede ver que la acción de historiar al automovilismo ha sido una tarea desarrollada, desde sus inicios, por expilotos, personas afines a la actividad y, principalmente, por periodistas³. La obra que llevaron adelante tanto argentinos como extranjeros⁴ no es para nada despreciable: contribuyeron a organizar y sistematizar estadísticas con los datos concretos de competencias, victorias y derrotas. Vale decir, materia prima desde la cual reconstruir biografías de esos hombres no siempre bien conocidos que participaron en las competencias de autos prácticamente desde el comienzo de las mismas. Siguiendo en el campo no especializado, se han escrito libros acerca de los derroteros de marcas, pilotos y

¹ Vinnai, Gerhard (1970) *El fútbol como ideología*; Taylor, Ian (1971) “Soccer Consciousness and Soccer Hooliganism”; Hall, Stuart (1978) “The treatment of ‘football hooliganism’ in the press”; Dunning, E., Murphy, P. y Williams, J. (1988) *The roots of football hooliganism. An historical and sociological study*; Armstrong, Gary (1998) *Football Hooligans*, por mencionar solo algunos de los más representativos.

² Brohm, J. M., (1982) *Sociología política del deporte*; Dunning, E. y Elias, N. (1995) *El fenómeno deportivo, estudios sociológicos en torno al deporte, la violencia y la civilización*; Elias, Norbert (1992) *Deporte y ocio en el proceso de civilización*; Dunning, E. (1993) *Reflexiones sociológicas sobre el deporte en Materiales de sociología del Deporte*.

³ Una breve referencia a la constitución del campo de estudio sobre deporte, sociedad y cultura es expuesta por Rodríguez, M. G. (2013).

⁴ Los casos de periodistas más encumbrados especializados en automovilismo son, para la Argentina, los hermanos Sojít (Luis Elías, *Corner y Mister*) y; en el ámbito europeo, Doug Nye, periodista inglés de prolífica producción.

empresas que llegaron, ganaron y se fueron de, por ejemplo, la máxima categoría mundial, la Fórmula 1. Sin embargo, para la investigación aquí presentada no es la única perspectiva que nos permite analizar las prácticas cotidianas de deportistas y entusiastas (Falco Genovez, 1998; Esparza Ontiveros, 2010; Day & Vamplew, 2015).

El automovilismo como objeto de estudio de la Historia: hacia un balance historiográfico.

En un sintético recorrido por la producción historiográfica de los últimos años tanto en el ámbito anglosajón como latinoamericano, relucen algunas cuestiones básicas: primero y, ante todo, que el campo de la Historia del Deporte ha sufrido una notable expansión en cuanto a su incorporación en la literatura académica (Alabarces, 2015; Bass, 2014). Segundo, que ha sido el fútbol el que mayor atención ha concitado en disciplinas como la Historia, Antropología o Sociología del Deporte (Alabarces y Garriga Zucal, 2014)⁵. A raíz de lo antes mencionado, la exclusión de las competencias automovilísticas de publicaciones especializadas es más notoria para quienes incursionamos en esta temática recientemente (Hassan, 2011). En Argentina, existen abordajes tangenciales desde las perspectivas de la historia político-institucional y desde una historia socio-cultural. Se incluye al automovilismo como una característica en el avance de las políticas públicas en torno al turismo y a la democratización del bienestar (Pastoriza y Pligia, 2012) o en explicaciones referidas a la construcción del imaginario del territorio nacional (Lacoste y otros, 2000) y de nación (Bilyk, 2013). Para organizar este estudio, se repasarán las obras surgidas de y en Argentina.

Las competencias automovilísticas son abordadas desde una historia social entrecruzada por la historia cultural que abreva en diferentes líneas teóricas. En el desarrollo de cada uno de los análisis pertinentes al objeto de estudio presentado se reconocen tres aspectos centrales como nudos problemáticos en interrelación: la

⁵ En este punto cabe aclarar que los trabajos pioneros en Latinoamérica datan de las décadas del '80 y '90 del siglo XX. Así, entre autores referenciales y obras que marcaron camino, se pueden mencionar: Da Matta, Roberto (1982) *O universo do futebol*; Archetti, Eduardo (1985) *Fútbol y ethos*; y del mismo autor, (1999) *Masculinidades* y (2001) *El potrero, la pista y el ring*; Alabarces, P y Rodríguez, M. G. (1996) *Cuestión de pelotas: fútbol, deporte, sociedad, cultura*; Alabarces, Pablo (2002) *Fútbol y patria*. Para Mar del Plata específicamente, tenemos los trabajos de Gil, Gastón Julián (2002) *Fútbol e identidades locales. Dilemas y conflictos latentes en una ciudad «feliz»* y (2007) *Hinchas en tránsito. Violencia, memoria e identidad en una hinchada de un club del interior*.

ampliación de una ciudadanía-en-movimiento, la construcción del imaginario del territorio nacional y el avance de las políticas públicas en torno al turismo como actividad productiva y a la democratización del bienestar.

El concepto menos trabajado analíticamente en Argentina es el de ciudadanía-en-movimiento dentro del cual se puede ubicar los últimos trabajos que viene realizando la Dra. Melina Piglia para la aviación comercial argentina. Tomaremos los aportes que la autora realiza respecto de las competencias automovilísticas vinculadas a prácticas de movilidad ciudadanas y al turismo en su libro *Autos, rutas y turismo: el Automóvil Club Argentino y el Estado* (2014) y el artículo “Estado y sociedad civil durante el primer peronismo: el Automóvil Club Argentino y sus relaciones con el Estado” (2011). Los conceptos mencionados son los primeros que plantearemos por estar inscriptos en una historia institucional/política más que en una social/cultural.

Piglia analiza tangencialmente competencias y eventos automovilísticos acontecidos desde el período de entreguerras hasta el primer peronismo centrandó su explicación en el objetivo que los actores no estatales perseguían: el uso y difusión del automóvil como artefacto promotor del ocio y de la libertad como valor occidental. Para la presente investigación interesa rescatar la mediación entre el Estado y los intereses privados de los Actores no estatales (principalmente, el A.C.A.): mientras el Estado organiza y lleva adelante obras viales y promueve la colaboración entre YPF y el A.C.A. Esta última institución impulsa carreras de larga distancia para difundir la obra pública al tiempo que releva y amplía la información con la cual se provee al Estado para nuevas obras públicas. De este modo, la autora sostiene que las carreras posibilitaban no sólo la construcción de territorialidad nacional con un ciclo de competencias que movilizaban pilotos, empresas, instituciones y público en cada uno de sus encuentros sino, la figuración internacional y el impulso de las carreras personales por parte de los dirigentes del A.C.A. (Piglia, 2011 y Piglia, 2014)

En esta línea investigativa, Pastoriza y Piglia (2012) asumen la preponderancia del “turismo en automóvil” anclada en una labor pedagógica. Así, la modernización de los medios de transporte cumplía un importante rol en las nuevas prácticas sociales asociadas al turismo y a la democratización del bienestar. Si hacia 1930, el A.C.A. fomentaba el convencimiento de que los viajes por placer no sólo eran posibles (gracias a toda la infraestructura brindada por el Estado en estrecha colaboración con la institución) sino también deseables, al comienzo del primer peronismo se tendía a la homogeneización social. Al hablar de homogeneización social, se proyecta una nueva sociabilidad y hábitos

de consumo que llegan desde las clases altas a las clases medias y trabajadoras. Teniendo en cuenta este marco, resulta provechosa la idea de una planificación de carreras automovilísticas con el objetivo de organizar el ocio del público fuera del horario de concurrencia a la playa y canonizar ciertos destinos (Mar del Plata) como paisajes nacionales.

Ya desde la historia social, un trabajo que problematiza las representaciones mediáticas del espacio nacional, desde una perspectiva cultural, sobre la acción estatal, es el realizado por Anahí Ballent (2005) para las décadas previas a nuestro período de análisis (1948-1950). En el contexto político que domina las décadas del '20 y del '30 del siglo XX en la Argentina, la autora evalúa cómo los eventos automovilísticos de larga distancia –y su profusa cobertura por parte de radio y prensa gráfica– jugaron un rol esencial en la difusión de la Obra Pública Vial Nacional. En este juego medios/deporte/Estado, los raides por la Patagonia o el Impenetrable Chaqueño promovieron (desde y hasta zonas impensadas) los avances de la modernidad de las pasiones masivas y la sensación de descubrimiento y cercanía de amplios territorios remotos de la geografía argentina. Además, se aúna a esta mirada general el halago de relatores periodísticos hacia la Dirección Nacional de Vialidad por cuyas obras las carreras podían ser llevadas a cabo. Esta visión realiza un aporte a este trabajo al observar el papel que cumplieron los medios masivos de comunicación en la creación de héroes nacionales surgidos de las competencias automovilísticas.

En un sentido cercano a las representaciones del espacio nacional pero analizado desde los movimientos sociales, Lacoste y otros (2000) ven en los Grandes Premios Internacionales (en adelante, GPI) un proceso de integración regional sudamericano. El estudio que abordan los autores, si bien excede el período delimitado para la investigación, brinda un extenso e iluminador análisis del rol que cumplieron los actores no estatales en la organización y movilización de recursos humanos, políticos, económicos y sociales durante la gestación y desarrollo de los GPI. De esta forma y por primera vez, las competencias automovilísticas son vistas como prácticas sociales efectivas para forjar redes y relaciones interinstitucionales e interpersonales (por ejemplo, Estados Nacionales/Automóviles Clubs Nacionales, público/pilotos/medios masivos de comunicación). Tomando estos aportes, es que se dará cuenta de las redes de relaciones forjadas desde el automovilismo a nivel local y su articulación con la escala nacional, la temática central de la investigación propuesta merece ser recogida y abordada para su profundización en futuros trabajos.

Un giro a estos estudios lo ofrece la “Historia del turf argentino” (2014) del historiador Roy Hora que, aunque no trata de las competencias automovilísticas, es un libro que aporta relevantes analogías para desarrollar la temática de este trabajo. En primer lugar, el autor trabaja sobre los espacios de sociabilidad: el hipódromo del turf y el circuito de las carreras de autos. Allí, el clima festivo y deportivo favorece para que las instituciones y las personas forjen redes de relaciones duraderas y traspasen las fronteras nacionales. En segundo lugar, el autor despliega las interacciones que marcan las relaciones entre las clases más encumbradas y las mayorías populares. De esta forma, la mercantilización del espectáculo (al igual que ocurre con los Grandes Premios) establece lugares comunes (por ejemplo, revistas especializadas) al tiempo que promueve roles específicos: las personas con capital económico son las propietarias de los *studs* y sus caballerizas o de los Equipos y los autos de competición. En este contexto, las clases trabajadoras conforman ese gran público que crea héroes (Leguisamo o Fangio) y sin el cual el espectáculo no podría llevarse a cabo. Estas razones son las que hacen de un tema, *a priori* alejado de las competencias automovilísticas (el turf), se acerque y enriquezca los vértices de análisis y las perspectivas para abordarlo.

Por último, es sumamente relevante el trabajo compilado en 2019 por Ranaan Rein y Claudio Panella, “El deporte en el primer peronismo: Estado, competencias y deportistas” en el cual se reúnen los últimos abordajes realizados sobre el período de análisis (1948-1950). Los artículos seleccionados abordan tanto cuestiones generales (como la noción de campo deportivo) como deportes específicos (remo, fútbol, básquet, automovilismo, entre otros) y sectores sociales (juventud, mujeres, torneos infantiles, etc.).

La producción historiográfica con corte social y cultural acerca de las carreras de automóviles es limitada en nuestro país y en gran parte de Latinoamérica. Aún más, los autores mencionados han realizado producciones para marcos específicos de presentación (ponencias en Congresos y Seminarios) pero sin una continuidad a lo largo del tiempo y cuyos ejes no son prioritarios en el planteamiento presentado aquí (por ejemplo, una perspectiva política institucional de análisis, el turismo como tema central o los deportes sobre hechos/protagonistas puntuales: Panamericanos, Gatica).

Es momento, entonces, de hacer visible un fenómeno que en Argentina es tan popular como el fútbol: el automovilismo. Así, los Grandes Premios Automovilísticos Internacionales son el puntapié inicial para explicar complejas redes de relaciones sociales, políticas y económicas que atraviesan todos los ámbitos de la sociedad.

Enfoque, demarcación del tema, sujetos históricos y problemas

Al hablar de las competencias automovilísticas como prácticas sociales es necesario limitar el tema de estudio de manera tal que los problemas formulados puedan ser significativos para los estudios históricos que se vienen desarrollando.

Como se indicó en el inicio, la presente tesina es un ejercicio de historia local y de indagación acerca de los distintos grados de articulación entre los niveles nacional, provincial y local. Una advertencia con respecto a la historia local que tomamos de Justo Serna y Anacleto Pons (2003:39): “si estudiamos este o aquel objeto en esta o aquella comunidad... [es] porque tiene algo que lo hace irrepetible, que lo hace específico y que pone en cuestión las evidencias defendidas desde la historia general”. De esta manera, no se trata de ejemplificar (dentro de nuestras fronteras ‘cercanas’) procesos nacionales o más amplios sino de aportar nuevos elementos que complejicen los estudios hasta el momento desarrollados. Por esta razón, elegimos estudiar los Grandes Premios Internacionales “Ciudad de Mar del Plata” desarrollados en nuestra ciudad en los años 1948, 1949 y 1950.

Al mismo tiempo, para poder incursionar en la perspectiva local desde una historia social se ha sumado una nueva inquietud. El objeto a estudiar no es una definición de lo local en sí mismo, sino que se debe aunarlo otros elementos como el contexto (la coyuntura), el período “y la cadena fenomenológica de eventos que permite que se pueda extraer una interpretación de lo real” (Fernández, 2015:191) para, así, comprender su representatividad.

Más allá de plantear a los GPI como nuestro hilo conductor del presente análisis (por ser tres carreras internacionales disputadas en el verano marplatense de carácter único), el punto de llegada es un individuo particular. Mas no cualquier individuo sino uno que, por su trayectoria, cristaliza una “respuesta concreta e irrepetible de un problema que es general” (Serna y Pons, 2003:40): Juan Manuel Fangio. Esta elección lejos de ser caprichosa recorre líneas ya abordadas de investigación y se fundamenta en razones que, en parte, adelantan algunas de las problemáticas de este trabajo. Fangio fue mecánico, piloto, concesionario oficial de automóviles de distintas marcas internacionales -la más renombrada fue Mercedes Benz-, agregado técnico en la Embajada Argentina con sede en Italia, cara visible en productos publicitarios, presidente honorario vitalicio de una fábrica multinacional de automóviles y homenajado en diversos contextos y por variadas institucionales en base a su participación deportiva al volante. Precisamente su bagaje cultural es el que nos lleva a cuestionar la figura discursiva/construida de Fangio. Nuestra pretensión no es realizar una biografía laudatoria de su figura sino observarlo como el punto

cúlmine de la construcción de un ídolo popular en el ámbito local. Piloto local, ganador en carreras internacionales locales que triunfa sobre los ases extranjeros dentro y fuera del territorio nacional que, entre otras características, lo hicieron elegible para formar parte de la exitosa “Misión Argentina” que el A.C.A. y el Estado Nacional organizaron a modo de gira europea. Como se puede ver, Fangio lejos de ser un personaje concreto y acabado propone una amplitud de interrogantes que exceden su laureada carrera deportiva y que nos lleva a abordarlo a través de la interrelación *mass media*, público, pilotos.

En su persona, aunque parezca redundante, confluyen capitales sociales, simbólicos y económicos (Bourdieu, 2001): la producción y negociación de estos recursos le permitieron a Juan Manuel Fangio “jugar socialmente”⁶ (García Inda, 2000). De esta manera, se puede afirmar que los capitales se construyen en las interrelaciones cotidianas y que los individuos tienen la capacidad para establecer vínculos sociales por medio del empleo de distintos capitales, sino que Fangio fue nexo e hizo uso de estas redes. Esta capacidad permite perseguir objetivos y conseguir *algo*, permeando todas las relaciones que atraviesan a las personas, incluso las relaciones interinstitucionales (Lacoste y otros, 2000). Allí radica el porqué de haber elegido a Fangio como punto de llegada a la que se dirige este trabajo.

El segundo sujeto de análisis, que se desprende de lo antedicho, serán las instituciones estatales y privadas. Respetando y analizando sus particularidades, lo que interesa conocer son los alcances reales de cada política o acción implementada. En el tema de estudio propuesto se superponen decisiones del gobierno nacional (el estado peronista) y del gobierno local (la municipalidad de Mar del Plata) así como de instituciones privadas como el Automóvil Club Argentino y el Mar del Plata Automóvil Club. Sabemos que durante el período delimitado la propaganda oficial sobresalía por su profusión y difusión, así como que las instituciones de automóviles estaban en plena etapa de consolidación.

Por último, aunque no menos importante en esta enumeración de actores que serán abordados durante la investigación, se encuentran los aficionados y los medios masivos de comunicación ya mencionados al trabajar sobre la figura de Fangio. En realidad, son los aficionados quienes le otorgan a una práctica deportiva el adjetivo de ‘popular’ y quienes demandan una imagen en la cual depositar sus esperanzas y anhelos (Martínez López, 2014). Figura o héroe nacional, Fangio no podría haberse constituido en un ícono del

⁶ La frase “jugar socialmente” aparece en García Inda (2000:17) y está asociada a la noción de capital. El capital se entiende como la condición de entrada a cualquier campo social, es decir, cualquier tipo de recurso que por medio de la producción, obtención y negociación es capaz de producir efectos sociales.

deporte argentino si los *mass media* no hubieran llegado a cada rincón del país contando sus hazañas. Los aficionados y los medios masivos de comunicación juegan un papel transversal en la presente obra, son los que definirán la característica del deporte y los que nos aportarán las percepciones e interpretaciones acerca de los sujetos en relación.

Así, mediante la explicitación y explicación de los sujetos históricos, se llega a la noción de *campo* precisada por Pierre Bourdieu: un sistema de posiciones sociales que se definen unas en relación con las otras (Fortich Navarro y otros, 2012) y en las que los valores de cada especie de capital que el individuo pone en juego, adquieren relevancia según las relaciones objetivas que existen independientemente de la conciencia o la voluntad individual (Avendaño Santoyo, 2015:1). De esta manera, como ya fue anticipado durante la justificación de la elección de Fangio como sujeto de análisis de la investigación, se puede observar a través de las fuentes históricas la forma dinámica que toman estas relaciones que marca Bordieu. Norbert Elias retoma la noción de campo que, en sus textos, aparece como figuración: “...un conjunto de actores individuales y colectivos, con un trasfondo histórico, político, económico y social en común y que interaccionan tejiendo con una red definida por un elemento concreto...” (Avendaño Santoyo, 2015:1). Por todo lo referido, vemos que el automovilismo es un campo en sí mismo ya que diversos individuos y grupos participan tanto en el interior como desde el exterior del mismo. Las posiciones sociales, en una confluencia entre lo económico, lo político y lo social, “se definen objetivamente en su existencia y en las determinaciones que imponen a sus ocupantes, agentes o instituciones por su situación (situs) actual y potencial en la estructura de distribución de las diferentes especies de poder (o de capital)” (Bourdieu y Wacquant, 2005:150).

Por medio de este ejercicio de investigación, se intentará demostrar cómo las competencias automovilísticas internacionales son prácticas sociales donde se forjan relaciones interpersonales e interinstitucionales ya sean éstas circunstanciales o a largo plazo y de qué manera esta influencia mutua posibilita la construcción de un ídolo popular -Fangio-. Se indagará cómo se dieron los procesos de selección de representantes argentinos en estas competencias, cuáles fueron las características que se convirtieron en indispensables para un piloto en el período analizado y cómo esta coyuntura posibilitó el establecimiento de una política del deporte “desde arriba hacia abajo”.

Las preguntas que guían este trabajo son: ¿Cómo se organizaron los Grandes Premios Internacionales? ¿cuáles fueron los papeles que tuvieron las instituciones estatales y privadas en la organización y desarrollo de los GPI? ¿cuáles fueron los roles

que cumplieron los *mass media* y los aficionados en la constitución y representación de figuras deportivas nacionales? Y, desprendido de lo anterior, ¿cómo y a través de qué medios se construyó una relación simbiótica entre los sujetos intervinientes?

La hipótesis central que se busca responder es que la interrelación entre Estado, instituciones privadas y los *mass media* posibilitaron la realización de los tres GPI Ciudad de Mar del Plata entre los años 1948-1950. Estos GPI, además, contribuyeron a la narración y construcción del ídolo popular Juan Manuel Fangio, en tanto expresión de lo local, lo deportivo y lo popular. El uso político de su figura por parte del Estado y las relaciones que él mismo pudo establecer en su propio beneficio son contemporáneos al inicio de su carrera deportiva en monoplazas que lo lleva, finalmente, a obtener cinco campeonatos Mundiales en la Fórmula 1.

Metodología y Ejes del Trabajo

Para poder resolver estos planteos e hipótesis se recurrió al trabajo heurístico propio de la investigación histórica. Nuestras fuentes primordiales pueden dividirse entre las documentales y la historia oral. En cuanto a las documentales, se engloban allí el registro y la sistematización de información del período de análisis proveniente de los diarios y semanarios locales de Mar del Plata, el Boletín Municipal junto a documentos del Mar del Plata Automóvil Club, legajos de servicio provistos por Cancillería Argentina y la revista especializada en deporte, “El Gráfico”. Estas fuentes concretamente excedieron el período 1948-1950 porque, de otra manera, la comprensión del proceso quedaba inconcluso, de manera que se incluyeron de manera excepcional archivos de 1947 y 1951 para otorgar entidad a los puntos investigativos mencionados.

La historia oral permite abordar los recuerdos de vecinos de la ciudad que, durante los GPI objeto de nuestro análisis, eran niños y acudieron junto a sus familias para poder comprender el espectáculo y la construcción de Fangio como ídolo popular y automovilista consagrado. También, fueron los que incentivaron la tarea de incluir dentro de los *mass media* a la radio ya que era la forma en que se anoticiaban de la organización y realización de estos eventos. Dentro de la línea historia oral, fueron cruciales las entrevistas realizadas a periodistas especializados y a las personas que vivieron parte de su vida personal y familiar junto a Fangio. Ellos permitieron terminar de unir las piezas y poder interpretar o

reinterpretar los acontecimientos sueltos y poder unirlos en un relato histórico coherente y fundamentado.

La primera aproximación al material de archivo se basaba en la búsqueda de la presencia del estado y las instituciones que, a priori, se sabía habían estado implicadas en la organización de los GPI Ciudad de Mar del Plata. Por supuesto, la presencia de Fangio y cómo ésta era presentada, así como el público, los sponsors y los medios masivos de comunicación fueron otro de los puntos centrales de la búsqueda inicial. Con el correr de las páginas, las imágenes y los relatos, la perspectiva de exploración se afinó y amplió (aunque suene un tanto contrapuesto) cuando surgieron nuevas interrogantes tendientes a encontrar conceptos más firmes como la practica social del automovilismo y la representación colectiva (el sentirse parte de) del público con respecto a los eventos, se pasó de la presencia de Fangio a la lectura de su construcción a través de los relatos y la adjetivación de que los medios masivos hacían uso para tal fin y una firme búsqueda de contrastación y constatación de los datos objetivos surgidos de esos relatos.

La tesina de grado se estructura en tres capítulos. El inicial da cuenta del automovilismo como deporte y la historia del inicio de las competencias en Europa, América y Argentina. Se analizan las particularidades, la conjunción entre Estados e instituciones privadas para la consecución de las carreras y particularidades de pilotos hasta la II Guerra Mundial.

En el segundo capítulo se abordan específicamente los tres GPI de la Ciudad de Mar del Plata. Estos eventos permiten cristalizar el apoyo del Estado peronista al deporte, los objetivos que se persiguen a nivel local y los roles que cumplen las instituciones privadas para la organización y desarrollo de cada GPI realizado. A través de estas páginas se pueden observar los cambios en la participación de cada institución analizada en estas redes organizacionales durante el período 1948-50 y de qué forma la política y los *mass media* se interrelacionan en un evento deportivo de carácter internacional.

En el tercer capítulo se avanza sobre la construcción de Fangio como ídolo popular argentino, su vinculación con la política y el uso que el Estado realizó sobre su figura. Los GPI que dieron entidad a La Temporada Internacional en Argentina fueron los inicios de la carrera deportiva de Fangio en los monoplazas. Por su parte, los *mass media* y el público se constituyeron en participantes activos y necesarios para el éxito de los eventos y para la misma carrera de Fangio en tanto punto cúlmine al que puede aspirar una localidad que es sede de eventos internacionales y tiene un representante local victorioso, ejemplo de movilidad social y de héroe nacional.

Por último, se cierra el trabajo en las conclusiones preliminares donde se retoman cuestiones aquí presentadas con las respuestas obtenidas a lo largo del desarrollo de los capítulos mencionados.

Sin más, comencemos a desandar esta carrera que, como dijo Fangio, “no se termina hasta que baja la bandera a cuadros”.



ARTISTA: DANIEL SONZINI

ACHILLE VARZI / BUGATTI. TAZIO NUVOLARI / ALFA ROMEO. MÓNACO 1933.

ÓLEO SOBRE LIENZO. 70×50 CM

FOTO ORIGINAL DEL NATIONAL MOTOR MUSEUM/HERITAGE IMAGES/GETTY IMAGES

Capítulo 1.

Automotores y Automovilismo: un panorama general del Mundo y Argentina hasta 1945

No son pocas las veces que nos encontramos con ejemplos acerca de cómo los acontecimientos mundiales dan forma, influyen y propician acciones de distintas instituciones, empresas y personas. En este sentido, el automovilismo no es la excepción.

En este capítulo se abordará de forma general y descriptiva el período que va desde 1900 hasta 1946 con la inclusión del automovilismo en las sociedades de anteguerra, su paralización durante la II Guerra Mundial (1941-45) y las causas y consecuencias de su reanudación. Se realizará una aproximación a las redes de relaciones que se forjan mediante y durante las competencias automovilísticas para, de esta forma, explicitar los roles y los capitales económicos y simbólicos que los individuos, empresas e instituciones ponen en juego para obtener beneficios para sí y los grupos que representan.

Las preguntas que guían este capítulo son generales: ¿Cómo se organizaron los Grandes Premios Internacionales? ¿qué capitales se pusieron en juego e incidieron en la realización de estas competencias? ¿de qué manera y con qué alcance? ¿cuáles fueron los roles que cumplieron los *mass media*⁷ y los aficionados en la constitución y representación de figuras deportivas argentinos? Y, desprendido de lo anterior, ¿cómo y a través de qué medios se construyó una relación simbiótica entre los sujetos intervinientes?

⁷ *Mass media* es el anglicismo para medios masivos de comunicación o medios de comunicación de masas pudiendo emplearse estos tres conceptos indistintamente. Cuando hablamos de *mass media*, nos referimos información o comunicación, ya sea hablada/escrita/transmitida, que llega a una gran audiencia. Este concepto, actualmente, engloba a la televisión, radio, publicidad, películas, Internet, periódicos, revistas, etc. (Fuente: <https://www.cliffsnotes.com/study-guides/sociology/contemporary-mass-media/the-role-and-influence-of-mass-media>) Para esta investigación, cabe aclarar que, cuando se menciona a los *mass media*, se refiere a radio y publicaciones periódicas (diarios y revistas especializadas) que forman parte del acervo documental consultado y, básicamente, los medios a los que los contemporáneos del período propuesto tenían acceso de forma masiva.

El automovilismo en Europa y Norteamérica hasta la II Guerra Mundial

A fines del siglo XIX y principios del siglo XX, cuando los autos hacían poco que estaban entre nosotros, pero la innovación y el desarrollo avanzaba a grandes pasos, surgieron las primeras competencias automovilísticas en el territorio europeo y norteamericano con múltiples objetivos por cumplir.

Roland Barthes (1999:84) describe de esta forma la inclusión del automóvil en la vida cotidiana:

“Se me ocurre que el automóvil es en nuestros días el equivalente bastante exacto de las grandes catedrales góticas. Quiero decir que constituye una gran creación de la época, concebido apasionadamente por artistas desconocidos, consumidos a través de su imagen, aunque no de su uso, por un pueblo entero que se apropia, en él, de un objeto absolutamente mágico”

Nada que despliegue más las propiedades de este nuevo objeto que demostrar la *bestialidad de la potencia* (Barthes, 1999:85). La primera competencia de la que se poseen registros fue la París-Rouen, en 1894. Ésta fue organizada por un periodista del “Le Petit Journal”, Pierre Giffard. Un anuncio del concurso-carrera aparecido en el mismo periódico, el 19 de diciembre de 1893, solicitaba que los inscriptos se presentaran con “*voitures sans chevaux, à propulsion mécanique...*”⁸, el canon para participar era de 10 francos y el premio que se ofrecía era de 5000 francos. Participaron 21 autos de 102 inscriptos y el ganador fue el Conde Jules de Dion con su propio vehículo y motor. Luego de esta exitosa primera experiencia, se organizaron otras que vieron incrementar exponencialmente no sólo la cantidad de carreras por año, sino cantidad de inscriptos y público asistente. La difusión de estas carreras estuvo a cargo de distintos periódicos que se vieron directamente interesados en promover el uso del automóvil.

Si bien el epicentro puede ser ubicado en Francia, las competencias no fueron exclusivas de este país. Incluso, como se muestra en la Tabla 1, podemos observar que en

⁸ Traducción: vehículos sin caballos, a propulsión mecánica. Fuente:

<https://almacenf1.wordpress.com/2014/07/22/120-anos-de-la-primera-carrera-de-coches-la-paris-rouen-de-1894/>

el período de anteguerra se desarrollan algunas carreras reconocidas⁹ fuera de los territorios analizados en este apartado.

Tabla 1 – Carreras registradas a nivel mundial en el período 1894-1941

Período	Carreras en Europa* ¹	Carreras en Norteamérica* ²	Carreras en Sudamérica	Carreras en Otros Territorios
1894 -1903	57	4	-	-
1904 -1913	37	30/104* ²	1	-
1914 -1923	32	27/164* ³	-	-
1924 -1933	108	11/81* ⁴	-	9* ⁶
1934 -1941	78	9/18* ⁵	6	9* ⁶

Fuente: Elaboración propia en base a estadísticas consultadas en <http://www.formula1results.co.za>, <https://mercedes-benz-publicarchive.com> y www.champcarstats.com

*¹ Las carreras que se incluyen son las que se consideran puntuables para las estadísticas europeas.

*² Las carreras que se incluyen son: las que puntuaron para las estadísticas europeas / las que se realizaron en el marco del Campeonato Nacional de Automovilismo y puntuaron para la Asociación Automovilística Americana (en adelante, AAA), haciendo un total de 134 carreras disputadas en el territorio norteamericano.

*³ Las carreras que se incluyen son: las que puntuaron para las estadísticas europeas / las que se realizaron en el marco del Campeonato Nacional de Automovilismo y puntuaron para la AAA, haciendo un total de 191 carreras disputadas en el territorio norteamericano.

*⁴ Las carreras que se incluyen son: las que puntuaron para las estadísticas europeas / las que se realizaron en el marco del Campeonato Nacional de Automovilismo y puntuaron para la AAA, haciendo un total de 92 carreras disputadas en el territorio norteamericano.

*⁵ Las carreras que se incluyen son: las que puntuaron para las estadísticas europeas / las que se realizaron en el marco del Campeonato Nacional de Automovilismo y puntuaron para la AAA, haciendo un total de 27 carreras disputadas en el territorio norteamericano.

*⁶ Carreras tuvieron organizadores europeos pero se corrieron en territorio africano (Túnez)

⁹ Las carreras que se registran en los distintos sitios de estadísticas, y según nos confirma en entrevista el Periodista y Estadista inglés David Hayhoe (Mar del Plata, 2018, realizada por Estefanía Ferreira), se toman como *reconocidas u oficiales*. Esto quiere decir que puntuaban a fines de una doble construcción: por un lado, era necesario constituir un palmarés para las escuderías y los pilotos (ya que era la única forma de justificar un reconocimiento público y que los medios masivos de comunicación cubrieran las competencias). Por otro lado, los distintos circuitos construían reconocimiento y preferencia frente a los pilotos, los organizadores y el público, todo ello de la mano de los medios de comunicación.

Aquí el eje central está relacionado con el por qué las automotrices estimularon el consumo y popularizaron el hábito del uso del automóvil mediante las carreras automovilísticas. Para empezar, hay que destacar el interés de las fábricas por mostrar los atributos de sus productos y, así, conseguir el objetivo de aumentar las ventas. Esta afirmación se basa en las estadísticas de competencias en las que se contemplan la cantidad de fábricas de automóviles a nivel mundial que participan de las mismas con autos propios¹⁰. Para el período de análisis, 1894-1941, en Europa se cuentan aproximadamente 50 empresas grandes, de las cuales 15 han llegado hasta nuestros días. Este dato es significativo ya que la producción requería ingentes inversiones de capital y aún era una actividad riesgosa para invertir. Asimismo, en las carreras toman parte particulares cuyo poder adquisitivo les permiten armar sus propios automóviles. De éstos, pueden observarse casi un centenar que repiten la experiencia del Conde de Dion: armar su propio automóvil e inscribirse en las distintas competencias. Es decir, el principal objetivo a alcanzar era un efecto publicitario de alto impacto para dar forma y consolidar un mercado interno de consumidores (Tremayne, 2012:13).

Por otra parte, es llamativa la diferencia en la cantidad de carreras organizadas en Europa y Norteamérica (al menos las que cuentan para las estadísticas). La explicación que se puede proporcionar se basa en la constitución de un mercado para la industria automotriz. Cada empresa manufacturera busca posicionarse por encima de sus competidoras. Es crucial demostrar ante el gran público no sólo la potencia sino la fiabilidad de estos artefactos. Así, mientras que en Europa son muchas las empresas de los diferentes países que pugnan por insertarse y construir un mercado de compradores (básicamente, la alta sociedad), en Estados Unidos y con Ford a la cabeza de la vanguardia en lo que a desarrollo y difusión se refiere, las competencias se piensan en el doble modo de “mercado interno + espectáculo masivo”¹¹.

¹⁰ Canestrini (1969:250) relata: “Hasta el año 1926 no se habló de inscripciones (...) En las grandes competiciones, los concurrentes eran las mismas casas constructoras, y éstas, como es natural, no sólo pagaban regularmente las inscripciones de la carrera, sino que asumían todos los gastos ocasionados por la carrera, incluidos los de los pilotos, quienes solían formar parte del equipo como experimentadores o mecánicos. En otras competencias, los participantes asistían por su propia cuenta y no había tratos económicos con los organizadores (casi siempre el Automóvil Club), con la excepción de los premios que se ofrecían”.

¹¹ Con respecto al **mercado interno** norteamericano vamos a explicarlo mediante un ejemplo concreto: el Mercer Raceabout fue un automóvil deportivo diseñado en 1911. Se lo hizo competir asiduamente, a tal punto, que llegó a ganar 5 de las 6 carreras disputadas el mismo año de su lanzamiento, logrando, mediante estas victorias, un status mundial que alcanzó significativamente a la empresa productora. Con respecto al **espectáculo masivo**, un claro ejemplo de ello son las famosas 500 Millas de Indianápolis. En su primera edición de 1911, contó con 85.000 personas como público asistente y numerosos diarios (al menos 4 de estos medios le dedicaron 50 páginas en total) (Stone y Lerner, 2012: 84)

Otra particularidad que explica tamaña diferencia en la cantidad de carreras, es la parte organizacional: no sólo ciudades y países organizaban carreras especiales y competencias de larga duración (de resistencia). En general, el período 1894 - 1941 se caracteriza por el marcado interés que individuos y empresas privadas tuvieron para organizar carreras. Estos eventos les permitían acumular capital simbólico y aumentar su *status por ser el/los que organizaba/n* un evento de esta magnitud. Allí confluyeron desde magnates y ciudades hasta las primeras asociaciones que agrupaban a esos afortunados y visionarios que depositaban su capital y su prestigio en los automóviles¹². En este marco de situación entonces cabe destacar que mientras en Estados Unidos, son los propietarios de los circuitos los que organizan las pruebas automovilísticas con el aval de la Asociación Automovilística Americana (en adelante, AAA), en Europa, en cambio, las bases organizacionales recaen en los Automóviles Clubs Nacionales.

Los Automóviles Clubs Nacionales cumplieron un papel cada vez más importante desde su aparición en ciudades metropolitanas¹³. Ubicados preferentemente cercanos a los centros de decisión económicos y políticos (de los cuales sus integrantes eran activos partícipes e interesados), se ocupaban de difundir el uso individual/familiar del automóvil con diversos tipos de actividades, de las cuales, los concursos-carreras y las carreras eran principales atracciones. Esto contribuye de manera significativa a que se transformen en instituciones con poder de decisión política y colaboren estrechamente con los gobiernos (debido a los nexos que proporcionaban los individuos) al punto tal de organizar competencias automovilísticas de distintas distancias. El fin, además de ampliar el conocimiento geográfico del territorio¹⁴, era integrar cada parte recorrida en una

¹² La información que nos brindó el Prof. y Periodista Edgardo S. Berg (entrevistas 2013/2020) aclara el panorama presentado y nos lleva a la interrelación de actores. A través de los nombres de los Grandes Premios se observa un desplazamiento organizacional que nace de instituciones privadas relacionadas con los *mass media* (diarios como el “Le Petit Journal”, “Le Matin”, el “Chicago Herald Times” y “The New York Times”), asociaciones de automovilistas privadas (como el Royal Automobile Club, de Inglaterra) y magnates (como Gordon Bennet, Vanderbilt y el mismo Kaíser Alemán) para, luego, virar hacia instituciones estatales o privadas que representan estos mismos intereses nacionales. En este punto es cuando comenzamos a observar que los Grandes Premios dejan de llevar el nombre del itinerario o de su organizador para ser homónima de las ciudades o los países representados en los recientemente establecidos Automóviles Clubs Nacionales (San Pablo, Francia).

¹³ Los primeros Automóviles Clubs Nacionales datan de antes del comienzo del siglo XX y tienen sede en las grandes capitales europeas. Una escueta enumeración es la siguiente: 1890 (Mónaco), 1896 (Austria/Wein y Bélgica/Bruselas), 1897 (Inglaterra/Londres), 1898 (Francia/París, Países Bajos/Den Haag y Suiza/Berna) y 1900 (Hungría/Budapest). Mientras tanto, el American Automobile Association (USA/Washington) se funda en 1902.

¹⁴ Particularmente pueden mencionarse carreras de fama histórica mundial como la Mille Miglia y la Targa Florio italianas. Las Mille Miglia, por mencionar un caso, se desarrollaba de manera anual (la primera edición fue en 1927 y la última en 1957) y su recorrido comenzaba en la ciudad de Brescia, bajaba hasta Roma y nuevamente de regreso a Brescia. Su itinerario incluía distintas ciudades, como Ferrara, y era cubierta por gran cantidad de medios periodísticos nacionales e internacionales además de que su principal impulsor fue el periodista Canestrini citado más arriba.

construcción constante y sostenida de una identidad nacional¹⁵, no sólo generando empatía y representación sino también la apropiación de esos espacios por parte de la nación entera.

A esta etapa inicial de organización (1894-1941), se la puede caracterizar como de una organización *dispersa*. El adjetivo 'dispersa' es tomado en un sentido más económico que geográfico o cultural. ¿Cómo se explica esto? Porque si bien a partir del año 1904, la Asociación Internacional de los Automóviles Clubs Reconocidos (en adelante, A.I.A.C.R.) es la institución encargada de establecer las conexiones entre los distintos países para poder realizar carreras raid (por ejemplo, la Paris-Pekín) así como algunas reglas comunes que buscan la igualdad de oportunidades entre los participantes (Branz, Garriga Zucal y Moreira, 2013:265), las acciones concretas sólo pueden datarse en el corto período que va de 1924-1928¹⁶. Entonces, se vuelve a la idea expresada párrafos arriba: las actividades competitivas se cristalizan en tanto confluyen aportes de individuos y empresas concretas¹⁷. Estas inversiones no siempre provienen de los mismos interesados, no van destinados a los mismos autos y/o pilotos (lo que hoy sería un *sponsor* de piloto o escudería) y no son estables, es decir, a veces "aparece" el dinero y otras veces no. Todas estas razones son, en definitiva, las que permiten hablar de una organización *dispersa* hasta 1941, año en que la Segunda Guerra Mundial impone un paréntesis a toda competición automovilística¹⁸.

Más allá de la existencia de la A.I.A.C.R., el resurgimiento o reorganización que se sucede luego de finalizada la Segunda Guerra Mundial lleva a que, en 1946, los automóviles Clubs Nacionales se organicen institucionalmente en la Federación Internacional del Automóvil (en adelante, FIA). La reestructuración y renombramiento de la A.I.A.C.R. en la FIA a partir de 1946 da comienzo a una nueva etapa donde prima la plena

¹⁵ Uno de los mecanismos empleados para construir una identidad nacional a través de las competencias automovilísticas son los símbolos y los colores empleados por los primeros autos en las carreras. Con respecto a los colores, la historia de su empleo se remonta al primer Grand Prix Internacional organizado y fiscalizado por el Automóvil Club de Francia. Idea original del Conde Zborowski, quien propuso que cada auto participante del GPI, estuviera pintado con colores alusivos a los países participantes.

¹⁶ Fuente: <https://www.redbull.com/int-en/history-of-grand-prix-racing>

¹⁷ Para ver los aportes estatales habrá que esperar a 1922 en Italia (bajo el gobierno de Mussolini) y a 1934-1939 en Alemania (con las directivas de Hitler en Alemania). Esta afirmación surge de la lectura de las siguientes fuentes secundarias: Doug Nye (2002) "How Evita helped Fangio to the top" [recuperado de: <https://www.telegraph.co.uk/motoring/4757528/How-Evita-helped-Fangio-to-the-top.html>] , Alfred Neubauer (1962:298), jefe de Equipo de Mercedes Benz en los años '30 y '50 del siglo XX, *Hombres, mujeres y motores*, 1ªed:Gráficas Ampurias y Baxa, Paul (s/f) "A Fascist figure of eight: place, Fascism and the Mille Miglia" [recuperado de: <https://www.bsr.ac.uk/a-fascist-figure-of-eight-place-fascism-and-the-mille-miglia>]

¹⁸ Esta afirmación es el resultado de la lectura que se realiza de las fuentes consultadas. Se puede aseverar que el dinero aparece o no cuando dos noticias referidas al mismo piloto o participante menciona que desertó debido a problemas con la inscripción o con los repuestos o con el mismo traslado (en ese momento, viajaban con el mismo auto con el que competían)

institucionalización¹⁹. Este período que se extiende hasta nuestros días y permite, no sólo crear y compartir una reglamentación que rijan las actividades o que el peso de las decisiones organizacionales deje de recaer sobre cada individuo/ciudad en tanto particular interesado, sino, más allá de la temática principal aquí presentada, fomentar un mercado de pilotos que tienda a la profesionalización de los mismos.

Este dato permite introducir a los intrépidos hombres que, con nulas medidas de seguridad, tomaban el control de estas 'rústicas máquinas'.

Los pilotos eran hombres con características bien definidas y se admitían pocas excepciones a estas reglas generales. Vale la aclaración: el automovilismo era la expresión máxima de la modernidad: la unidad entre la producción industrial y las destrezas individuales (Archetti, 2001: 70). Por un lado, el automovilismo es un deporte creado por los grupos socialmente dominantes en el que influyen y confluyen una gran cantidad de intereses económicos. Así, en los primeros tiempos del automovilismo europeo, participar de una competencia no era algo accesible y básicamente los pilotos pertenecían a alguno de estos dos grupos sociales: o eran entusiastas aristocráticos o eran constructores experimentales de automóviles.

El objetivo que perseguían los participantes variaba de acuerdo al territorio en el que vivían y a sus intereses en el juego social: mientras que los constructores buscaban mostrar los desarrollos tecnológicos en pos de fomentar que las inversiones de capital fueran a sus temerarias empresas²⁰, los pilotos pioneros daban una demostración de la gallardía humana, de sus logros y fortaleza. La acumulación de capital simbólico dentro del *jet set* iba de la mano de la idea de masculinidad que se demostraba mediante la habilidad conductiva. Esta habilidad, por otra parte, era vista como una forma de iniciación a la vida adulta, como un ritual de constante entrenamiento²¹. De esta forma, las competencias eran

¹⁹ Canestrini, *op.cit.*, p. 254, nos ofrece el panorama que se presenta a partir de 1946: "...Tras enconadas discusiones, la asamblea modificó el estatuto de la máxima entidad internacional (...) también para ampliar las bases de la federación con la admisión de los clubs nacionales y de las asociaciones de diversos países que se ocupaban de circulación automovilística (...) La comisión deportiva Internacional, a su vez, emprendía la reanudación de la actividad aprobando la nueva fórmula internacional de carreras para el período 1947-1951 (...)"

²⁰ En un artículo aparecido en "Popular Mechanics" (Jan, 1938: 53) se amplían estas diferencias entre los equipos europeos y americanos aportando datos muy interesantes para el panorama de fines de la década del '30. Así "los autos de competición europeos son fabricados por constructores de autos quienes están bien financiados y tienen la ventaja de equipos de ingeniería altamente preparados. En algunas instancias, estos autos han recibido subsidios gubernamentales [no se aclaran ni las instancias ni cuáles son esas empresas beneficiadas]. Así ellos pueden afrontar el empleo de materiales experimentales o en desarrollo. Nuestros pilotos y diseñadores de autos de competición no pueden invertir una fortuna intentando algo que podría volverse impracticable después de todo"

²¹ Este entrenamiento era crucial para los aristócratas ya que les permitía evadir los adjetivos de 'afeminados' y 'sedentarios' que promovía una sociedad moderna cada vez menos exigente físicamente hablando. Archetti (1998:12) nos recuerda que el esfuerzo físico y el cuidado corporal aparecen no sólo como símbolos de la modernidad sino, como

el ámbito ideal (por el riesgo que asumían los pilotos) para atribuir características heroicas a los hombres de carne y hueso que se veían reforzadas por los relatos de los medios de comunicación que cubrían estas carreras. Las imágenes de estos ‘hombres increíbles’, sus cualidades aunadas a una riqueza monetaria y a un capital simbólico en constante crecimiento, no son otra cosa que ejemplo y modelo en el que las sociedades se ven reflejadas.

Por otro lado, el automovilismo -como un campo de acción en el que los intereses son puestos en juego- posibilita el acceso de algunos integrantes de los sectores populares: en Europa, este proceso de inclusión tiene distintos casos. Uno de ellos es el de la empresa FIAT (italiana), ya que fue la primera empresa cuyos pilotos (no profesionales pero que tampoco pagaban por la butaca, sino que recibían un salario por conducir) son reclutados desde las filas de los mismos empleados de la empresa. Otro de ellos es el de Louis Chevrolet, quien llegó a competir con autos de combustión interna por su conocimiento en mecánica adquiridos durante su estancia en la Darracq. Fueron las relaciones forjadas por su trabajo las que le permitieron viajar a América, trabajar en FIAT América y comenzar su carrera como piloto en la Copa Vanderbilt de 1904. Es decir, los primeros pilotos ‘se iban haciendo’ de conocimiento mecánico (indispensable en estos tiempos para poder lograr resultados en las competencias) a medida que la empresa o sus conexiones les permitían disputar carreras. Este conocimiento fue posteriormente reconocido por otras empresas y pasó a ser una de las características de los pilotos al llegar la década de 1930 cuando las automotrices se involucraron personalmente en los equipos para competir.

En este contexto, el objetivo que perseguían los integrantes de los sectores populares era la acumulación de uno o más capitales que les permitieran la movilidad social (Toncel Sanjuán, 2010:48). Estos eventos multitudinarios (presenciales y seguidos a través de los *mass media*) permitían que los individuos carentes de fortuna y/o nombre accedan a ámbitos alternativos a los otrora exclusivos *Jockeys Clubs*. En cada una de estas competencias, los hombres capitalizan su exposición a través de dos mecanismos: por un lado, se convierten en héroes a los ojos del público, en lo que Toncel Sanjuán (2010:50) llama la “visibilidad en lo masivo”, un trofeo ansiadamente perseguido por los deportistas. Esta mística se cristaliza en redes de relaciones que buscan accionar autónomamente a la par de crear una identidad colectiva y de obtener reconocimiento público (Lacoste y otros, 2000:127). Por otro lado, la construcción del deportista es indisoluble del papel de los

algo que hay que desarrollar como una práctica social e individual. A este respecto nos referiremos más adelante cuando avancemos sobre el tema de la institucionalización del deporte.

medios masivos de comunicación: las noticias y titulares dejan de ser simples hechos informativos para convertirse en publicidad para las empresas o los equipos protagonistas, permite la construcción ideal del aficionado y traza el camino de los héroes o ídolos populares (Toncel Sanjuán, 2010:50).

A nivel internacional y a grandes rasgos, éste fue el escenario con el que se encontró el comienzo y desarrollo de la II Guerra Mundial. En cuanto a las competencias, significó una parálisis absoluta a partir de 1941. Los recursos y las mentes estaban abocados a otros fines: la protección y defensa de los territorios y sus naciones. Si pensamos en las automotrices, éstas sufrieron grandes transformaciones que no fueron ajenas a las que sobrellevaron las fábricas en general. La reconversión en pos de producir aviones, tanques, misiles y todo tipo de municiones, repercutió en la innovación y el desarrollo: ya no había Salones Internacionales²² donde presentar nuevos modelos ni un mercado al que le interesara adquirirlos. Los autos de esta época²³ se tornaron en objeto de lujo y representaban la potencia de las naciones. De este modo, el Ejército y los funcionarios de los gobiernos que llevaban adelante las tareas de protección de sus respectivos Estados eran quienes los empleaban con casi exclusividad, nos da un indicio de otras problemáticas que aquejaban a la difusión del automóvil: el racionamiento sobre el combustible y los neumáticos que afectaba a la población civil no se aplicaba a las instituciones estatales²⁴.

Los circuitos tuvieron distintos destinos: si eran callejeros y no habían sido bombardeados, sentían el ir y venir de artillería pesada y soldados; si eran circuitos permanentes -como los conocemos hoy en día- fueron destinados a pruebas y secuencias de entrenamiento militar. Los Automóvil Club de los distintos países se alistaron como colaboradores de los Estados Nacionales: pusieron a su servicio los datos técnicos de rutas y carreteras, así como de itinerarios ya visitados en competencias de resistencia. Los pilotos, en cambio, tuvieron distintas distracciones según su origen socioeconómico y su opción política: algunos fueron espías (Tremayne, 2012:41) de alguna de las potencias en

²² La Exposición Internacional del Automóvil Club de Francia (15/06 al 03/07 de 1898), luego llamado Salón Internacional del Automóvil de Francia, estuvo ubicado en las Tullerías. En esta primera exposición, tomaron parte Daimler, De Dietrich, Dellahaye, De Dion-Bouton, Panhard et Levasor, Mors, Bollée y Serpolliet por mencionar a las empresas más importantes del momento. Otro dato: esta primera exposición fue visitada por 100.000 personas. Información recuperada de: <http://tokyoautos.blogspot.com/2015/04/salon-de-paris-un-clasico-para-el.html>

²³ No está de más recordar que los autos empleados eran de anteguerra, es decir, con fecha de producción hasta 1939.

²⁴ Un ejemplo ilustrativo es el mismo Juan Manuel Fangio. Fangio salía durante el impasse de las carreras producidas por la II Guerra Mundial, a recorrer las rutas para buscar y comprar los neumáticos de los camiones que quedaban varados a raíz de la escasez de combustible. Esos neumáticos se vendían como repuestos porque tanto el racionamiento de combustible como la escasez de neumáticos afectaban a la sociedad.

pugna mientras otros volvían a actividades acordes a sus títulos de nobleza o buscaban la velocidad a bordo de un avión, un barco o una lancha.

El automovilismo en Argentina hasta el término de la II Guerra Mundial

Isabel Allende, una reconocida autora chilena, nos permite desandar los caminos de la comparación y extender su descripción de la sociedad chilena a la argentina. En su libro “La casa de los espíritus”²⁵, narra la posición de la clase alta durante la década de 1920 y antes que sintieran los cimbronazos de la crisis económica mundial del ‘30:

“La clase alta, dueña del poder y de la riqueza, no se dio cuenta del peligro que amenazaba el frágil equilibrio de su posición. (...) Se renovaron los viajes en barco a Europa, que se habían suspendido durante los cuatro años de guerra y se pusieron de moda otros a Norteamérica. (...) Los caballeros andaban deslumbrados por el invento de los coches norteamericanos, que llegaban al país por la mañana y se vendían el mismo día por la tarde, a pesar de que costaban una pequeña fortuna y no eran más que un estrépito de humo y tuercas sueltas corriendo a velocidad suicida por unos caminos que fueron hechos para los caballos y otras bestias naturales, pero en ningún caso para máquinas de fantasía.” (pp.52/3)

Así es como en Argentina el panorama fue notoriamente distinto al mencionado para EEUU y Europa. Antes que nada, el ingreso del automóvil en la sociedad fue sesgado a y por la clase alta²⁶ tal y como es ilustrado por Allende: aquella clase socioeconómica que

²⁵ Versión on line: <https://freeditorial.com/es/books/la-casa-de-los-espíritus>

²⁶ El primer automóvil, un Holzman eléctrico, llega a la Argentina en 1887 comprado por don Eleazar Herrera Motta. Este Holzman no llegó a rodar por las calles de Buenos Aires porque fue trasladado, dentro de los mismos cajones en los que había sido embarcado, hacia Chilecito, La Rioja. Herrera Motta lo tuvo apenas seis meses, hasta que se lo vendió a un tal señor Larrosa en tres mil pesos, cuatro mil menos de lo que lo había pagado. Si bien el Holzman fue el primer vehículo que rodó por los polvorientos caminos de la Argentina, el más recordado es el triciclo con motor De Dion que compró en Francia Dalmiro Varela Castex en 1887. El De Dion era un coche a vapor y Castex lo tuvo 11 años, hasta que se lo compró Marcelo Torcuato de Alvear, segundo presidente argentino elegido por la Ley Saénz Peña en 1922. (<http://www.corsaonline.com.ar/articulo/31/22798/el-genesis-del-deporte-motor-en-el-pais>)

efectivamente poseía el capital monetario necesario para poder traer desde el extranjero estas máquinas, raras, costosas y ruidosas (Korstanje, 2009:761), que llegaban durante la mañana y se vendían al atardecer.

Este escenario pareciera marcar una pauta similar a lo acontecido con el polo, en tanto deporte aristocrático y exclusivo de la clase alta (Archetti, 2005: 15), pero existen evidencias de los elementos divergentes que le dieron su particularidad al automovilismo argentino. Esos elementos son: papel de la élite y de las clases populares, organización de las carreras, rol de las instituciones y de los medios de comunicación para la difusión del automóvil. Como se observará a continuación, todos íntimamente relacionados en el campo del automovilismo en tanto práctica social.

La primera carrera automovilística documentada en la historia argentina tal y como relató Diego Durruty (entrevista, 2017), ocurrió un 16 de noviembre de 1901 en el Hipódromo Argentino²⁷. Esta competencia tuvo dos particularidades referidas a la clase alta que logran captar el interés dentro de este trabajo: la primera tiene que ver con la Sociedad de Damas de Caridad²⁸ quienes organizaron la competencia con fines benéficos. La segunda, es que entre los siete participantes inscriptos se encontraban Aarón Anchorena y Marcelo T de Alvear (no sólo prominentes terratenientes sino propietarios animadores del hipódromo por sus ejemplares ecuestres y por los carreristas a los que dieron vida)²⁹ ‘mano a mano’ con Celestino Salgado, Juan Cassoulet, Juan Abella, Alcorta y Gismondi, todos ellos vecinos reconocidos pero sin entrada en la clase alta argentina del momento (Balmaceda, 2012).

Como se puede apreciar, la participación de la élite excedió la organización como mero acto de recaudación para una causa noble y aceptó no sólo participantes provenientes de clases medias y populares³⁰ sino los riesgos y los laureles de su *performance*

²⁷ Datos proporcionados por Diego Durruty, Director de Revista “CORSA” al momento de la entrevista. Radio La Red Mar del Plata, programa CARS a la Carta, realizada por Estefanía Ferreira y Edgardo S. Berg en el año 2017.

²⁸ Ciafardo, Eduardo O. (1990: 166) la incluye dentro de una de las tantas Sociedades benéficas surgidas a partir de 1880 cuyo ejercicio estaba a cargo de las mujeres. Su objetivo era el de, entre otras acciones, organizar fiestas que se realizaban para recaudar fondos para alguna causa benéfica. La aquí mencionada tuvo como objetivo entregar los fondos al Instituto Siglo XIX que sostenía un asilo de ancianos (Diego Durruty).

²⁹ En esta lista de inscriptos se puede apreciar algo de lo ya mencionado al principio del capítulo: que quienes participaban costeaban de manera absoluta los gastos que participar les acarrearaba así como que la pugna era por el reconocimiento social y las posibilidades de movilidad social futura más que por los premios en sí. Para esta primera carrera específicamente, no se ha encontrado referencia a ningún premio monetario (Cassoulet ganó una cigarrera y una fosforera de plata 900 según lo indica la Revista El Gráfico <https://www.elgrafico.com.ar/articulo/1088/244/el-primer-premio-a-una-carrera-de-autos-argentina>) por lo que es un argumento fuerte que ayuda a sostener la idea presentada.

³⁰ Se remarca este hecho ya que los nombres de los restantes participantes no agregan datos que permitan identificarlos por sobre el resto de la ciudadanía (incluso, en dos, sólo se refiere el apellido). De esta manera, se asume que no pertenecían a la elite y no estaban en estrecha relación con ella. Además, la vinculación entre carreras de automóviles

competitiva³¹. Es decir, abrió lugar a otros grupos sociales (por fuera de entusiastas aristocráticos o de los constructores experimentales de automóviles) para su participación en las competencias.

Pero ése no fue el único cambio. Como bien lo analiza Roy Hora³², las otras clases sociales (medias y populares) durante las carreras de caballos tienen dos roles: ser los jockeys (que cobran un salario y acatan las órdenes de los propietarios de los Studes a riesgo de ser reemplazados) y de observadores. En la carrera de 1901 notamos por primera vez la inclusión -a instancias de la clase más poderosa- de hombres como Salgado y Cassoulet en la contienda.

Cassoulet era un pionero en la rama automotriz, con todos los riesgos que ello acarrea. Su capital económico residía en la actividad que desarrollaba como agente de la marca De Dion Bouton en Argentina. A bordo de un Rochester no sólo ganó la carrera, sino que siguió estableciendo hitos en la historia automovilística argentina hasta fines de la década de 1910, momento de su retiro como piloto. Si bien no pertenecía a la clase más acomodada y no formó parte de la constitución del Automóvil Club Argentino, no dejó de ser el intermediario entre la élite y los automóviles. Esta posición se ve reforzada por la acumulación de capital simbólico que marcan sus hazañas en las estadísticas deportivas argentinas (La Voz del Interior, 2008).

Salgado, por su parte, era un mecánico español. Desde un taller en Buenos Aires armó, a principios de 1901 y a pedido de Enrique Anchorena, el primer automóvil que es documentado como argentino. Armado con piezas nacionales y europeas, el auto y su fabricante obtienen una gran cobertura por los medios gráficos de la época, así es como el sitio web Autohistoria reproduce lo que la publicación Caras y Caretas describió como "...elegante de forma, pintado de rojo y tapizado de marroquín color lacre..."³³. Su conocimiento de mecánica y su relación con Anchorena, no su fortuna ni su origen socioeconómico, fue lo que le permitió participar de la primera carrera en el Hipódromo

y carreras de caballos se establece por el ámbito en que se realizan: el Hipódromo. En este lugar, las clases tienen roles bien definidos según el estudio que realizó Hora, R. (2014) y era impensado que un descendiente de la alta alcurnia - identificado con los Aras y los Studes- demostrara su virilidad siendo el jockey del caballo purasangre de su propiedad.

³¹ Ejemplo de ello es el relato de la época que realizó Daniel Balmaceda (*op.cit.*) acerca del enojo de Marcelo T. de Alvear (futuro presidente argentino) por llegar tercero debido a un desperfecto mecánico en su auto. Con respecto al resultado final de la performance deportiva, en el Archivo General de la Nación consta la fotografía Juan Cassoulet, ganador de la primera carrera de automóviles, Hipódromo Nacional de Núñez, 1901. AGN_DDF_CYC/Caja 2039, inventario: 74573.

³² Hora, R. (2014:30) explica que "los jinetes fueron forzados a comportarse como meros empleados subalternos, cuya misión principal era guiar los animales de sus patrones desde la partida hasta la meta, colaborando para alcanzar un triunfo que en rigor le correspondía a los caballos y sus propietarios."

³³ Tal y como está descrito en el sitio web: <https://autohistoria.com.ar/index.php/pioneros-en-la-fabricacion-de-autos-en-argentina/salgado-el-primer-auto-argentino/> [consultado el 15/10/2020]

Argentino a bordo de su propio prototipo. Si hilamos fino, se puede decir que Salgado representó los ideales que la clase alta depositaba en las carreras de caballos e hizo las veces de jockey: un miembro de la elite corrió con los gastos de armado del automóvil, pero no compitió con él.

Mencionar que la primera carrera de automóviles se realizó en un Hipódromo permite abordar otra cuestión que diferencia las competencias desarrolladas en Argentina durante la etapa aludida con las realizadas en EEUU y el mundo europeo.

En Argentina, debido a la tardía incorporación del automóvil a la vida cotidiana y del ingreso de las automotrices a la producción argentina, la realización de carreras tuvo tres estadios, por describirlo de alguna manera. El primero, es el ejemplificado recientemente y se basa en el Hipódromo (acotado a los primeros años del Siglo XX). El segundo, está íntimamente relacionado con las rutas y el nacimiento del Turismo Carretera (y, por ende, de la sistematización de las estadísticas). Por último, se llega a la construcción de circuitos permanentes (tanto con aporte estatal como privado) y circuitos callejeros (en los que la organización privada necesita del apoyo organizativo -cuando menos- estatal). Sobre este punto se volverá más adelante.

Al hacer referencia a la relación automóvil/vida cotidiana, cabe destacar que su inserción en la vida urbana fue impulsado por los *dandys* o *playboys* criollos³⁴ y, durante las décadas del '20 y el '30, se satisfacía mediante la importación de vehículos completos³⁵ tal y como relató el Sr. José Berg en las entrevistas realizadas durante los años 2013/14 en Mar del Plata. Para este momento histórico, las principales automotrices mundiales ya estaban instaladas en Argentina: Ford (1916), Fiat (1919) y General Motors (1925). Sin embargo, no es hasta la década del treinta que la industria autopartista se constituye como un nuevo sector económico en la Argentina (AdeFA, 2010:22).

Pero si se hace un alto en el automóvil como artefacto cultural, es de destacar que la difusión de su uso (individual y/o familiar) fue impulsado a través de distintas iniciativas por parte del Automóvil Club Argentino y el Touring Club.

Para ejemplificar este punto será necesario remitir al A.C.A. Fundado en 1904 por un pequeño sector de la élite porteña al estilo de los Automóviles Clubs europeos, su objetivo era el de favorecer el disfrute de los automotores mediante actividades recreativas. Entre los asociados, compartían información técnica de las últimas adquisiciones y

³⁴ "Macoco"Álzaga Unzué. Ver <http://www.plazademayo.com/2011/03/tirando-manteca-al-techo/>

³⁵ En una entrevista al Sr. José Berg, quien trabajó desde los '40 y hasta los '60 en las terminales argentinas de Ford, Chrysler, nos contó que los primeros automóviles que llegaban al país venían en grandes cajas de madera, con todas las piezas incluidos los tornillos y arandelas, para que el auto sea armado en las sucursales de la empresa.

promovían y gozaban del “automovilismo”, un *sport* que incluía tanto las carreras como los paseos y excursiones³⁶. Estas actividades, como se dejó entrever, estaban circunscriptas al núcleo social de las clases altas, las que fomentaban y construían un camino más, entre los tantos existentes, para la sociabilidad *inter pares*: sujetos que compartían una cultura moderna simbolizada por el automóvil (Piglia, 2014:27/8).

En la primera posguerra se sucede un cambio cultural interesante: comenzó a pensarse la difusión del automóvil ya no como un objeto de lujo sino como un bien cotidiano, de la gente común, empleado en tanto medio de transporte y de producción (Piglia, 2014: 30). Esto quiere decir que, a través de los automotores, es posible percatarse de un cambio estructural en el cual la prosperidad económica iba directamente relacionada con la movilidad social ascendente. Esto es: los sectores medios (profesionales, comerciantes, etc.) accedieron finalmente al automóvil y, de esta forma, se vincularon con espacios de prácticas sociales antes vedadas o restringidas a su papel de observadores³⁷.

Dentro de estas prácticas sociales, las caravanas y autocampings colectivos fueron los más comunes y difundidos durante la década del '20 y del '30. Estas actividades nacieron fruto de los esfuerzos entre el A.C.A. y los Automóviles Club Locales, y estuvieron íntimamente relacionadas con las ideas modernas de libertad, disfrute y vida familiar en tiempo libre³⁸. Aunado a estas salidas, el ACA trabajó conjuntamente con la Dirección Nacional de Vialidad y con Yacimientos Petrolíferos Fiscales (YPF) para mejorar las condiciones en la que los turistas/asociados viajaban a sus lugares de recreación (por ejemplo, Buenos Aires – Mar del Plata)³⁹. En los próximos capítulos se retomará esta idea y será ampliada al avanzar sobre el rol que esta institución (A.C.A.) cumplió en la organización y fiscalización de las competencias automovilísticas internacionales desarrolladas en la Ciudad de Mar del Plata.

³⁶ No hay que perder de vista que el A.C.A. fue casi una ayuda necesaria de la industria automotriz: el consumo de estos bienes era sólo una de las aristas de la red de actividades económicas muy redituables que se generaban alrededor del automóvil. En estos clubes se tejían redes de asociación en las que los intereses particulares de los socios se movían empleando los recursos que tanto instituciones como corporaciones les proveían.

³⁷ Como las ya mencionadas para el Hipódromo.

³⁸ El Ingeniero García Remohí, mediante entrevista, clarificaba nuestro punto ya que el A.C.A. además de sus filiales trabajaba en conjunto con los Automóviles Club Locales (el Mar del Plata Automóvil Club para nuestra localidad). Estos automóviles Clubs locales no dependen directamente del ACA sino que son instituciones erigidas a partir del accionar de fanáticos y entusiastas de los automotores y del automovilismo.

³⁹ Estas prácticas sociales, el accionar institucional del A.C.A. y el Touring Club y las relaciones que se entablaron entre el A.C.A. y el Estado fueron analizadas por la Dra. Melina Piglia (2014). Son muy interesantes sus análisis de interrelación entre Estado y el A.C.A. en la integración territorial del país mediante la confección de planos en base a la información proveniente de la Oficina Técnico topográfica (creada en 1922) y, luego, de la División de Carreteras. Estas oficinas proveían de información fehaciente a la Secretaria Nacional de Vialidad con lo cual podían concretarse obras de pavimentación, etc.

Se parte de la relación A.C.A.–Estado para volver a los ámbitos en los que se desarrollaban las competencias. Sintéticamente se enumeran las características que diferencian el automovilismo argentino del europeo y/o norteamericano. En primer lugar, en Europa y EEUU se vio la construcción de autódromos o circuitos como una inversión privada redituable mientras que, en Argentina, no era una prioridad. El A.C.A. a través de sus intervenciones y negociaciones logró la ampliación de la red caminera en pos de difundir el uso del automóvil con fines recreativos y de esparcimiento.

En segundo lugar, precisamente por carecer de la infraestructura necesaria, la idea de realizar competencias en ruta fue creciendo a la par de reglas cada vez más estrictas originadas en la inseguridad y los accidentes frecuentes. De esta manera, y siguiendo las fuentes documentales, se puede establecer que entre 1935 y 1937 las competencias en ruta se prohibieron, mas el A.C.A. no resignó su interés por realizar un Gran Premio⁴⁰.

1937 marca un antes y un después en el automovilismo argentino con el nacimiento del Turismo Carretera (TC) y es la tercera -y última- diferencia con EEUU y Europa.

Mientras el interés que individuos, empresas, ciudades y asociaciones de entusiastas norteamericanos y europeos tenían en organizar carreras; en la Argentina, durante la administración del Presidente Justo, es el Ejecutivo Nacional el que por primera vez autoriza al A.C.A. a realizar el Primer Gran Premio de Turismo de Carretera (TC). De esta manera, observamos que la injerencia del Estado en el automovilismo sienta su precedente en la relación simbiótica entre los organismos estatales y las áreas técnicas del A.C.A. Por otro lado, la fuerte interrelación que nace en 1937 sólo será el principio de una trayectoria de, por lo menos, tres décadas (Lupo, 2004:139).

A partir de este momento, las carreras comenzaron a perfilarse como grandes acontecimientos deportivos nacionales despertando el interés de la prensa, de los espectadores y la audiencia. Comenzaron a emitirse programas radiales⁴¹ -con una cobertura cada vez mayor de estos eventos- que, al igual que acontecía con el fútbol, iba llevando a los héroes automovilísticos por los cuatro puntos cardinales del país. La audiencia crecía conforme los pilotos y sus hazañas eran reconocidas y comenzaban a

⁴⁰ “En 1933 se realiza el Gran Premio entre Florencio Varela-Bahía Blanca ida y vuelta. La carrera produjo gran cantidad de accidentes, por lo que la Dirección Nacional de Vialidad prohibió nuevas realizaciones. Ante ello, en 1935, las autoridades del Automóvil Club Argentino idearon una carrera de regularidad que unía Buenos Aires con Santiago de Chile ida y vuelta, donde compitieron por primera vez autos de techo rígido.” (Gonzalez Peña, 2017) Las carreras de regularidad fueron, en ese entonces, la excepción a la prohibición.

⁴¹ Radio Belgrano y Radio Mitre estuvieron a cargo de la transmisión radiotelefónica oficial del Gran Premio de 1937. Es de destacar también, al relator Elias Sojit quien no sólo fue el creador del ciclo “Coche a la Vista” (frase con la que indicaba que alguno de los competidores salía de la nube de tierra que caracterizaba las competencias) por Radio Splendid sino que era la voz del TC en Radio Argentina, Rivadavia, Belgrano y Colonia. (Incorvaia, 2012:41/2)

tener lugar en los medios gráficos o permitían la edición de revistas especializadas⁴². Y así también, por la estrecha relación entre pilotos, *mass media* y espectadores, se forjaban las leyendas: ya sea por un choque espectacular en el que milagrosamente salvaban sus vidas, ya sea por vencer obstáculos técnicos a lo largo de cientos o miles de kilómetros que duraban las competencias o por la trágica muerte de pilotos que no sólo habían establecido récords, sino que se habían ganado la identificación y el reconocimiento por parte del público.

De esta manera llegamos al último engranaje de este capítulo: los pilotos. Nexos entre las empresas, la organización privada y estatal, los *mass media* y el público, el piloto en Argentina tenía características distintivas que establecen una diferencia más con los norteamericanos y europeos. Quien participaba asiduamente de las competencias tipo *raid* como el TC ya había hecho lo propio en carreras de índole menor (como las organizadas por los Automóviles Clubs Locales) y pertenecía a los sectores socioeconómicos medios y populares del interior⁴³. Ya sea por oficio, por necesidad propia del negocio que manejaban o simplemente por la búsqueda de un mejor rendimiento, el piloto se encargaba de ‘preparar’ los autos con los que iba a competir. Este fue un rasgo característico de los pilotos argentinos hasta bien entrada la década del ’60 y era uno de los elementos que les permitía acceder a nuevos modelos de autos para participar de distintos tipos de carreras⁴⁴. Una de las preguntas que animan a recorrer sus biografías es básica: ¿Qué buscaban? Se cree que, más allá de los contextos de vida inherentes a cada piloto⁴⁵, se percibían a sí mismos como héroes. Esa percepción era construida socialmente por todo aquello que rodeaba a la actividad misma del automovilismo como ya se dijo. Y, como todo héroe, perseguían la fama y la gloria aunque no hay que descartar que, consciente o inconscientemente, aspiraran a formar una red de relaciones que les permitiera salir del interior y llegar a otras esferas sociales, económicas y geográficas. Más adelante, se ahondará en la biografía del

⁴² Al primer Gran Premio de 1937 el diario La Nación le dedica una cobertura de tres páginas. La Revista El Gráfico también le dedica espacio al automovilismo e incluso grandes glorias como los Hermanos Gálvez y Fangio serán tapa del Semanario en más de una ocasión. (Incorvaia, 2012:42)

⁴³ Por dar algunos ejemplos: Eduardo Pedrazzini (Primer Campeón en la historia del TC, según la ACTC) estableció una concesionaria de la marca Ford en la ciudad de San Nicolás de los Arroyos. Ángel Lo Valvo (Primer ganador del TC e iniciador del mito de la Cuna de Campeones) compraba y vendía cereales en la ciudad de Arrecifes. Ricardo Risatti I (Campeón Argentino de Velocidad 1937 y 1938, bisabuelo del actual piloto “Caíto” Risatti) comenzó reparando sulkys y carros en el negocio familiar de la localidad Vicuña Mackenna, Córdoba. Luego, se interesaría en la mecánica automotor observando los vehículos que circulaban por su pueblo, razón por la cual decidió mudarse definitivamente a Vicuña Mackenna, instalando su propio taller de autos. Fuente: elaboración propia a partir de números varios de la Revista CORSA, Editorial Abril, período 1976-1984.

⁴⁴ Esto es lo que expresó el Sr. Héctor Fiorda (Presidente A.C.A. – Mar del Plata) en la entrevista realizada en diciembre de 2015 en la ciudad de Mar del Plata.

⁴⁵ Esta aclaración se basa en la historia de Risatti, mencionado anteriormente, y cuya iniciativa para participar de las competencias eran los premios en efectivo que le servirían para comprar los remedios que precisaba su mujer.

piloto que logró, de la mejor manera posible según la visión que se tiene de él en la actualidad, integrar todos los aspectos arriba mencionados: Juan Manuel Fangio.

Recapitulando, el contexto en el cual se encuentra el automovilismo al finalizar la II Guerra Mundial. Internacionalmente, las automotrices llevaron las acciones de avanzada en medio de una penosa reconstrucción económica además de social. Sobre todo, la recuperación industrial europea descansó en buena parte sobre la industria automotriz: debía recuperar obreros, técnicos y, más que nada, ventas. De esta manera y muy lentamente al principio, se reanudaron las competencias automovilísticas como una forma de renovar las ansias por la velocidad y la venta de automóviles: los circuitos y las calles volvieron a cobrar vida con los colores representativos de marcas y países, aunque con los autos de anteguerra. No importaba, lo principal era dejar claro que se había acabado el racionamiento de combustible, neumáticos y repuestos y que los autos podían volver a rodar. Muchos pilotos también volvieron luego de esta interrupción: aquellos más consagrados fueron los que llevaron la voz cantante para la reanudación de carreras y los que tenían un público fiel que asistía sin falta a cada una de sus intervenciones.

El Automóvil Club Argentino no se quedó atrás y casi inmediatamente luego de terminada la contienda mundial, comenzó negociaciones para que los grandes héroes de anteguerra europeos pisaran suelo sudamericano y le dieran al público argentino un gran espectáculo. Más allá de esto, el orgullo nacional estaba en juego: que un coterráneo le ganara a un europeo iba a ser sencillamente una hazaña digna de recordación. Ya los nombres grandes se habían forjado en las espectaculares competencias del TC y algún que otro Premio Internacional: los hermanos Gálvez y Fangio expusieron la lucha de dos gigantes de los autos norteamericanos (Ford y Chevrolet) y dividieron al público argentino a principios de los '40. Prueba de esto son las notas periodísticas -tanto en tapa como en el interior de diarios y revistas- de las que Fangio y los Gálvez fueron protagonistas. Al acercarse 1946, los anuncios de la reanudación de las competencias se hicieron 'a lo grande': nadie desconocía la noticia y tanto instituciones como Estado comenzaron nuevamente a trabajar juntas para las pruebas de velocidad, esta vez, en pleno corazón de la ciudad.

De esta manera, en el próximo capítulo se abordará la interrelación entre Estado (nacional, provincial y local) e instituciones privadas en la organización de los Grandes Premios Internacionales Ciudad de Mar del Plata. Estos GPI se realizaron en circuitos callejeros del centro marplatense en plena temporada estival, lo que representó un atractivo

para residentes y veraneantes y generó comparaciones de la ciudad atlántica con la Múnaco europea tanto por parte de los pilotos como de la prensa extranjera que cubría el evento siguiendo a los ases del volante consagrados que visitaban nuestra tierra.



Tendremos Pruebas Internacionales DE AUTOMOVILISMO?

EL MAR DEL PLATA AUTOMOVIL CLUB ACTIVA SUS GESTIONES EN TAL SENTIDO

El monto del costo hace que se estudie detenidamente su realización.

do la fecha de fines de Febrero o principios de Marzo para que se realizaran en nuestra ciudad las competencias internacionales, pero antes de ellos deberá pensarse en la forma que pue-

dan ellas ser financiadas. 220 mil pesos son necesarios para dar forma a la exigencia de tan extraordinaria prueba y ese monto refleja de por sí la importancia que adquiere su realización y el compromiso que asumen las autoridades del Mar del Plata Automóvil Club, que ya el año anterior dieran prueba de su capacidad y decisión para afrontar compromisos de tal categoría. Pero ahora suma mucho más y hay que pensar que el año anterior se recaudaron 150 mil pesos solamente. Claro está que la solución sería factible si todos pagaran su entrada, como exige la buena ética y el concepto de buenos vecinos que directa o indirectamente reciben los beneficios de esa publicidad para el balneario, pero ya se han tenido pruebas evidentes de que hay muchos sinvergüenzas, sobre todo entre quie-

LA SEMANA

DEPORTES
RADIO
CINES
SOCIALES

Registro Nacional de la Propiedad Intelectual N° 222.317

Dirección, Redacción, Administración: Rivadavia 3226 T.A. 7238

Mar del Plata, Enero 29 de 1949

Año 39 - N° 120

No lucirá su señorío de conductor el gran Aquiles Varzi, pero su recuerdo está en el ánimo de todos los aficionados argentinos que le admiraron el año anterior. En homenaje a su memoria los volantes argentino solicitaron que no fueran sorteado su número para estas competencias internacionales.

La Capital Federal vive ya su primera jornada automovilística internacional animada por los ases extranjeros que son nuestros huéspedes, en franca competencia con nuestros agigantados ex-pichones que a la vez se aprestan a mostrar todo lo que han aprendido en materia de carreras de fuerza libre y volcar el criollo coraje que hace que su fama trascienda más allá de nuestras fronteras. Figuras de relieve personalísimo, fogueadas en las más difíciles y bravas competencias europeas, poseedores de records y campañas fantásticas, llegan a nuestro país para demostrar que todo ese concepto ha sido ganado a fuerza de una calidad que los nuestros les obligarán a despegar en su máxima proporción. Miles de aficionados, no solamente de la Capital Federal, sino de todo el país, se vocharán en el circuito de Palermo para admirar y aplaudir a los bravos del volante que pujarán por la obtención de la gloria del triunfo. Extranjeros y argentinos en una competencia que se mantendrá a lo largo de todo un programa dispuesto para realizarse en varios escenarios, uno de ellos, Mar del Plata.

CUANDO SE CORRERA EN MAR DEL PLATA

Es sabido que se había fija-

PORTADA La bellísima y escultural Rita Haywort, Carlos Urquía, joven delantero de Peñarol. Alberto Pontier, cultor de la musa popular.



Juan Manuel Fangio piloteará una máquina SIM CA similar a la de Jean Pierre Wimille y es por lo tanto el gran candidato a emocionar a miles de espectadores. Aparece con el redactor J. Auliel.

SEMANARIO "LA SEMANA"

MAR DEL PLATA, EDICIÓN DEL 29 DE ENERO DE 1949, PÁGINA 2

"TENDREMOS PRUEBAS INTERNACIONALES DE AUTOMOVILISMO?"

Capítulo 2.

Redes Organizacionales. Las instituciones estatales y privadas y sus vinculaciones a través de los GPI Ciudad de Mar del Plata (1948–1950)

Como pudo apreciarse en el primer capítulo, el Estado y las instituciones comenzaban a aunar esfuerzos para organizar exitosamente carreras de automóviles y beneficiarse con los resultados.

El capítulo 2 se centrará exclusivamente en las acciones que llevaron adelante el Estado y las instituciones estatales y privadas para organizar los Grandes Premios en la República Argentina. Dentro de ésta, analizaremos los vínculos interinstitucionales que se establecieron para desarrollar las competencias conocidas como “La Temporada”⁴⁶ durante el período 1948-1950.

La información se verá ampliada en estas vinculaciones al indagar ¿qué tipos de relaciones se establecían? ¿Entre quiénes? ¿Por cuánto tiempo? ¿Cuáles eran los objetivos inmediatos y cuáles los pautados a mediano o largo plazo? ¿Existían objetivos que se extendieran más allá de un evento? En ese caso, ¿Qué beneficios tenían el Estado Argentino y/o las Instituciones privadas con este accionar? ¿Se pensaba una política deportiva con deportistas profesionales o “*for export*”?

Contexto situacional

En un contexto internacional en el que la industria en general y la industria automotriz en particular debían resurgir, a fines de 1946 comenzaron a organizarse las primeras carreras pos II Guerra Mundial.

⁴⁶ Para explicar qué es la Temporada, el Profesor Edgardo S. Berg nos explica tomando de base el libro homónimo publicado conjuntamente por el A.C.A. e YPF: “La Temporada es como se conoce a la serie de competencias automovilísticas que se llevaron a cabo en la República Argentina entre 1947 y 1951. La característica principal de esta serie de carreras es que fueron organizadas en conjunto entre el A.C.A y distintos Automóviles Club independientes de las ciudades sedes, con colaboración del Estado (llámese nacional o local). Su denominación está relacionada por el momento del año en que se desarrollaban estas carreras: durante la temporada estival del hemisferio sur. El propósito de la Temporada en sí misma, fue la de potenciar volantes argentinos con un carácter propagandístico y (agrego yo) una potencial mediación para contratos comerciales. La forma de potenciar a los pilotos argentinos era que vencieran en nuestra tierra a los ases europeos de anteguerra, de ahí los nombres que visitaron Argentina.”

Claramente, las automotrices enfrentaban una nueva reconversión en pocos años ya que debían volver a fabricar y vender automóviles. Por lo tanto, las primeras competencias que se organizaban estaban integradas por autos de anteguerra. Los pilotos que se presentaban a las competencias también eran de anteguerra. Con esta afirmación se quiere recalcar que no tenían una alta profesionalización⁴⁷ y, por lo mismo, los hombres que se subían a estas máquinas infernales no tenían más preparación que manejar sus propios automóviles por rutas o calles interjurisdiccionales cercanas a sus lugares de residencia.

Por otro lado, los estados como principal institución organizadora durante la época de anteguerra, y que mayoritariamente impulsaban la organización de estas carreras, ya no tenían al deporte motor como una de sus prioridades. El Plan Marshall en Europa anunciaba una reconstrucción que iba a ser tan costosa y casi tan dolorosa como la misma guerra y en el que la participación de los Estados tenía implicancias económicas y sociales en la definición de un nuevo orden. En este contexto, el Estado fue parte de un conglomerado organizador al que acudían cada vez más cantidad de empresas privadas e instituciones intermedias.

A nivel nacional, la Argentina transitaba los inicios de la primera presidencia de Perón. Junto a los cambios políticos, sociales y económicos se realiza la construcción del movimiento a nivel nacional así como la doble dinámica de inclusión/exclusión ciudadana⁴⁸. En lo que al objeto de investigación concierne, lo que interesa es la interrelación que se da entre el apoyo al deporte, y más específicamente a la organización de los Grandes Premios de automovilismo en Mar del Plata, por parte del Estado Nacional⁴⁹, las instituciones privadas y el Estado Municipal.

⁴⁷ La consulta mediante entrevista a los especialistas Edgardo S. Berg y David Hayhoe permiten afirmar que la profesionalización en el automovilismo llega alrededor de 1970 en el ámbito europeo y norteamericano.

⁴⁸ Con esta expresión no referimos a la inclusión derechos de los sectores sociales relegados históricamente por contraposición a la exclusión, en el mismo momento, de aquellos que se declaraban contra el movimiento peronista. Muestra de ello se encuentra en Gambini, 2014:482.

⁴⁹ El apoyo al deporte como parte de la construcción de la ciudadanía social. Una ciudadanía importante y partícipe necesaria para la organización de las competencias automovilísticas en Mar del Plata. Nuestro interés radica, no tanto en la construcción política del peronismo como partido político nacional, sino y siguiendo la interpretación de Daniel James, aquel cambio decisivo en la **conducta** y las lealtades políticas de la clase trabajadora, que adquirió una visión política de la realidad diferente y que permitió redefinir la noción de ciudadanía como una **ciudadanía esencialmente social** (James, 2010:27). Que la ciudadanía fuera social y que llegara a todos los rincones del país refleja la doctrina peronista que toma y afirma los valores, hábitos, estilos de vida y conciencia de la clase trabajadora. Ese estilo, tal y como describe James, es incorporado por Perón en su discurso –con marcado sello autorreferencial– al punto de ser asimilado simbólicamente como un “descamisado” más en cualquier reunión política (James, 2010:37). O “el primer deportista”. Sin embargo, que Perón haya sido presentado a las masas como el primer deportista.

Perón, "el primer deportista" que "apoya al deporte"

Con dos *slogans* caros al sentir peronista, se considera necesario comenzar el análisis por el Estado Nacional y su máximo representante antes de ingresar en las acciones municipales o de instituciones privadas con respecto a la organización de los GPI en Mar del Plata.

La unión entre Perón y el deporte nace desde la misma juventud del general. Al recorrer rápidamente su biografía, en su haber cuenta haber fundado el Boxing Club en Paraná tan sólo con 20 años así como haber participado de los Juegos Olímpicos representando a Argentina en 1924. Su relación con el deporte incluye haber dirigido equipos de fútbol y básquet militares (con los que pudo salir campeón nacional), en 1936 intensificar sus ejercicios de equitación y tiro estando en Chile y, llegando 1940, durante su estadía en Italia, siguió el curso completo de alpinismo y esquí (Gambini, 2014:481).

Cuando llegó a la presidencia, sus objetivos políticos y la conformación de un movimiento nacional⁵⁰ fueron transversales al impulso que se le daba al deporte. ¿Por qué? Hugo Gambini explica esta dicotomía entre la restricción de las libertades políticas y la ampliación de las prácticas y participación deportivas:

"[Perón] Sabía que idénticas multitudes a las que coreaban su nombre se reunían semanalmente para ovacionar a un equipo de fútbol o a un boxeador. Las limitaciones que impuso a las actividades políticas serían así compensadas por un sólido apoyo al deporte, donde peronistas y opositores se mezclaban en las mismas filas." (Gambini, 2014:482).

El "Primer deportista" tenía presente que ampliar el acceso del deporte a las masas (en su doble rol de deportistas/espectadores) residía una de las fortalezas sobre las que podía construir legitimidad. Victor Lupo (2004:192) recuerda que Evita siempre explicaba que Perón trabajó para que el deporte dejara de ser un privilegio de pocos para pasar a ser un derecho de todos. Así las cosas, no hay que perder de vista que estas acciones tenían una clara intencionalidad: eran una de las fuentes de propaganda política del gobierno que

⁵⁰ Cuando hablamos de la construcción de un movimiento nacional lo hacemos de una manera general sin entrar en las distinciones que ofrecen las interpretaciones historiográficas ortodoxas, heterodoxas y extracéntricas sobre el surgimiento, construcción y consolidación del peronismo. Al trabajar nuestro objeto de estudio desde la perspectiva local, recaemos en las interpretaciones extracéntricas para explicar y analizar la interrelación entre los distintos niveles del Estado (nacional, provincial, local) en la organización de los Grandes Premios de Automovilismo. Ver Macor y Tcach (2003) para ampliar.

incluían la movilización de ciertas manifestaciones culturales con el objetivo de difundir valores y comportamientos que eran sustanciales al ideario que se intentaba implementar (Andrade de Melo y Drumond, 2009:57). Perón, hay que remarcarlo y será nuevamente abordado más adelante, utilizó al deporte en todos los sentidos posibles. La popularidad del deporte era instrumentalizada de manera que los grandes ídolos y las victorias conquistadas pasaban a ser símbolo de la Nueva Argentina (Andrade de Melo y Drumond, 2009:64) y ayudaban a construir una diplomacia cultural ante las naciones del mundo (Rein, 2017:2).

“Perón le daba todo al deporte y el deporte le daba todo a Perón” (Lupo, 2004:191). Con esta afirmación, se da a entender que el apoyo de Perón al deporte durante el período de análisis propuesto puede ser definido como una relación de simbiosis donde uno y otro se retroalimentaban para conseguir sus propios fines. Rodríguez (1999) define a este período que va de 1945 a 1955 como una “gran fiesta deportiva”. Es esta aseveración la que permite pensar la conflictividad de interpretación que pesa sobre las acciones del Estado durante este período. Sin embargo, se suscribe a su explicación al no poder obviar el dato de que, por primera vez, el Estado opera sobre el área deportiva creando una modalidad de intervención innovadora con respecto a las anteriores administraciones gubernamentales (Rodríguez, 1999:210).

Para reafirmar lo anteriormente expuesto basta con mencionar la obra y los logros que el gobierno peronista ofreció al deporte, fabricando una "montura ideal" para lograr la masificación de su práctica con los mejores resultados internacionales. En este recuento seguiremos a Victor Lupo (2004:192/3/4) y comenzamos con un aumento del presupuesto en casi 9% entre 1943 y 1953/54⁵¹. Luego, vienen las obras de infraestructura y la realización de distintas competencias nacionales e internacionales que proliferaron entre 1946 y 1955 y quedaron en la memoria colectiva del pueblo unido a los resultados deportivos. Entre lo anterior, podemos enumerar los "Campeonatos Evita", el Velódromo en el Parque 3 de Febrero (inaugurado en 1951), el apoyo para diversos estadios de Fútbol (quizás, el más representativo sea el de Racing Club de Avellaneda y el de Huracán), los Primeros Juegos Deportivos Panamericanos (1951), los torneos estudiantiles de la Unión

⁵¹ Lupo (2004:192) menciona “el aumento del **presupuesto para la educación** donde se incorporaba al **deporte** del 5,6% en 1943 al 13,5% en los años 1953/54”. Esto nos lleva a pensar en el lugar que el deporte ocupaba en el régimen peronista. Concordamos, al igual que muchos historiadores, en que el deporte -practicado por todas las esferas sociales, pero más aún después de la masiva inclusión de la clase popular a su práctica- como una teatralidad. Esta puesta en escena vinculaba al espectáculo deportivo como un nuevo ritual nacional posible al tiempo que ampliaba el repertorio simbólico común. No podemos olvidarnos, además, que el espectáculo deportivo apareció como válido para integrar el repertorio nacional y que su legitimidad estaba dada por su vínculo con lo popular (Rodríguez, 1999:211)

de Estudiantes Secundarios, la Federación Militar Argentina (creada en 1953) y, sólo para cerrar esta enumeración, el Autódromo 17 de Octubre de la ciudad de Buenos Aires⁵² y el Primer Gran Premio de la República Argentina de la Fórmula 1 Internacional.

Para ilustrar el impacto del deporte en la construcción política del peronismo se tomará como ejemplo la campaña electoral de 1951 en la que se realizó un gran acto donde confluieron trabajadores, mujeres y deportistas. En el mencionado acto estuvieron presentes Pascual Pérez, José María Gatica, José Froilán González, Óscar y Juan Gálvez, Mary Terán de Weiss y Juan Manuel Fangio y, según comunica Lupo, fue por entonces que se lo llamó a Perón: "Primer Deportista Argentino"⁵³. Distintas publicaciones de la época atestiguan que éste era un tiempo en el que los deportistas argentinos agradecían al presidente por el apoyo que se les brindaba y que les permitía enfrentarse a todos sus adversarios en igualdad de condiciones⁵⁴.

En este punto en particular es posible afirmar que la presencia de Perón en los GPI de la ciudad de Mar del Plata se ha hecho desear. Aduciendo -y no hay razón para dudar que haya sido efectivamente así- "compromisos ineludibles", envió telegramas con el saludo cordial que correspondía a los organizadores del GP. A continuación, se reproduce la mención al telegrama enviado por Perón con motivo del primer GPI Ciudad de Mar del Plata 1948:

"El Presidente del Mar del Plata Automóvil Club señor Norberto S. Paoletti ha recibido ayer un conceptuoso telegrama del primer mandatario de la Nación general Juan Domingo Perón, agradeciendo la invitación para concurrir con su señora esposa a la prueba automovilística de hoy. El texto expresa: 'Exmo. Señor Presidente agradece amable invitación asistir prueba automovilística realizarse mañana circuito Torreón de

⁵² El Autódromo 17 de Octubre, hoy llamado "Oscar A. Gálvez" fue inaugurado el 9 de marzo de 1952 y albergó el Primer Gran Premio de F1 Internacional en 1953. Nuestro período de análisis, como ya dijimos en el capítulo 1, comprende la era pre-F1.

⁵³ Lupo, 2004, pp. 194. Asimismo, Gambini (2007:482) lo expuso, también, de esta manera "El eslogan iba a surgir solo, de los propios comentarios periodísticos: *Perón apoya al deporte*. Es que era una verdad tan irrefutable que no habría quien se atreviera a ponerla en duda (...) Todas las disciplinas recibieron, en mayor o menor grado, el respaldo necesario para desarrollarse (...) Dos resultados inmediatos recogería el gobierno de esa política: capitalizar electoralmente los triunfos deportivos y manipular su difusión (...) se intensificó la propaganda en el exterior a través de grandes delegaciones de atletas..."

⁵⁴ Lupo, 2004, pp. 194. En el Diario La Mañana, 23/01/1949, se afirma que sólo recién después de la compra de los autos italianos por parte del A.C.A. "(...) Por primera vez en las reuniones internacionales de nuestro país, los volantes argentinos Fangio, Malusardi y Bucci, podrán luchar en igualdad de condiciones con los ases extranjeros (...)".

*esa ciudad, lamentando compromisos ineludibles impídanle asistir como eran sus deseos. Al augurar el más franco éxito de la prueba. Exmo. Señor Presidente envía cordial y afectuoso saludo autoridades, participantes y asistentes. Renuévoles seguridades distinguida consideración (...)*⁵⁵

De esta manera, y aún sin haber contado con la presencia efectiva del general en ninguna de las ediciones de los GP realizados en la ciudad de Mar del Plata, se han hecho presentes representantes del gobierno nacional de manera que el interés que el general Perón depositaba en estos eventos no podía ser catalogado como de indiferencia de ninguna manera.

Para ejemplificar esta afirmación se rescata el hecho que el Ministro del Interior, Ángel Borlenghi, haya sido el encargado de bajar la bandera a cuadros dando comienzo a la primera prueba automovilística de las tres disputadas en la ciudad balnearia. Este hecho fue notado y reproducido tanto por el Diario La Capital de Mar del Plata como por el Diario La Semana⁵⁶ en sus crónicas de la competencia que, además, ocupaban casi toda la página correspondiente.

Una vez expuesto que los Grandes Premios en Mar del Plata no eran ajenos a los intereses del general Perón, el análisis debe continuar hacia los siguientes niveles estatales: provincial y municipal. Sin embargo, antes de continuar, se cree necesario realizar una aclaración que se relaciona con Fangio, idea que será retomada en el próximo capítulo. La salvedad, con amplio respaldo bibliográfico, está dada por el hecho objetivo de que Perón no estaba solo y que muchas de las acciones de su gobierno eran impulsadas por mediadores políticos⁵⁷. Quizás la principal mediadora política, la más visible, haya sido Evita pero ella queda excluida del análisis por el objeto de estudio que se propone. De esta manera, más adelante, al abordar la figura de Fangio, la mirada estará dirigida a la segunda línea de liderazgo dentro del régimen peronista: aquella constituida por Carlos Vicente Aloé y Jorge Antonio, así como Borgonovo se presenta en la intersección entre gobierno y A.C.A.

⁵⁵ Diario La Capital, Mar del Plata, página 7, Domingo 25 de enero de 1948. "El General Perón envió un conceptuoso telegrama".

⁵⁶ Diario La Capital, página 4, 26 de enero de 1948. Diario La Mañana, pagina 4, 26 de enero de 1948. Ambos medios serán analizados en el próximo capítulo, pero es de destacar que el Diario La Semana tiene una gran influencia del peronismo en su constitución y en la inclinación de las noticias y opiniones vertidas.

⁵⁷ Ranaan Rein (2008:83/4) explica que los mediadores políticos son aquellas personas provenientes de diversos sectores sociales y políticos que cumplen la función mediadora y realizan su aporte a la movilización de apoyo a Perón, a la estructuración de su liderazgo y a la modelación de la doctrina justicialista. No sólo eso, sino que, además, estos intermediarios acumulan cierta medida de poder y prestigio propio como consecuencia de la función que cumplen.

Luego de esta puntualización, se continúa con la interrelación de los Estados nacional, provincial y municipal en la organización de los Grandes Premios Ciudad de Mar del Plata.

Provincia y Municipio, ¿cuál fue el papel de las instituciones estatales en la organización de los GPI en Mar del Plata?

Ya fue expresado en el apartado anterior el interés que Perón y, más concretamente, las acciones del Estado Nacional tendientes a apoyar a los deportistas para que representaran a Argentina en el exterior. Aunque Perón mismo no se hiciera presente en los GPI realizados en la ciudad de Mar del Plata, la conjunción de deportistas, conquistas y victorias de los ases del volante sirvieron para captar y apoyar la construcción del movimiento en el interior del país⁵⁸.

A partir de este momento, la indagación se centrará en la participación directa o indirecta de los estados provincial y municipal en la organización de los GPI Ciudad de Mar del Plata. Y, para comenzar, se debe realizar una mínima mención a las redes organizacionales que no eran ni más ni menos que “la interacción de entidades que son distintas unas de otras, pero están aglutinadas por comunidades de valores” (Lacoste y otros, 2000:126). Este concepto es el que permite analizar los roles que cada institución cumplió, de manera individual y/o conjunta, en la organización y desarrollo de los GPI.

Para comenzar hay que recordar que, para el período enunciado (1948-1950), la provincia de Buenos Aires se encontraba gobernada por Domingo Mercante⁵⁹. En cuanto al ámbito local, Mar del Plata tuvo oficialmente distintos Comisionados e Intendentes en un lapso de 4 años. Se tomó arbitrariamente el período que va desde octubre de 1947 a marzo de 1950⁶⁰ siendo los mandatarios del Partido de Gral. Pueyrredón, los siguientes:

⁵⁸ Aunque el ejemplo que sigue excede nuestro marco temporal, es demostrativo de lo que acabamos de afirmar: “El día 12 de julio del corriente año a las 8 horas, desde el edificio de la Confederación Argentina de Deportes, los hermanos Juan y Roberto Gálvez iniciaron un raid que abarcó un recorrido total de 14 000 kilómetros, a través de todo el territorio de la República Argentina, llegando hasta Ushuaia, con el propósito de recoger firmas solicitando la reelección del Excmo. Señor Presidente de la Nación, general Perón, para el nuevo período gubernativo. (Automovilismo, agosto de 1951)”, en: Gruschetsky, 2019:162. Esta idea será retomada para abordar el papel de los medios de comunicación en la difusión del automovilismo y en la construcción de la figura de Fangio.

⁵⁹ El período en que Domingo Mercante, uno de los pilares del gobierno de Perón, se desempeñó como gobernador de la provincia de Buenos Aires fue desde el 16 de mayo de 1946 al 4 de junio de 1950.

⁶⁰ El período arbitrario está fundamentado de la siguiente manera: para octubre de 1947 ya estaban confirmados los primeros GP en Argentina (circuito de Retiro, Bs. As.) por lo que no es descabellado pensar que, para este mes en Mar del Plata, todas las instituciones intervinientes estaban conversando para organizar el GP de Mar del Plata.

Tabla 2 – Intendentes y Comisionados del Partido de Gral. Pueyrredón
(período 1947-1951)

24/10/1947 al 10/11/1947	Comisionado Interino	RICCARDI GIOIA, Vicente
10/11/1947 al 1/5/1948	Comisionado	SARQUISSE, Alfredo
1/5/1948 al 3/3/1950	Intendente	PEREDA, Juan José

FUENTE: **Elaboración propia** realizada en base a la información provista por el Servicio Documental de la Biblioteca Municipal Leopoldo Marechal. Ubicación: 3-C; N°1. Folios 8.

La información que proveen el Boletín Municipal y los medios periodísticos⁶¹ de la ciudad fueron empleados para abordar el papel que tanto provincia como municipio tuvieron en la organización de los GPI de la Ciudad de Mar del Plata.

De esta manera, la incidencia de la Provincia de Buenos Aires en la organización de los GPI de Mar del Plata es nula en las tres ediciones de los mencionados eventos. No se visualizan registros ni en los Boletines Municipales ni en los medios periodísticos consultados acerca de un posible aporte monetario o de recursos específicos de la Provincia a la realización de los Grandes Premios. En lo que respecta al Boletín Municipal, hay que esperar hasta enero de 1950 para que en el mismo se incluya el decreto “Reglamentando la Realización de Carreras Automovilísticas”⁶². Esta publicación dentro del Boletín Municipal retransmite los decretos Provincial y Nacional⁶³ respecto de las Carreras automovilísticas a desarrollarse en las rutas nacionales. De esta manera, no sólo queda excluida de la presente investigación por exceder el margen temporal sino, además, por no tratar directamente ni del circuito callejero y/o de la organización del evento en cualquiera de sus aspectos.

Con respecto a la participación de la Municipalidad en la organización de los tres GPI Ciudad de Mar del Plata, caben diferenciar dos escenarios recuperados a partir de las fuentes consultadas. El primero de ellos es el relacionado con la primera edición realizada durante el verano de 1948. Los Boletines Municipales consultados no hacen mención

⁶¹ Las publicaciones periódicas consultadas fueron: a) Diario “El Trabajo”, Mar del Plata. Ediciones desde el 1º de octubre 1947 al 28 de febrero 1951, b) Diario “La Capital”, Mar del Plata. Ediciones desde el 1º de octubre de 1947 al 28 de febrero de 1951, c) Diario “La Mañana”, Mar del Plata. Ediciones desde el 1º de octubre de 1945 al 28 de Febrero de 1951, d) Revista “El Gráfico”. Ediciones desde 1945 hasta 1951 y e) Semanario “La Semana”, Mar del Plata. Ediciones desde el 1º de octubre de 1947 al 28 de febrero de 1951.

⁶² Boletín Municipal, Enero 1950, páginas 56 y 57.

⁶³ Expediente 107-I-1950, Firmado por Raúl Aníbal Mercante, Ministro de Obras Públicas de la Provincia.

alguna con respecto a la organización de este GPI en contraposición con el “Gran Premio Automovilístico Primavera Ciudad de Mar del Plata” de 1947. ¿Por qué nos llama la atención este silencio?, porque se puede mencionar a este GP Primavera como un antecedente para ver la iniciativa conjunta entre los distintos niveles estatales (provincial y municipal) y las instituciones privadas (A.C.A. y Mar del Plata Automóvil Club):

“Mar del Plata 29 de agosto de 1947. (...) Artículo 1º: Aprobar el proyecto de la Dirección Municipal de Turismo para realizar con el auspicio de la Dirección de Turismo y Parques Provincial y el concurso del Automóvil Club Argentino y Mar del Plata Automóvil Club el Gran Premio Automovilístico Primavera Ciudad de Mar del Plata acordándose en consecuencia la correspondiente autorización (...)”⁶⁴

El primer “Gran Premio Ciudad de Mar del Plata”, como se afirmó, no siguió la tónica mencionada. Una de las explicaciones que se puede argüir es que, por lo expuesto en el Boletín Municipal, la Dirección Municipal de Turismo de Mar del Plata no fue creada y organizada sino hasta el 18 de junio de 1948⁶⁵; es decir, pasado el primer evento internacional. ¿Por qué este dato puede ser factible y creíble? El argumento es viable desde el momento en que el decreto pertinente establece los objetivos que perseguiría y, entre ellos, se exponen los siguientes:

“Dirección Municipal de Turismo. Artículo 1º: Créase la Dirección Municipal de Turismo de Mar del Plata (...) Artículo 2º: (...) y una junta consultiva de diez miembros (...) Artículo 8º inc. I): Organizar y auspiciar certámenes deportivos de importancia con el concurso de participantes nacionales y extranjeros (...)”⁶⁶

Más adelante, en el mismo Boletín, se leen puntos concretos referidos a la Junta Consultiva arriba mencionada:

⁶⁴ Boletín Municipal, Julio-Agosto, 1947, página 19.

⁶⁵ Hay que hacer una mención explicativa sobre este concepto. No es que no existiera previamente la Dirección de Turismo sino que, ante la sanción de una nueva ley relacionada con la Dirección de Turismo y Parques de la Provincia se “plantea la necesidad de adaptar las disposiciones vigentes a nuevas exigencias...”, Boletín Municipal, Junio 1948, página 10.

⁶⁶ Boletín Municipal, Junio 1948, páginas 10 a 12.

“Expediente 18/C/1948, creando la Dirección Municipal de Turismo (...) Art. 3ª: El Consejo Consultivo se reunirá tres veces por año (...) y estará constituida por (...) g) Un representante de cada una de las siguientes entidades: (...) Automóvil Club Argentino, Mar del Plata Automóvil Club (...) Artículo 7º: Serán además deberes y atribuciones de la Junta Ejecutiva de la Dirección Municipal de Turismo de Mar del Plata (...) i) Organizar certámenes deportivos de importancia con el concurso de atletas locales nacionales y extranjeros facilitando la asistencia de todos los aficionados del país”⁶⁷

De esta manera, se posiciona a este decreto como la cristalización del trabajo conjunto entre instituciones estatales e instituciones privadas, quizás, teniendo presente ese primer Gran Premio de enero de 1948.

Como fue expresado anteriormente, hay un segundo escenario sobre la participación del Estado municipal. Éste tiene que ver específicamente con los Grandes Premios organizados y llevados adelante durante 1949 y 1950. Así, los Boletines Municipales son explícitos en cuanto al aporte específico de la Municipalidad a los Grandes Premios, no ya desde la Dirección de Turismo sino desde el Departamento de Obras Públicas:

“Mes de Febrero de 1939⁶⁸ (...) Palcos y Escenarios. - Armados de palcos y escenarios para las distintas fiestas y actos programados, circuitos de carreras, corsos (...)”⁶⁹

Otro ejemplo que se transcribe a continuación es el que corresponde a la nota con fecha 30 de diciembre de 1949, en la que se observa la vinculación -a analizar en el próximo apartado- del A.C.A.⁷⁰ con la Municipalidad en relación al Gran Premio a realizarse en 1950:

⁶⁷ Boletín Municipal, Junio 1948, páginas 55 a 58.

⁶⁸ Se constata un error de impresión y, originalmente, dice 1939 donde corresponde a 1949.

⁶⁹ Boletín Municipal, Febrero 1949, páginas 14/15. Diario El Trabajo, 17/02/1949: *“En la fecha se ha dado comienzo a los trabajos correspondientes al arreglo del pavimento del circuito a fines de dejar éste en buenas condiciones para el desarrollo de la prueba”.*

⁷⁰ Hablamos del A.C.A. y no del Mar del Plata Automóvil Club, que se registre esta diferenciación que será tratada en el próximo apartado.

“Gran Premio Automovilístico ‘General San Martín’ Señor Presidente de la Comisión de Carreras del Automóvil Club Argentino Don Francisco Borgonovo (...) Tengo el agrado de dirigirme al señor Presidente (...) llevo a su conocimiento que la población local ha visto con general beneplácito que esa Comisión de Carreras que tan dignamente preside, haya incluido a Mar del Plata -como en años anteriores- entre las ciudades de la República que serán escenarios de la Temporada Internacional de Automovilismo. Al propio tiempo hágole saber que he encomendado a la Dirección de Obras Públicas y División Talleres de la Municipalidad, para que efectúen los trabajos de mejorado del afirmado circuito y cierre de las calles adyacentes, instalación de palcos, graderías, ornamentación del recinto y cualquier otro detalle ulterior (...) (Fdo.) JUAN JOSÉ PEREDA, Intendente Municipal (...)”⁷¹

Esta expresión de colaboración en donde la Municipalidad se hace cargo de lo referente al circuito se manifiesta más adelante en el mismo Boletín cuando se detallan las acciones del Departamento de Obras Públicas en enero de 1950⁷². En concreto, los arreglos del asfalto, la organización del tránsito en el circuito y alrededores, la ornamentación del circuito y colocación de palcos corrieron por cuenta y orden del ámbito estatal municipal. No se tuvo acceso a cartas específicas más que las publicadas en los Boletines Municipales por lo que, si se siguen las fechas de publicación, se puede argumentar que es el A.C.A., como institución privada con sede en la capital del país y con cierto ascendente sobre el gobierno nacional, quien impulsa la realización de los GPI en Mar del Plata. De aquí en adelante, se analizarán las responsabilidades y relaciones entre el A.C.A. y el Mar del Plata Automóvil Club en la organización de los mencionados Grandes Premios.

⁷¹ Boletín Municipal, diciembre 1949, página 47.

⁷² “Equipo de Asfalto: Circuito El Torreón 700 metros. (...) Se procedió a la colocación de varios palcos. (...)” Boletín Municipal, enero de 1950, páginas 28/29.

A.C.A. y el Mar del Plata Automóvil Club, instituciones privadas como cabeza de las redes organizacionales

Hasta ahora se ha analizado individualmente el papel del estado nacional, provincial y municipal. En este punto y recogiendo los datos provenientes de los Boletines Municipales que aúnan y cristalizan el trabajo en conjunto de las distintas institucionales, se ingresa al concepto de redes organizacionales, cómo funcionan y cambian de secundarias a principales según cambien las variables de análisis.

El Mar del Plata Automóvil Club, entidad de entusiastas del automóvil local.

El Mar del Plata Automóvil Club (MdP.A.C. en adelante) es comúnmente confundido como 'la' filial del A.C.A. en la ciudad de Mar del Plata. Pero, como ha sido mencionado en el capítulo anterior, los Automóviles Club del interior y/o de cada ciudad no guardan relación institucional con el A.C.A. nacional ni sus filiales. Antes bien, son independientes en todo sentido aunque cada evento que organicen está supeditado a la fiscalización del A.C.A.

Lo cierto es que esta entidad de entusiastas y aficionados del automovilismo marplatense fue creada el 29 de marzo de 1947 con el fin *"...de cumplir el viejo anhelo de la entidad del deporte automovilístico (...) el Mar del Plata Automóvil Club alcanzará rápidamente a imponerse a la consideración de nuestra población deportista y constituirá en el futuro un motivo más de enlace con el resto del país..."*⁷³. A partir de este momento, la entidad local se dedicó a organizar competencias de regularidad y a participar de los premios de localidades vecinas o regionales. Los integrantes de la primera Comisión Directiva no son actores con conexiones políticas sino, más bien, comerciantes locales⁷⁴. De ello se desprende que todo lo que pudieron -y pudieran- lograr se haría en base a los contactos locales que ya tuvieran, la participación de los entusiastas locales y/o la conexión que como integrantes institucionales pudieran realizar con mediadores políticos de mayor peso -léase regionales/provinciales y hasta nacionales-⁷⁵ poniendo en juego capitales que les permitieran acceder a mayores logros. Lamentablemente, la falta de fuentes

⁷³ Folleto del MdP.A.C., s/f.

⁷⁴ Cuando hablamos de empresarios locales, la información es la que nos brindan los folletos de la misma institución que actúan como una doble publicidad: institucional e individual. Así, el Sr. Romeo ocupaba el cargo de Vicepresidente primero tenía una casa relacionada con neumáticos en Colón al 3300; el Sr. Emanuele -Vicepresidente segundo- tenía una venta de repuestos en calle Rioja al 2100; el tesorero, Sr. Marangón, tenía un taller eléctrico y dedicado a motores en calle Colón al 3300 por sólo mencionar algunos ejemplos. Folleto del MdP.A.C., s/f.

⁷⁵ Cabe destacar que éstos últimos contactos suelen ser circunstanciales, específicos, para un solo objetivo y de corta duración. Así es probable que haya sido el camino recorrido por el MdP.A.C. desde su fundación y hasta la realización del primer evento internacional.

institucionales no permite ahondar en esas conexiones (y/o contraprestaciones) que se pueden haber establecido, quizás, con otros actores nacionales para llevar adelante la organización del primer GPI de la Ciudad de Mar del Plata.

Al ser un actor institucional mencionado por las distintas fuentes consultadas ha sido considerado de manera transversal y como sólo uno más de los componentes de la red organizacional que dio vida a los GPI de Mar del Plata. Debido a que la reconstrucción de las acciones del MdP.A.C. obedecen a las noticias locales, podemos determinar que su papel en tanto organizador de los Grandes Premios Internacionales de la Ciudad de Mar del Plata fue de mayor a menor. *A priori* se pudo establecer que su rol como organizador había sido constante -sino creciente- a lo largo de los tres GPI disputados en Mar del Plata. Sin embargo, queda demostrado escuetamente en este apartado y con más profundidad al analizar el papel cumplido por el A.C.A. en los GPI, que la institución quedó relegada al ámbito local para aficionados luego del GPI de 1948.

Sus inicios como institución privada fueron promisorios. Su antecedente más inmediato al GPI había sido la organización del Gran Premio Primavera -que fue mencionado cuando se abordó el rol del municipio- en septiembre de 1947. Luego de esa actividad, se posicionó como la institución articuladora entre el A.C.A. y la ciudad de Mar del Plata para erigirse como la organizadora del Primer GPI Ciudad de Mar del Plata en enero de 1948⁷⁶. Con respecto a este evento, las fuentes marcan el excelso papel de la “...*novel y progresista institución marplatense...*”⁷⁷ tanto por “...*el acierto de los organizadores de la gran carrera automovilística en la elección del recorrido a seguirse por los competidores...*”⁷⁸ como por la decisión sobre la forma en que habría de disputarse la competencia para hacerla más atractiva a los espectadores.

Empero y siguiendo lo dicho más arriba, su papel participativo decrece del evento de 1948 al de 1949⁷⁹. Es interesante ver cómo todos los medios locales apuntalan la búsqueda de apoyo y ayuda externa al MdP.A.C.⁸⁰ para que pueda asegurarse la sede de Mar del Plata. Sin embargo, también es interesante ver que la escasa posibilidad del MdP.A.C. para afrontar íntegramente el costo de organización de la carrera de 1949 está relacionado, según el Semanario La Semana, en la poca colaboración de la población:

⁷⁶ Diario La Capital, 27/01/1948.

⁷⁷ Diario La Capital, 12/01/1948.

⁷⁸ Diario La Mañana, 25/01/1948.

⁷⁹ Semanario La Semana, 29/01/1949: “...220 mil pesos son necesarios para dar forma a la exigencia de tan extraordinaria prueba y ese monto refleja de por sí la importancia que adquiere su realización y el compromiso que asumen las autoridades del Mar del Plata Automóvil Club, que ya el año anterior dieran prueba de su capacidad y decisión para afrontar compromisos de tal categoría...”

⁸⁰ Mencionadas y analizadas paralelamente al A.C.A. en el próximo apartado.

“...el año anterior se recaudaron 150 mil pesos solamente. Claro está que la solución sería factible si todos pagaran su entrada, como exige la buena ética y el concepto de buenos vecinos que directa o indirectamente reciben los beneficios de esa publicidad para el balneario, pero ya se han tenido pruebas evidentes de que hay muchos sinvergüenzas, sobre todo entre quienes pueden pagar y no lo hacen y entre quienes teniendo la obligación moral de colaborar con la institución marplatense, solamente han procedido a medrar con sus intereses, facilitando a la vez que otros con iguales bajos sentimientos aprovechen esa falta de colaboración y contribución (...) Pero en el Mar del Plata Automóvil Club se trabaja con tanta decisión como entusiasmo y los presididos por Norberto Paoletti ya han movido los resortes necesarios para poder realizar esa magna competencia.”⁸¹

“Los resortes necesarios” incluyen esta ‘movida’ a través de los medios de comunicación para instalar el pedido de ayuda y que éste llegue a las instituciones estatales que exceden o complementan al A.C.A. (‘resorte’ absolutamente necesario). Cuando se afirma que las noticias obedecen a una ‘movida’ es porque la información está atravesada por adjetivos y calificaciones que exceden el mero acto informativo y apuntan a juntar apoyos para negociar con más fuerza. Así, en la misma edición transcrita líneas más arriba, se puede leer: *“No quieren ganar dinero ni mucho menos, sino brindar a Mar del Plata otro golpe de publicidad y a su historial deportivo un nuevo galón deportivo que sumando en su serie de aciertos...”*⁸². De esta manera, se interpreta que la organización de los GPI iba unida -al menos en el imaginario del MdP.A.C. y de los medios locales- a un incentivo al turismo. Este argumento es repetitivo en la mencionada publicación⁸³ si bien en el apartado correspondiente al papel que la Municipalidad de Gral. Pueyrredón jugó en la organización de los GPI se puede vislumbrar que no fue así de manera alguna o, al menos, no hay fuentes oficiales que permitan afirmarlo.

⁸¹ Semanario La Semana, 29/01/1949.

⁸² Semanario La Semana, 29/01/1949.

⁸³ Semanario La Semana, 21/01/1950.

Para el GPI de 1950 ninguno de los diarios consultados⁸⁴ mencionó al MdP.A.C. en algún rol que permita la realización del GPI Ciudad de Mar del Plata. Como se analizará en el siguiente apartado, este camino descendente del MdP.A.C. es paralelo al ascenso del A.C.A. como actor institucional en los GPI que nos ocupan.

El A.C.A., institución privada a nivel nacional.

En el capítulo 1 se comentó a grandes rasgos la manera en que trabajó el A.C.A.⁸⁵ junto al gobierno nacional para organizar “La Temporada” de Automovilismo Internacional en Argentina. También fue mencionada esta relación presente en los Boletines Municipales del Partido de Gral. Pueyrredón por lo que es momento de ahondar en la misma y en la vinculación que ya había establecido con el gobierno nacional.

Melina Piglia (2014) explica que esta estrecha relación entre el gobierno nacional y el A.C.A. no fue una dinámica de lógica interventora sino, más bien, con una amplitud de acción que prosperaba por la gran estabilidad que esta interrelación ofrecía a los elencos dirigentes⁸⁶. A este mismo respecto, Gruschetsky (2019:161) nos ilustra: “(...) *podría sugerirse que el estrecho vínculo del ACA con el Gobierno puede entenderse en tanto el segundo legitimaba y ampliaba las posibilidades de realización de actividades e intereses que el primero venía realizando desde mucho antes*”. En lo que a esta investigación concierne, la organización de los GPI en Mar del Plata, la función del A.C.A. atraviesa por dos etapas que son simultáneas a las del Municipio de Gral. Pueyrredón⁸⁷.

Junto con Melina Piglia se puede afirmar que, efectivamente, es el A.C.A. quien contrata a los célebres pilotos de anteguerra para que se considerara a la proyectada

⁸⁴ Diarios El Trabajo, La Mañana y La Capital. Ver FUENTES.

⁸⁵ Para conocer sobre la evolución del A.C.A. como institución centenaria argentina, se recomienda leer el libro de Melina Piglia (2014) “*Autos, rutas y turismo: el Automóvil Club Argentino y el estado*”. Aquí abordaremos sólo algunas cuestiones que están relacionadas con el actuar del A.C.A. específicamente en la organización de los GPs de Mar del Plata.

⁸⁶ “El A.C.A. perdió, a manos del estado, la iniciativa en materia de intervenciones públicas sobre turismo y vialidad, y se centró en los aspectos deportivos (...) la institución (...) sufrió mayores controles por parte del estado, no existió una intervención formal por parte del gobierno y ni siquiera tuvo lugar una renovación sustancial de los elencos dirigentes...”, Piglia, 2014:46/7.

⁸⁷ Cuando hablamos de la adaptación de la Dirección Municipal de Turismo a las nuevas leyes provinciales de la Dirección de Turismo y Parques Provincial, el Diario La Capital publica una noticia al pie que nos ayuda a ilustrar esta afirmación: “Inaugura un Stand en la Exposición Nac. De Turismo el Automóvil C. Argentino. Mañana sábado, a las 19.30, y una vez finalizada la prueba de Clasificación del Gran Premio Ciudad de Mar del Plata, el Automóvil Club Argentino procederá a la inauguración del stand preparado por la entidad, para la Exposición Nacional de Turismo, organizada por la Dirección de Turismo y Parques de la Provincia de Buenos Aires, a realizarse en el ‘hall’ de Deportes del Casino Provincial. En el acto, al que han sido especialmente invitadas las autoridades de la Dirección de Turismo y Parques de la Provincia, y autoridades locales, así como los volantes que habrán de participar en la prueba automovilística a disputarse en la ciudad atlántica, hará uso de la palabra el Secretario General del Automóvil Club Argentino, el ingeniero Daniel Iribarne”, La Capital, 1948, 23/01.

Temporada como 'internacional'. Este rol se encuentra registrado también en los medios locales, aunque su participación en el GPI de 1948 no parece tan relevante desde el punto de vista local. Las fuentes consultadas registran tres papeles que cumple el A.C.A. -entidad nacional- y su filial en Mar del Plata durante este GP: auspiciante, fiscalizadora y expendedora de entradas.

El primero de estos papeles, y en absoluta concordancia con la afirmación de Melina Piglia, hace referencia a la calidad de auspiciante que el A.C.A. tiene en las Temporadas Internacionales⁸⁸. De esta manera, no sólo aleja las suspicacias que puedan surgir acerca de su relación con el gobierno o de la responsabilidad de este último en la organización de los Grandes Premios, sino que, por lo mismo, pone a "La Temporada" como una iniciativa privada, pensada completamente para los automovilistas y entusiastas del automovilismo. A mayor abundamiento, el Diario La Capital -por poner un ejemplo- refuerza esta situación ingresando en la escena al Mar del Plata Automóvil Club expresando lo siguiente: "(...) organizada por el Mar del Plata Automóvil Club y patrocinada por el Automóvil Club Argentino (...)"⁸⁹.

El segundo, es inherente a los objetivos y atribuciones de la entidad: la fiscalización. En ese papel, aparece la figura del señor Francisco "Pancho" Borgonovo⁹⁰, quien por entonces se desempeñaba como Titular de la Comisión de Carreras⁹¹ y que estuvo muy relacionado con la carrera internacional de Fangio *a posteriori* de la temporada argentina.

Por último, su rol como una de las sedes de venta de entradas es explícita⁹². Las fuentes disponibles⁹³ permiten interpretar que ser sede de venta de entradas no es sinónimo a administrar la recaudación. La información proveniente de los diarios locales consultados remarca que los fondos recaudados serán efectivamente administrados por el Mar del Plata Automóvil Club, entidad organizadora del GP Ciudad de Mar del Plata en enero de 1948.

Se toman los registros periodísticos de los diarios La Capital⁹⁴ y El Trabajo para fundamentar lo antes dicho: el costo de la carrera "no menos de ciento cincuenta mil pesos"⁹⁵ y las entradas tienen tres costos de acuerdo a su locación (Sector A - \$15, Sector

⁸⁸ Diario El Trabajo, 1948, 10/01.

⁸⁹ Diario La Capital, 1948, 23/01.

⁹⁰ Diario La Capital, 1948, 25/01.

⁹¹ Además, era el Presidente de la Federación Deportiva Automovilística, según el Diario La Capital, 21/01/1948.

⁹² Cabe destacar que los socios del A.C.A. podían pasar directamente con sus carnets a retirar la entrada correspondiente por la sede del A.C.A. Mar del Plata, Diario La Capital, 21/01/1948.

⁹³ El déficit que tenemos en nuestra investigación es no haber podido acceder a la biblioteca y/o archivo del Mar del Plata Automóvil Club para poder cotejar la información periodística, no por impericia sino por no contar esa entidad, hoy en día, una sede física a la cual acudir.

⁹⁴ Diario La Capital, 1948, 12/01.

⁹⁵ Diario La Capital, 1948, 12/01, pp4.

B – \$10 y Sector C - \$5)⁹⁶ más una entrada especial para la clasificación del sábado (de dos pesos moneda nacional)⁹⁷. Sin embargo, lo más relevante, es la forma en cómo se empleará la recaudación:

“La Comisión Directiva del Mar del Plata Automóvil Club ha dado a conocer la forma en que será distribuida la suma que produzca la carrera del sábado y domingo. Después de deducidos los gastos generales en total y la suma de cuarenta y cinco mil pesos con los que se financiará el Gran Premio Circuito de Mar y Sierras a correrse en Marzo próximo, percibirán el 40% las cooperadoras policiales y el resto pasará a engrosar los fondos de la entidad organizadora”⁹⁸

De esta manera se puede observar que, al menos durante la primera edición del GP Ciudad de Mar del Plata, el A.C.A. haya sido relegado a un segundo plano con respecto a la entidad amiga local⁹⁹. La situación cambia lentamente durante 1949 y es más notoria en 1950 como ya fue abordado cuando se analizó el papel de la Municipalidad en la organización de los GPI.

El Diario La Mañana, de alguna manera marca el porqué de este suave decantar la organización hacia el A.C.A. más que a la entidad local de entusiastas automovilistas. En su edición del miércoles 26 de enero de 1949, reproduce los siguiente:

“Las competencias. Aún no se han producido novedades en lo que respecta a la realización en nuestra ciudad de una reunión de la serie internacional habiéndose ya designado las ciudades de Rosario y Córdoba. Ya señalamos en comentarios anteriores cuáles eran las razones que impedían al Mar del Plata

⁹⁶ Diario El Trabajo, 1948, 20/01: “Sector A, Alberti y Pellegrini / Rivas y Gascón (...) Sector B, Colón y Mendoza / Colón y Güemes / Colón y Alsina / Explanada y Las Heras / Rambla y Casina (...) Sector C, populares, Explanada / Gascón e Irigoyen y Alberti (...)”

⁹⁷ Diario La Capital, 1948, 20/01

⁹⁸ Diario El Trabajo, 1948, 22/01.

⁹⁹ En la edición del 22 de enero de 1948 del Diario La Capital, una noticia en recuadro refleja otro aspecto, no menos importante como es el de cumplimentar la logística, que cumple el A.C.A. en 1948: “Con la llegada de las máquinas, la que habrá de producirse mañana en vagones especiales fletados por el Automóvil Club Argentino, habrá quedado todo listo para la magna competencia automovilística que se llevará a cabo el domingo...”. Asimismo, en la misma noticia, se dispone que son las instalaciones del A.C.A. -garages y estaciones de servicio- las que se han preparado para las máquinas y la comodidad de mecánicos.

Automóvil Club asumir el compromiso de la organización de las competencias. Indudablemente que no le falta razón a la institución local puesto que la organización de una competencia que demanda la erogación de una suma tan elevada de dinero, casi doscientos cincuenta mil pesos, supeditados a que una imprevista lluvia provoque el fracaso de la reunión es de todo punto de vista imprudente. Cabe en este caso la solución que sugiriera LA MAÑANA, en sus ediciones anteriores por la cual la Dirección de Parques y Turismo de la Provincia de Buenos Aires se hiciese cargo del déficit que una lluvia pudiese producir. En el caso que la entidad oficial asegurase al Mar del Plata Automóvil Club contra posibles contingencias climáticas con lo cual la institución local podría asumir el compromiso de una organización de tan destacada importancia. Pero es necesario que la resolución se adopte cuanto antes por cuanto es indudable que las competencias deben realizarse en el mes de febrero, época en que por ser mayor el aporte turístico crecen las posibilidades de un buen rendimiento económico.”¹⁰⁰

En el próximo capítulo se analizará el papel que cumplieron los medios de comunicación en la gestación de héroes / ídolos populares. Por ahora, el eje seguirá puesto en la cuestión económica como una de las posibles explicaciones para este giro sobre la entidad organizadora. Más adelante, el 31 de enero, el mismo diario, aclara: “(...) *Prima para el Automóvil Club Argentino contratante de los volantes extranjeros; 170 mil pesos, premios para los participantes de fuerza libre; 25 mil pesos, para premios de la prueba de fuerza limitada preliminar del programa; 15 mil pesos y gastos generales de organización; 30 mil pesos*”¹⁰¹.

La carrera de 1949 se realizó en el mes de febrero, el domingo 27 en pleno festejo de carnaval, aunque la confirmación de la fecha se adelantó como exclusiva recién el día 8 de febrero¹⁰², es decir, a 20 días de disputarse el evento. La información provista por el Diario El Trabajo da a entender que la fecha en Mar del Plata se realiza no tanto por la intervención de los ases extranjeros sino más bien por la baja de la fecha en la que Córdoba

¹⁰⁰ Diario La Mañana, miércoles 26 de enero de 1949, pp.7.

¹⁰¹ Diario La Mañana, 13 y 31 de enero de 1949.

¹⁰² Diario La Mañana, 8/02/1949.

iba a ser sede de una GPI¹⁰³. Si se avanza en el análisis sobre los actores involucrados, se puede afirmar que es el Automóvil Club Argentino quien *“tomará cartas en el asunto (...) por conducto de su propio presidente de la comisión de carreras, quien arribará a Mar del Plata en las primeras horas del día de hoy”*¹⁰⁴. El Diario el Trabajo, complementa esta información al enunciar que la visita de Borgonovo se realiza al Intendente Municipal y no a los dirigentes del Mar del Plata Automóvil Club¹⁰⁵.

Junto a esta confirmación también surge el agregado de los Premios, donde aparece la participación activa de la Nación *“(...) entre los que se destacan el presentado por la Dirección de Parques Nacionales y Turismo que se denomina con el nombre de Tercer Congreso Internacional de Turismo (...)”*¹⁰⁶. De esta manera podemos observar cómo el MdP.A.C. queda casi -sino totalmente- desplazado de su rol de organizador en el evento de 1949 incluso sobre la decisión del precio y de la venta de entradas: la sede de venta es el A.C.A. con precios de \$7 la entrada general y \$3 para el día de clasificación¹⁰⁷.

Hacia 1950, cuando la prueba nuevamente se desarrolla en el mes de enero, los diarios no cubren la noticia de la misma forma que años anteriores. ¿La razón? Primero, la atención se centraba en los ases extranjeros y Fangio -en el próximo capítulo se tratará este tema-. Segundo, había un proyecto de pronta resolución: el Autódromo Ciudad de Mar del Plata. De esta manera, el Trofeo General José de San Martín tuvo cobertura más deportiva que institucional o política, si se entiende lo que se quiere decir. Sin embargo, esto no impide la obtención de datos en los diarios locales sobre esta interrelación de actores institucionales objeto de análisis en la presente sección.

Como se dijo, hacia 1950 el Mar del Plata Automóvil Club desaparece de la escena participando de alguna manera en el evento. Así, el Diario La Capital, por ejemplo, explicitaba lo siguiente:

¹⁰³ Diario El Trabajo, 14/01/1949. Además en la misma noticia y recordemos, aún sin confirmarse la fecha de Mar del Plata, el diario expresa que la carrera en Mar del Plata queda supeditada a la voluntad de los ases extranjeros *“...que llegan al país con el compromiso de actuar en los tres primeros certámenes preparados”*.

¹⁰⁴ Diario La Mañana, 8/02/1949. El diario en esta noticia, se posiciona a sí mismo como mediador de que por fin se hubiera resuelto la fecha a disputarse en Mar del Plata. También recordemos, y lo menciona el mismo diario, que el representante del A.C.A. era el Sr Francisco Borgonovo.

¹⁰⁵ Diario El Trabajo, 9/02/1949.

¹⁰⁶ Diario La Mañana, 10/02/1949. Más información aparece en el Diario El Trabajo del 10/02/1949: *“...la Comisión de carreras del Automóvil Club Argentino informó anoche que la competencia a disputarse en el balneario el 27 del corriente mes se denominará ‘Gran Premio Internacional Ciudad de Mar del Plata’, disputándose como principal Premio el Trofeo Tercer Congreso Americano de Turismo, instituido por la Dirección de Parques Nacionales y Turismo”*.

¹⁰⁷ Diario La Mañana, 16/02/1949. Diario El Trabajo, 16/02/1949, explicita *“...mayores detalles sobre la competencia automovilística internacional (...) organizada por el Automóvil Club Argentino (...) las entradas comenzarán a venderse (...) en el local del Automóvil Club Argentino”*.

“...el 3er Gran Premio Internacional Ciudad de Mar del Plata (...) es la tercera que organiza anualmente el Automóvil Club Argentino entidad madre del automovilismo nacional (...) competencias estas a las cuales ha prestado tanto apoyo al excelentísimo Sr. Presidente de la Nación general Juan Perón y su dignísima señora esposa (...) El circuito está siendo objeto por parte de los equipos municipales de una amplia reparación a fin de dejarlos en inmejorables condiciones, trabajo éste que ha sido ordenado por el Sr. Intendente Municipal quien ha prestado la más amplia colaboración para que esta prueba tenga el mejor resultado”¹⁰⁸.

Nuevamente, para la venta de entradas, se repite el escenario de 1949. La venta es exclusiva en el Automóvil Club Argentino y, en esta ocasión las entradas tendrían un valor de \$10 y \$5 ya que *“...no se instalarán tribunas ni palcos preferenciales”*¹⁰⁹. Por último, son las autoridades del A.C.A. los que acompañan a los ases que competirán en el GPI Ciudad de Mar del Plata de 1950 en su viaje Buenos Aires – Mar del Plata¹¹⁰.

Todo lo expuesto hasta aquí permite observar que las ínfulas con las que comienza la participación del MdP.A.C. en la organización de los Grandes Premios Internacionales se desvanecen por cuestiones claves (dinero y conexión política) y su lugar es ocupado firmemente por el Automóvil Club Argentino.

Para concluir este capítulo, y retomando las cuestiones planteadas al inicio del mismo se ha podido desentrañar el papel que cada una de las instituciones estatales y privadas jugó en la organización de los tres GPI Ciudad de Mar del Plata con fundamento en las fuentes históricas abordadas.

Ya ha sido analizado, se puede diferenciar el GPI de 1948 con respecto a los de 1949 y 1950. La institución privada que, *a priori*, se presentaba como la organizadora y quien accionaba de manera principal en cada uno de los GPI era el MdP.A.C. Sin embargo, las fuentes permiten demostrar que sólo en 1948 se puede sostener esta afirmación. Desde el circuito y la venta de entradas hasta las gestiones con el resto de las instituciones que

¹⁰⁸ Diario La Capital, 6/01/1950.

¹⁰⁹ Diario La Capital, 11/01/1950.

¹¹⁰ Diario La Capital, 13/01/1950.

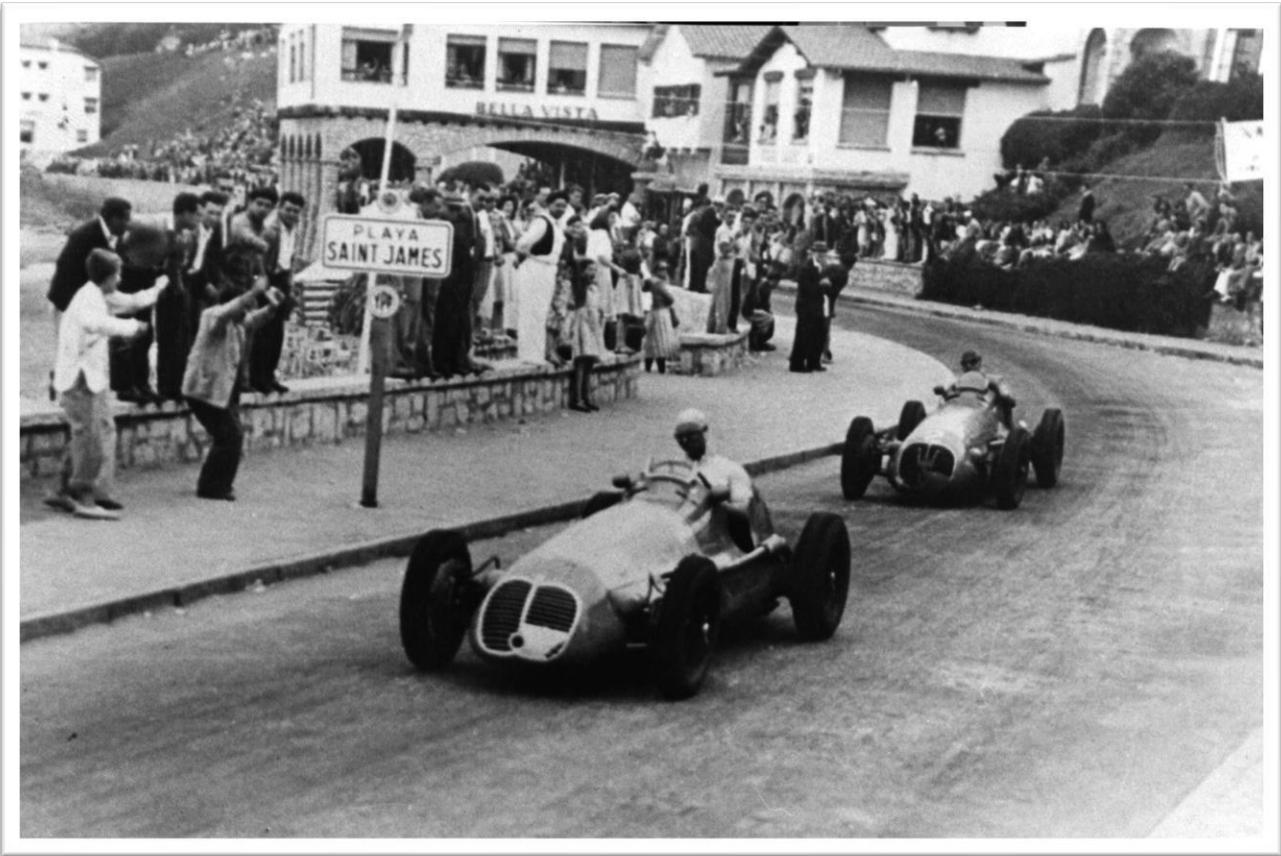
integraban esta red organizacional, puede decirse que el MdP.AC. llevaba el liderato. A pesar de tan buen trabajo de la novel institución marplatense, este evento debe ser tomado como una excepción y no la regla en cuanto a su participación: lo que en principio parecía ser avasallante terminó siendo un desplazamiento abrumador hacia la institución que regía las actividades automovilísticas del momento, el A.C.A.

Se mencionó también que hay una relación directa, aunque no una intervención explícita, del Estado nacional hacia el A.C.A. Por esta razón, y teniendo en cuenta cómo la entidad local es eclipsada por la institución automovilística nacional en las ediciones del GPI de 1949 y 1950 se puede sostener que mantener a Mar del Plata como sede era tan importante para el gobierno nacional como para el A.C.A. y que el papel del gobierno municipal es secundario ya que sólo debía cumplimentar requerimientos solicitados por esta última institución privada. No hay registros de si el erario municipal se hacía cargo en un 100% de esas obras o el dinero era girado desde provincia o nación. Lo que no es posible eludir es que la municipalidad respondía activa y positivamente a las solicitudes del A.C.A. como bien lo demuestran los boletines municipales.

En cuanto al ámbito provincial, también se afirma que la participación de las Direcciones de Parques y Turismo Provincial y Nacional en el GPI de 1949 son una prueba de la interrelación entre instituciones privadas y estatales para que los eventos efectivamente se realicen. La irrupción circunstancial de estas entidades permite responder a la cuestión de si existía una planificación a mediano o largo plazo que contemplara a Mar del Plata como un punto de referencia nacional en cuanto a eventos del deporte motor se tratase. La respuesta, fundamentada en las fuentes consultadas en general y en la forma en que se resuelve la organización del GPI de 1949 en particular, es que no. La realidad es que los eventos sirvieron a otros propósitos encarados por el A.C.A. y el gobierno nacional -los que se abordarán en el próximo capítulo- referidos por ejemplo a la participación de volantes nacionales en competencias automovilísticas extranjeras para el primero y del apoyo propagandístico que los héroes e ídolos populares nacidos del automovilismo ofrecieran al segundo.

Para finalizar, estos datos ofrecen una base para analizar a los próximos y últimos actores en esta trama. Pilotos -que también tendrían un papel en tanto mediadores políticos- junto a representantes institucionales -como el mencionado Francisco Borgonovo- cuyas acciones épicas y fama eran construidas y fomentadas por los medios masivos de comunicación. Esos mismos medios eran los que, junto a la narración y participación de los espectadores, proporcionaban el material necesario para la construcción de los héroes e

ídolos nacionales como lo fue Fangio. Así, damos paso al último capítulo donde se analizará la vinculación entre pilotos, medios de comunicación y público.



FANGIO. GPI CIUDAD DE MAR DEL PLATA

27 DE FEBRERO DE 1949

FUENTE: MUSEO JUAN MANUEL FANGIO – BALCARCE – Nº INVENTARIO 131

Capítulo 3.

Fangio: la construcción del héroe a través de los medios masivos y los espectadores

Como se anticipó en el capítulo anterior, la mirada sobre los GPI Ciudad de Mar del Plata no puede estar completa si no se aborda el análisis de otros actores sociales necesarios para la consecución de los GPI: los pilotos, los medios masivos de comunicación y los espectadores. Se piensa, y con razón, que estos actores no pueden ser estudiados de manera independiente por que la vinculación que sostienen con las instituciones es de complementariedad: uno no puede subsistir sin el apoyo de los otros dos. Sin embargo, es posible establecer un hilo a esta construcción histórica y, por tanto, se considera que seguir los relatos de los medios de comunicación locales permiten obtener una visión lo más cercana posible de esta interacción.

Se intentará, en base a las fuentes históricas consultadas, responder a las siguientes cuestiones: ¿qué papel cumplieron los espectadores en el éxito de los GPI? ¿y los medios de comunicación? ¿Con qué antecedentes se presentaban los volantes argentinos? ¿Se puede decir que Fangio y Gálvez fueron contruidos como ídolos y héroes por los medios masivos durante los GPI o hubo cambios entre la primera edición y la última? Para terminar un tema que se dejó en suspenso en el capítulo anterior acerca de los mediadores políticos, ¿en dónde se los identifica y con qué acciones específicas? ¿Se puede encasillar a Fangio en un doble rol de deportista y mediador político?

Mediadores políticos, ¿necesarios o circunstanciales en la organización de los GPI?

Para comenzar el capítulo y, al mismo tiempo, completar el análisis respecto de los mediadores políticos mencionado en el capítulo 2 se hace necesario encapsular el ámbito de acción de estos mediadores y el alcance de su accionar. ¿Por qué? Porque, como se afirmó, son varios los protagonistas en las segundas líneas del gobierno peronistas que pueden ser identificados vinculados tanto con la organización y realización de los GPI

Ciudad de Mar del Plata como con la carrera de Fangio gestada en Argentina¹¹¹ y, luego, continuada en el exterior.

Habrá que comenzar por Jorge Antonio y Carlos Vicente Aloé, segundas líneas del gobierno peronista que no intervinieron en los GPI Ciudad de Mar del Plata, aunque sí en la carrera de Fangio de forma que se hará un resumen de su actuación ejemplificando lo intrincado de estos nexos.

Jorge Antonio era un empresario ligado a la industria automotriz a través de la empresa Aguirre, Mastro y Compañía. Esta empresa consigue, en 1950, obtener el aval de la empresa alemana Daimler-Benz para instalar su primera fábrica fuera de Alemania. Se recuerda que Jorge Antonio tenía permisos del gobierno para efectuar la importación de automóviles¹¹² y eso era un gran peso a su favor. ¿Cómo se vincula con Fangio? Según los relatos del mismo Fangio, es él quien va a ver a Jorge Antonio¹¹³ en 1950 para pedirle que le deje vender autos nafteros además de los vehículos diésel. Según los registros documentales y la versión que figura en la autobiografía de Fangio, el momento en que él se convierte en Agencia Oficial de la marca alemana, es el 19 de enero de 1951. Semanas más tarde, es invitado a correr en el equipo Mercedes Benz -dirigido por Alfred Neubauer- que llegaría a la Argentina para participar en la quinta temporada internacional, a disputarse en un nuevo trazado: el circuito de la Costanera Norte. Debido a que el espacio temporal y las relaciones comerciales exceden esta investigación, los datos sólo aportan para explicar el papel de los mediadores políticos, sin olvidar que, además, Fangio ya tenía relación con el gobierno debido a su creciente desempeño en carreras europeas. Si se retrocede dos años, hasta 1949, es el momento donde aparece Carlos Vicente Aloé como otro mediador en los relatos del mismo Fangio.

Luego de la Primera Temporada Internacional de 1947/48, el A.C.A., con apoyo del gobierno, decide enviar la “Misión Argentina” integrada por exitosos volantes argentinos a participar a una serie de competencias en Europa con el fin no sólo de conquistar victorias sino de aprender y traer ese conocimiento al territorio nacional. Ya se ha analizado el papel que cumplió el A.C.A. para la realización de los GPI Ciudad de Mar del Plata y se volverá a esta entidad más adelante cuando se estudie la figura del tercer mediador mencionado,

¹¹¹ Oscar “Cacho” Fangio recordaba en la entrevista realizada en Mar del Plata: “Los GPI organizados por el A.C.A. fueron la primera experiencia de mi padre arriba de monopostos así que, sí, podemos decir que su carrera para la F1 comienza con la Temporada en Argentina”.

¹¹² La información surge de la biografía de Jorge Antonio realizada por Felipe Pigna para la Revista Noticias [recuperada de: <https://www.elhistoriador.com.ar/jorge-antonio/>] y de la entrevista para el ciclo “Documenta. Un ciclo de Roman Lejtman” en: <https://www.youtube.com/watch?v=eMi-K1jFLCA>

¹¹³ Fangio y Carozzo, 1986:211.

Francisco Borgonovo. Por ahora, indagaremos las fuentes disponibles para describir el papel cumplido por Aloé.

Como se sabe, Carlos Aloé -antes de desempeñarse como Gobernador de la Provincia de Buenos Aires- era Jefe de Despacho de la Presidencia. Por sus manos, pasaban gran cantidad de proyectos en las que la decisión del General Perón era vital. Por eso, no es raro pensar que sea Aloé quien haya establecido los contactos, participado junto al A.C.A. en las gestiones pertinentes de la “Misión Argentina” y estado al tanto y presto a solucionar inconvenientes a este lado del Atlántico. Esto sin ignorar que los decretos que creaban la Comisión Deportiva y designaban a Fangio y compañía como Agregados Técnicos¹¹⁴ en la Embajada Argentina en Roma llevasen la firma de Perón. Fangio, en su autobiografía, recuerda a Aloé como el representante del gobierno que ayuda al A.C.A. y a él mismo en la misión europea:

“Los primeros pasos los dio el Automóvil Club Argentino, y también compró los cinco primeros coches: tres Maserati y dos Simca-Gordini. Luego, el gobierno se entera de los planes y decide apoyarlos. Por eso interviene más tarde en la compra de las dos Ferrari, en 1949, luego de que yo lo consultara al mayor Aloé, telefónicamente, desde Europa. Eso y el sueldo como agregados a la Embajada Argentina en Roma durante las temporadas 1949/50 fueron los apoyos más notables. El gobierno peronista me apoyó a mí como a tantos otros deportistas, pero a mí me tocó ser Campeón del Mundo y le estoy agradecido por ello” (Fangio y Carozzo, 1986:229).

Más adelante, Fangio vuelve a ubicar a Aloé como intermediario entre el gobierno y el A.C.A.:

“...Llamé por teléfono a la Casa de Gobierno y hablé con Aloé, porque yo había dicho de comprar las Ferrari, pero eso lo había hablado con Borgonovo y Anesi. (...) Creo que salían cien mil pesos cada una. Por eso, si me preguntan, para mí fue el gobierno el que las pagó. Después, del ACA salió que las pagó Alberto Dodero, pero eso a mí no me consta porque eran

¹¹⁴ Decretos proporcionados por Cancillería Argentina.

asuntos que no me interesaban. Yo sé que para poder correr en Monza tuve que hablar con Aloé y fue él quien me dijo que el dinero se había girado...” (Fangio y Carozzo, 1986:149)

En este caso, y ante la negativa del A.C.A. Buenos Aires de posibilitar el acceso a la información documental -no discursiva- que avale los dichos de la institución y/o los de Fangio, se toma la decisión de sostener la versión de Fangio¹¹⁵ ya que también es la que fue provista por el Ing. Fernando Barragán¹¹⁶ y el Sr. Marcelo Parra¹¹⁷ en las entrevistas pertinentes realizadas en el Museo de Fangio de Balcarce. De esta manera, se puede ver a Aloé como un mediador necesario para que la campaña de Fangio haya sido exitosa en Europa y, además, estos éxitos y este discurso permiten construir una historia en la que implícitamente el gobierno peronista hace uso de ese apoyo o aval proveniente de uno de los máximos representantes argentinos en el extranjero.

Para concluir este apartado sobre los mediadores políticos y con una extensión más de la planificada, se avanzará sobre las acciones de Francisco ‘Pancho’ Borgonovo quien se desempeñaba en su doble rol de Presidente de la Federación Deportiva Automovilística y Titular de la Comisión de Carreras del A.C.A. en el período que comprende este trabajo. En base a las notas que fueron transcritas más arriba y en las menciones realizadas en el capítulo 2, Borgonovo puede ser considerado como uno de los mediadores políticos necesarios para que se llevaran adelante las tres ediciones de GPI Ciudad de Mar del Plata. Esta afirmación se sustenta, especialmente, al referenciar el evento de 1949, el cual era difundido de la siguiente manera por el Diario La Capital:

“En el día de ayer arribó a nuestra ciudad el Señor Francisco Borgonovo, presidente de la Comisión de Carreras del Automóvil Club Argentino, quien hizo una visita al intendente municipal, Dr. Pereda, a efectos de informarle y solicitarle su auspicio para la realización de la carrera en el circuito de la costa (...) El Automóvil Club Argentino, institución que asume directamente la realización de la carrera internacional, dio al mismo tiempo la información de que el producido total de la

¹¹⁵ Esto no nos impide repensar la siguiente interpretación sobre el relato de Fangio: que el gobierno haya girado el dinero al A.C.A. y éstos hayan realizado la transacción, cosa por demás, más acorde a la narración reconstruida con los documentos disponibles.

¹¹⁶ Ingeniero Barragán, Primer Director del Museo Fangio en la ciudad de Balcarce.

¹¹⁷ Sr. Marcelo Parra, Encargado del Archivo del Museo Fangio en la ciudad de Balcarce.

*competencia será destinado a la Fundación doña María Eva Duarte de Perón (...)*¹¹⁸

Esta mención complementa las ya reproducidas en el capítulo anterior y, nuevamente, es a través de los medios locales que se hace explícita la vinculación (no exclusiva, por supuesto) entre la organización de los GPI, el A.C.A. y el gobierno peronista¹¹⁹.

En base a las fuentes periodísticas se cree haber demostrado suficientemente el papel que los distintos mediadores políticos cumplieron tanto para la carrera de Fangio en el exterior como para el desarrollo de los GPI Ciudad de Mar del Plata objeto del presente estudio. La idea es no dejar inconcluso un tema anteriormente presentado y, por otra parte, poder establecer si el papel que cumplieron fue necesario, circunstancial o nulo con respecto a los GPI que nos ocupan.

Ya se afirmó que Antonio y Aloé pueden ser descriptos como mediadores circunstanciales y, quizás, hasta necesarios para la carrera de Fangio tanto como empresario argentino como piloto quíntuple Campeón Mundial. Se encontraban en el escenario preciso con la capacidad de accionar en cuestiones puntuales. Por su parte, a Borgonovo se lo puede encuadrar como un mediador necesario para la consecución de los GPI Ciudad de Mar del Plata. Con vistas a las fuentes es posible fundamentar que sus negociaciones fueron vitales para Mar del Plata quien no tenía una institución estatal o privada que asegurara la sede para los eventos internacionales como se podría llegar a creer al momento de dar inicio a la investigación.

¹¹⁸ Diario La Capital, 9/02/1949. De esta manera, podemos observar que, deliberadamente, se aparta totalmente al MdP.A.C. del control de la competencia en todos sus niveles ya que el dinero recaudado será manejado íntegramente por el A.C.A. a diferencia de la edición 1948 del GPI.

¹¹⁹ En el capítulo 2 mencionamos esta relación al citar a Gruschetsky (2019:161). En este momento podemos agregar la visión internacional de este proceso a través de las palabras del periodista inglés, Doug Nye (traducción propia): "Una vez en el poder, Perón invirtió fuertemente en el Automóvil Club Argentino (ACA) para organizar una serie de carreras internacionales en el verano para autos tipo Grand-Prix. Estas series, que se corrían en el profundo invierno europeo desde 1947 a 1950, atrajeron un fuerte respaldo", recuperado de: <https://www.telegraph.co.uk/motoring/4757528/How-Evita-helped-Fangio-to-the-top.html> [consultado el 10/07/2020].

Los medios masivos de comunicación y los GPI: entre la difusión deportiva y la construcción de afición y héroes

Las fuentes históricas privilegiadas en esta investigación fueron los diarios locales. Sin embargo, en el periodo que nos ocupa, no podemos ser ajenos a que el primer lugar en los medios de comunicación lo ocupaba la radio.

En este apartado trataremos de cómo la radio y los diarios trabajaron en conjunto no sólo para dar a conocer los eventos (y, como ya hemos mencionado en el capítulo anterior, conseguir apoyo para que efectivamente se realicen) sino para conformar la afición automovilística y, mediante su particular narración de los hechos, construir al héroe nacional o ídolo popular en que se convirtió Juan Manuel Fangio.

Los diarios y la radio junto a los aficionados.

*“...Atención coche a la vista,
viene el "Chueco" disparando,
se le hace chica la pista,
todo el mundo está clamando,
donde corre el "Chueco" Fangio,
los demás se van quedando”¹²⁰*

Luis Elías Sojit fue -y aún hoy en día es- reconocido en el medio periodístico como el "inventor del automovilismo deportivo" (Archetti, 2001:70. Lupo, 2004:411). Sus transmisiones radiales de "Coche a la Vista" -ciclo en Radio Splendid que lo llevó a la inmortalidad dentro de la radiofonía argentina junto a su hermano 'Corner'- y la cobertura en exclusividad y exhaustividad convirtieron al periodista en sinónimo de información al instante¹²¹. Los inicios de sus transmisiones podemos ubicarlos junto al TC y las carreras

¹²⁰ Candombe "El Chueco Fangio", Letra y música de Francisco Canaro. 1950. Recuperado de: https://sites.google.com/site/horasdetango/tangos-letra-e/Tangos_Letra_E_P2/ElChuecoFangio. Audio: <https://www.youtube.com/watch?v=SqKndPbm0TA>

¹²¹ Incorvaia además de presentarnos a la radio como el *mass media* por excelencia de este período (2012:41/2) y describe a Sojit "...como el 'mago' ya que relataba hasta lo que no existía. Esto permitía que los fierreros volaran en su imaginación gracias a las ideas impartidas por Sojit a través del micrófono."

que desde mitad de la década del 30 recorrían el territorio nacional¹²². Deporte e identidad son los conceptos que resumen el papel que desempeñaban los medios en los inicios del automovilismo deportivo. Estas afirmaciones concuerdan con las ya vertidas por Lacoste y otros (2000:151/3) quien analiza a los *mass media* no sólo en tanto prensa que refleja las noticias sino también como un actor más que se involucra en los hechos. ¿Cómo se puede demostrar? Se toma lo expuesto en el capítulo 2 al referenciar una “movida” organizada por algunos medios locales con el fin de conseguir el apoyo estatal necesario para la realización de los GPI cuando la entidad local parecía no tener futuro cierto sobre los mismos. A esto, debemos aunarle la publicidad que se realiza de y a las entidades involucradas, así como a los eventos que tienen como protagonistas a las estrellas deportivas del momento. Estos eventos no sólo sirven para dar notoriedad a los pilotos sino para construir un relato de superación con el que el público se identifica y tras el que construye los valores del ídolo popular. A esta idea se regresará más adelante.

Si se vuelve a las vinculaciones entre política y el deporte, Sojit es presentado como uno de los periodistas afines al gobierno peronista. Desde su famosa descripción “Hoy es un día peronista” -para referirse a un día soleado- hasta las transmisiones que realizaron de la Buenos Aires–Caracas en 1948 desde un avión que, además, servía para llevar los repuestos para los autos hasta tomar las riendas de la “Agencia Latina”¹²³, los hermanos Sojit estuvieron presentes en todos los grandes eventos internacionales que se sucedieron durante el período de gobierno de Perón (Lupo, 2004:412). Volviendo a los GPI realizados en Mar del Plata, se puede observar, durante el GPI de 1948 cómo los diarios participan de la publicidad del evento y de los relatores a través de sus páginas:

“El desarrollo de la prueba se transmitirá por radiotelefonía. El desarrollo del Gran Premio Ciudad de Mar del Plata será conocido por los aficionados de todo el país mediante sendas transmisiones radiotelefónicas en cadena. Las ondas de Radio Splendid y L.U.6 se unirán para propalar la palabra del cuerpo de locutores que actuará bajo la dirección de Fioravanti.

¹²² “En este contexto, un conjunto de circunstancias -la incipiente profesionalización, la difusión del periodismo y de la prensa deportiva, la aparición de los primeros tópicos y mitos deportivos, sin olvidar la irrupción de la radio como elemento clave para las transmisiones deportivas- benefició la expansión del deporte.”; Vilanou (2001:142).

¹²³ La Agencia Latina era “...una agencia de noticias creada por el gobierno peronista en 1953. Allí, los Sojit le dieron trabajo como redactor deportivo corresponsal en México a un joven aventurero fotógrafo que estaba viviendo en la capital azteca. Ese joven era Ernesto ‘Che’ Guevara...”; Lupo, 2004:412.

*Por su parte, L.U.9 Radio Mar del Plata, transmitirá, en cadena con Radio Belgrano y Argentina, la versión de Luis Elías Sojit*¹²⁴

Que Sojit relatara el Gran Premio¹²⁵ le confería el broche de oro al éxito de la competencia internacional, aunque la vinculación antes mencionada no se agota aquí ya que se rastrea, también, una identidad peronista que se forjaba a través de los relatos de quienes fueran hitos en la radiofonía deportiva nacional. De esta manera, política, medios de comunicación, deporte y aficionados se interrelacionan en varios procesos simultáneos. La construcción no es unívoca. Por un lado, se construye al movimiento peronista que reemplaza la escasa participación política de oponentes con una mayor participación en el ámbito deportivo¹²⁶, masificando el acceso a una mayor cantidad de actividades que antes estaban vedadas a ciertas clases sociales (en tanto participantes) y, por ende, ampliando el concepto de ciudadanía. Rodríguez (1999:211) lo refiere así:

“...el concepto de ciudadanía aparecería como un concepto ampliado, es decir, como la adquisición de una cultura política a partir de prácticas diversas, no únicamente electorales o de militancia partidaria; por lo que 1945 puede considerarse un momento de emergencia participativa en el que se unifican la recuperación de derechos políticos perdidos con la obtención por primera vez de nuevos derechos civiles nunca antes conquistados, que responden a principios igualitarios y, por ende, legítimos...”

¹²⁴ Diario El Trabajo, 24/01/1948.

¹²⁵ Sojit también realizó las transmisiones del resto de los GPI que componían La Temporada desde 1948 a 1950. Así queda retratado en el Diario La Mañana del 1/02/1948 para el GPI de Rosario: “...Las alternativas de esta competencia serán relatadas por Luis Elías Sojit y su equipo de cronistas...” y en el Diario La Capital del 16/02/1950 para el GPI Ciudad de Mar del Plata: “Audiciones de Sojit por L.U.9”.

¹²⁶ “[Perón] no era ajeno a la importancia que revestía para su gobierno el estímulo oficial al deporte, no ya como una forma de satisfacer sus gustos personales, sino con claros y definidos objetivos políticos. Sabía que idénticas multitudes a las que coreaban su nombre se reunían semanalmente para ovacionar a un equipo de fútbol o a un boxeador. Las limitaciones que impuso a las actividades políticas serían así compensadas con un sólido apoyo al deporte, donde peronistas y opositores se mezclaban en las mismas filas. Esto le permitía apuntalar la erección de nuevos ídolos populares, los que en lugar de eclipsar su liderazgo contribuían a fortalecerlo, declarándolo Primer Deportista y sintiéndose obligados a un continuo agradecimiento por la ayuda oficial...”, Gambini, 2014:482.

Por otro lado, la participación y el acceso a practicar determinados deportes, no es el único análisis posible. Como ya fue mencionado, es posible seguir a través de las fuentes el proceso de construcción de la afición deportiva: aquellos espectadores, lectores y oyentes que participan del hecho a través de la narración que los *mass media* realizan del mismo. En ese momento es cuando “...*el hincha adhiere al triunfo porque mide su aporte en términos de su afición y se siente parte del éxito, su premio es la satisfacción personal...*” (Toncel Sanjuán, 2010:47). Los periódicos por sobre la radio, se constituyen a sí mismos en un soporte permanente de esas impresiones que perduran y se transmiten de generación en generación como un recuerdo familiar y colectivo del “*estuve allí*”.

Los diarios permiten saber la cantidad de participantes *in situ* a través de las noticias objetivas o de la aproximación que establecen los periodistas que cubren la carrera. De este modo, mientras la cantidad de espectadores osciló en “55 mil almas”¹²⁷ para el GPI de 1948, nos encontramos ante “Más de cien mil personas”¹²⁸ para la edición de 1950 lo que demuestra el interés creado por el automovilismo y por los pilotos intervinientes. Las fotografías de cada evento permiten corroborar estas apreciaciones. En esta construcción que se menciona es indispensable recordar que los GPI se veían y vivían como una batalla entre los representantes nacionales y los ases europeos. Rein (2009:68) sintetiza esta afirmación al precisar que “...*el éxito de los atletas (...) eran presentados como una victoria colectiva para toda la sociedad argentina, trascendiendo las divisiones de las clases sociales, el origen, lugar de residencia y la afiliación política*”¹²⁹. De esta forma, el éxito deportivo y personal convocaban a la construcción de un imaginario colectivo: no sólo los espectadores eran parte de la victoria, sino que se sentían identificados con el éxito personal de los protagonistas. Allí, es donde comienza la construcción del ídolo popular, del héroe.

La construcción de Fangio como ídolo popular en el período de los GPI Ciudad de Mar del Plata. La figura a través de los medios masivos de comunicación.

Valga la reiteración de que el período que atraviesa esta investigación (1948-1950) coincide con el del primer peronismo. Por esta razón no está permitido ser ajeno a la forma

¹²⁷ Diario El Trabajo, 26/01/1948.

¹²⁸ “*Oltre centomila persone hanno assistito...*”, La Gazzetta dello Sport del Lunedì, 16/01/1950.

¹²⁹ Rein (2009:68), en inglés en el original, traducción propia.

en que la política atraviesa las noticias deportivas¹³⁰ y en cómo se emplea la construcción que tanto el peronismo como los medios masivos hacen de los ídolos populares, mitos y héroes del deporte nacional.

Para comenzar a desandar este camino, hay que otorgarle sentido a esta construcción a través de la interrelación entre Estado, *mass media* y pilotos. Que el Estado sea *sponsor* del deporte en una cultura de masas servía al propósito de glorificar el concepto de movilidad social y de integración cultural, tan importantes para la Argentina de Perón¹³¹. En este contexto la figura de Fangio va de a poco tomando fuerza y eclipsando al instalado Óscar “el Aguilucho” Gálvez. Pero, ¿cómo se fue dando este cambio?

La vida de Fangio ha sido documentada profusamente incluso por el mismo Fangio. Una cuestión a tener en cuenta es que existen las versiones institucionalizadas¹³² de los hechos que lo tienen como protagonista cosa que no ocurre con la gran mayoría de los deportistas, sino sólo con quienes han llegado a lo más alto de la exposición pública y del éxito nacional e internacional.

De manera simplificada y sin detallar los logros acumulados o transcribir una biografía laudatoria, se puede decir que, para 1940¹³³ y habiendo debutado en una carrera oficial recién en 1938, sus victorias eran retratadas por la música popular de ese momento: el tango. Javier Mazzea estrenó, en 1940 en plena calle Corrientes, el primer tema que lo tiene a Fangio de protagonista. Precisamente el tango “Fangio” narra la virtuosidad de su manejo (“*cual saeta veloz*”), lo llama el “*rey de las carreteras*” -haciendo alusión al recientemente adquirido Campeonato de Turismo Carretera- y, en la versión grabada por

¹³⁰ Rein (2009) nos recuerda a través de su trabajo de la forma en que los éxitos deportivos eran narrados y empleados por las revistas Mundo Infantil y Mundo Deportivo, ambos semanarios con origen peronista. Vilanou (:152) por su parte aporta que el deporte “...*legítima gobiernos que aprovechan la oportunidad de las grandes competiciones deportivas para promover el turismo y justificar -éste fue el caso de la dictadura Argentina con la organización del Campeonato del Mundo de fútbol de 1978 y puede ser el caso de los Juegos Olímpicos de Pekín (2008)- sus respectivos sistemas políticos...*”.

¹³¹ Rein, 2009:56/7, traducción propia.

¹³² Hacemos referencia a las distintas publicaciones por parte del Museo Fangio en Balcarce, del Paseo Fangio en Buenos Aires e incluso, las anécdotas que tocan al A.C.A. y cada uno tiene su versión como ya expusimos en el capítulo 2. Estas versiones suelen tomarse como ‘oficiales’ y hasta los periodistas de mayor trayectoria -como Juan “el Tano” Fazzini- no se atreven a contradecir.

¹³³ Fangio llevaba hasta diciembre de 1940, y según la cuenta oficial de la Fundación Museo del Automovilismo Juan Manuel Fangio, 8 competencias en su carrera deportiva. Tengamos en cuenta que, en esa época, las competencias no tenían el cronograma actual de regularidad de encuentros para declarar algún tipo de título válido para los competidores.

Alberto Castillo (1949)¹³⁴ se agrega sus últimos laureles obtenidos “en las pistas europeas”¹³⁵. Pero para llegar al tango hay un paso necesario: los *mass media*.

Los medios masivos de comunicación (periódicos y radio en ese momento) forjaron la idea de un Fangio invencible a pesar de las desventuras y victorias aún a costa de traspies mecánicos¹³⁶. En este sentido, se coincide con Villagómez al afirmar que son los medios los que ayudan a construir a los ídolos ofreciendo representaciones simbólicas e identidades colectivas a los sujetos/espectadores de manera que el “querer ser” responde a reconocimientos y diferenciaciones. Se representa al otro -en este caso, Fangio- como el diferente, el que tiene cualidades excepcionales, pero, al mismo tiempo, esta exposición pública que realizan los medios es la que origina y fortalece el nexo con el pueblo, con lo popular (Villagómez, 2008:23/4).

Esta es la manera en que Fangio llega a la interrupción dada por la II Guerra Mundial¹³⁷: como un piloto que construía su palmarés midiéndose con los excelentes y ya consagrados volantes argentinos con los que disputaba las contiendas de Turismo Carretera. Sin embargo, no estaba solo. Oscar “el Aguilucho” Gálvez era más reconocido que él en las competencias nacionales y también era más solicitado para las notas periodísticas¹³⁸. Una posible explicación para esto es el lugar de nacimiento de ambos pilotos: aunque ambos sean hijos de inmigrantes y encarnen -*a posteriori*- la imagen de la superación, Gálvez nació en Buenos Aires mientras Fangio tuvo a Balcarce como ciudad natal. En 1938 coinciden por primera vez en las pistas y, como un Boca-River, estos dos pilotos se hicieron representantes de Chevrolet (Fangio) y Ford (Gálvez) dando origen a la eterna rivalidad automovilística argentina. Pero eso queda para las pistas y las anécdotas. Abajo del auto, en los talleres y circuitos eran muy buenos amigos y colegas¹³⁹ y eso se traslada a la actualidad donde, a la vera de los circuitos se puede ver a fanáticos de una y otra marca compartiendo un asado como es ritual de este deporte.

¹³⁴ Video con la interpretación de Alberto Castillo: <https://www.youtube.com/watch?v=SqKndPbm0TA> [consultado el 20/07/2020]. El agregado surge de la cronología de carreras de Fangio quien no pisa suelo europeo hasta julio de 1948 con la Misión Argentina.

¹³⁵ Fecha de estreno obtenida de: <http://www.archivodepunta.com.ar/2018/04/13/cuando-fangio-visito-punta-alta/> [consultado el 20/07/2020].

¹³⁶ Los pilotos en ese momento eran llamados “los hijos del pueblo” debido a una liturgia que se creó a su alrededor que los presentaba como la encarnación viva de las virtudes nacionales y los constituían en guerreros que luchaban con límites humanos y mecánicos, que encantaban con sus victorias y horrorizaban con sus accidentes o, incluso, la muerte. Todo lo antes dicho va aportando a la imagen que se forjó de estos “domadores de máquinas”.

¹³⁷ Esta interrupción, en Argentina, se dio a partir de 1941 tal y como fue mencionado en el capítulo 1.

¹³⁸ Con respecto a los primeros GPI de La Temporada 1948 Diario La Mañana, sobre los ganadores extranjeros en nuestra tierra, se pregunta “¿cuándo le tocará a Tito Gálvez?”. Diario La Mañana, 9/02/1948.

¹³⁹ “Gálvez y Fangio conversan animadamente en uno de los descansos de la prueba automovilística disputada en Rosario”, Diario La Mañana, 3/02/1948.

Si se vuelve a las fuentes consultadas, la revista El Gráfico otorga respaldo a esta afirmación desde sus tapas y notas: durante los años '40 fue Gálvez quien ocupa 8 veces la tapa en el medio referido mientras que Fangio lo hace 11 veces durante la década posterior (López, 2013:7). Las anécdotas que dan entidad a este cambio, abundan. Tal es así que se puede rastrear una carta publicada en 1945 donde Gálvez lo invita a Fangio a que pruebe las delicias de la motonáutica durante la escasez de carreras automovilísticas¹⁴⁰. En 1946/7, el mundo se pone nuevamente en marcha y los engranajes para que las competencias vuelvan a organizarse funcionan con pocos o nulos obstáculos. Y allí, son los medios con sus vivos relatos, quienes construyen lenta pero persistentemente al ídolo popular.

Toncel Sanjuán (2010:47) recuerda que “...*el periodismo deportivo no dejará nunca su espíritu de ser un constructor de héroes o villanos, es lo que le da vida, es lo que buscan los lectores, radioescuchas, internautas o televidentes...*” de manera que los espectadores son ávidos consumidores de las notas actuales y referenciables de los pilotos a los que siguen, sintiéndose partícipes de sus victorias y construyendo parte de su identidad junto a ellos¹⁴¹. De esta manera llegamos a 1947 y El Gráfico describía a Fangio en sus páginas interiores como uno de los pilotos argentinos admirado a donde quiera que va¹⁴². La imagen que acompaña al epígrafe -de Fangio rodeado por sus seguidores- sirve para refrendar esa afirmación, aunque, en estos momentos, Fangio no es la figura central¹⁴³. El espacio que la revista le dedica son apenas párrafos que tienen por objetivo describir la acción de la carrera más que a sus protagonistas, todavía los adjetivos que se le atribuyen al ‘Chueco’ son escasos en este medio gráfico de tirada nacional¹⁴⁴. Puede notarse que Fangio no era la figura principal en las revistas y los medios especializados de automovilismo y tampoco lo era en los diarios más allá de eventos puntuales donde los resultados lo tuvieran como protagonista¹⁴⁵.

¹⁴⁰ Revista El Gráfico, 23/02/1945, pág. 14.

¹⁴¹ Para terminar la idea, junto a Archetti (2001:82) podemos ejemplificar los esfuerzos que realizaban los lugareños para ayudar a sus pilotos: “Se organizaban festivales, loterías, colectas públicas, se conseguía el apoyo municipal y hasta se patrocinaban torneos deportivos para que sus pilotos pudieran correr”. De esta forma, efectivamente, todos participaban del éxito.

¹⁴² Revista El Gráfico, 12/12/1947, pág. 4.

¹⁴³ La tapa, la nota central y hasta las publicidades de los años '45, '46 y '47 de la Revista El Gráfico tiene como protagonista a Óscar Gálvez y no a Juan Manuel Fangio. Diario La Capital, 18/01/1948, sobre el GPI disputado en Palermo “*El abandono de Gálvez (...) fue lamentado por la multitud*”.

¹⁴⁴ Diario La Mañana, 1/02/1948, le dedica a Fangio cuatro líneas para indicar su performance en clasificación y su puesto de largada en el GPI de Rosario de 1948.

¹⁴⁵ Fangio participa de 14 carreras tan sólo en 1947. Por contraposición, son 12 presentaciones en el período que va entre 1938 y 1942. Con esta estadística podemos afirmar que 1947 es el despegue de la carrera automovilística de Fangio.

Siguiendo un relato cronológico, en 1948 el retorno de las competencias automovilísticas en la República Argentina con la participación de volantes extranjeros es una realidad palpable y Fangio ‘despega’ su imagen de la de Gálvez. Acción de los medios, de la afición¹⁴⁶, del A.C.A. y del Estado, todos vinculados en torno a su figura.

Comencemos por la afición, Archetti es claro al exponer la relación aficionados, empresas y carrera deportiva de los pilotos: a partir de inicios de la década del '40, la introducción de los equipos en los Grandes Premios hizo que aumentaran los costos “...El apoyo de las marcas era necesario así como un sistema de ayuda económica en los pueblos de donde provenían los volantes (...) un triunfo de Fangio lo era de todo Balcarce...”¹⁴⁷. Con respecto al A.C.A. y el Estado, ya sus roles fueron analizados en el capítulo anterior para la organización de los GPI, momento en el que Fangio por primera vez se mide a sí mismo en autos tipo monopostos, parecidos a los que traían los ases extranjeros para competir en “La Temporada”. La vinculación con estas dos instituciones no se agota aquí y se volverá a ella más adelante. Por el momento, se seguirá por el camino que lleva a los medios locales y la construcción del ídolo popular.

Como es de público conocimiento, Balcarce era el pago donde Juan Manuel tenía a sus más persistentes aficionados y los GPI Ciudad de Mar del Plata permitieron tenerlos alrededor mientras él se medía con los respetados volantes extranjeros¹⁴⁸. También se manifestó anteriormente que, con el correr del tiempo, los adjetivos en los relatos periodísticos iban a estar presentes cada vez con más fuerza aunados a la figura del ‘Chueco’ demostrando la creciente admiración y apoyo con el que contaba. Así, en 1948 encontramos que Fangio era ya un “*ídolo consagrado*” y que “*finalizada la prueba, lo arrancaron materialmente del coche y lo pasearon en andas viviendo históricamente su nombre*”¹⁴⁹. También, en el Diario La Capital, podemos encontrar una ilustración central en la tapa del mismo: un bólido y dos imágenes, una a cada lado, Gálvez, de menor tamaño a la izquierda y Fangio, con mayor notoriedad a la derecha¹⁵⁰. En la noticia que acompaña a

¹⁴⁶ Con respecto a esta relación entre deportistas, *mass media* y espectadores, Toncel Sanjuán (2010:50) afirma: “*El atleta ya comienza a formar parte de la construcción ideal del aficionado que lo ubica entre sus preferencias o le otorga el reconocimiento social por su logro. En términos de la agenda, evidentemente la publicación de la noticia guarda estrecha relación con el interés del lector. La información es reclamada no solo por la importancia de registrar el hecho, importan además los actores que la protagonizan. El aficionado a un equipo específico busca el registro de la victoria, pero asimismo construye la historia a partir de los ídolos que considera han sido determinantes para el logro*”.

¹⁴⁷ Archetti, 2001:76/7. A este respecto, también cabe agregar que una de las marcas proveniente por fuera de la industria automotriz que desde casi un principio apoyó a Fangio fue Suixtil.

¹⁴⁸ “La veteranía de los ases extranjeros frente a la valentía de los criollos” rezaba el subtítulo del Diario El Trabajo, 24/01/1948.

¹⁴⁹ Diario La Mañana, 26/01/1948. Esta apreciación se contrapone a la menciona en otra nota más arriba sobre las cuatro líneas que el mismo Diario le dedica en la antesala al GP de Rosario.

¹⁵⁰ La edición a la que referenciamos es la del 24/01/1948.

la ilustración se los destaca por “la enorme atracción que ejercen estos dos grandes volantes argentinos en el público”. Ahora, cuando se leen las expectativas que se depositan en cada uno, se puede apreciar el diferente peldaño sobre el que están parados; uno, Gálvez, en la cúspide; otro, Fangio, creciendo fuertemente:

*“...Gálvez vino por tierra ablandando su máquina (...) y ha sido puesto en condiciones de rendir toda su capacidad motor, que es lo menos que habrá de exigirle al ‘Aguilucho’. Juan Manuel Fangio dejó tan grata impresión en su debut con máquinas especiales, que se le considera capaz de cualquier hazaña...”*¹⁵¹

Y como éste hay ejemplos en 1949 y 1950 que pueden seguir abonando la lista. ¿La diferencia? Que Gálvez lentamente desaparece de los recuadros específicos para las pruebas internacionales¹⁵², ilustraciones, fotografías, publicidades y titulares en los diarios locales. La figura de Fangio crece sin parar luego de las conquistas europeas de 1948 y 1949. En este sentido, se pueden compilar los siguientes ejemplos a fin de darle sentido a nuestra afirmación anterior:

*“Gran actuación de Fangio”*¹⁵³

*Fotografía que ocupa 1/6 de la página: “Juan Manuel Fangio. El extraordinario volante de la Ciudad de Balcarce...”*¹⁵⁴

*“Fangio y Marimón reponen el cigüeñal a Oscar Gálvez: Correrá el ‘Aguilucho’”*¹⁵⁵

¹⁵¹ Ídem. A esta transcripción hay que agregar el ejemplo que presenta Rein (2009:61) de afirmaciones vertidas en la revista Mundo Peronista sobre los hermanos Juan y Roberto Gálvez: “Un ejemplo criollo esos dos buenosmozos! Y un ejemplo peronista en la misma ficha. Porque Criollo y Peronista son sinónimos” (inglés en el original, traducción de la autora).

¹⁵² Se realiza esta aclaración ya que es el momento en que Fangio comienza a erigirse como piloto argentino de destacada labor en el extranjero y Gálvez queda como símbolo del TC nacional.

¹⁵³ Hace referencia a su participación en la Mil Millas, Diario El Trabajo, 17/01/1949. Cabe destacar que el Diario El Trabajo no tiene titulares referidos a Fangio e 1949 destacándolo en solitario (a excepción de cuando ganó el GPI Ciudad de Mar del Plata de ese año), sino que suele figurar con Gálvez en varias ocasiones (para pruebas regionales e, incluso, su viaje al exterior del que hablaremos más adelante). Sobre las Mil Millas, en el Diario La Mañana, quien aparece ocupando más de 1/3 de la página es Gálvez y sólo acompaña una ilustración de Fangio segundo.

¹⁵⁴ Diario La Mañana, 26/01/1949. Cabe destacar que en estos meses (enero y febrero) Fangio comparte protagonismo con Pascual Puóppolo, Benedicto Campos, Clemar Bucci y Óscar Gálvez ya sea en fotos como epígrafes y notas del diario mencionado.

¹⁵⁵ Diario La Mañana, 28/01/1949. En la edición del 7/02/1949, Gálvez ocupa no sólo la primera plana (donde su ilustración comparte página con la de Perón como únicas imágenes de la tapa), sino la página dedicada a deportes con

“Fangio confía tomarse desquite en la próxima carrera de Mar del Plata”¹⁵⁶

Publicidad de Suixtil con Fangio como protagonista, ocupa un cuarto de la página¹⁵⁷

“Villoresi y Fangio por su destacada actuación de ayer serán los animadores de la carrera”¹⁵⁸

“De punta a punta ganó Fangio la prueba internacional ‘Ciudad de Mar del Plata’”¹⁵⁹

“Fangio estableció el mejor tiempo en los ensayos de ayer en Palermo”¹⁶⁰

Ilustración en primera plana y artículo “Fangio intentará repetir en nuestra pista la victoria que iniciará su gran campaña”¹⁶¹

“Juan Manuel Fangio defenderá su condición de ganador anterior en el mismo circuito”¹⁶²

“Fangio asistirá al festival de boxeo” y “...la expectación se encuentra en la gran lucha que librarán Villoresi y Ascari con el volante de Balcarce...”¹⁶³

“En las pruebas de entrenamiento (...) el mejor tiempo a Juan Manuel Fangio...” y “Sufrió un inconveniente la máquina de Fangio”¹⁶⁴

“Ascari, Fangio y Villoresi en otro duelo automovilístico”¹⁶⁵

Fotografías “Trilogía de ases mundiales” (Ascari, Fangio y Villoresi) e “Instante de la largada” (...Juan Manuel Fangio ganando en buen pique la delantera...), “El accidente a Fangio y Villoresi”¹⁶⁶

el siguiente titular “Proeza gaucha: sin frenos, bajo la lluvia, Gálvez ganó de guapo”. Luego, un recuadro donde se nota a Fangio: “El ‘Chueco’ Fangio hizo suyo el segundo puesto” y, más abajo, “Fangio triunfó fácil en Mecánica Nacional”.

¹⁵⁶ Diario La Capital, 14/02/1949.

¹⁵⁷ Diario La Capital, 25/02/1949.

¹⁵⁸ Diario La Capital, 27/02/1949.

¹⁵⁹ Diario El Trabajo, 1/03/1949. Cabe aclarar que los registros del GPI de 1949 se realizaron el 1/03 debido a un paro de trabajadores gráficos.

¹⁶⁰ Diario La Capital, 6/01/1950. Fotografía en primera plana “Fangio y Benedicto Campos” en el Diario La Mañana, 06/01/1950.

¹⁶¹ Diario La Mañana, 08/01/1950. Por primera vez en un medio de comunicación se asocia la victoria de Fangio en el GPI Ciudad de Mar del Plata de 1949 con su campaña en el exterior.

¹⁶² Diario La Capital, 10/01/1950.

¹⁶³ Diario La Capital, 13/01/1950.

¹⁶⁴ Diario La Capital, 14/01/1950. En el diario La Mañana, aparece la figura de Fangio desde que arriba a Mar del Plata hasta la presentación de los principales contendientes, 11-12 y 14/01/1950.

¹⁶⁵ Diario La Capital, 15/01/1950.

¹⁶⁶ Diario La Capital, 16/01/1950. Subtítulos dentro de la noticia: “10 vueltas y Fangio saca ventaja”, “Fangio y Villoresi juntos” y “Villoresi pasa a Fangio y rompe el brazo de la dirección”. Parecidos son los del Diario El Trabajo de la misma fecha.

*“La deserción de Fangio y Villaresi del Gran Premio automovilístico entorpeció el brillo de la jornada” y “Fangio dice que la pasada de Villaresi fue correcta”*¹⁶⁷

*“Dice Fangio que de ninguna manera puede hablarse de mala fe en el choque que se produjo en el circuito local”*¹⁶⁸

*“Juan Manuel Fangio, que estuvo en Luján antes de dirigirse a Rosario, largará en primera fila esta tarde en el Parque Independencia”*¹⁶⁹

*“...la popularidad de que goza nuestro campeón Fangio y el extraordinario afecto que por él sienten miles de aficionados volvió a ponerse de manifiesto...”*¹⁷⁰

*Fotografía de Fangio autografiada para el Diario La Mañana*¹⁷¹

*“Juan Manuel Fangio dio relieve excepcional a la temporada automovilística”*¹⁷²

*“Fiesta en honor a Juan Manuel Fangio”, “Con la inauguración del autódromo se despedirá Juan Manuel Fangio”*¹⁷³

*“Llega hoy Juan Manuel Fangio”*¹⁷⁴

*“El equipo de la Alfeta, en el que forma Fangio, debutaría en Inglaterra el próximo 13 de mayo”*¹⁷⁵

Teniendo en cuenta estos datos, que son una muestra del universo de los *mass media* analizados, es dable afirmar junto a Villagómez (2008, 42/4) que, al fin y al cabo, *“El ídolo popular se caracteriza por que surge ahora desde los medios de comunicación, por la reproducción permanente que estos realizan y por la identificación y el reconocimiento que tenemos en relación a estos. Permittiendo de esta manera la generación permanente de mitos, en los cuales la utilización de determinadas formas como la máscara permite re contextualizar y re significar otorgando sentidos nuevos a las relaciones entre ídolo popular*

¹⁶⁷ Diario La Capital, 17/01/1950.

¹⁶⁸ Una de las notas en la primera plana del Diario La Capital, 18/01/1950. Se repite en Diario El Trabajo

¹⁶⁹ Una de las notas de la tapa del Diario La Capital, 22/01/1950.

¹⁷⁰ Extracto de la nota con varios subtítulos referidos a Fangio en la edición del 23/01/1950 del Diario La Capital. Ídem en Diario El Trabajo, misma fecha.

¹⁷¹ Diario La Mañana, 19/01/1950. A partir de este momento, en las noticias más sobresalientes de Fangio en el exterior, el medio mencionado emplea esta fotografía autografiada a falta de imágenes y cuando no cuenta con ilustraciones alusivas. No sólo eso, los titulares pero, sobre todo, las fotos e ilustraciones pasan a estar acaparadas por Fangio.

¹⁷² Diario La Capital, 26/01/1950.

¹⁷³ Diario La Capital, 14/02/1950.

¹⁷⁴ Diario La Capital, 16/02/1950.

¹⁷⁵ Diario El Trabajo, 24/03/1950, se refiere al Primer Grand Prix de la historia de Fórmula 1.

y espacios mediáticos”. Para el caso de Fangio y demás pilotos de la época, los mitos surgen solos a través de las hazañas realizadas sobre ‘las bestias mecánicas que domaban’ y esa aura de héroe que, además, lleva la enseña nacional a lo más alto de lo admirado - las pistas europeas- construye definitivamente al ídolo popular Fangio. Fangio se termina convirtiendo en un pedacito de cada argentino¹⁷⁶ que quiere emularlo: ya sea porque quiere ser deportista/piloto (representación positiva) o porque se cree un Fangio en las rutas (valoración negativa ante la evasión de las normas). La construcción del ídolo, entonces, no podría separarse del papel que cumplieron los medios en forjar su figura, de sus propias hazañas deportivas y de un uso político que lo vinculaba de manera excepcional a la cultura popular del período analizado.

Volviendo a enero de 1948, parece ser el año clave para observar la cristalización de los cambios que venían gestándose en el año anterior. Al recurrir a la información que nos procura Melina Piglia, 1947 no sólo es el año de gran despegue de Fangio sino también del A.C.A. Con un proyecto que se desplegaba en tres frentes¹⁷⁷, nos interesa uno en particular: el de conformar un equipo nacional de pilotos y máquinas capaces de competir con éxito en los Grandes Premios Europeos. De esta manera, según versiones institucionalizadas, es el A.C.A. quien organiza y lleva a cabo la “Misión Argentina”. En este contexto, el de la carrera deportiva de Fangio, parece más apropiado pensar a esta institución como un agente paralelo, con funciones específicas, y que complementa los objetivos que se hubieran establecido entre Fangio y el gobierno y que será explicado a continuación.

Vinculación Fangio – Gobierno Peronista en la “Misión Argentina” del 48 y años subsiguientes

Los registros que constan en Cancillería Argentina permiten rastrear la relación gobierno peronista-Fangio el cual, por otra parte, no deja de ser ajeno ni paralelo a la vinculación con el público y la construcción que los medios hacen de él como ídolo popular,

¹⁷⁶ De ahí, lo popular de Fangio, traspasa barreras de clases y orígenes, estaba al alcance de todos incluso mientras trabajaba en su taller. No evadía una visita a una fábrica o a un medio de comunicación, como tampoco las cenas o eventos en su Balcarce natal. Las anécdotas de quiénes lo conocieron fueron pasando de generación en generación y colaboraron a la construcción del mito. Admiración y folclore.

¹⁷⁷ Piglia (2014:92) menciona los tres frentes sobre los que actuaba el A.C.A.: primero, organizar carreras de carretera internacionales cada vez más ambiciosas, segundo, generar un gran premio de circuito cerrado competitivo y prestigioso para atraer a pilotos extranjeros y, por último, conformar un equipo nacional. Es sobre este último punto que nos detendremos.

pero sin que se mencione al A.C.A. en ningún documento oficial del gobierno¹⁷⁸. En efecto, el 23 de enero de 1948 comienza una vinculación entre Fangio y el gobierno a través de su primera designación como Agregado Técnico “atento a razones de servicio” y que se prolongará, según los registros, hasta finales de 1951. Se resume esta relación en el siguiente cuadro:

Tabla 3 – Designaciones de Fangio por el Gobierno de Perú
durante el período 1948 -1951

Fecha de designación	Rol	Objeto	Destino	Sueldo / Viáticos ¹⁷⁹
23/01/1948 ¹⁸⁰	Agregado Técnico	Vacantes existentes y atento a razones de servicio	Embajada de la República en Italia	Aproximadamente \$1000,00 m/n por mes
14/05/1948	-	En su viaje a tomar posesión de sus funciones específicas hagan escala en aquellos países cuyo adelanto en la materia de su especialidad es notoria.	Embajada de la República en Italia con escala en Estados Unidos de América	Aproximadamente \$1000,00 m/n por mes. Pasajes necesarios a fin de dar cumplimiento a lo dispuesto.

¹⁷⁸ En los documentos proporcionados por el Museo Fangio con respecto a lo que ellos denominan la “Misión en Europa y USA”, sí hay registros del A.C.A. y también de YPF. A continuación se transcriben las notas del archivo: “El 25 de mayo de 1948 parte una delegación hacia USA y Europa con el objeto de conocer industrias, circuitos, observar máquinas y recomendar las posibilidades futuras de un equipo de competición. Son enviados por el Gobierno Nacional y el Automóvil Club Argentino. Viajan **Juan Manuel Fangio**, **Oscar Alfredo Gálvez** y **Pascual Puópolo** como pilotos, **Ricardo Nasi** por YPF y **Juan Carlos Guzzi** por el ACA. Nasi estudiará todo lo concerniente a fórmulas de combustibles y a lubricantes y **Guzzi**, todo lo que atañe a organizaciones, para ambos volcar a su regreso y en el seno de sus entidades, el producto de las experiencias recogidas. No descartan competir en alguna prueba si se da la oportunidad.”

¹⁷⁹ Información proveniente de la Dirección de Personal, copia certificada del día 24/11/1949. Los datos están desmenuzados en detalles sobre el sueldo mensual (básico, sobre sueldo y anual complementario), por lo que la suma de dichas cifras nos acerca a \$1.000 aproximadamente por mes.

¹⁸⁰ Decreto N° 1883, Poder Ejecutivo Nacional complementado por el Decreto N° 4023, PEN, del 20/02/1948 donde se establece como destino la Embajada de la República en Italia.

06/08/1948	-	Llamar a la República a los Agregados Técnicos a la Embajada en Italia	Argentina	Aproximadamente \$1000,00 m/n por mes
23/03/1949	Agregado Técnico	Efectividad del nombramiento desde el 19/08/1948	Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto	Aproximadamente \$1000,00 m/n por mes
24/03/1949 – 01/11/1949 ¹⁸¹	Agregado Técnico	Trasladar desde el Ministerio de Relaciones Exteriores a la Embajada de la República en Italia	Italia	Aproximadamente \$1000,00 m/n por mes

FUENTE: Elaboración propia realizada en base a las fuentes documentales provistas por el Archivo Histórico de la Cancillería Argentina, Decreto del Poder Ejecutivo Nacional, Resoluciones del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto y Foja de Servicios de la Dirección de Personal

Como se puede apreciar, los datos del cuadro dan cuenta de una relación que se extendió por, al menos, cuatro años. Existen algunas cuestiones para marcar comenzando con que, contrariamente a lo que puede pensarse, la incorporación de Fangio a la “Misión Argentina” no se basó en su desempeño frente a los volantes extranjeros ya que su primera designación es anterior a la primera victoria que obtiene en “La Temporada”. Entonces, ¿es posible buscar méritos que expliquen su elección como agregado técnico? Investigando, no se encuentran documentos escritos que puedan proveer una fundamentación clara y contundente al respecto por lo que se debe recurrir a la historia oral. Y aquí, como muchos aspectos de la vida de Fangio, las versiones se dividen fundamentalmente en dos explicaciones.

¹⁸¹ Decreto N° 6994-M.277, PEN. La comunicación estableciendo la cesación en las funciones fueron publicadas por el Decreto 25912-M N°929 del 15/10/1949 donde reza: “Visto que el Agregado Técnico ha cumplido honrosamente la misión encomendada, enalteciendo los prestigios del deporte argentino, dáse término a las funciones de los Agregados Técnicos...”

La primera es la que presentada por el periodista e historiador de la Fórmula 1, Juan Fazzini en la entrevista realizada en Mar del Plata¹⁸². Fazzini nos explica que a Fangio lo eligieron por su conocimiento mecánico:

“Después de la primera carrera, revisaron los autos de Gálvez y Fangio. Lo que vieron les dio un indicio de que Fangio era mejor que el ‘Aguilucho’, los engranajes de Fangio estaban cuidados, no estaban gastados, mientras que los de Gálvez no servían más. Era un volante con mucha técnica y más cuidadoso con las máquinas que valían mucho dinero”.

Es una explicación plausible, pero deja muchos puntos en incógnita, empezando porque la versión sería válida sólo para el año 1950 ya que en 1948 y 1949, junto a Fangio, iban de agregados Técnicos Óscar Gálvez (1948 y 1949), Pascual Puóppolo (1948), Clemar Bucci (1948)¹⁸³, los hermanos Bucci y Benedicto Campos (1949) y Froilán Gonzalez y Honorio Pérez (1951); mientras que en la foja de servicio de Fangio para 1950 consta que tuvo funciones en el Ministerio de Relaciones Exteriores sin mayor explicación¹⁸⁴. Esto último tiene que ver con el inicio del Campeonato Mundial de Fórmula 1 y su participación en las carreras europeas a bordo del equipo Alfa Romeo, pero ocupa un período histórico posterior al que se analiza en el presente trabajo.

Como se afirmó, las cosas con Fangio no son simples y, teniendo presente los cabos sueltos, se pasa a la segunda versión sobre su elección como Agregado Técnico y es la que proporciona el también periodista e investigador de Fórmula 1, Prof. Edgardo S. Berg. Berg explica que:

“Lo primero que tenemos que tener en cuenta es la estadía de Perón en Italia en 1940. Allí, pudo ver cómo Mussolini trabajaba con la parte del automovilismo, los pilotos y la llegada de éstos al pueblo. Cuando Perón

¹⁸² Entrevista realizada por Estefanía Ferreira con motivo del aniversario del natalicio de Juan Manuel Fangio, Junio de 2020, Mar del Plata.

¹⁸³ Clemar Bucci no figura en la documentación mencionada pero sí queda expuesto en una nota del Diario La Mañana, 26/01/1948: “Viaja a Italia el corredor Clemar Bucci. Buenos Aires. A bordo del vapor Andrea Gritti partió rumbo a Italia el automovilista Clemar Bucci. Enviado especialmente por el presidente de la República, nuestro volante estudiará en las fábricas de automóviles de la Península, aspectos de la alta mecánica automovilística”; esta es la razón por lo que lo agregamos al listado.

¹⁸⁴ Figura un decreto, pero de 1950, que no integra el *corpus* de material facilitado por la Cancillería Argentina.

asume el poder y con la idea de emplear al deporte como propaganda, utiliza al A.C.A. como una institución mediadora junto a los pilotos de mayor renombre en ese tiempo. Éstos eran: Óscar Gálvez y Juan Manuel Fangio. La popularidad de Fangio se basaba en los dos campeonatos de Turismo Carretera. Fangio tuvo sobre Gálvez dos ventajas para terminar siendo el líder de la Misión Argentina en 1948: una, era su origen de familia inmigrante italiana ya que los bólidos de ese momento eran principalmente italianos -manejo mínimo del idioma, etc-. La otra, por presentarse en las competencias como defensor de la empresa Chevrolet. Es justamente esta empresa a la que Perón quería traer a la Argentina -que deje de ser importadora y se radicara aquí- y por eso no es raro que el primer viaje a Italia de 1948 haya sido vía USA. Hay fotos de Fangio con un Chevrolet 1948 en los EEUU, en la visita que realizó a la sede, y que la misma empresa empleó de publicidad¹⁸⁵. Esas ventajas o características lo hicieron estar un escalón por encima de Gálvez y que se convierta primero en elegible y, luego, en el líder de la Misión Argentina en Europa en el 48. A partir de ahí Fangio comienza a tener un poder de definición, un ascendente, muy fuerte -como la asesoría sobre la compra de autos sobre la que discrepan Fangio y el A.C.A.- y esta relación le permite superar aún más al primer piloto criollo que les gana a los europeos en nuestra tierra: Óscar Gálvez.”

De esta manera, aun dejando de lado la vinculación con Chevrolet -ya que faltaría mayor documentación que una fotografía y los decretos que marcan “el mayor perfeccionamiento de la mecánica nacional”- la figura de Fangio comienza a tener más sentido dentro de una lógica de propaganda estatal y el uso político de su figura como ya fue abordado en este mismo capítulo.

¹⁸⁵ Referencia: GMW-0748-0034, 1948 Chevrolet Fleetmaster Convertible, General Motors Media Archive, General Motors Heritage Center. Además, del mismo Archivo, nos remiten copia de la página 11 del GM World Magazine (Vol. XXVII No. 7 July 1948) donde consta que Juan Manuel Fangio era el vendedor de Pontiac-GMC en la ciudad de Balcarce, y un potencial vendedor de Chevrolet en la misma ciudad. Lo llaman, el piloto más popular de la Argentina.

Otro de los aspectos que es importante remarcar, y que no está totalmente alejado de lo ya expuesto, tiene que ver con los órganos de administración estatales donde Fangio es designado. Ministerio de Relaciones Exteriores y Embajada en Italia son los órganos por donde transcurre su accionar, sobre todo en el Ministerio durante los años 1950 y 1951, ya habiendo comenzado su carrera como piloto en Europa, donde es nombrado en Comisión. ¿Objetivos? El documento más claro al respecto, y aunque excede temporalmente el marco propuesto permite apreciar el discurso oficial, es el de 1951. En este decreto se establece que los pilotos Agregados Técnicos están encomendados a seguir exponiendo en los circuitos europeos la *“capacidad técnica lograda; que es de interés nacional buscar un mejoramiento de la técnica automotriz en consonancia con el grado de progreso alcanzado científicos por el país...”*¹⁸⁶. Estas actividades lo consolidan como una figura que podía llegar a ser vista y, bajo toda forma lo era, como representante del gobierno pese a sus constantes declaraciones sobre que ‘no tiene tendencia política’. Para finalizar, en su autobiografía y en las entrevistas donde se toca el tema, Juan Manuel Fangio afirma: *“El gobierno peronista me apoyó a mí como a tantos otros deportistas, pero a mí me tocó ser Campeón del Mundo y le estoy agradecido por ello”*¹⁸⁷, un ejemplo más de cómo la política y el deporte se entremezclan en el período de análisis.

El último punto a destacar es que, desde la información provista por los decretos, la vinculación explícita es gobierno-pilotos sin que medie ninguna otra institución. Con esto, queremos enfatizar que ni la Asociación Argentina de Volantes¹⁸⁸ ni el A.C.A. se registran en los documentos estatales inherentes a la “Misión Argentina”. Esto, por supuesto, no quiere decir que el A.C.A. no participara de la iniciativa¹⁸⁹ pero, definitivamente, no es la institución vinculada a los pilotos -como sí lo fue para los GPI- ni como representante ni como mediadora, al menos en lo que a papeles correspondientes con la “Misión Argentina”.

Para finalizar esta argumentación, se recapitulará lo analizado hasta el momento. Por un lado, las fuentes permiten encontrar de forma explícita a los actores sociales que interactúan con las instituciones durante los GPI Ciudad de Mar del Plata. Se demostró que el público junto con los *mass media* se hacían eco y participaban de distintas maneras en

¹⁸⁶ P.E.N. Decreto Nº 6.466 M Nº 156, 6 de abril de 1951.

¹⁸⁷ Fangio y Carozzo, 1986:292.

¹⁸⁸ Mencionamos a la A.A.V. porque su logo se encuentra en los monos que utilizaban (y utilizan) los pilotos ya que es la entidad que los aglutina.

¹⁸⁹ Referencias varias hablan de los representantes del A.C.A. que viajaron tanto a USA como a Italia así como de mecánicos, Amadeo Bignami, también de origen italiano, que trabajaba en el A.C.A. y fue puesto a disposición del Equipo Argentino en Italia y para cuidar las máquinas que se compraron allí en su viaje a nuestro país (Diario La Capital, 14 de marzo de 1950).

la construcción del héroe e ídolo popular como lo es Juan Manuel Fangio. Las formas de participación incluían la difusión y las narraciones heroicas de las victorias fuera de la nación o sobre ases extranjeros que eran batidos en nuestra tierra. También, incluyen las acciones solidarias y comerciales que se llevaron adelante para permitir la participación del volante balcarceño en las competencias (ya sea una rifa o una comida para juntar dinero para pagar alojamiento o repuestos) y el apoyo fuera de las pistas (llevarlo en andas aunque finalizara quinto, agasajarlo, etc.). La construcción del ídolo, de esta manera, se lleva adelante por la interacción continua antes, durante y *a posteriori* de un evento en particular entre las partes mencionadas.

Por otro lado, luego de haber examinado la construcción y el papel de los mediadores políticos, se puede establecer a Fangio como un mediador político en su rol de representante del gobierno argentino en el exterior durante la “Misión Argentina”. Este papel se reflejaba igualmente al interior de las fronteras a través de la participación en actos oficiales, llevar publicidad del gobierno en los autos con los que participaba¹⁹⁰, en una alusión directa al apoyo estatal recibido reforzando el discurso sobre el apoyo al deporte y a los deportistas.

El ídolo popular en que Fangio se transformó fue alimentado de todas y cada una de las vinculaciones anteriormente analizadas a través de los capítulos precedentes. Parafraseando a Martín Kohan (2005:39), hasta aquí se tomaron hechos que son tan inasibles, concretos y objetivos como la misma realidad en la que transcurren mientras que la narración (la que le dieron los contemporáneos y la reinterpretación que hacemos de ella) es la que, a través de los criterios de relevancia, lógicas causales o temporales, permiten resignificar esos hechos, reinterpretarlos y aportar un granito de arena más a la construcción histórica en el ámbito local.

¹⁹⁰ En este momento del automovilismo, las publicidades o sponsors no eran mayoritariamente oficiales. Más bien, y según narra el Sr. Marcelo Parra, las publicidades y mensajes se pintaban antes de comenzar la carrera (a veces, en medio de la carrera) y se borraban al finalizar la misma. De allí, que podemos ver hasta tres fotos de una misma competencia de Fangio con su auto -sobre todo en Grandes Premios Nacionales- con distintas inscripciones. Destaca, una fotografía inédita en la que figura la leyenda “Gracias Perón” sobre el capó. Esta fotografía corresponde al Gran Premio de la República Argentina de 1949, N° de Inventario 018 y 143 del Archivo del Museo Fangio en Balcarce.

Conclusiones

En las páginas precedentes se ha analizado la forma en que los distintos actores sociales e institucionales confluyen en un evento deportivo, más precisamente, en las competencias automovilísticas internacionales disputadas en Mar del Plata entre los años 1948 y 1950. Los aportes realizados en el marco de esta tesina quedan cristalizados en los siguientes párrafos.

Se ha podido rastrear y demostrar la existencia de redes sociales y organizacionales entrelazadas en cada competencia automovilística durante el período previo al objeto de estudio, es decir, entre 1900 y 1946. A medida que se ahonda en las características particulares de cada carrera surgen los roles que desempeñan instituciones (como los periódicos y Automóviles Clubs), personas privadas (como Canestrini y Rothschild) y los Estados europeos y americanos.

Por primera vez se caracteriza a esta etapa organizacional teniendo en cuenta la forma en que los capitales (económicos, sociales y simbólicos) circulan dentro y circundante al automovilismo. La denominación “dispersa” para este período denota las múltiples interrelaciones que se dan en el seno del evento deportivo cuya dinámica es errática (es decir, la disposición de los capitales, sobre todo económicos, varía de competencia a competencia) al tiempo que permite observar los variados objetivos que persiguen cada uno de los actores intervinientes.

En cuanto a los Estados y las instituciones privadas en particular, es clara la profundidad de su implicancia hasta 1940. Juntos o relevándose como actor principal según el contexto, lo cierto es que gran parte del peso y las responsabilidades de la organización se reparten casi equitativamente entre los Estados (sean estos nacionales o municipales) y las instituciones privadas (periódicos y Automóviles Clubs). A esta altura no es factible hablar de sponsorización (como actualmente se la entiende) pero abundan los ejemplos de pilotos que desisten de presentarse en determinadas pruebas porque “el dinero no llega”.

Esta realidad la viven aquellos pilotos provenientes de clases populares (ya sean inmigrantes o locales), mecánicos de oficio y con formación autodidacta. Por primera vez no se ven exentos de participar en las actividades que llevan adelante representantes de

clase media-alta (y hasta aristocrática) aunque mucho lo deben al apoyo de vecinos y conocidos para lograrlo. Para este grupo, el objetivo primordial era la acumulación de capital simbólico y económico que les permitiera la movilidad social. Es de destacar que, indistintamente de su estrato socioeconómico, todos los pilotos se encontraban en la pista bajo cierta “paridad” debido a la velocidad propia de avance científico-técnico.

Esta etapa dispersa llega a su fin en 1946. A partir de este momento la organización de los eventos, más allá del espacio geográfico analizado, queda marcada por una creciente institucionalización. El punto de inflexión es la creación de la FIA: otorga a todos los Automóviles Clubs del mundo adheridos un reglamento y normativa estándar de manera de favorecer el diálogo interinstitucional a nivel internacional. En este contexto, las empresas privadas se ven relegadas a un papel secundario mientras que las instituciones se afianzan en su doble rol de organizadoras y fiscalizadoras de cada evento. De esta manera, y teniendo en cuenta las relaciones preexistentes entre Estado y A.C.A., y entre la institución insignia del automovilismo argentino a nivel nacional con sus pares europeos, permiten concluir que esta dinámica se constituye en la piedra basal de los GPI en la ciudad de Mar del Plata ya que confluyen el MdP.A.C., A.C.A. y los Estados nacional, provincial y local en pos de la exitosa consecución de “La Temporada”.

Este diálogo interinstitucional se aborda y se desglosa de manera que se puede observar la actuación de cada una de las instituciones participantes en la organización de los GPI Ciudad de Mar del Plata entre 1948 y 1950. Como ha sido mencionado, con la reanudación de las carreras a nivel mundial se retoman los proyectos de carreras nacionales e internacionales de la mano del A.C.A. en Argentina. El análisis realizado en las páginas precedentes permite rastrear una política “de arriba hacia abajo” donde no sólo se entremezclan discursos sobre movilidad social (provenientes del Estado nacional) y la construcción de una ciudadanía social sino la cristalización de proyectos privados relacionados al automovilismo (surgidos desde el A.C.A. y, en menor medida, organizados y/o acompañados desde instituciones de entusiastas por el automóvil como el MdP.A.C. en Mar del Plata). Esta política persiguió un objetivo mayor: el de insertar al país a nivel internacional como sede y organizador de eventos de gran magnitud deportiva por la calidad de pilotos y automotrices intervinientes.

En los casos analizados, es decir, los tres eventos internacionales realizados durante las temporadas estivales de 1948, 1949 y 1950, se ha logrado explicar los cambios de roles de las instituciones partícipes. En el camino transitado se observa cómo los roles de las instituciones estatales y privadas nacionales cambian de secundarias a principales según

el contexto económico de la institución local, MdP.A.C.: un proyecto de entusiastas locales por el automovilismo que alcanza un rápido reconocimiento entre las autoridades municipales y regionales en el bienio 1947/8. De este modo y con sostén en las fuentes, se afirma que el MdP.A.C. es el artífice de las gestiones y la organización que le permiten a Mar del Plata tener su primer evento internacional de automovilismo, el GPI Ciudad de Mar del Plata de 1948. El diseño del circuito, la venta de entradas y la difusión del evento se encuentran bajo su órbita durante enero/febrero de 1948. Sin embargo, es la única edición donde se puede aseverar que la institución local actuó con supremacía. Esa misma institución queda relegada para las ediciones posteriores de 1949/50 por el A.C.A.: ya no le queda nada, ni título de organizador ni administrador de recaudación. Su actividad dejó de ser funcional para contribuir al enaltecimiento de las temporadas de verano -como puede vislumbrarse que fue su objetivo en 1948- y rápidamente pasa a encargarse de asuntos 'más domésticos': buscar la financiación para las ediciones del regional Mar y Sierras.

En 1949 y 1950 se observa claramente cómo el A.C.A. se erige en el principal organizador de los GPI Ciudad de Mar del Plata, algo que ya había realizado en 1948 en las otras sedes de GPI en la Argentina para constituir "La Temporada Internacional" de automovilismo. En este punto, Francisco "Pancho" Borgonovo fue un mediador político visible y esencial para la consecución de los GPI Ciudad de Mar del Plata. Su presencia y aval en los eventos de 1949 y 1950 demuestran la pérdida de impulso y respaldo que sufre el MdP.A.C. al tiempo que se clarifica la posición del A.C.A como una institución privada con objetivos internacionales confluentes y complementarios a los planteados por el Estado Nacional. Estos objetivos quedan expuestos de manera explícita en los decretos del P.E.N. referidos a la inclusión de pilotos como Agregados técnicos en la Embajada Argentina en Italia y, nuevamente, nos permiten ahondar en esta política 'de arriba hacia abajo' antes mencionada.

Al indagar sobre el rol que cumplió la Municipalidad de General Pueyrredón se observa un comportamiento 'interesante'. Por un lado, su accionar más activo queda asentado en los Boletines Oficiales para las ediciones de 1949 y 1950 mientras que se puede apreciar que en la edición de 1948 la institución estatal descansa enteramente en la organización llevada adelante por el MdP.A.C. y no se involucra directamente. Lo 'interesante' está dado por el hecho de que se puede afirmar que la Municipalidad nunca tuvo una iniciativa real para con la organización de los GPI y hasta puede dudarse de su real interés en la prueba automovilística (comprobable a través de la inexistencia de publicidades oficiales sobre el evento). Más aún, el estado municipal se limitó a responder

los petitorios realizados por la entidad organizadora de "La Temporada", el A.C.A, lo que aporta una evidencia más para la idea que sostiene esta tesina en torno a la nacionalización del evento y al uso político del mismo.

Sin embargo, los GPI como evento deportivo y el A.C.A. como institución privada no fueron los únicos en ser utilizados con distintos objetivos políticos. Aquí entran los pilotos participantes en general y Fangio en particular. Ajeno al objeto de estudio presentado en esta tesina pero congruente con lo hasta aquí analizado, se puede ver a la "Misión Argentina" a Europa (de la que Fangio participa) como una experiencia más dentro de la política estatal que se extiende en el tiempo bajo el gobierno (e impulso) peronista.

Lo dicho anteriormente se inscribe en el sesgo que adquiere el automovilismo durante la etapa peronista, el cual se insertaba en los marcos generales de la política deportiva. Esta política incluyó profesionales '*for export*' y la afirmación queda demostrada con la variedad de deportistas que triunfaron en el ámbito latinoamericano y europeo logrando ser con ello portada de la Revista El Gráfico. En este sentido, ser portada de una de las revistas deportivas con mayor tirada nacional de la época, les otorga visibilidad y pasan a formar parte del imaginario colectivo. En el interior de la revista, acompañando el relato de cada logro alcanzado para el palmarés nacional, hay notas que retratan a cada deportista desde su faz humana e íntima: el medio masivo de comunicación es el intermediario entre el deportista (y su propia historia de superación y movilidad social) con la sociedad (y el reflejo en que se mira y deposita sus propias aspiraciones). En relación a lo antes expuesto, el peronismo establecía una relación simbiótica donde ejercía un uso político de estas figuras en actos masivos, publicaciones periódicas dependientes del movimiento y la misma propaganda oficial del gobierno. De esta manera, la dicotomía entre exclusión (política) e inclusión (social) quedaba soslayada, al menos, en el campo deportivo.

Un mediador necesario y transversal a todos los analizados son los *mass media*. No sólo se erigen en constructores de afición y de héroes sino en mensajeros y difusores de valores y expectativas de movilidad social a los que la sociedad aspira. A fin de cuentas, las revistas y locutores transmiten a lectores y oyentes las hazañas de los deportistas en general y de los pilotos en particular constituyendo desde su lugar la visión colectiva de lo nacional.

Dentro de los *mass media*, las voces representativas del éter, con Sojit a la cabeza, fueron dando forma a los relatos que tenían a Fangio como protagonista cada vez de manera más asidua. Con esta idea volvemos al principio de estas conclusiones: los relatos

sonoros y el soporte papel construían un lugar común donde no sólo habitaba el ídolo y las instituciones involucradas, sino una afición cada vez más amplia que iba tomando forma y constituyéndose a sí misma como una de las más entusiastas a nivel mundial. Lo que parecía, *a priori*, ser un fenómeno local (Mar del Plata, alrededores y Provincia de Buenos Aires toda) ya tenía antecedentes nacionales en el palmarés con el que Fangio comienza esta etapa pos II Guerra Mundial: su figura como Campeón del TC es sólo el comienzo del reconocimiento a sus variadas cualidades conductivas. Sin embargo, luego del *impasse* producido por la II Guerra Mundial, volver a competir era parecido a volver a presentarse en sociedad: se rescataban hazañas pasadas, proyectos presentes y la posibilidad de potenciar la carrera deportiva futura.

Se puede establecer que ése es el lugar que tuvieron los GPI para Fangio: un trampolín para encarnar -conscientemente o no- los ideales de movilidad social en una Argentina que se reconstruía a la luz de conquistas sociales. Las victorias conseguidas detrás del volante de los monoplazas contra los ases extranjeros hablaban de su habilidad, pero también, esas mismas victorias fueron empleadas como símbolo nacional del valor del trabajo, el esfuerzo y la superación personal. Si bien Fangio nunca se definió a nivel político (peronista, radical, etc.) esto no quiere decir que la acumulación de capitales que realiza (por el desempeño automovilístico) fueran desaprovechados. Todo lo contrario. De alguna manera, junto a otros mediadores políticos, logra avanzar como representante del gobierno en el exterior y posicionarse como referente de la 'Misión Argentina' y del automovilismo argentino en Europa. El gobierno y las instituciones relacionadas en mayor o menor medida entre sí también construían popularidad a través del uso de la figura de Fangio. En Europa, como ya se afirmó, ser representante del gobierno (como demuestra su legajo de servicio en Cancillería Argentina) le permitió acumular cierto poder o cierto cúmulo de capitales que le permitían destacarse de otros volantes argentinos (como fueron sus contemporáneos Clemar Bucci, el 'Aguilucho' Gálvez, Froilán González) y, de esa manera, ser deseado y elegible para representar a la Argentina en el exterior. Su cargo como Agregado Técnico en la Embajada Argentina en Italia aunado a la controversia por la compra de autos de competición (disputa entre el A.C.A. y el gobierno) y el uso de su figura en actos oficiales del gobierno, no ayudan a convencer a los interlocutores de la posición política que manifiesta y se establece esa relación simbiótica entre 'el quintuple' y el estado nacional.

Fangio, de esta manera, se construye y es construido como mito, héroe e ídolo local, nacional e internacional a través de varios factores. Uno de los ellos está íntimamente relacionado con los espectadores, el público, la afición. Ellos brindan su apoyo a la vera de

la pista, en talleres y actividades que les permiten a los pilotos obtener el dinero para preparar sus máquinas. Por otro lado, los logros de Fangio eran propios, pero también eran posibles gracias al decisivo y activo apoyo del gobierno y, sus victorias, eran las de todos los argentinos.

Para concluir, las competencias automovilísticas en tanto prácticas sociales fueron donde se forjaron relaciones interpersonales e interinstitucionales que superan al evento concreto de los GPI para establecer una influencia mutua entre redes organizacionales y redes sociales que posibilitaron -y posibilitan- la construcción de Juan Manuel Fangio como ídolo popular. Se ha demostrado, finalmente, que la coyuntura posibilitó enmarcar el apoyo al automovilismo y a la 'Misión Argentina' como un aporte más en el proyecto deportivo nacional "desde arriba hacia abajo" y colocar a las instituciones y a los representantes argentinos en el candelero internacional no sólo en el período que nos ocupa sino durante todo el transcurrir de Perón al mando del gobierno. Es decir, las victorias y la consagración de Fangio en los años inmediatamente posteriores a nuestro análisis se extendieron en el tiempo. Esta permanencia de su figura como estandarte deportivo y nacional en el que los argentinos pueden verse reflejados y orgullosos llegan a fechas tan cercanas como fines de los años noventa con Argentina siendo sede, intermitentemente, de competencias de la Fórmula 1 Internacional y teniendo pilotos argentinos en la máxima categoría emulando, de alguna manera, la epopeya de Fangio.

La permanencia, el 'rememorar constante', la construcción continua de su historia a través de fechas conmemorativas (tiene doble fecha conmemorativa en las efemérides: el 24 de junio se celebra el Día Nacional del Piloto y el 17 de julio el Día del Automovilismo Deportivo) y del montaje de diversos monumentos y reconocimientos a su persona a lo largo y ancho de país (una avenida lleva su nombre en Berazategui) son indisolubles de lo que Fangio significó y significa para la memoria deportiva nacional.

En Mar del Plata, la instalación del busto-monumento en noviembre de 2019 entre las placas recordatorias que tanto la Subsecretaría de Deporte de la Municipalidad de General Pueyrredon como la Fundación Fangio (el Museo de Balcarce) emplazaron en el paseo costero de Playa Varese (1990 y 2009, respectivamente) contribuye a rememorar las hazañas de Fangio y a reconstruirlo como héroe vigente para las nuevas generaciones desde un punto de vista laudatorio. Desde esta investigación, lo que se ha logrado es deconstruir la figura de Juan Manuel Fangio y reconstruirlo en el contexto de una política deportiva durante el gobierno peronista y ubicarlo en un campo que le es propio -el

automovilismo- sin desmerecer su protagonismo dentro de las redes organizacionales que se involucraron en los GPI Ciudad de Mar del Plata.



191

¹⁹¹ Los monumentos, según fueron definidos por la llamada Carta de Venecia en 1964, son sitios urbanos o rurales que ofrecen el testimonio de una civilización particular, de una fase representativa de la evolución o progreso o de un suceso histórico, es decir, en este caso puntual, rememora el escenario de un suceso histórico memorable en la vida de la ciudad. Asimismo, cabe recordar que los monumentos son ese enclave que cristaliza la institucionalización de un discurso y lo convierte en lugar común en la memoria de una nación. De esta manera, las placas alusivas y el monumento de Juan Manuel Fangio emplazado en 2019 en pleno paseo costero de Mar del Plata, en parte del trazado histórico donde los GPI que fueron analizados en esta investigación se dieron cita, le agregan presencia (o permanencia) a la misma figura de Fangio trascendiendo la frontera generacional.

Bibliografía

Documentos oficiales

- Fojas de Servicio de los integrantes de la 'Misión Argentina' a Europa. Archivo Histórico de Cancillería Argentina.
- Boletín Municipal, Municipalidad de General Pueyrredón. Años consultados: 1947-1951.

Entrevistas

- Ingeniero Carlos Barragán. Primer Director del Museo Fangio en la ciudad de Balcarce. Entrevistadora: Ferreira, Estefanía. Mayo de 2015.
- Ingeniero Carlos García Remohí, Presidente Automóvil Club Argentino. Entrevistadores: Ferrera, Estefanía y Berg, Edgardo. Octubre 2017.
- Mr. David Hayhoe. Periodista inglés especializado en F1. Escritor. Autor de los libros de Estadísticas: TK 1 y TK 2. Entrevistadora: Ferreira, Estefanía. 2018/2020.
- Periodista Diego Durruty. Director Revista CORSA. Entrevistadora: Ferreira, Estefanía. 2017/2018
- Profesor Edgardo Samuel Berg, Profesor de Inglés y Periodista Especializado en Automovilismo. Entrevistadora: Ferreira, Estefanía. 2013/2020.
- Sr. Héctor Fiorda. Ex piloto y Presidente del Automóvil Club Argentino Mar del Plata. Entrevistadora: Ferreira, Estefanía. Diciembre de 2015.
- Sr. José Berg, ex empleado de Ford (1958-61), Chrysler (1963/68). Entrevistadora: Ferreira, Estefanía. 2013/2014
- Sr. Juan "el Tano" Fazzini, Periodista argentino especializado en automovilismo. Entrevistadores: Ferreira, Estefanía y Berg, Edgardo. 2020/2021.
- Sr. Marcelo Parra, Encargado del Archivo del Museo Fangio en la ciudad de Balcarce. Entrevistadora: Ferreira, Estefanía. 2016/2018.
- Sr. Oscar "Cacho" Fangio. Ex Piloto. Hijo de Juan Manuel Fangio. Entrevistadores: Ferreira, Estefanía y Berg, Edgardo. 2019/2020

Fuentes periodísticas

- Diario “El Trabajo”, Mar del Plata. Ediciones consultadas desde el 1º de octubre 1947 al 28 de febrero 1951. Archivo Museo Histórico Municipal Marcelo T. Barilli
- Diario “La Capital”, Mar del Plata. Ediciones consultadas desde el 1º de octubre de 1947 al 28 de febrero de 1951. Archivo Museo Histórico Municipal Marcelo T. Barilli
- Diario “La Mañana”, Mar del Plata. Ediciones consultadas desde el 1º de octubre de 1945 al 28 de Febrero de 1951. Archivo Museo Histórico Municipal Marcelo T. Barilli
- La Gazzetta dello Sport, ediciones correspondientes a enero de 1948, marzo de 1949 y enero 1950.
- Revista “El Gráfico”. Ediciones desde 1945 hasta 1951. Fondo Documental de la Biblioteca Deportiva “Dante Panzieri”. Club Quilmes Mar del Plata.
- Semanario “La Semana”, Mar del Plata. Ediciones desde el 1º de octubre de 1947 al 28 de febrero de 1951.

Fuentes Inéditas y Fotográficas

- Documentos y folletos sueltos sobre el Mar del Plata Automóvil Club proporcionados por el Prof. Alberto Garis.
- General Motors Media Archive, General Motors Heritage Center. Kathleen Adelson, Researcher.
- Material fotográfico e institucional del Museo Fangio en la ciudad de Balcarce.
- Popular Mechanics, January, 1938.

Libros y artículos

- Alabarces, P. (2015). Deporte y Sociedad en América Latina: un campo reciente, una agenda en construcción. *Anales de Antropología*, vol. 49(1), pp.11-28. Recuperado de: [http://dx.doi.org/10.1016/S0185-1225\(15\)71643-7](http://dx.doi.org/10.1016/S0185-1225(15)71643-7)
- Alabarces, P. y Garriga Zucal, J. (2014). Pionerismos, continuidades, deudas. *Revista del Museo de Antropología*, vol. 7 (2), pp. 327-330. Recuperado de: <https://doi.org/10.31048/1852.4826.v7.n2.9183>
- Andrade de Melo, V., & Drumond, M. (2009). Esporte, cinema e política na Argentina de Juan Perón (1946-1955). *Estudos Ibero-Americanos*, 35(1),56-72 [fecha de Consulta 1

de Julio de 2020]. ISSN: 0101-4064. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1346/134612639005>

- Allende, I (1982) *La casa de los espíritus*. Recuperado de: <https://freeditorial.com/es/books/la-casa-de-los-espíritus>
- Archetti, E. P. (2001). El potrero, la pista y el ring. Capital Federal: Fondo de Cultura Económica.
- Archetti, E. P. (2005). El deporte en Argentina (1914-1983). *Trabajo y Sociedad*, vol. VI (7). Santiago del Estero, Argentina. ISSN 1514-6871. Recuperado de: <http://www.unse.edu.ar/trabajosociedad/Archetti.pdf>
- Asociación de Fábricas de Automotores (2010). *Historia de la Industria Automotriz en la Argentina*. Argentina: AdeFA. Recuperado de: <http://www.adeffa.org.ar/es/institucional-libro-de-la-industria-automotriz> [consultado el 29/05/2018]
- Auge Bacque, J.A. y Figueras, C. F. (s/f). *La Temporada*. ACA e YPF.
- Avendaño Santoyo, H. A. (2015). La afición al automovilismo deportivo en México: un análisis figuracional. *Lecturas: Educación Física y Deportes*. Año 20(207). Recuperado de: <http://www.efdeportes.com/efd207/la-aficion-al-automovilismo-deportivo-en-mexico.htm>
- Ballent, A. (2005). Kilómetro cero: la construcción del universo simbólico del camino en la Argentina de los años treinta. *Boletín del instituto de Historia Argentina y Americana "Dr. Emilio Ravignani"*. Tercera serie, (27), pp. 107-137.
- Balmaceda, D. (2012). La primera carrera de autos en Buenos Aires. *La Nación* [versión online]. Recuperado de: <https://blogs.lanacion.com.ar/historia-argentina/deportes/la-primera-carrera-de-autos-en-buenos-aires/>
- Barbero, M. I. y Motta, J. (2008). Trayectoria de la industria automotriz en la Argentina desde sus inicios hasta fines de la década de 1990. En: Delfini, M., Dubbini, D., Lugones, M. y Rivero, I. V. (coords.). *Innovación y empleo en tramas productivas de Argentina* (pp. 189-229). Buenos Aires: Editorial de la Universidad de General Sarmiento.
- Barthes, R. (1999) *Mitologías*. Recuperado de: <https://jppgenrgb.files.wordpress.com/2017/02/barthes-mitologias-1999.pdf> [consultado el 05/08/2017].
- Bass, A. (2014). State of the Field: Sports History and the 'Cultural Turn'. *Journal of American History*, vol. 101 (1), pp. 148-172.
- Berg, E. S. (2005). *Garfinkleando por Mar del Plata: del pasaje Vaira a la cortada del tango*. *La Temporada*. Mar del Plata: Edgardo Berg. ISBN 987-43-9653-9

- Bergel, M. y Palomino, P. (2000). La revista El Gráfico en sus inicios: una pedagogía deportiva para la ciudad moderna. *Prismas*, (4), pp. 103-122. Recuperado de: <http://www.saavedrafajardo.org/Archivos/Prismas/04/Prismas04-07.pdf> [consultado el 01/02/2017]
- Bilyk, P. A. (2013). Significaciones sobre “lo nacional”. Aproximaciones iniciales para pensar la idea de nación entre los públicos del Turismo Carretera. *Oficios Terrestres*, vol. 1 (29). Recuperado de: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/view/1945/1764> [consultado el 10/09/2016]
- Bourdieu, P. (2001). Capítulo IV. Las formas del capital. Capital económico, capital cultural y capital social. En su: *Poder, Derecho y Clases sociales* [2ª ed]. (pp. 131-164). España: Descleé de Brouwer.
- Bourdieu, P. y Wacquant, L. (2005). Entrevista 3: La lógica de los campos. En su: *Una invitación a la sociología reflexiva* (pp. 147-173). Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Branz, J., Garriga Zucal, J. y Moreira, V. (comps.) (2013). *Deporte y ciencias sociales: claves para pensar las sociedades contemporáneas*. La Plata: EDULP. Recuperado de: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.408/pm.408.pdf>
- Canestrini, C. (1969). *Una vida en las carreras*.
- Castro, P.V. y otros (1996). Teoría de las prácticas sociales. *Complutum*, Extra 6 (II), pp. 35-48. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/CMPL/article/view/CMPL9696330035A>
- Ciafardo, Eduardo. O. (1990). Las Damas de Beneficiencia y la participación social de la mujer en la ciudad de Buenos Aires, 1880-1920. *Anuario del IEHS*, vol V, pp. 161-170. Recuperado de: <http://anuarioiehs.unicen.edu.ar/Files/1990/Las%20damas%20de%20beneficencia%20y%20la%20participaci%C3%B3n%20social%20de%20la%20mujer%20en%20la%20ciudad%20de%20Buenos%20Aires,%201880-1920.pdf> [consultado el 01/02/2017]
- Day, D. & Vamplew, W. (2015). Sport History Methodology: Old and New. *The International Journal of Sport*, vol. 32 (15), pp. 1715-1724.
- Dosse, F. (2006). *La historia en migajas. De Annales a la “nueva historia”*. México: Universidad Iberoamericana.
- EFE (2015). El primer coche argentino de la historia tiene corazón gallego. *Agencia EFE*. Recuperado de: <https://www.efe.com/efe/america/cono-sur/el-primer-coche-argentino-de-la-historia-tiene-corazon-gallego/50000553-2739766>

- Esparza Ontiveros, M. Á. (2010). Sociedades deportizadas. Una aproximación a la historia del deporte. *Lecturas: Educación Física y Deportes*. Recuperado de: <http://www.efdeportes.com/efd144/una-aproximacion-a-la-historia-del-deporte.htm> [consultado el 03/02/2017]
- Falco Genovez, P. (1998). El desafío de Clío: el deporte como objeto de estudio de la Historia. *Lecturas: Educación Física y Deportes*. Recuperado de: <http://www.efdeportes.com/efd9/clio2e.htm> [consultado el 05/09/2016]
- Fangio, J. M. y Carozzo, R. (1986). *Fangio: cuando el hombre es más que el mito*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana/Planeta.
- Fernández, S. (2015). La perspectiva regional/local en la historiografía social argentina. *Folia Histórica del Nordeste*, (24), 00. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0325-82382015000200013&lng=pt&nrm=iso [consultado el 10/06/2017]
- Fortich Navarro, M. P. y otros (2012). Elementos de la teoría de los Campos de Pierre Bourdieu para una aproximación al derecho en América Latina: consideraciones previas. *Verba Iuris*, N° 27, pp. 47 – 62. Recuperado de: <https://revistas.unilivre.edu.co/index.php/verbaiuris/article/view/2214> [consultado el 23/08/2016]
- Gambini, H. (2014). *Historia del peronismo, el poder total*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ediciones B.
- García Inda, A. (2000). Introducción. La razón del derecho: entre *habitus* y campo. En: Bourdieu, P. *Poder, derecho y clases sociales* [2ª ed.].(pp. 9-60) España: Descleé de Brouwer S.A.
- Gonzalez Peña, E. (2017). 80 años de Turismo Carretera: cuando la periferia se volvió centro y reinaban los pilotos-mecánicos. *La Izquierda Diario*. Recuperado de: <https://www.laizquierdadiario.com/80-anos-de-Turismo-Carretera-cuando-la-periferia-se-volvio-centro-y-reinaban-pilotos-mecanicos> [consultado el 25/09/2018]
- Gruschetsky, M. (2019). Autódromo, corredores y velocidad. Modernismo automotor en la Argentina peronista. En: Panella, C. y Rein, R. (comps). *El deporte en el primer peronismo* (pp. 150-176). La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Recuperado de: <https://perio.unlp.edu.ar/wp-content/uploads/2020/03/Deporte-y-Peronismo-PDF.pdf> [consultado el 01/06/2020]
- Hassan, D. (2011). Prologue: The Cultural Significance and Global Importance of Motor Sport. *The International Journal of Sport*, vol 28(2), pp. 187-190.

- Hora, R. (2014). *Historia del turf argentino*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Incorvaia, A. (2012). A Radio y Papel. *CORSA. Turismo Carretera: 75 años a pura pasión*, tomo 1, pp. 41-42.
- Iuliano, R. y Hang, J. (comps.) (s/f) Dossier. Estudios sociales del deporte: un mapa local. Recuperado de: <http://historiapolitica.com/dossiers/dossier-estudios-sociales-del-deporte-un-mapa-local/?print=pdf> [consultado el 01/07/2020]
- James, D. (2010). Resistencia e integración: el peronismo y la clase trabajadora argentina 1946-1976 (2ª ed). Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Kohan, M. (2005) *Narrar a San Martín*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora S.A.
- Korstanje, M. (2009). Reseña de "La Vida Cultural del Automóvil: Rutas de la Modernidad Cinética" de Guillermo Giucci. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 18 (6), pp. 761-763. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713900008> [consultado el 12/01/2017]
- Lacoste, P. y otros (2000). Redes humanas y organizacionales en los procesos de integración regional: los Grandes Premios Internacionales en el Sur de América y el papel de los actores no estatales (1935-1965). *UNIVERSUM*, (15), 125-159.
- La Voz del Interior (2008). Juan Cassoulet, el pionero. *La Voz del Interior* [versión online]. Recuperado de: http://archivo.lavoz.com.ar/suplementos/temas/08/01/20/nota.asp?nota_id=154182
- López, A. (2013). Pasando revista: El Gráfico, Mundo Deportivo y Goles, tres maneras de narrar el deporte argentino del siglo XX. En: *10° Congreso argentino y 5° latinoamericano de Educación Física y Ciencias*. Congreso llevado a cabo en La Plata. Recuperado de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/39648> [consultado el 01/02/2017]
- Lupo, Víctor F. (2004). *Historia política del deporte argentino 1610-2002*. Buenos Aires: Corregidor.
- Macor, D. y Tcach, C. (eds.) (2003). El enigma peronista. En su: *La invención del Peronismo en el interior del país* (pp. 5-31). Santa Fe: UNL.
- Martínez López, J. S. (2014). El ámbito del deporte-espectáculo: cavilaciones en torno a sus implicaciones y características. *Impetus*, vol. 8 (1), pp. 15-24. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/320123383_El_ambito_del_deporte-espectaculo_cavilaciones_en_torno_a_sus_implicaciones_y_caracteristicas [consultado el 01/06/2020]

- Pastoriza, E. M. y Piglia, M. (2012). Asociaciones civiles, empresas y Estado en los orígenes del turismo argentino. *Anuario IEHS* (27), pp. 393-415. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4970085> [consultado el 10/09/2016]
- Pastoriza, E. M. y Torre, J. C. (2019) “Mar del Plata, un sueño de los argentinos”.
- Piglia, M. (2011). Estado y Sociedad civil durante el primer peronismo: el Automóvil Club Argentino y sus relaciones con el Estado. *Seminario “Problemas de la Argentina Contemporánea”*, organizado por el Centro de Historia Política, UNSAM, 4 de mayo de 2011.
- Piglia, M. (2011a). “¡Conozca su patria: veraneé!”. Los orígenes del turismo en automóvil en la Argentina: 1920-1950. En: *Encuentro Internacional de Turismo*. Congreso llevado a cabo en Mar del Plata. Recuperado de: <http://nulan.mdp.edu.ar/1515/1/01309.pdf>
- Piglia, M. (2014). *Autos, rutas y turismo: el Automóvil Club Argentino y el estado*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Rein, R. (2008). Los hombres detrás del Hombre: la segunda línea de liderazgo peronista. *Araucaria*, (19), pp. 78-92. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/282/28201905.pdf> [consultado el 01/07/2020]
- Rein, R. (2017). Política, deporte y diplomacia cultural: La Nueva Argentina de Perón y los Juegos Panamericanos de 1951. *Anuario del Instituto de Historia Argentina*, 17 (1), e042. Recuperado de: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.8064/pr.8064.pdf [consultado el 01/06/2020]
- Robles Rodríguez, J., Abad Robles, M. T. y Giménez Fuentes-Guerra, F. J. (2009). Concepto, características, orientaciones y clasificaciones del deporte actual. *Lecturas: Educación Física y Deportes*. Recuperado de: <http://www.efdeportes.com/efd138/concepto-y-clasificaciones-del-deporte-actual.htm> [consultado el 05/09/2016]
- Rodríguez, M. G. (1999). Deporte y populismo: la fundación de una relación (Argentina 1945-1955). *Contratexto*, (12), pp. 209-220. Recuperado de: <http://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/730/702> [consultado el 20/03/2020]
- Rodríguez, M. G. (2013). Conclusiones. ¿Qué es un campo?, ¿Y tú me lo preguntas?. En: Branz, J., Garriga Zucal, J. y Moreira, V. (comps.). *Deporte y ciencias sociales: claves para pensar las sociedades contemporáneas*. La Plata: EDULP. Recuperado de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/50215> .

- Rodríguez, R. (2007). *Carlos Vicente Aloé: subordinación y valor*. La Plata: Asociación Amigos del Archivo Histórico. Recuperado de: http://cedinpe.unsam.edu.ar/sites/default/files/pdfs/rodriguez_2007_carlos_vicente_alo_e_subordinacion_y_valor.pdf [consultado el 01/06/2020]
- Rosanvallon, P. (2002). Para una historia conceptual de lo político, *Prismas*, (6), pp.123-133. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/306676246/Rosanvallon-Historia-Conceptual-de-Lo-Politico> [consultado el 09/09/2016]
- Serna, J. y Pons, A. (2003). En su lugar: Una reflexión sobre la historia local y el microanálisis, *Contribuciones desde Coatepec*, (4). Recuperado de: <http://revistacoatepec.uaemex.mx/%20article/viewFile/53/49> [consultado el 25/05/2017]
- Stone, M. y Lerner, P. (2012). *History's Greatest Automotive Mysteries, Myths, and Rumors Revealed: James Dean's Killer Porsche, NASCAR's Fastest Monkey, Bonnie and Clyde's Getaway Car, and More*. EEUU: Motorbooks.
- Toncel Sanjuán, C. (2010). El deporte y la movilidad social: la fama entre golpes y puntapiés, *Encuentros*, (Nº16), pp. 45-52. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4049796.pdf>
- Tremayne, D. (2012). *The official Formula 1 opus: the whole story*. Opus Media. E-Book.
- Vilanoud, C. (2001). El deporte en el siglo XX: metrópolis, política y espectáculo. *Movimiento*, vol. VII (15), pp. 137-155. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/1153/115318170011.pdf> [consultado el 01/02/2017]
- Villagómez, P. S. (2008). *Construcción mediática de ídolos populares: Otilino Tenorio* [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. Recuperado de: <http://repositorionew.uasb.edu.ec/handle/10644/387> [consultado el 20/07/2020]