

Artefacto Visual

Revista de Estudios Visuales Latinoamericanos

Dossier

Visualidades y miradas por venir (II)

Coordinado por

Afra Citlalli Mejía
Claudia Solanlle Gordillo Aldana
Susana Rodríguez



Fotografía e imaginarios en torno de balnearios montañoses de Mendoza, Argentina, activados por la Revista Mensual BAP (1917-1918).

Photography and imagery around mountain resorts in Mendoza, Argentina, activated by the BAP Monthly Magazine (1917-1918).

Pablo F. Bianchi¹

Universidad Nacional de Cuyo

Mendoza, Argentina

pfrbianchi@yahoo.com

Resumen

Este trabajo indaga en el cambio de mentalidad que facilitó una nueva mirada en torno de la cordillera de Mendoza en el contexto de la modernización tecnológica imperante en Argentina desde fines del siglo XIX. En relación con el ocio, esto condensó en la aparición de equipamientos y espacios propios, inaugurando prácticas vinculadas al veraneo y la balneoterapia. En tales circunstancias, la fotografía, instalada como medio “moderno” que privilegió la selección de ciertas imágenes e imaginarios del mundo civilizado, contribuyó con la difusión de representaciones visuales, reproducidas y consumidas por las elites locales, identificadas en una publicación del ferrocarril Buenos Aires al Pacífico, principal fuente de este estudio. En consecuencia, la investigación, de corte cualitativo y sustentada en el *modelo narrativo histórico*, mediante el análisis fotográfico y el análisis del discurso, pretende estudiar la realidad cultural de ese momento, en sus aspectos sociales y materiales: el modo en que se percibieron y mostraron las elites se basó en la exploración de nuevas sensibilidades, con las ideas de libertad, vértigo, solemnidad y grandeza; mediante la concreción de espacios que contribuyeron material y simbólicamente a la conquista de nuevos territorios y nuevas prácticas de tiempo libre.

Palabras clave: imaginarios sociales, representaciones visuales, prácticas, ocio, modernización.

¹ Facultad de Ingeniería, Universidad Nacional de Cuyo / Grupo Historia y Conservación Patrimonial. Becario posdoctoral por el período 2023-2026 en el Instituto de Ciencias Humanas, Sociales y Ambientales (INCIHUSA), Centro Científico Tecnológico Mendoza, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).

Abstract

This work focuses on the change of mentality that facilitated a new gaze towards the mountains in Mendoza in the milieu of technological modernization prevailing in Argentina since the end of the 19th Century. In relation to leisure, this was embodied by the appearance of its own facilities and spaces, inaugurating practices linked to summer leisure and balneotherapy. In such circumstances, photography, installed as a “modern” medium that privileged the selection of certain images and imaginaries of the civilized world, contributed to the dissemination of visual representations, reproduced and consumed by local elites, identified in the publication *Buenos Aires al Pacífico Railway*, the main source of this study. Consequently, this qualitative investigation, supported by the “Historical Narrative Model”, through photographic analysis and discourse analysis, aims to study the cultural reality of that moment, in its social and material aspects: the way in which the elites were perceived and shown were based on the exploration of new sensibilities with the ideas of freedom, vertigo, solemnity and greatness; through the creation of spaces that contributed materially and symbolically to the conquest of new territories and new free time practices.

Keywords social imaginaries, visual representations, practices, leisure, modernization.

Introducción

Este trabajo indaga en el cambio de mentalidad que provocó una nueva mirada de la cordillera mendocina, proveniente del mundo decimonónico en el marco de los contextos histórico, social y tecnológico del positivismo vigente que cristalizó en la concreción de nuevos escenarios de ocio, facilitado por la modernización tecnológica derivada de la Segunda Revolución Industrial. En sintonía con esta línea de pensamiento, este cambio de mentalidad se hizo evidente en el disfrute de la montaña y su posicionamiento como espacio predilecto de sociabilidad de las elites, reforzado por la implantación de equipamientos e infraestructuras acordes con esas necesidades. Tal y como ha expresado Verónica Tell en *El Lado Visible. Fotografía y progreso en la Argentina a fines del siglo XIX*, el deseo de ampliación de los límites territoriales de la flamante nación argentina, se sirvió no sólo de un “aparato institucional para ejecutar la efectiva incorporación de nuevos espacios”, sino que las representaciones, tanto gráficas como literarias; “cumplieron un rol fundamental en los procesos de apropiación simbólica” (2019, p. 22).

La fotografía dio cuenta, por una parte, de la agitada vida social que ofrecían las estaciones balnearias; por otra, del grado de avance, modernización y confort que

habían alcanzado esos destinos, “expandiendo el universo de lo fotografiable, a medida que la técnica fotográfica se desarrollaba” (Tell, 2019, p. 99). La llegada de los pasajeros a la estación de ferrocarril, los juegos al aire libre, la misa, paseos y todo tipo de celebraciones seculares, entre otras actividades, poblaron las fotografías aparecidas en revistas ilustradas y periódicos de circulación local y nacional, reunidas en una gran variedad de imágenes que tomaron como escenario el paisaje natural o culturizado de la montaña.

Esta investigación se centra en las imágenes e imaginarios² activados desde la *Revista Mensual BAP*, editada entre 1914 y 1947 por la empresa inglesa del ferrocarril Buenos Aires al Pacífico. Específicamente exploramos los números publicados durante el primer año de vida de la revista, editados entre diciembre de 1917 y diciembre de 1918, entendiendo que los discursos, imágenes y representaciones en circulación actuaron como “vidriera” de las aspiraciones, deseos y modos de ver el mundo de una parte de la sociedad de esos años. Pablo Lacoste y Jhonathan Castro afirman que los directores de la revista trasladaron a Mendoza “la experiencia acumulada en Europa, donde la extensión de los ferrocarriles permitió conectar mercados con atractivos turísticos”, lo que propició “una afinidad natural entre las revistas ferroviarias y el turismo”, permitiendo la “visibilización y promoción de los destinos” (2021, p. 5-6).

Al cambio de mentalidad derivado de la industrialización y del positivismo en boga, se sumó el conflicto bélico en Europa, argumento que los promotores de la revista (y de otras publicaciones de la época) emplearon para posicionar los balnearios montañoses mendocinos, destacando sus paisajes y las vistas de gran belleza escénica que superaban ampliamente -según los discursos relevados- los paisajes consagrados de los destinos de montaña europeos.

El período que estudiamos se ubica en un momento bisagra en la historiografía de Mendoza: entre el final del llamado “régimen conservador” (1884-1917) y el advenimiento del radicalismo leninista (1918-1930). El primero tuvo la particularidad de presentar una fuerte gravitación en favor de las familias aristocráticas locales que, en palabras de algunos autores, se servían de lazos familiares, comerciales y de amistad para tomar posiciones de poder en la esfera política, económica y social de la provincia (Cueto *et al.*, 1991; Bragoni, 2007). Por otra parte, se hicieron evidentes nuevas olas de radicalización que transformaron las prácticas políticas: comenzaron a formarse nuevas agrupaciones (liberales avanzados, radicales, socialistas), con una consecuente politización de sectores urbanos y, en el decenio 1910-1920, con una

² Adherimos a la propuesta teórica de Bronislaw Baczko, quien define los imaginarios sociales como una invención permanente de la sociedad, un conjunto de ideas-imágenes a través de las cuales se construye identidad, se legitiman poderes, se elaboran sentidos acerca de la realidad. Los imaginarios sociales refieren a ese cúmulo de representaciones colectivas que, lejos de constituirse como mero reflejo “de”, son creación reguladora de la vida cotidiana y por ello son centrales en lo que al control social y ejercicio del poder se refiere (Baczko, 1991, p. 28).

breve pero intensa oleada de democracia liberal. Estos cambios se palpaban ya desde el surgimiento de la Unión Cívica Radical (UCR), luego de la crisis de 1890 y con mayor fuerza bajo el liderazgo de Hipólito Yrigoyen a nivel nacional (Alonso, 2001).³

En este contexto, nos interesa analizar los cambios y persistencias que estos procesos provocaron en las prácticas del ocio, activadas desde principios de siglo en la montaña mendocina. Para cumplir con este propósito, el trabajo se sirvió de fuentes primarias: a los números de la mencionada revista del Ferrocarril BAP, sumamos otras revistas ilustradas de la época (de circulación nacional y local), junto con publicaciones periódicas y conmemorativas,⁴ lo que nos permitió identificar, desde distintos ángulos las representaciones, discursos y deseos de las élites de ese momento y su posterior contrastación con los estilos de vida retratados y recreados a partir de la generación de una “cultura visual” inscrita en el campo estético⁵ donde se vislumbran ciertos mecanismos que propiciaron la “formación de identidades sociales y subjetivas” (Mitchell, citado por Tell, 2019).

Marco teórico y metodología

En este trabajo, el análisis de imágenes de fuentes diversas constituye un modo de acercamiento a los procesos y proyectos de modernización de las élites nacionales, junto con las circunstancias que favorecieron la movilización y formación de un circuito del ocio. Así, el abordaje de la fotografía de obras de arquitectura, de paisajes, de situaciones de la vida cotidiana, entre otras, permite profundizar en las cuestiones referidas al lugar de la arquitectura y la naturaleza en la construcción material y simbólica de la montaña, entendida como destino del primitivo termalismo, luego extendido al turismo en el sentido amplio del término. Para Peter Burke (2005) la fotografía se compone por mensaje, formato y soporte y se distingue por contener información, por transmitir conocimiento y por su intención comunicativa. Como técnica de análisis, recurrimos al análisis de fotografía histórica que provee la *Gramática de Casos* (Valle Gastaminza, 1999 y 2002; Fitz Canca, 2001).

³ La Ley Sáenz Peña de 1912, tuvo una importancia fundamental, dado que instauró un cambio significativo al implementar el sufragio “universal, masculino, secreto y obligatorio”, con la consecuente representación de las minorías, permitiendo elecciones más transparentes que trajeron aparejado un proceso de democratización política (Lobato, 2001, p. 204).

⁴ Nos referimos en este caso al *Álbum Argentino Gloriandus* editado en 1910, *Impresiones de la República Argentina en el siglo XX*, de 1911; las revistas *La Quincena Social*, *Nueva Era* y *Revista Andina* y los diarios *La Época*, *La Palabra* y *La Tarde*; todas publicaciones del primer cuarto del siglo XX que por razones de extensión no podemos reunir en este trabajo, pero que hemos analizado en profundidad en una investigación previa (Bianchi, 2023).

⁵ Tell (2019) entiende que el campo estético responde a una construcción artística de la imagen que permite comprender un contexto cultural de producción que las asocia a una forma particular de representaciones y convenciones y en las cuales la objetividad tiene poca relevancia.

A la importancia que otorga Burke a la imagen como documento histórico, elevándola al podio de los “testimonios admisibles de la historia” (2005, p. 17), sumamos la mirada de Horst Bredekamp quien, desde su *Teoría del acto icónico* (2017), alude a la autenticidad del documento “imagen” y su posición privilegiada para el estudio de la realidad, reforzando la autonomía de la imagen como algo vivo que genera hechos más allá de su propia existencia. En línea con este pensamiento, cabría preguntarse qué provocaba en los lectores la circulación de las imágenes contenidas en las fuentes que seleccionamos y cómo actuaban los textos o informaciones que acompañaban tales imágenes. En este sentido, seguimos a Roland Barthes (1986), quien aborda específicamente la función del texto como complemento de la imagen fotográfica. Las técnicas de abordaje de documentos escritos involucran por una parte, su lectura e interpretación, entendida como el intento por comprender el documento en el contexto de las condiciones (materiales, sociales, etc.) de su producción. Para lograr este objetivo nos apoyamos en la Teoría del Discurso, y en la técnica del *Análisis del Discurso*, desde la ampliación metodológica propuesta por Arturo Roig (1993).⁶

De la teoría que explora el libro *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, de Pierre Bourdieu, tomamos la definición de “habitus” como principio unificador y generador de prácticas en nuestra intención de vincular la pertenencia de los sujetos a determinado grupo o clase y su adhesión (o rechazo) a ciertos modos de pensar. Para este autor, el “habitus” se define como un sistema de disposiciones durables y transferibles que integran todas las experiencias pasadas y funciona en cada momento como matriz estructurante de las percepciones, las apreciaciones y las acciones de los agentes, de cara a una coyuntura o acontecimiento y que él contribuye a producir (Bourdieu, 1998, p. 54).

⁶ El análisis de un texto dependerá tanto del texto mismo, como del tema que en él se desarrolla. Entre los aspectos que tuvimos en cuenta para el análisis del discurso están: 1. Quién habla (enunciador o emisor); 2. De qué se habla (enunciado); 3. A quién se habla (destinatario o receptor); 4. Identificación del “otro”. Este punto está relacionado con el discurso y su destinatario. Ese destinatario puede tomar distintas características: a) Pro- destinatario: es positivo, comparte el discurso con emisor o enunciador. Forma parte del “nosotros”; b) Condestinatario: es el adversario, el opositor. Esta excluido del “nosotros”; c) Paradestinatario: no está ni en favor ni en contra. El discurso busca captarlo; 5. Marcas de la situación contextual: a partir de la organización axiológica del discurso y de las entidades de enunciación; 6. Metacolectivos: son los fundamentos del discurso y pueden reconocerse como funciones del lenguaje (de apoyo y de historización- deshistorización); 7. Función utópica: está presente cuando puede identificarse una fase descriptiva y una proyectiva; 8. Tema, conflicto o debate que se plantea. Vinculación con otros temas, conflictos o debates (qué alude, qué elude); 9. Performatividad del discurso: eficacia simbólica como discurso de autoridad; 10. Datos históricos de la emisión del discurso (fecha, ocasión, etc.) (Listado enunciado por Cirvini, citado por Raffa, 2016).

El contexto histórico

El ascenso del lencinismo al poder supuso en Mendoza el inicio de una serie de acciones precursoras de fomento al turismo desde la esfera estatal: en primer lugar, la capital provincial comenzó a posicionarse dentro del discurso de difusión turística; en segundo lugar, se sancionó la ley n°832 en 1923 para la construcción de un “moderno” hotel con teatro y casino anexo (Bianchi, 2023). Avanzada la década, se dio impulso al desarrollo vial hacia los balnearios de montaña. Pero al iniciar la década de 1920, las prácticas seguían la inercia de principios de siglo: el acceso a los sitios estaba restringido a quienes pudiesen costear el pasaje en tren o dispusieran de vehículo privado y se aventurasen a conocerlos.

El modelo trasplantado a los Andes Centrales de Argentina siguió los principios de exploración, novedad y disfrute propios del Viejo Mundo: la captura del espacio de la montaña refiere a las raíces universales de las relaciones entre la altitud, la montaña, el sentido de la ascensión y la experiencia religiosa, con muchas de sus claves catalogadas, según ha descrito Eduardo Martínez de Pisón (2012). John Walton afirma que el desarrollo de este tipo de turismo “representaba una nueva evaluación de paisajes que hasta ahora habían sido objeto de desprecio por la mayoría de los viajeros que los habían comentado”, por no parecerles fértiles ni productivos (2002, p. 74). Estos principios llegaron de la mano de los inmigrantes al ámbito local, influidos también por la idea del contacto con la naturaleza. Si consideramos estas prácticas desde la óptica propia de su contexto de emergencia, ajustada a la visión de esos primeros inmigrantes, debemos referenciar casi de manera obligada algunas pautas sociales –avaladas por el ámbito científico de entonces– que ensalzaban el poder curativo de las aguas y del sol, y promovían los beneficios del contacto con la naturaleza en su estado más puro (Bianchi, 2023).

Estos atributos respondían a postulados desarrollados por diferentes médicos desde finales del siglo XVIII, consistentes en otorgar una gran influencia e importancia al entorno social y ambiental en la génesis y evolución de las enfermedades, nociones que decantaron en los fundamentos del Higienismo. Carlos Larrinaga, uno de los más importantes estudiosos de la historia del turismo en España, sostiene que los progresos que se produjeron en el campo de la química “también contribuyeron decididamente a esta nueva valoración de las aguas minerales, precisamente por los análisis que tales avances permitieron” (2002, p. 167). En Argentina, aparecieron estudios de las aguas, tanto termales como minerales para tratamientos terapéuticos al menos desde mediados del siglo XIX: Martín de Moussy fue el primero en mencionar las aguas minerales de Argentina, en 1860 (Bianchi, 2023). Ricardo Napp redactó especialmente un capítulo dedicado a las aguas termales en su libro *La*

República Argentina (1876) para la exposición internacional de Filadelfia.⁷ En el ámbito local fue Ulises Isola (1920c), responsable de la Oficina Química provincial, quien realizó el estudio y publicación de todas las aguas minerales de Mendoza.

La vocación modernizadora perseguía, además de los estudios de base científica, un propósito explícito de ver, conocer y dominar los territorios anexados pero que aún eran considerados vacíos o vírgenes. Mercedes González Bracco y Santiago Leloutre (2020) sostienen que, aun en un momento en que eran reconocidos los grandes viajes de las elites locales a Europa, “esto no significó un desinterés por las propuestas que iban naciendo en el territorio nacional”, sino todo lo contrario: ver y ser visto en estos nuevos lugares de ocio distinguido pasó a ser parte de la sociabilidad obligada de ese estrato social (González Bracco & Leloutre, 2020, p. 12-13).

Mendoza inauguró el capítulo del turismo montañoso con la implantación del hotel de Puente del Inca en la localidad homónima en 1903,⁸ “posiblemente uno de los primeros proyectos específicamente turísticos de la región” (Lacoste, 2003, p. 185). Pero, además del termalismo como práctica propia de la aristocracia finisecular surgió paulatinamente el interés por los deportes invernales que demandaban la incorporación de una “cultura de montaña” (Lacoste, 2004), coincidentemente con la revolución de la sensibilidad montañera enunciada por Marc Boyer (2002).⁹ Los deportes de alta montaña convocaban a una “pequeña élite turística, formada por segmentos muy acotados en edad, estado atlético y espíritu de aventura” (Lacoste, 2004, p. 917). Por ello se hacía necesario prever otras actividades “que pudiesen contener a grupos más amplios” (Lacoste, 2004, p. 918). El Hotel y Balneario Termas de Cacheuta, surgido en 1890 y ampliado en 1913,¹⁰ cubrió esta demanda: a los

⁷ Abraham Lemos elaboró un estudio en 1879; que resultó en un valioso precedente del trabajo análogo efectuado por Atanasio Quiroga, por encargo del Ministerio de Agricultura- Sección Geología, Mineralogía y Minería, que no llegó a concretarse, pero representó un importante avance en el conocimiento y sistematización de las aguas termales y minerales del país. Iniciado el siglo XX, los análisis y descripciones de Enrique Herrero Ducloux (1907) y el Ensayo de Clasificación de las aguas minerales de la República Argentina, de Mauricio de Thierry (1915), dan una idea muy completa de la composición química de las aguas, su ubicación, condiciones de explotación y detalles sobre sus propiedades curativas (Bianchi, 2023).

⁸ El antiguo asentamiento de Puente de Inca se localiza en el distrito de Las Cuevas (perteneciente al departamento de Las Heras), situado a 2700 metros sobre el nivel del mar y a 183 km al noroeste de la capital provincial. Se emplazaba en una planicie natural rocosa entre laderas de pronunciadas pendientes y estaba atravesado por el serpenteo del río Cuevas antes de cruzar su cauce con el del río Mendoza; y cercano a la confluencia de este último con el río Vacas. La estación del ferrocarril fue construida en ese lugar en 1902.

⁹ Boyer se apoya en Alain Corbin para sostener su tesis de la relación directa entre el desarrollo de la civilización industrial y los grandes descubrimientos del viaje, ambos fenómenos británicos, que sustentan el concepto de “Revolución Turística” acuñado por él: se produce contemporáneamente a otras grandes revoluciones que se dieron también en Gran Bretaña. Los grandes descubrimientos del viaje durante el siglo XVIII fueron británicos en su origen, tal como las distintas revoluciones: industrial, agrícola, demográfica, bancaria y náutica (Boyer, 2002, p. 18).

¹⁰ Cacheuta se ubica en un sector montañoso de la precordillera de los Andes, con alturas intermedias de 1.150 y 1430 metros sobre el nivel del mar. Este tramo escarpado encajona entre

baños de cura destinados a aliviar dolencias del cuerpo, sumó tempranamente otras distracciones más vinculadas con el ocio mundano: contaba con casino propio, teatro, restaurant y ofrecía paseos en zorra,¹¹ avistaje de aves y flora nativa, cabalgatas y caminatas; entre otras actividades (Bianchi, 2023).

Los discursos y narrativas visuales en torno del veraneo en la montaña

Entre los objetivos de la *Revista Mensual BAP*, se planteaba el “fomento de la agricultura, ganadería, industrias y comercio”, para difundir “conocimientos científicos y prácticos” que se orientasen a tal fin (*Revista Mensual BAP*, 1917, p. 4). En segundo lugar, buscaba promover la colonización de tierras fértiles con el fin de instaurar actividades agropecuarias, para lo cual resaltaba el valor del ferrocarril y la rapidez en la conectividad que ofrecía este medio de transporte con las grandes capitales y con los puertos, como Buenos Aires y Bahía Blanca.

Si bien la difusión del turismo no estaba formulada explícitamente como uno de los propósitos de la revista, entendemos que el cambio de mentalidad al que hemos hecho referencia junto con el interés por incorporar nuevos territorios productivos operaron en favor del desarrollo de actividades de ocio y disfrute de las bellezas escénicas de la montaña, en contraposición a las vinculadas estrictamente con el trabajo o la producción agroindustrial. En esta línea, pudimos confirmar que la revista elaboró notas sobre los balnearios de montaña de forma sistemática, alimentando representaciones visuales y activando imaginarios en torno a los sitios y a las prácticas propias del veraneo. Estas representaciones visuales se reforzaron mediante la circulación fotográfica en otros medios, consumidos a nivel nacional, como el diario *La Nación* y la revista ilustrada *Caras y Caretas*, entre otras.

El Ferrocarril Pacífico asumió la tarea de administración y promoción de los hoteles termales de Puente del Inca y Cacheuta que quedaron bajo su órbita por medio de una empresa subsidiaria denominada “Compañía de Hoteles Sud Americanos Limitada”. La publicación de artículos ilustrados por parte de la *Revista Mensual BAP* fue determinante a la hora de dar a conocer los balnearios y su oferta en los altos círculos sociales de todo el país, dado que los ejemplares se entregaban a los pasajeros en los coches del tren y estaban a disposición en todas las estaciones de las líneas ferroviarias de la empresa, como en todos los hoteles que esta gerenciaba, a lo largo y ancho del país (Lacoste, 2013).

El primer número de la revista presentaba una descripción del balneario de Cacheuta,

abruptos perfiles montañosos, al lecho natural del río Mendoza, que discurre en sentido sur-este (Bianchi, 2023).

¹¹ Este dispositivo consistía en un carro bajo, que se colocaba sobre la vía del tren y se accionaba mediante un sistema de manivelas, empleado comúnmente para transportar cargas pesadas en distancias cortas.

su ubicación y servicios. El texto destacaba la “gran galería de baños, de más de 100 m de largo, que encierra las principales fuentes de aguas termo-minerales, que brotan abundantemente en este suelo privilegiado” (Cacheuta, 1917, p. 5). Luego hacía referencia a las “lujosas cabinas de baños” y las “completas instalaciones para duchas, masajes, lavajes internos, etc.” que permitían aplicar “sistemas racionales de tratamiento en uso en Plombieres, Chatel-Guyon y otros balnearios europeos” (Cacheuta, 1917: 6). La crónica destacaba la existencia de un “emanatorium”, una gruta natural excavada en la roca, donde se podían tomar baños de vapor con aguas “altamente radioactivas con temperaturas entre 45° a 50° centígrados” (Cacheuta, 1917: 6). Al finalizar la nota, se afirmaba:

Si bien las aguas termales de Cacheuta gozan desde tiempos inmemoriales, de una fama justificada entre el público por sus curas maravillosas, hace relativamente poco que han adquirido una reputación mundial gracias a las investigaciones científicas practicadas por eminentes autoridades (...) El renombrado médico-físico-químico, doctor Mauricio de Thierry, en un informe presentado al Ministerio de Agricultura de la Nación, clasifica estas aguas como las segundas entre todas las fuentes termo-minerales conocidas en el mundo, por su radioactividad (Cacheuta, 1917, p. 7).

Una nota similar, aparecida en el segundo número, sumaba a las descripciones precedentes la existencia de “personal competentísimo”, con un consultorio “atendido por médicos especialistas en terapéutica hidrotermomineral y una doctora que atiende expresamente a señoras y señoritas” (Termas de Cacheuta, 1918: 13). Llamativamente las fotografías que ilustraban esta nota no mostraban ninguno de los espacios destinados al tratamiento o estaban referidas al personal médico, sino que se trata de registros gráficos de actividades al aire libre (tenis y caminatas), reuniones de pasajeros en la rambla del hotel, o bien vistas del comedor como espacio emblemático de sociabilidad.

Del análisis de las citas textuales, podemos confirmar que el discurso relevado aseguraba una alta performatividad o eficacia simbólica como *discurso de autoridad* (Roig, 1993). En primer lugar, se mencionan los estudios de profesionales renombrados, luego se compara el sitio con destinos similares en Europa, lo que buscaba legitimar el valor de los parajes andinos. En línea con el cambio de mentalidad derivado de la modernización, la montaña comenzó a vislumbrarse como un sitio especialmente preparado para las instancias de sociabilidad y disfrute colectivo: además de la multiplicidad de la oferta de ocio y de los servicios de los balnearios, la argumentación se apoyaba en el empleo de calificativos elogiosos, dejando en claro una nueva idea respecto de la cordillera como lugar confortable y atrayente.

El tercer número de la *Revista Mensual BAP* agregaba a las publicidades gráficas de los hoteles de Puente del Inca y Cacheuta una nota social con imágenes de pasajeros realizando distintas actividades: podemos ver niños montados en una mula (bajo el título “niños excursionistas”), grupos de mujeres “en la rambla”, o en los bancos de los jardines, o bien grupos de “veraneantes” en la terraza del hotel. A estas fotografías, se sumaba una imagen de un lateral del edificio, tomado desde la ribera opuesta del cauce y, unas páginas más adelante, se ofrecía el listado de los pasajeros que habían apartado habitaciones para el mes de febrero en Cacheuta. Respecto de Puente del Inca, se publicó el listado de “suscriptores” que habían colaborado con donaciones para la construcción de la capilla del hotel.

La calidad y cantidad de las fotografías e ilustraciones publicadas, nos hace suponer que la revista contaba con un *staff* permanente de fotógrafos e ilustradores, como también de corresponsales que elaboraban los artículos de difusión, promocionando destinos turísticos tanto de Argentina como de Chile.¹²

Ahora bien ¿qué papel pudieron jugar las fotografías publicadas por la *Revista Mensual BAP* en esta construcción simbólica? Para responder este interrogante, hemos separado las imágenes en dos grandes grupos, según el método propuesto en la teoría semiótica (Joly, 2005; Barthes, 1986): aquellas que muestran espacios arquitectónicos o edificios insertos en el paisaje “virgen” de la montaña y las que muestran sujetos realizando alguna actividad.

A) Estudio de las imágenes que muestran espacios y edificios en el paisaje montaños

Remitimos a Burke (2005) para indagar en las fotografías de este grupo y nos preguntamos: ¿Cuál era la intencionalidad de mostrar los edificios inmersos en un paisaje natural? ¿Qué asociaciones podía originar en el observador? ¿De qué manera estas asociaciones reforzaban la intención publicitaria que subyace en los textos de los artículos relevados?

Dado que los emprendimientos hoteleros provenían del ámbito cultural británico, espacio de origen de las empresas vinculadas con el ferrocarril, podemos suponer que la referencia a la naturaleza -a la montaña en su estado virgen, en nuestro caso- respondía a un doble propósito: por una parte, buscaba remitir a los conceptos de libertad, de lo trascendental o la inocencia, valores enarbolados por los primeros turistas ingleses para quienes el gusto por la montaña y su silencio se propagaba ya desde el siglo XVIII, según ha apuntado el historiador francés Alain Corbin (2019). Las fotografías del Hotel Puente del Inca recostado en las laderas, o del Hotel de Cacheuta frente al torrente de un río cordillerano remiten a la sensación de vértigo,

¹² Queda profundizar a futuro quiénes eran los integrantes del equipo estable de la revista.



Fotografías 1, 2, y 3. Vista general del Hotel Cacheuta, la capilla y la galería de baños.

Fuente: *Revista Mensual BAP* (1917, dic.), año I, núm. 1:5,7.

de libertad, de desenfreno, de solemnidad, de lo sublime.

Por otro lado y oficiando de escenarios de la actividad humana, estos ámbitos de naturaleza “virgen”, dominada por la mano del hombre, se instauraron como telón de fondo de una multiplicidad de actividades que remitían a una intensa sociabilidad, de manera que conjugaban sensaciones atrayentes con prácticas vinculadas a la emoción, lo “nuevo”, lo desconocido, con el agregado de ser compartido con otros miembros de igual rango al constituir experiencias colectivas que reforzaban el sentido de pertenencia a un determinado grupo, al mismo tiempo que dejaban fuera a todo aquél que no participara de tales prácticas.

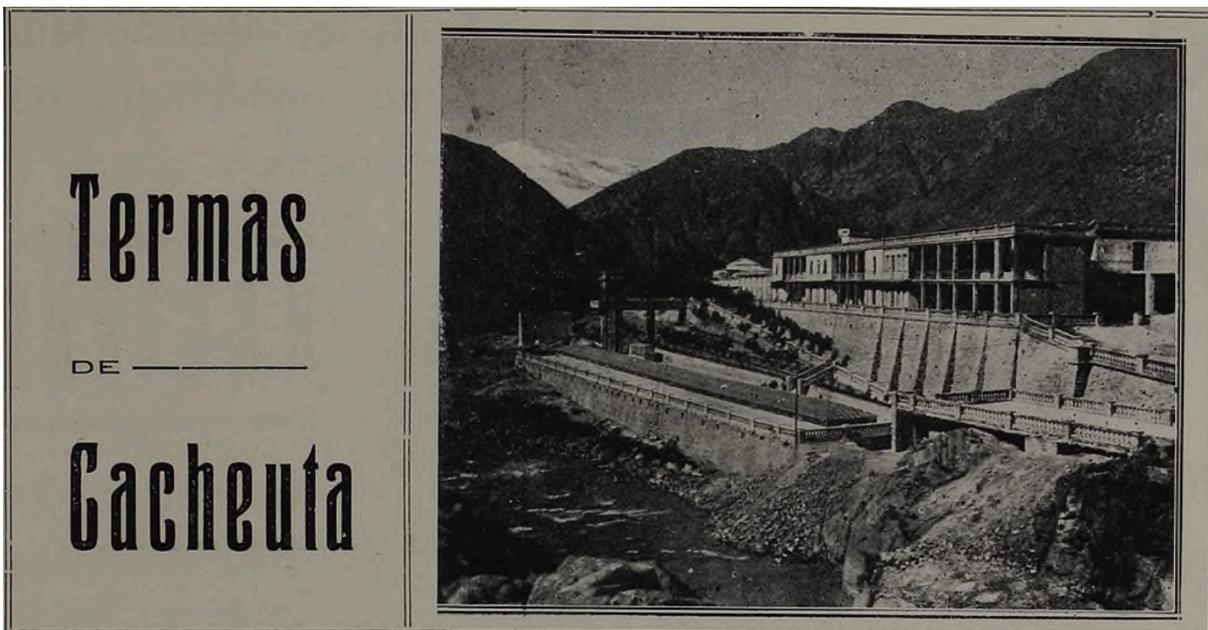
El cuarto número de la *Revista Mensual BAP* incorporó sendas notas gráficas de doble página, que mostraban a los concurrentes realizando actividades de ocio: tenis, croquet, cabalgatas, caminatas y excursiones al Cristo Redentor en el Hotel Puente del Inca; tenis, caminatas, banquetes y paseos en zorra en Cacheuta. Sumado a estos registros gráficos, se incluía una reseña histórica sobre la travesía entre Buenos Aires y Chile a lomo de mula, por el camino de las postas, contrastado con algunos pasajes que ponderaban la presencia y ventajas del ferrocarril. Al final del texto, afirmaba, en relación con el itinerario de Buenos Aires a Mendoza:

Era imposible tener un cálculo aproximado, siquiera, del tiempo que se empleaba en la larga y penosa travesía (...). El estado de los caminos, las sequías y las lluvias persistentes, se oponían a cualquier cálculo. No se viajaba en aquel entonces a horarios, se viajaba a la buena de Dios. (Ahora, 1918, p. 29).

Encontramos que se produjo un cambio notorio en las representaciones visuales activadas por las imágenes “turísticas” contenidas en las notas publicitarias, evolucionando desde la simple contemplación de los panoramas, propia de principios de siglo, a satisfacer un deseo de aventura, de contacto con la naturaleza, referido a un espíritu de superación con un posicionamiento activo de los sujetos. Aún sin incorporar de forma excluyente la práctica de deportes de montaña, el discurso refiere tácitamente a la singularidad de los emplazamientos de ambos hoteles, lo que permitía el ejercicio de múltiples actividades. La cita precedente asegura la *función utópica* del discurso, dado que refiere a una cualidad *anticipadora de futuro* (Roig, 1993), en tanto se basa en una verdad incuestionable que alude a los beneficios que trajo consigo el ferrocarril.

Podemos afirmar que la publicación que estudiamos ponderó el comedor y la galería de baños del Hotel Termas de Cacheuta como espacios de jerarquía (figuras 3 y 5). La intención que subyace en ambas imágenes es mostrar las cualidades de la arquitectura, su calidad espacial y su mobiliario, terminaciones o elementos vinculados con el confort, con el propósito de hacer evidentes las comodidades con que contaba el establecimiento aun cuando estaba, en apariencia, en un sitio “virgen” o considerado “desierto”, al contar con adelantos muy significativos para la época.¹³ La figura humana permite apreciar la escala del comedor. El mobiliario y su disposición en el espacio activan el reconocimiento cognitivo de este equipamiento por parte del receptor; junto con la ornamentación, de cierta categoría, otorgando una cualidad especial al lugar. Como sitio emblemático de sociabilidad, el comedor

¹³ La empresa constructora y estudio de arquitectura Agustín Daverio & Cía. (Buenos Aires) recibió el encargo para el proyecto de ampliación y mejora del hotel. La empresa de José Polizzi e Hijos se desempeñó en la construcción durante tres años con más de 200 obreros. Polizzi era un inmigrante italiano, arribado a Mendoza en 1910 (Bianchi, 2023).



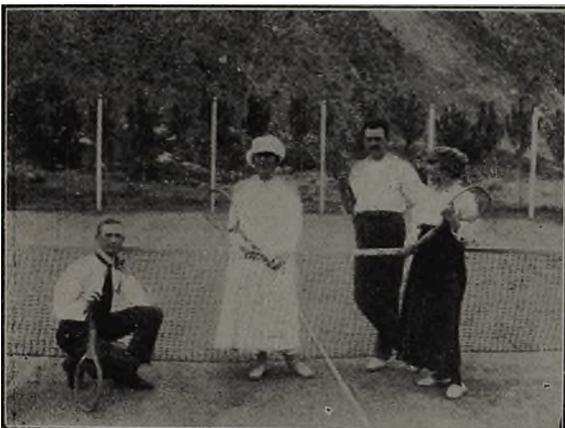
Termas DE _____ Cacheyuta



presentaba las mesas prestas al servicio, con los mozos de pie junto a ellas, lo que daba una idea de su disposición permanente para recibir comensales. En un segundo nivel de análisis, podemos asociar el mensaje connotado en los aspectos tecnológicos y constructivos del edificio, que habían sido posibles por la misma presencia del ferrocarril en la zona.



El orden, la higiene, el confort y la idea de “hogar” son valores que subyacen en la toma. A la construcción desde lo simbólico de los imaginarios vinculados con este hotel contribuyó la circulación de representaciones activadas por los textos publicitarios. A diferencia de lo observado en otras publicaciones contemporáneas,¹⁴ encontramos que los textos ocupaban un peso específico propio en los anuncios publicitarios, sobre todo debido a que



¹⁴ Nos referimos puntualmente a la revista *Caras y Caretas*, donde los recursos gráficos (fotografías e ilustraciones) cobraron un valor significativo frente al texto, dado que buscaba acercarse a un público que, en muchos casos, era iletrado (Gamarnik, 2018).



circulaban en ciertas esferas, donde asumimos que los lectores por su formación y entorno cultural podían comprobar la verosimilitud de lo escrito o establecer comparaciones con otros establecimientos que hubiesen conocido en el extranjero.

El número 6 de la revista incorporó una nota titulada “Turismo”, ilustrada con una fotografía que mostraba un grupo de personas (hombres, mujeres y niños) posando al frente del refugio de Horcones (fotografía 11), cercano al Hotel Puente del Inca. Algunos pasajes del texto aluden a los destinatarios de la crónica, apelando a las personas “de dinero y de buen gusto”, que podían reconocer en sitios como “Cacheuta, Potrerillos, Puente del Inca y toda esa región incomparablemente hermosa de la cordillera andina”, paisajes que superaban en belleza y grandiosidad los de Suiza, Escocia o Noruega. La nota proponía difundir las bondades del turismo “entre las clases ricas, que aquí abundan tanto”, de manera que “los muchos millones que antes de la guerra iban fuera”, quedaran aquí, y para “acostumbrar a los naturales que conozcan bien su patria” (Turismo, 1918, p. 10). El pasaje inicial del texto, afirmaba:



Fotografías 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 y 11. Vista general del Hotel Cacheuta, vista del comedor y vista general del Hotel Puente del Inca, con los baños termales en primer plano. En la tira de la izquierda, un conjunto de damas a la salida del ascensor que conducía a la galería de baños y un grupo en la cancha de tenis (ambas fotos de Cacheuta). Fotografías 9 y 10 muestran la colocación y bendición de la piedra fundamental de la capilla del hotel Pte. del Inca, por el Obispo de Mendoza. Fotografía 11 muestra un grupo de veraneantes en el refugio de Horcones. Fuente: *Revista Mensual BAP*, varios números, 1917-1918.

Hemos entrado de lleno en la estación otoñal (...), esa misma melancolía está impregnada de poesía infinita, aun cuando no todos la saben apreciar. Es una poesía propia para los espíritus selectos y finos, para los que tienen gustos exquisitos, para los que poseen alma delicada. Y estos son los que, comprendiendo cuantos encantos tiene el otoño, van a disfrutar de ellos en donde pueden saborearse de verdad: en el campo y en el monte. (Turismo, 1918, p. 9).

Los textos aluden al simbolismo que, en lo sucesivo, se explotará respecto de los paisajes andinos: en primer lugar, reconoce su valor por su belleza estética, lo que connota una valoración que se sostiene en una construcción “imaginada”, recreada desde la práctica discursiva, poniendo los paisajes locales a la altura de destinos análogos del extranjero y haciendo alarde de un posicionamiento *nacionalista*, en palabras de Gilberto Giménez (2001). Este pensamiento apela a elementos o figuras identificatorias de Mendoza dentro del repertorio de los paisajes nacionales que pueden asumir la cualidad de *geosímbolos*,¹⁵ en la medida que operan en una doble vía. Primero, recreando representaciones visuales y, en segundo lugar, reforzando el sentido de pertenencia y la valoración histórica del lugar en tanto se garantizaba su consumo y apropiación por parte de un grupo social para la satisfacción de necesidades simbólicas.

En una tercera arista de abordaje es notable el ejercicio discursivo de una retórica diferenciadora, en tanto la argumentación recurría al empleo sistemático de elementos estrategias que evidencian la pertenencia al grupo o clase. En este sentido, retomamos las palabras de Bourdieu (1998), quien sostiene que el habitus de clase constituye un principio unificador y generador de prácticas, es decir, una forma inherente a la condición de clase y a los condicionamientos que ella misma impone, que resultan en circunstancias de existencia homogéneas, favoreciendo el surgimiento de prácticas semejantes; aspectos explicitados en la cita analizada.

El argumento coloca al receptor en el lugar de un *prodestinatario* (Roig, 1993), es decir, que comparte el discurso con el emisor, de manera que la solidez de su narrativa no dejaba espacio a la mención de referencias discursivas antagónicas.

¹⁵ Así entendido, el paisaje puede ser en Giménez “imaginario (el Edén, el Dorado), real (la imagen sensorial, afectiva, simbólica y material de los territorios) o también artístico (la pintura paisajística a partir del Renacimiento, la descripción del paisaje en la literatura, la descripción fílmica del mismo, etc.)” (Giménez, 2001, p. 9). El paisaje asume dos funciones primordiales, sirve como símbolo metonímico del territorio no visible en su totalidad, y señala la diferenciación y el contraste entre los territorios en diferentes niveles de la escala geográfica, destacando su supuesta personalidad o tipicidad. En tanto espacio concreto cargado de símbolos y de connotaciones valorativas, el paisaje funciona como referente privilegiado de la identidad socio-territorial (2001, p. 10).



Fotografía 12 Balneario Cacheuta. Fuente: *Revista Mensual BAP* (1918, feb.), año 1, núm. 3:11.

El número 10 de la revista incluyó una serie de fotografías sobre los veraneantes en el balneario de Cacheuta (fotografías 15, 16 y 17), mientras que el número 11 incorporó una nota sobre el turismo en la región cuyana, exhortando “a los jóvenes de nuestra sociedad” y “muchos hogares de nuestro país”, a realizar un viaje “a los innumerables sitios de majestuosa belleza que circundan la histórica ciudad de Mendoza” (A la cordillera, 1918, p. 6), refrendado por el relato de Ada M. Elflein, quien había realizado previamente la travesía. Aquí se repiten algunas de las representaciones que hemos detectado previamente como la relevancia histórica de Mendoza en el Cruce de los Andes, la singularidad de los paisajes montañoses y el carácter nacionalista traducido del deber patriótico asociado al conocimiento y valoración obligatorios de estos sitios. Apoyaba la argumentación un llamado a la acción que convocaba a las nuevas generaciones; reforzado por *funciones de apoyo*, dado que refería a otro mensaje que vinculaba la jerarquía histórica local con una valoración de carácter universal que ubicaba a Mendoza como sede de gestación de la libertad latinoamericana.

B) Estudio de las fotografías que muestran sujetos en acción

Lo primero que rescatamos es la multiplicidad en la oferta que presentaban ambos hoteles. En Puente del Inca las reseñas destacaban la existencia de “vehículos para enfermos, carruajes, caballos y mulas para paseos y excursiones a los bellos y amenos parajes que existen en los alrededores”, mientras que, para los jóvenes, las distracciones se repartían en diversos juegos, como “*lawn tennis*, croquet, cancha de

pelotas y otros varios” (Gobierno de Mendoza, 1911, s. p.). En los anuncios publicitarios del hotel, se indicaba la posibilidad de practicar *tiro a la paloma*, entretenimiento eminentemente británico que evidenciaba el origen de la empresa propietaria.

Una crónica aparecida en *La Nación*, sobre la labor de la Compañía de Hoteles Sud Americanos, ponderaba la calidad estética de los paisajes de montaña. En otros pasajes, expresaba:

Quien discurra entretener sus ocios debe ir a Puente del Inca, porque hallará allí motivos sobrados de distracción y de deleite. Las excursiones al Aconcagua, a 7.000 metros de altitud, al Tupungato, justamente célebre, al valle del río Plomo, con sus veinticinco kilómetros de ventisqueros que acaban de descubrir los doctores Reichert, Helbling y Bade, y que son únicos en el mundo, bien valen la Suiza y la Europa misma (...). (La Compañía de Hoteles Sud Americanos, 1910, p. 176).

Las publicaciones daban cuenta de las actividades usuales disponibles para los veraneantes, que luego se refrendaban en las fotografías publicadas: caminatas, contemplación de los paisajes, charlas, etc., lo que connota un entorno ameno y desacartonado de las prácticas sociales. La revista *Caras y Caretas*, por su parte, se encargó de difundir las “bellezas” mendocinas y las prácticas de la montaña desde principios de siglo. En un anuncio aparecido en 1913 daba cuenta del “clima excepcional” en la zona de Potrerillos y su “incomparable panorama”. Además, se preciaba de ser “uno de los lugares más sanos y más hermosos de la República. Con sobrada razón, atendiendo a su clima y a la belleza de su panorama, se le ha denominado «La Suiza Argentina»” (Saravia & Durán, 1913, s. p.). La contrastación con destinos europeos para ganar legitimidad, siempre estaba presente en estos anuncios.

En otras imágenes aparecidas en la *Revista Mensual BAP* (fotografía 12) pudimos relevar, de manera análoga a lo expresado en otras publicaciones, personajes realizando excursiones como cabalgatas, caminatas y contemplación de los paisajes o de fauna y flora autóctona. Destacan, igualmente, los momentos de sociabilidad, donde se compartían las experiencias con otros sujetos de igual rango. Podemos confirmar que, al igual que en el caso de las cualidades de los edificios y las características del lugar de emplazamiento previamente analizados, los personajes se ajustaban a un estricto código de vestuario para cada una de las actividades en que participaban, lo que connota la pertenencia a un estrato social determinado, al tiempo que testimonia ciertas reglas de comportamiento que regían los encuentros y

las interacciones entre hombres y mujeres en público.¹⁶ Podemos decir que la relación entre los textos y las fotografías era de *anclaje*, donde los textos reforzaban los aspectos reunidos en las imágenes.

Unas páginas más adelante, una nota presentaba algunas imágenes de veraneantes en Cacheuta: con el paisaje de los cerros como fondo o el mismo edificio del hotel, se presentaba a parejas, damas en solitario o alegres grupos, que compartían un momento al aire libre. La revista designa a estos personajes con los calificativos “turistas” y “distinguidos”, a los que agrega otros en relación con el sitio y su paisaje natural: “privilegiado lugar donde la naturaleza ha hecho derroche de primores” y poseedor de “gratas perspectivas”, atractivos que, según la publicación, explicaban el crecimiento sostenido de visitantes.

Para apuntalar este argumento, daba cuenta que, en primavera, el hotel contaba ya con varios pasajeros (anticipando el inicio de la temporada veraniega) lo que, sumado a la analogía apoyada en valores universales del culto católico, instituyeron estas aseveraciones como *discurso de autoridad* (Roig, 1993): “bienaventurados los que irán a Cacheuta: de ellos será el reino de la paz y de la salud andinas!” (Bienaventurados, 1918, p. 30).



Fotografías 13 y 14 Excursiones, paseos y reuniones en Puente del Inca y Veraneantes en Cacheuta. Fuente: *Revista Mensual BAP* (1918, mar.), año 1, núm. 4: s.p.

Las fotografías 13 y 14 permiten establecer una comparación entre el programa de ocio de Puente del Inca (imagen izquierda) y Cacheuta (imagen derecha). Nuevamente se refleja la posibilidad de activar intercambios entre damas o entre varones, practicar juegos como croquet y tenis; cabalgar o hacer excursiones al Cristo Redentor. Para el caso de Cacheuta, las tomas evidencian un hotel plagado de veraneantes, de modo que la lectura que podría hacerse en un segundo plano de análisis indica que no existía espacio para el aburrimiento y la interacción social se

¹⁶ Al respecto, sugerimos revisar el cap. 3 “Transformaciones en la segunda mitad del siglo XIX” y cap. 4 “Sociedad y Género a principios del siglo XX. El despertar del feminismo”, del libro *Mujeres en la sociedad argentina: una historia de cinco siglos* (2012), de Dora Barrancos.

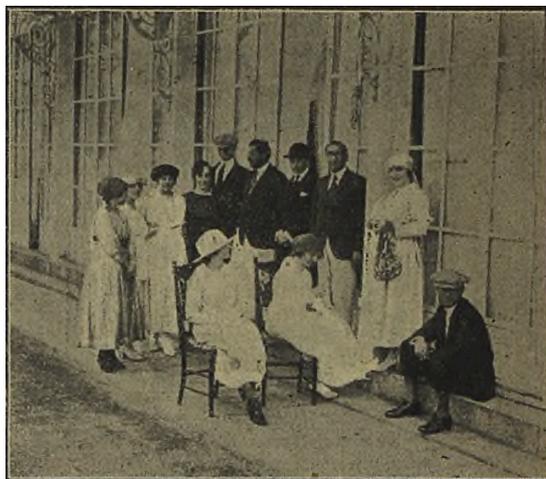
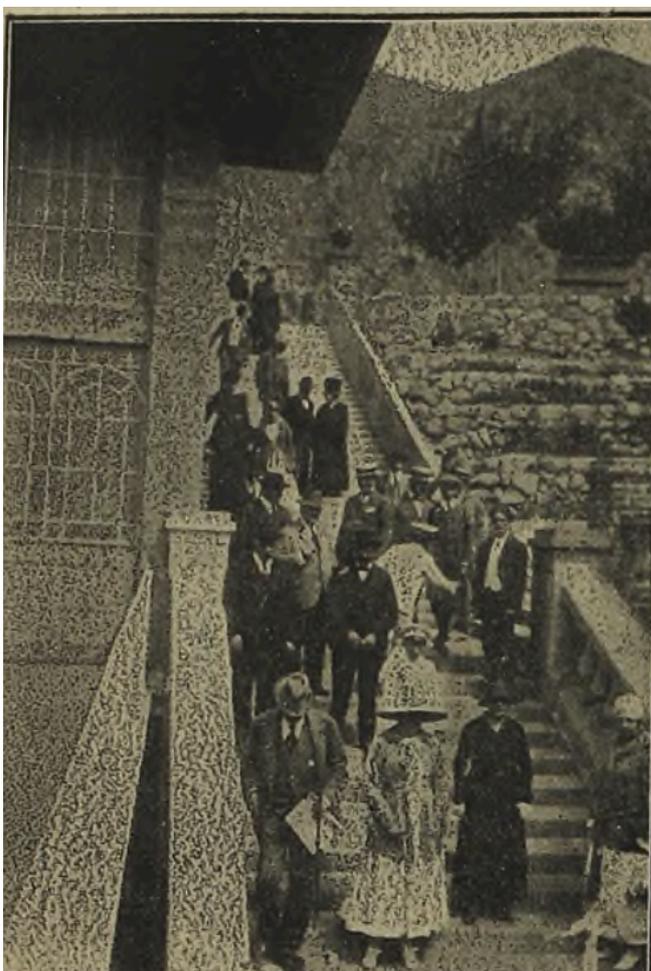
imponía como la primer pauta a acatar en el balneario. Tenis, cabalgatas, paseos por los cerros próximos, té o banquetes, constituían parte de esa atrayente oferta en el marco distinguido de alguna de las secciones del hotel o de sus jardines. Basta leer los epígrafes de las imágenes para confirmar que, efectivamente, se trataba de los miembros más encumbrados de la sociedad argentina tanto de la política, la industria, el comercio, la religión o la cultura:

No. 1 Señoritas de Ramírez, González, Lacroze; señor Federico Lacroze, hijo.
 - 2. El Emir Emin Arslam; señorita Mapelli Calvo; doctor Muschietti e ingeniero Troncoso.- 3. Guillermina Lacroze; María Emilia y Delia Poggio; Ricardito Piovano; Teodora y Julia Tidblom.- (...) 5. Señora de Varela y señor Tomás Devoto.- 6. Esperando la llegada de los ministros en la terraza del hotel -(...).
 7. Familias de Larsen, Vázquez y Gatti.- 9. Señoritas de Acuña, Morgan y Albina con el ingeniero señor Castellano Posse. -(...). 11. Banquete dado en Cacheuta por el senador Villanueva, senador Civit y diputados nacionales De Vedia y Pagés (*Revista Mensual BAP*, 1(4), s.p.).

Los personajes de las fotografías 14 y 15 se instauraron como los *guardianes culturales* o “gate keepers” definidos por Boyer (2002): se trata de los personajes que inauguran las prácticas de sociabilidad en la montaña, que abrieron el camino para los sujetos que conformaban un estrato social que, por imitación, fueron repitiendo estos rituales. Según nuestro referente, se verifica que estos personajes destacados ejecutaban prácticas específicas de ociosidad y definieron lugares de excepción, en el contexto particular de una provincia cuyana de principios del siglo XX.

Finalmente, las fotografías 15, 16 y 17 también confirman los lugares de excepción reservados a los veraneantes y viajeros que visitaban los balnearios de montaña en sitios donde ver y ser visto en estos “nuevos” lugares de ocio distinguido pasó a ser parte de una actividad obligada de ese estrato social. En estas tres últimas fotografías el sitio como constructo cultural cobra un lugar preponderante como escenario de las actividades capturadas por el fotógrafo: la escalinata de acceso desde el apeadero del tren, la rambla de paseo frente al comedor, donde el mismo edificio se instaura como telón de fondo, y el paisaje de los jardines con sus balaustradas y desniveles, con los cerros perfilando el horizonte de las composiciones fotográficas.

La arquitectura de tipo palaciega del hotel, inspirada en las *villas* de recreo del norte de Italia, con vistas al río Mendoza y a los cerros, ofrecía el marco apropiado para el ejercicio del *flirt* o los encuentros acordados, o bien para tomar un paseo acompañado de la brisa serrana. Junto con esto y activado por los miembros de las élites, existían otros conceptos subyacentes en estas prácticas, vinculados a la



Fotografías 15, 16 y 17 Bajando a las termas, vida “at home” en el hotel y una toma en la terraza del balneario. Fuente: *Revista Mensual BAP* (1918, set.), 1(10), p. 22

distinción, la elegancia y el refinamiento. El momento de la llegada, coronado por el descenso por la gran escalinata hasta el patio principal, era el instante propicio para mostrarse, buscar y ser encontrado al inaugurar los episodios de relación e intercambio con conocidos y desconocidos.

Conclusiones

Las fotografías analizadas permiten formarse una idea de la vertiginosa sociabilidad de principios de siglo XX en los balnearios de montaña en el centro oeste de Argentina. Al conocimiento de estas prácticas y sus escenarios, contribuyó la publicación de la *Revista Mensual BAP*, encargada del gerenciamiento y difusión de los hoteles de montaña en Mendoza. Incorporados rápidamente a los circuitos de la balneoterapia y la hidroterapia del país y del extranjero, se instituyeron como escenarios privilegiados de intercambio social, más allá de las dolencias que pudiesen aquejar a los pasajeros.

Las fotografías dan cuenta de la intensa vida social de los personajes retratados que adherían al nutrido programa de actividades de ocio y tiempo libre que los balnearios ofrecían, ajustados a estrictos códigos de etiqueta y de comportamientos. Los propios edificios se instauraron como escenarios privilegiados de sociabilidad con todo el lujo, el confort y la distinción que los hoteles podían ofrecer en un contexto de montaña. A esto contribuyó eficientemente la instalación de la vía ferroviaria y la posibilidad de transportar por tren bienes, materiales y, en primera instancia, personas. La modernización imperante en la montaña se hizo palpable en un cambio de mentalidad que viró de una consideración del espacio “virgen” de la montaña, concebido como espacio vacío, sin nada que ofrecer, a un espacio propicio para el contacto con la naturaleza y el disfrute estético. Todas las imágenes que hemos analizado son testimonio de este cambio de mentalidad, aspecto que fue refrendado por otras publicaciones contemporáneas a la analizada.

Respecto de las composiciones fotográficas, y del anclaje ejercido por los textos de las notas publicadas, en conjunto activaron sin duda una serie de imaginarios de lo que “significaba” la vida en la montaña, para los estratos más acomodados de la sociedad del momento. Textos e imágenes se retroalimentaron, renunciando las instancias a vivencias que luego los nuevos pasajeros comprobaban, generando a su vez nuevas narrativas que se fueron incorporando al acervo representacional construido colectivamente. Siguiendo los cánones de la época y de la cualidad estética de las imágenes y su intención publicitaria, sabemos que las tomas estaban previamente pautadas. Es decir, los sujetos pausaban el ejercicio normal de sus actividades para quedar inmortalizados por la lente del fotógrafo, cualidad que distaba del carácter espontáneo que muchas de ellas emulan. Aun así, muchas de las imágenes acercan un ambiente distendido y de frescura, de disfrute de los paisajes y los ámbitos edificados lo que, entendemos, activó una circulación eficaz de representaciones y narrativas visuales en torno de los balnearios, al tiempo que se instituyeron como testimonio imperecedero de un modo de ver y vivir el espacio de la montaña, acorde con los preceptos de su tiempo y con el grupo social al que estaban dirigidos, y del que se alimentaron.

Referencias bibliográficas y fuentes consultadas

- Ahora ciento cincuenta años. (marzo, 1918). *Revista Mensual BAP*, I(4), 27-29.
- A la cordillera. (octubre, 1918). *Revista Mensual BAP*, I(4), 6-7.
- Alonso, P. (2001). La Unión Cívica Radical: fundación, oposición y triunfo (1890-1916). En Lobato, M. Z. (Dir.). *Nueva Historia Argentina. Tomo V: La Modernización y sus límites (1880-1916)* (pp. 209-260). Sudamericana.
- Bianchi, P. (2023). *¿Media pensión o pensión completa? Una historia de la hotelería y del turismo en Mendoza (1884-1955)*. 1a ed. Universidad Nacional de Cuyo. Secretaría de Investigación, Internacionales y Posgrado. <https://ica.bdigital.uncu.edu.ar/19792>
- Baczko, B. (1991). *Los imaginarios sociales: memorias y esperanzas colectivas*. Nueva Visión.
- Barrancos, D. (2012). *Mujeres en la sociedad argentina: una historia de cinco siglos*. Sudamericana.
- Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Paidós.
- Bienaventurados los que irán a Cacheuta! (octubre, 1918). *Revista Mensual BAP*. Año I(11), 30.
- Bragoni, B. (2007). Un linaje de notables del interior argentino en el proceso de unificación política: los Civit de Mendoza. *Entrepasados*, 16(31), 13-34.
- Bourdieu, P. (1998). *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Taurus.
- Boyer, M. (2002). El turismo en Europa, de la edad moderna al siglo XX. *Historia Contemporánea*, 25, 13-31.
- Bredenkamp, H. (2017) *Teoría del acto icónico*. (Rudolf Mur, Anna Carolina y Espino Nuño, Jesús, traductores) Colección Estudios Visuales. Akal.
- Burke, P. (2005). *Visto y no visto: el uso de la imagen como documento histórico*. Ed. Crítica.
- Cacheuta. (diciembre, 1917). *Revista Mensual BAP*, I(1), 5-7.
- Corbin, A. (2019). *Historia del silencio. Del Renacimiento hasta nuestros días* (trad. de Jordi Bayod). Acantilado.
- Cueto, A., Romano, A. y Sacchero, P. (1991) *Historia de Mendoza, desde los primitivos habitantes hasta nuestros días*. Ed. Diario Los Andes.
- Fitz Canca, M. J. (2001). Análisis documental y fotografía histórica. *Patrimonio Histórico: Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, 34, 232-241.
- Gamarnik, C. (2018). La fotografía en la revista Caras y Caretas en Argentina (1898-1939): innovaciones técnicas, profesionalización e imágenes de actualidad. *Estudios Ibero-Americanos*, 44(1), 120-137.
- Giménez, G. (2001). Cultura, territorio y migraciones. Aproximaciones teóricas. *Alteridades*, (22), 5-14.
- Gobierno de Mendoza (1911). Gran Balneario «Puente del Inca». *Álbum Argentino*

- Gloriandus. Provincia de Mendoza, su vida, su trabajo, su progreso.* Ed. Oficial.
- González Bracco, M. y Leloutre, S. P. (2020). Distinción, descanso y confort: los grandes hoteles como avanzada de la Argentina turística (1886-1914). *Claves. Revista de Historia*, 6(10), pp. 7-35.
- Joly, M. (2005). Introducción al análisis de la imagen. Buenos Aires: La Marca Editora.
- La Compañía de Hoteles Sud Americanos (1910). Revista *La Nación*. Ed. Centenario 1810- 25 de mayo 1910.
- Lacoste, P. (2003). El Ferrocarril Trasandino y la invención de la montaña como espacio social. *Entrepasados*, 24, 177-198.
- Lacoste, P. (2004). Vida social en los Andes Centrales Argentino-Chilenos: hoteles de turismo, centros termales y deportes de alta montaña (1883-1939). *Historia y Geografía*, 18, 914-936.
- Lacoste, P. (2013). *El Ferrocarril Trasandino y el desarrollo de los Andes Centrales argentino-chilenos, 1872-2013*. IDEA.
- Lacoste, P. y Castro, J. (2021). Cultura y turismo del vino en la revista *En Viaje* (Chile, 1933-1973). *Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 31(57), 1-29.
- Larrinaga R., C. (2002). El turismo en la España del siglo XIX. *Historia contemporánea*, 25, 157-179.
- Lobato, M. Z. (2001). Estado, gobierno y política en el régimen conservador. En Lobato, M. Z. (Dir.). *Nueva Historia Argentina. Tomo V: La Modernización y sus límites (1880-1916)* (pp. 179-208). Sudamericana.
- Raffa, C. (2016). *Plazas fundacionales: el espacio público mendocino entre la técnica y la política 1910-1943*. (1a ed. Ilustrada). Guaymallén. [LINK](#)
- Richard-Jorba, R. (2011). Los gobiernos lencinistas en Mendoza. Salud pública y vivienda popular, 1918-1924. *Avances del Cesor*, (8), 31-62.
- Richard-Jorba, R. (2013). Somos el Pueblo y la Patria: El populismo lencinista en Mendoza frente al conflicto social y la prensa: discursos, representaciones y acciones, 1917-1919. *Revista de historia americana y argentina*, 48(1), 11-54.
- Roig, A. A. (1993). *Historia de las ideas, Teoría del discurso y pensamiento latinoamericano*. USTA.
- Saravia & Durán en el Balneario de Potrerillos (22/03/1913). *Caras y Caretas*, (755), s.p.
- Tell, V. (2019). *El lado visible. Fotografía y progreso en la Argentina a fines del siglo XIX*. UNSAM EDITA.
- Termas de Cacheuta. (enero, 1918). *Revista Mensual BAP*, I(2), 11-13.
- Turismo. (mayo, 1918). *Revista Mensual BAP*, I(6), 9.
- Valle Gastaminza, F. (1999). Dimensión documental de la fotografía. En: *Manual de documentación fotográfica*. Síntesis.

Valle Gastaminza, F. (2002). Perspectivas sobre el tratamiento documental de la fotografía. En: *Imagen, cultura y tecnología: Primeras Jornadas*: [Madrid, 1 al 5 de julio], Archiviana.

Cómo citar este artículo:

Bianchi, P. (2024). Fotografía e imaginarios en torno de balnearios montañoses de Mendoza, Argentina, activados por la Revista Mensual BAP (1917-1918). *Artefacto visual, Revista de Estudios Visuales Latinoamericanos* 8 (15), pp. 91-114.