

XIV Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia de la Facultad de Filosofía y Letras. Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, 2013.

Entretenimientos y multitudes. El Jardín Zoológico de Buenos Aires en sus primeras décadas.

Gringauz Lucrecia.

Cita:

Gringauz Lucrecia (2013). *Entretenimientos y multitudes. El Jardín Zoológico de Buenos Aires en sus primeras décadas. XIV Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia de la Facultad de Filosofía y Letras. Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-010/981>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

**XIV Jornadas
Interescuelas/Departamentos de Historia
2 al 5 de octubre de 2013**

ORGANIZA:

Departamento de Historia de la Facultad de Filosofía y Letras

Universidad Nacional de Cuyo

Número de la Mesa Temática: 115

Título de la Mesa Temática: Historia, medios y Sociedad. Argentina desde fines del siglo XIX hasta la actualidad

Apellido y Nombre de las/os coordinadores/as: Laura Juarez / Ana Lía Rey / Claudia Roman

**ENTRETENIMIENTOS Y MULTITUDES. EL JARDÍN ZOOLOGICO DE
BUENOS AIRES EN SUS PRIMERAS DÉCADAS**

Lucrecia Gringauz

UBA

lucreciagringauz@yahoo.com.ar

ENTRETENIMIENTOS Y MULTITUDES. EL JARDÍN ZOOLOGICO DE BUENOS AIRES EN SUS PRIMERAS DÉCADAS

Buenos Aires, ¿una ciudad aburrida?

Como ya ha sido establecido en numerosas investigaciones, 1880 fue un mojón en lo que a la configuración de la metrópolis porteña se refiere. No tanto por el hecho de que con la federalización la ciudad se desvinculó de la provincia del mismo nombre; sino más bien porque en ese movimiento, Buenos Aires signó definitivamente su rol como capital de la República. Y ello determinó también su arquitectura y su trazado, sus circuitos, sus organizaciones, su entramado, su idiosincrasia.

Quienes habitaban las 14 parroquias de la ciudad a fines del siglo XIX (que pasarían a ser 16 con la anexión de los pueblos de Flores y Belgrano, en 1887), se desplazaban sobre la superficie urbana de acuerdo con los recorridos previstos, a la vez que generaban trayectorias inéditas. Lo hacían a pura tracción a sangre: a pie, a caballo, en carro, coche, tranvía u ómnibus (que eran unos carruajes adaptados para circular sobre rieles tranviarios). Las primeras líneas de *tramways* (las de Lacroze Hermanos y de Méndez Hermanos) aparecieron en 1870. Medidas gubernamentales y decisiones comerciales dan cuenta por igual del recelo con que la población recibió la innovación. Así, para el viaje inaugural, además de cumplir a rajatabla con la ordenanza que exigía que un jinete marchara treinta metros delante de cada coche haciendo sonar una estridente trompeta en las esquinas, los Lacroze intentaron ganarse la confianza de sus potenciales usuarios anunciando previamente en la prensa la participación de los integrantes de la comparsa porteña “Progreso del Plata” (Molinari, 1980). Pocos años después los recorridos cubrían alrededor de 150 kilómetros, con 200 coches y más de 2000 caballos. A fines de los 80’ ya eran más de 18.000.000 los pasajeros que usaban el servicio anualmente, con un promedio de alrededor de cien viajes por habitante por año. Al llegar el fin del siglo, el progresivo abaratamiento y la electrificación habían convertido a Buenos Aires en “la ciudad de los tranvías”.

Frente a estos datos, cabe preguntarse a dónde se podía ir en la urbe de antaño, y para qué. Más allá de las actividades ligadas a la reproducción de la subsistencia –ya fueran las tareas domésticas o el trabajo remunerado–, a las que buena parte de la población destinaba la mayoría de su tiempo, las alternativas para el ocio eran acotadas. Máxime si quien quería aprovecharlas no contaba con recursos dinerarios excedentes.

En 1880 Buenos Aires no contaba aún con grandes circuitos ceremoniales o atractivos arquitectónicos. Recién a finales de esa década, la ciudad se proyectaría como algo más que un conglomerado en torno al centro antiguo, y extendería sus fronteras hacia el norte y el oeste, más allá de Callao. Al mismo tiempo se pondrían en marcha grandes obras, como la construcción del Puerto y del Congreso Nacional, y la apertura de la Avenida de Mayo, entre varias otras.

Uno de los rasgos distintivos de la ciudad de entonces era la homogénea distribución de las heterogeneidades. Si bien iban esbozándose sectores y barrios diferenciados (acaso el ejemplo más notorio fuera el pintoresco enclave de la comunidad genovesa en la zona de La Boca), lo cierto es que hasta el siglo XX no se consolidaría de modo definitivo la distinción entre un circuito monumental y elegante (vertebrado en la época del Centenario, a partir de la reunión del eje ceremonial y cívico que representaban la Avenida de Mayo y la calle Florida, y el recorrido lúdico y festivo que iba de Plaza San Martín a Recoleta y Palermo) y un espacio obrero, al sur de la ciudad (Gorelik, 2004). Mientras tanto, una “sociedad inestable” (Romero, 2000) daba cuerpo al entramado urbano.

De acuerdo con el parecer de algunos contemporáneos, además, Buenos Aires podía aspirar, con buenas probabilidades de éxito, a convertirse en la capital del tedio. Eso pensaba, por ejemplo, Carlos Pellegrini, quien en correspondencia remitida desde Europa al intendente Torcuato de Alvear, en 1883 decía: “Ud. lo sabe bien: para el extranjero difícilmente habrá ciudad más aburrida que Buenos Aires. Piense qué hará el infeliz viajero al tercero o cuarto día de permanencia, si acierta a llegar en verano, cuando ni teatro tendrá donde ir a matar su noche” (del Pino, 1979: 43). El autor de la misiva no estaba pensando sólo en ocasionales y prósperos visitantes. Afirmaba categóricamente en su epístola que “esa gran parte de nuestra población que trabaja toda la semana, necesita y debe tener dónde pasar su día de descanso alegremente” (del Pino, 1979: 40), antes de recordarle a Alvear que “Ud. ha comprendido que una Capital ha de tener multitud de atractivos que, aunque parezcan frívolos y de puro lujo para algunos son, sin embargo, agentes poderosos de prosperidad” (del Pino, 1979: 43).

La preocupación de Pellegrini era bien representativa de la voluntad de la elite de crear y estimular cierto tipo de actividades para el esparcimiento de las multitudes. Sin embargo, con sus apreciaciones, el que sería entre otras cosas el primer presidente del Jockey Club, parecía desestimar la existencia de numerosas actividades recreativas,

de las que tenemos sobrados detalles gracias a cuantiosas investigaciones dedicadas al tema y al material censal disponible.¹

Además de los estacionales carnavales y romerías, y de las esporádicas exposiciones o exhibiciones; manifestaciones musicales, teatrales y circenses ya aparecían como los divertimentos más exitosos de la ciudad. Desde óperas hasta espectáculos de magia, pasando por números con animales amaestrados, zarzuelas, dramas, presentaciones de autómatas, acróbatas, concertistas, organilleros, silforamas y panoramas (que eran proyecciones de efectos y juegos ópticos, previas al cinematógrafo), conciertos y conferencias. El resultado era una nada despreciable capacidad de convocatoria, que en los tiempos previos a la crisis de 1890 (cuando la ciudad tenía cerca de 500.000 habitantes) alcanzó el record de más de 2 millones de espectadores anuales.

Por otra parte, un amplio espectro de organizaciones de variadas características y objetivos (entre ellas, la Sociedad Rural Argentina, el Jockey Club, la Sociedad Tipográfica, la English Literary Society, el Instituto Geográfico Argentino, el Club Pelota y Esgrima, o la Sociedad de la Juventud Católica), se erigían como algunos de los ámbitos predilectos para el despliegue de la participación y sociabilidad públicas, y para el disfrute del ocio. De acuerdo con los censos de la época, las cuestiones relativas a la recreación estaban, junto con los propósitos educativos, solidarios o mutualistas, entre las preocupaciones prioritarias del asociacionismo que se expandía por la ciudad (en muchos casos vinculado con las diferentes comunidades de connacionales). Así, afirmaba el *Censo Municipal de la Ciudad de Buenos Aires* de 1887, que: “entre estas sociedades hay 10 que pueden llamarse de utilidad pública, porque persiguen fines científicos, ó prácticas de mera civilización [sic], como sucede con la Sociedad Protectora de los Animales; 25 sociedades ejercen el socorro mutuo entre sus asociados, y las 26 restantes cifran su existencia en razones de recreo” (*Tomo II*, p. 550). En ese contexto, resulta coherente que fueran esas organizaciones las que introdujeran buena parte de las actividades deportivas (como el cricket, la natación, el tenis, el patín, el tiro

¹ Algunas de esas investigaciones son las que componen el apartado bibliográfico de esta ponencia. Respecto del material estadístico, me valgo aquí de los *Censos Municipales de Buenos Aires* de los años 1887, 1904 y 1910; como también de los *Anuarios Estadísticos* que publicara la Dirección de Estadísticas del Municipio en el período que va de los años 1891 a 1914; y en 1923, cuando se publicó un compendio de los datos de 1915 a 1923.

o la esgrima), con sus instituciones y ámbitos representativos. A ellas se sumaron el hipódromo y los “frontones”.²

Ante este breve inventario -sin pretensión de exhaustividad-, al que hay que sumar además la paulatina proliferación de prostíbulos, salas de música y baile, cafés, confiterías y grandes tiendas, parece por lo menos razonable dudar de que Buenos Aires fuera una ciudad tan aburrida como afirmaba Pellegrini. Amén de la cuota de subjetividad que va implícita en la apreciación, y aunque sería complejo arribar a una sentencia concluyente, lo que sí es posible es conjeturar cuál era la preocupación del futuro presidente de la República en sus cartas al intendente Alvear. Porque además - como se ha mencionado-, no se trataba de la inquietud individual de una personalidad destacada, sino de la voluntad común de un sector importante de la clase dirigente, según la cual lo que le faltaba a la ciudad era un parque público que funcionara como correspondía, según sus criterios y expectativas.

Domingo F. Sarmiento había sido quien explicitara más palmariamente el ideario que debía corporeizar el trazado de los parques, que conjugaba la voluntad higienista y los preceptos de la medicina moderna con las aspiraciones educativas, la paternalista ambición de ennoblecimiento de las multitudes, la apuesta por la elevación del espíritu, la admonitoria voluntad de apaciguar los conflictos latentes y la igualitaria pretensión de integración y aplanamiento de las diferencias. Como destaca Gorelik: “el parque es uno de los nuevos artefactos urbanos en los que más ambiciones reformistas se depositan” (2004: 150).

El que estaba llamado a cumplir con esas expectativas de modo más inmediato y evidente, era el “Parque Tres de Febrero” (creado por Ley en 1874, a instancias de Sarmiento). Sin embargo, lejos de ser un espacio plural, integrador e igualitario, a comienzos de la década de 1880 se había convertido en un nuevo escenario –amplio, bello, refinado- en el que los sectores encumbrados de la sociedad se regodeaban en la exhibición y ratificación de sus privilegios.

² El empresario, de origen vasco, que organizaba los campeonatos de pelota tuvo la visionaria ocurrencia de levantar apuestas (denominadas entonces *quinielas*) antes de cada partido, para lo que instaló oficinas en distintos puntos de la ciudad. En 1891, por ejemplo, se habían jugado (de forma legal) más de 5 millones de pesos en las apuestas de los frontones, y más de 12 en las carreras de caballos (a las que se denominaba *sports*). Para poner en perspectiva esos montos: ese mismo año la sumatoria de lo producido por todos los teatros y lugares de diversión de la ciudad fue de algo más de 1 millón de pesos, según el *Anuario Estadístico de la Ciudad*.

¿Qué había fallado? Con mucha elocuencia diagnosticaba por entonces Miguel Cané que el problema era la carencia de aglomeraciones humanas. Como explica Gorelik: “ausencia de multitudes equivale aquí a ausencia de hábitos metropolitanos en la sociedad, a ausencia, entonces, de una sociedad moderna (...) Entusiasmados con el espectáculo idílico de unas masas metropolitanas pacificadas por el verde, los reformistas locales de fin de siglo apuestan a una transformación que cuando ocurra los espantará” (Gorelik, 2004: 164).

Sólo era cuestión de tiempo. En breve, ciertos espacios reunirían armónicamente imperativos diversos: pronto irían a encontrarse las aspiraciones de modernidad, surcadas por la idea de anonimato basado en la multitud; la búsqueda de esparcimiento y diversión; y la lógica comercial que habilitaría, cada vez más, la consideración de los entretenimientos como negocios, moldeables de acuerdo con la lógica mercantil. En la intersección de las aspiraciones de los reformistas, de los empresarios y emprendedores, y de quienes transitaban la ciudad con ansias de novedades y diversión, se articularon los entretenimientos urbanos de masas. ¿Dónde se hicieron visibles? En muy variados ámbitos, incluso en algunos parques.

En una de sus cartas Pellegrini le recordaba a Alvear la necesidad de crear un Jardín Zoológico “para entretenimiento de la población” (del Pino, 1979: 41) y le solicitaba que entusiasmara al entonces presidente Roca, al tiempo que le ofrecía sus servicios para gestionar la compra de animales, y su apoyo para la aprobación de un presupuesto extraordinario para tal fin. Cuando en poco tiempo se concretaran sus anhelos también se harían realidad los de quienes ansiaban que el gran pulmón de la ciudad que era el Parque Tres de Febrero cobrara protagonismo en el ocio de las multitudes porteñas.

El Zoológico de Buenos Aires y sus primeros directores

El Jardín Zoológico de Buenos Aires abrió sus puertas en 1888. Se trataba más bien de una reinauguración. Desde noviembre de 1875 había funcionado un primer zoológico en los terrenos de la residencia de Rosas (es decir, en la zona de Palermo que iba de la actual Libertador hacia el bajo), pero a juzgar por las crónicas de la época, sus atractivos no eran muy nutridos. Antes de eso, desde 1827, habían sido exhibidos unos pocos animales en el Parque Argentino –conocido como el *Vaux hall* porteño– que incluyó en su terreno (en la actual intersección de Córdoba y Viamonte) un hotel al estilo francés, salones de baile, una arena de circo para 1500 espectadores y un pequeño

teatro al aire libre, entre otras cosas. El parque era de propiedad privada y a mediados de la década de 1840 uno de sus dueños, Santiago Wilde, compró todas las acciones de la empresa y convirtió el lugar en su residencia particular.

Para concretar la ubicación del Zoológico de Buenos Aires en su nuevo -y definitivo- emplazamiento, fue necesario desviar las vías del ferrocarril del Norte, que atravesaban el terreno, desmalezarlo, rellenarlo con tierra que se extrajo de las Barrancas de Belgrano, bosquejar el lugar que ocuparían los tres lagos principales, diseñar los senderos, plantar los árboles y ubicar los jardines y los pabellones. Además, hubo que rescindir el contrato que el Buenos Aires Gun Club (un club de tiro, fundado por miembros de la comunidad inglesa) tenía con la Municipalidad, que incluía el uso de ese sector del parque y la provisión de palomas para abatir.

En la época hubo otros emprendimientos recreativos en espacios abiertos, que pretendieron convocar a públicos diversos y multitudinarios, aunque ninguno de ellos logró el éxito y la continuidad que tendría el zoológico.³ El factor decisivo parece haber sido el impulso estatal y el énfasis municipal por convertir al zoo porteño en una gran atracción, a lo que -como veremos- se sumaría la eficaz y visionaria gestión de sus directores, que harían del proyecto un emprendimiento sustentable y duradero.

Al igual que en otras dimensiones, en la del ocio urbano los “adelantos” europeos daban marco al ideario cosmopolita finisecular encarnado en las propuestas que los sectores dirigentes (de los que sin duda Pellegrini era exponente) se proponían implementar en el escenario local. La idea de un zoológico no era innovadora ni autóctona. Al contrario: las exhibiciones de animales exóticos (y en ocasiones también de seres humanos) en grandes parques públicos, se estaban convirtiendo en un suceso sin parangón en las ciudades más importantes del viejo continente. Desde el precario zoológico científico de Regent's Park, abierto en Londres en 1828, hasta el deslumbrante Jardín Zoológico Imperial de Berlín, inaugurado en 1880, el auge y la

³ Además de varias plazas y parques (respecto de los cuales en documentos oficiales se manifestaba preocupación por el hecho de que “nuestros paseos, con pocas excepciones, y en la generalidad de los días, están todos desiertos” -Gayol, 1995: 78-), existía el Paseo de la Recoleta, que contaba “con una montaña rusa, diversión que atrae una gran población infantil”; y el Prado Internacional, con “una montaña rusa, un salón, dividido en dos secciones, en el que están instaladas las canchas de bochas y el que podrá transformarse en sala para baile, un salón de confitería, otro de billar y juegos de salón, y otro de gimnasia y esgrima. En el mismo local existe un circo para velocípedos y carreras á pie, y un teatro mecánico, construido en Alemania. Está iluminado con luz eléctrica, y la entrada en él cuesta, los días de fiesta, en que hay concierto, tan solo 20 centavos; en los demás, es gratis” (*Censo Municipal de 1887, Tomo I*, p. 115).

réplica de este nuevo entretenimiento fue notable. Su proliferación confluía con otra evidente e irreversible novedad: las multitudes metropolitanas.

Como en todo negocio a gran escala, el de los zoológicos pronto tuvo sus figuras salientes y sus circuitos propios. El alemán Carl Hagenbeck fue un auténtico *entrepreneur* que hizo realidad la idea -antes siquiera de que fuera formulada- de que el mundo entero podía ser su mercado.⁴ Entre las últimas décadas del siglo XIX y las primeras del XX, fue el proveedor de la mayor parte de los zoológicos del planeta, además de haber montado sus propias exhibiciones en diferentes lugares de los continentes europeo y americano. Como definía el propio Hagenbeck: “el interés por los pueblos extraños y también por los animales exóticos, parece dominar por igual a todos los hombres, tanto si son poderosos como insignificantes” (Hagenbeck, 1910: 412).

En Buenos Aires el primer responsable del Jardín Zoológico fue el médico y naturalista Eduardo Holmberg, quien en calidad de “Director de la Sección Zoológica del Parque Tres de Febrero” condujo la institución entre 1888 y 1903. Holmberg fue el exponente de una época de expansión cultural en la que era posible recorrer varios carriles a la vez: “escribía novelas de fantasía científica, al mismo tiempo que recolectaba y catalogaba arañas y, más tarde, fue director del Jardín Zoológico, redactor de secciones de los censos y novelista de policiales” (Bruno, 2011: 201).

Ante todo, Holmberg era un gran divulgador científico, y un convencido de que el zoológico debía ser una institución que aportara al progreso, a la educación y a la conformación de una tradición nacional. Por eso publicó, desde 1893, la *Guía ilustrada del Jardín Zoológico* y la *Revista del Jardín Zoológico* (que tuvo continuidad, en esta primera etapa, hasta 1895), que combinaba artículos científicos con notas de interés

⁴ Carl Hagenbeck (nacido en 1844, en Hamburgo) comenzó como colaborador y luego heredó el negocio de su padre, dedicado a introducir rarezas del mundo animal en las ferias, cuando sólo existían tres jardines zoológicos en todo el planeta. Pronto se dedicó al comercio de animales, atendiendo pedidos de distintas ciudades de Europa y luego también de Norteamérica, e incluso de los rincones más alejados del mundo (como por ejemplo, Argentina). Además se ocupó por sí mismo de montar exhibiciones, ferias, circos, y zoológicos, siempre con gran osadía y la mayoría de las veces con una notable capacidad de convocatoria, aunque con resultados económicos dispares (en vista de los numerosos e imprevistos riesgos que conllevaba la caza, el transporte y el comercio de animales). Fue además el gran impulsor de los “zoológicos humanos”: exhibiciones de personas consideradas representantes de pueblos exóticos, salvajes y/o en vías de extinción (entre otros, en diversos sitios se exhibieron “ejemplares” lapones, patagones, mongoles, etc.). En 1907 Hagenbeck inauguró el parque que serviría de modelo a los zoológicos a lo largo de todo el siglo siguiente: el Stellingenpark, en su Hamburgo natal. Basaba su innovador concepto en la mostración de los animales en sus propios hábitats, recreados cual si fueran espacios abiertos, plagados de vegetación y carentes de rejas. Un estudiado sistema de fosas y unos elaborados materiales escenográficos dotaban al zoológico de una notable ambientación, que parecía ofrecer mayor libertad a las fieras y muchísimo más atractivo a los espectadores. Al respecto afirmaba Hagenbeck que “la libertad de que disfrutaban todas estas criaturas, es á la vez apariencia y verdad” (Hagenbeck, 1910: 384).

general. Además, fue el responsable del trazado del parque y el impulsor de la original propuesta de que cada animal tuviera un reducto arquitectónicamente vinculado con su “nacionalidad” (así los dromedarios tuvieron su casa árabe, los elefantes su templo indio, los ciervos una casa suiza, etc.).⁵

La versión oficial dice que su alejamiento del cargo se debió a enfrentamientos con las autoridades, particularmente a disidencias con el entonces intendente de la ciudad. Sin embargo, otras fuentes afirman que el conflicto decisivo “comenzó con la visita que el presidente de la república, el general Julio A. Roca, efectuara al zoológico en 1902. El general, valiéndose de su investidura, recorrió los senderos del paseo con su "mylord" [un tipo de carruaje]” (Esparrach, 2003: 6). A raíz de ello, Holmberg mandó a colocar un molinete en la entrada (que impedía el ingreso de vehículos) con una leyenda que decía: “el Jardín Zoológico es un paseo público, pero no ha sido formado para solaz de los funcionarios públicos”. Al parecer, la respuesta de Roca cobró la forma de una Comisión consultiva que el intendente Casares estableció a modo de intervención. Poco tiempo después, la Municipalidad decidió cesantear al director.⁶

La anécdota ilustra el modo en que el zoológico era concebido y gestionado por su director. Si su carácter de institución científica era incuestionable; lo mismo cabía respecto de su condición de paseo público. Esa voluntad, no obstante, se vería desafiada por el propio comportamiento de los visitantes. Holmberg no dejaría de manifestar su insatisfacción frente a la presencia de unos “huéspedes de garra y casco” que no respetaban las indicaciones de los letreros y que protagonizaban reiteradamente vandálicos actos (Bruno, 2011: 165). Sin embargo, y a pesar de la frustración de Holmberg, el zoológico no dejaría de crecer en popularidad, concurrencia y prestigio.

Clemente Onelli, el segundo director, contaría con dos décadas (entre 1904 y 1924) para profundizar la voluntad de hacer del zoológico un ámbito atractivo y moderno. Onelli había llegado al país en 1889, procedente de Italia, y había secundado a Francisco Moreno en sus expediciones patagónicas. Trabajó también en el Museo de La Plata y dirigió la Oficina de Tierras.

En lo que refiere a su desempeño a cargo del zoológico, en cierto modo fue un continuista, que llevó a término las obras edilicias que había previsto su antecesor e

⁵ La infraestructura del Zoo porteño se mantiene prácticamente inalterada hasta nuestros días. Contribuyó a ello el hecho de que en 1997 fuera declarado monumento histórico nacional.

⁶ Más allá de las diferentes versiones, el desvinculamiento de Holmberg ha de haber ocasionado una tensa situación. Prueba de ello es que en el conmemorativo *Censo Municipal de Buenos Aires* de 1910 aparece un artículo escrito por el entonces Director del Zoológico, Clemente Onelli, y éste evita mencionar a su predecesor, incluso cuando relata la historia de la institución que preside.

impulsó la construcción de nuevos pabellones y edificios (aunque con un estilo arquitectónico más greco-romano). También reeditó la revista, que se emitió en este segundo período entre 1905 y 1922.

En otros aspectos, puede afirmarse que -como veremos a continuación- la iniciativa de Onelli le dio al zoológico una nueva impronta, que redundó en la consolidación de un espacio multitudinario, moderno y novedoso en el mapa de los entretenimientos de la ciudad. Además, el 23 de agosto de 1907, Onelli inauguró una nueva sede de este sitio de recreo, en el Parque de los Patricios. El Zoológico del Sur (así se llamó) fue remodelado y ampliado en 1913, para agregarle nuevos atractivos, entre los que estaba la “cabrería municipal” en la que se podía tomar o comprar leche recién ordeñada. Este espacio se mantuvo como alternativa para los habitantes del sur de la ciudad hasta mediados de los años veinte, cuando Onelli falleció sorpresivamente, de un paro cardíaco. Luego fue decayendo hasta que se cerró de modo definitivo, y fue demolido en 1938.

El siguiente director de la institución fue el biólogo Adolfo María Holmberg -sobrino nieto de Eduardo Holmberg-, que presidió la institución por otras dos décadas, hasta mediados de los años cuarenta. El país ya era otro entonces. Me quedaré aquí con el foco en los tiempos de Onelli, cuando el zoológico se convirtió en un popular y multitudinario paseo metropolitano.

Popularidad, multitudes y entretenimiento

Si bien la investidura del cargo hacía que quien lo ocupaba se convirtiera en una personalidad de renombre, Onelli fue mucho más lejos. Tal era el alcance y el tipo de popularidad del Director del Zoológico que por entonces se instaló en el habla cotidiana la frase que catalogaba como “cosas de Onelli” a cualquier iniciativa simpática y extravagante.

No se trata de un dato marginal a la hora de pensar la centralidad que tuvo el zoo en la ciudad, pues la condición de figura pintoresca de su director, convocaba la atención de la prensa, que al configurar su presencia en las páginas impresas no hacía más que profundizar ese carácter peculiar y dar visibilidad y atractivo a la institución, a la que colaboraba en consolidar como ámbito recreativo multitudinario. Así, por caso, en 1912, *Caras y Caretas* publicaba una nota (que apelaba al recurso de “un día en la vida de...”) que comenzaba diciendo:

El director dice al repórter: 'No teniendo en mis colecciones ni chinches ni sanguijuelas, me someteré gustoso á llevar tras de mí la sombra de los Madgyares: á las 7 de la mañana estaré á su disposición, cerca del kiosco de la música y bajo la estatua de Antinous, para hacer pendant' ["hacer pendant" significa hacer pareja, en términos artísticos]. Onelli nos esperaba, puntual á la cita. Observación importante del repórter: á las 7 de la mañana el director del Zoo está muy paquete, muy limpio y huele exageradamente á agua de colonia: es ésta una observación de importancia para sus admiradoras. ("El día de un director", *Caras y Caretas*, 4 de mayo de 1912)

Onelli se valió de todos los recursos de que disponía (e inclusive fue el creador de otros, inéditos) para potenciar el éxito del zoo porteño. Si el propósito era satisfacer a una numerosa concurrencia en un espacio educativo y recreativo, accesible y convocante, el cometido fue logrado con creces.

Dando cuenta del peso que tanto el discurso republicano como la prédica moralizadora y la impronta mercantil tenían como sustento de este moderno espacio urbano, Onelli afirmaba que:

...las veintiséis mil personas que en un solo domingo y en las cuatro horas de la tarde invaden sus caminos y sus praderas, gente en su mayor parte del pueblo, es todo un pequeño mundo morigerado que se divierte inocentemente, conducido por los jefes de la familia y que en ese día se dedica á ella, no frecuentando establecimiento de juego, ni despachos de bebidas. Forman el gran núcleo de la población democrática de la capital, que puede moverse y trata de divertirse y que de buena gana gasta la insignificante cantidad de diez centavos para pasar la tarde de los días de fiesta, en una ciudad en la que escasean, en las horas diurnas, los entretenimientos baratos. (*Censo de Buenos Aires de 1910*, Tomo III, p. 387)

Así, el Director asociaba la accesibilidad con la baratura y a ésta con la garantía de participación popular en una práctica que, además de ofrecer genuino entretenimiento, mantenía a los hombres alejados de algunas de las formas de la mala vida que pululaban en la ciudad.

Desde su Primer Reglamento no quedaban dudas sobre la vocación explícita del gobierno municipal de hacer del zoológico un emprendimiento rentable, sin permitir que se convirtiera en un paseo exclusivo o selecto. Allí se establecía que: "el fomento del

Jardín Zoológico exige que la entrada no sea gratuita. Por decreto reciente, el precio habitual será de diez centavos. Los jueves: veinte centavos para las escuelas con sus profesores a la cabeza, y el primer domingo de cada mes, así como en las Fiestas Patrias, la entrada será libre” (del Pino, 1979: 63). Más adelante se especificaría también la gratuidad de las entradas para menores de tres años y para los soldados.

Cuando Onelli asumió, en 1904, la máxima concurrencia anual hasta ese momento había sido de 300.000 visitantes. Apenas un par de años más tarde, superaba ya el millón de asistentes.

| Año | Cantidad de asistentes anuales |
|------|--------------------------------|
| 1893 | 49.810 |
| 1894 | 109.680 |
| 1895 | 168.840 |
| 1896 | 169.990 |
| 1897 | 169.340 |
| 1898 | 134.000 |
| 1899 | 168.780 |
| 1900 | 164.000 |
| 1901 | 181.800 |
| 1902 | 160.500 |
| 1903 | 248.700 |
| 1904 | 445.875 |
| 1905 | 524.081 |
| 1906 | 1.022.614 |
| 1907 | 1.135.730 |
| 1908 | 1.220.390 |
| 1909 | 1.276.051 |
| 1910 | 1.401.449 |
| 1911 | 1.419.679 |
| 1912 | 1.478.461 |
| 1913 | 1.538.025 |
| 1914 | 1.302.648 ⁷ |

⁷ Cuadro de confección propia. El *Anuario Estadístico de de la Ciudad de Buenos Aires* publicó ininterrumpidamente sus datos desde 1891 hasta 1914. Si bien la cantidad de asistentes al zoológico no apareció discriminada hasta 1903, es posible reconstruir las cifras de los años previos tomando en cuenta la información relativa a las finanzas del Municipio, que aparece desglosada desde 1893. Cuando luego

1914, el último año en que el Municipio editó su *Anuario* en forma continuada, coincide con una merma en la cantidad de visitantes. Tal lo que explicaba Onelli en ese momento, en la Revista de la entidad que dirigía: “la gente está preocupada y no quiere pasear; muchos voluntarios se han ido al frente [se refiere a la primera Guerra Mundial] y, además, van apareciendo otras diversiones en Buenos Aires” (del Pino, 1979: 111).

En general, el contexto cultural porteño de las primeras décadas del siglo XX estuvo signado por la expansión y modernización de los circuitos culturales tanto como por la acción estatal tendiente a intervenir en la creación de una identidad nacional, y por la explosiva diversificación de productos y objetos culturales consumibles.

En ese marco, el segundo director del zoológico -en tanto que simultáneo emergente y promotor de ese escenario en permanente transformación- implementó todos los recursos que, según concluiríamos hoy, permiten motorizar a un entretenimiento de masas moderno. ¿A qué me estoy refiriendo? Entre otras cosas, y en primer término, a la reunión de lo diverso y a la apuesta por lo novedoso, como modos de captar el interés de diferentes sectores de público, que además pudieran gozar del divertimento, siempre renovado, en más de una ocasión. En ese sentido, al permanente recambio de los animales en exhibición, Onelli sumaba otros atractivos, algunos de los cuales representaban, además, ingresos extra para el zoo. Entre ellos, por ejemplo, la concesión con que contaron la confitería Águila y la casa Bagley. Dentro del parque también podían adquirirse productos: a lo recaudado del negocio de huevos, aves, cueros, pollos, se sumaba lo obtenido por la venta de la *Guía Ilustrada*. Y a todo eso se agregaban algunas otras alternativas, la mayoría de las cuales apuntaban al público menudo, como la de los *chasisretes* (tal el nombre que se daba a los fotógrafos callejeros de la época, derivado del chasis donde iban las dos placas de negativo), los paseos en elefantes y camélidos, los viajes en un pequeño tranvía, que primero fue tirado por un caballo y luego electrificado. Otras actividades eran gratuitas, como el guiñol (un teatro de marionetas). Tal como lo describía *Caras y Caretas*:

...pero sobre todo, donde los niños están como en país conquistado gozando á sus anchas, es en el Jardín Zoológico. Los más se entretienen en ver como los animales presos en sus jaulas, pasean su aburrimiento de dioses

de varios años, en 1923 se reeditó el *Anuario* con una compilación de la década precedente, se consignó una asistencia anual al zoológico relativamente estable, de alrededor de un millón doscientas mil personas hasta el inicio de la década del '20, cuando volvía a alcanzar el millón y medio de asistentes.

desterrados de la selva. Otros niños se dedican á pasear la tarde á caballo en los petizos y los más valientes no trepidan en subir en los camellos y llamas. El guñol todos los días festivos está 'augrandcomplet' y la concurrencia infantil se extasía ante las gracias de Mosquito que la emprende con todos los personajes guñolenses á garrotazo limpio. La chiquilina aplaude entonces con entusiasmo y pide como en los teatros grandes que se repita. Por los jardines también se ve á los más pobres, á los que no han podido conseguir que sus papás les paguen una vuelta en el minúsculo tranvía, ó en los cochecitos, entretenerse á su manera corriendo y saltando. Algunos padres enamorados de su cría, caen en la tentación al ver al fotógrafo de hacerse retratar, lo que resulta una mortificación para el discípulo de Daguerre á causa de que los niños no se están quietos por nada... ("Los niños domingueros", *Caras y Caretas*, 18 de noviembre de 1905).



Corriendo la carabana

El doctor Martínez nos demostró con números últimamente que la capital de la república pasaba de un millón, y como de costumbre hubo pesimistas que dudaron del censo. Pero hay pruebas que no dejan lugar á dudas, y la más palpable es pasarse los días festivos por la Recoleta y Palermo y allí verá miles y miles de niños que se entretienen en toda clase de juegos, y cuando cree uno haber visto todos los niños que existen en Buenos Aires, todavía aparecerán por el paseo, filas interminables de educandos que acompañados de sus respectivos profesores pasan el domingo disfrutando de estos agradables días primaverales.



Ante el espejo



Pasa no es tra fiore el loto como la pietaxi



Un futuro spertmen

grandes que se repita. Por los jardines también se ve á los más pobres, á los que no han podido conseguir de sus papás les paguen una vuelta en el minúsculo tranvía, ó en los cochecitos, entretenerse á su manera corriendo y saltando. Algunos padres enamorados de su cría, caen en la tentación al ver al fotógrafo de hacerse retratar, lo que resulta una mortificación para el discípulo de Daguerre á causa de que los niños no se están quietos por nada. Para ellos la vida está encerrada en estos tres verbos: comer, dormir y jugar.



A la meta de Batavia

Pero sobre todo, donde los niños están como en país conquistado gozando á sus anchas, es en el Jardín Zoológico. Los más se entretienen en ver como los animales presos en sus jaulas, pascen su aburrimiento de dioses desterrados de la selva. Otros niños se dedican á pasear la tarde á caballo en los petizos y los más valientes no trepidan en subir en los camellos y llamas.

El guñol todos los días festivos está "augrand complet" y la concurrencia infantil se extasía ante las gracias de Mosquito que la emprende con todos los personajes guñolenses á garrotazo limpio.

La chiquilina aplaude entonces con entusiasmo y pide como en los teatros



Estación central zoológica

Por supuesto, la apuesta por la masividad implicaba la accesibilidad del entretenimiento, en términos económicos, pero también geográficos. Desde fines del siglo XIX al zoológico podía arribarse en tranvías eléctricos que iban hasta la estación "Portones" (en la actual Plaza Italia), que ofrecían mayor confort que los tirados por caballos y que permitían prescindir del costoso servicio de los coches de alquiler (los "Mateos") que hasta el momento eran los más usados en la zona.

Más allá del énfasis en la democratización -que como vimos era un factor presente en el ideario de Onelli-, lo cierto es que la entrada sin cargo a menores, tanto como los precios reducidos para los colegios, tenían además un notable efecto, que no era desconocido por los hacedores de espectáculos de la época. El gran empresario de los zoológicos, Hagenbeck, con su mirada global de los eventos de masas, ya afirmaba por entonces que: “estas representaciones extraordinarias, quiero descubrirlo, resultan un reclamo [tal el término con que se aludía a la publicidad] de valor inapreciable. Los niños no están nunca contentos con ver las cosas una sola vez (...) los niños instan á los padres, abuelos, tíos, tías ó demás parientes hasta conseguir que vayan con ellos a visitar la exhibición...” (Hagenbeck, 1910: 94).

En relación con la voluntad de convocar el interés de un espectro amplio de potenciales visitantes, merece señalarse especialmente la inauguración en el Zoológico de Buenos Aires de un vernáculo Templo de Vesta, en 1909. El edificio (donado por la comunidad romana) constituía una réplica en miniatura del templo de Hércules en la capital italiana. Pero lo que aquí resulta relevante es la finalidad que se le dio en su origen: se trataba de la Sala de Lactancia, un espacio destinado con exclusividad a que las señoras pudieran amamantar a sus hijos, con la ayuda de enfermeras especialmente dedicadas a ello. Es decir que se trataba de una explícita consideración de las mujeres como un componente central del público que este espacio recreativo se proponía atraer (y atender, en línea con el sesgo higienista de muchas políticas públicas).

Un elemento clave para difundir la propuesta del zoológico entre los públicos más diversos fue la prensa (en particular, la prensa ilustrada, dada su amplitud, discursiva y de destinatarios). Onelli lo sabía perfectamente bien, no sólo por su condición de cronista colaborador de *El Diario*, sino también por su notable habilidad para construir acontecimientos noticiables. Onelli generaba actividades que traccionaban la presencia de los *reporters*; fueran jornadas de beneficencia, visitas de personalidades ilustres o festejos novedosos (entre ellos las fiestas populares del “día del árbol” que Onelli inventó en 1905; o la celebración del “día del animal”, propulsado por la Sociedad Protectora de Animales, de la que él era miembro; o los corsos infantiles). También organizó concursos, como el que convocó a fotógrafos amateurs.

Por iniciativa del director del Jardín Zoológico, señor Clemente Onelli, se ha llevado á efecto un interesante concurso de vistas fotográficas obtenidas dentro del establecimiento por los *amateurs* que en tan crecido número lo recorren diariamente. El mejor éxito ha obtenido este concurso, pues á

tomar parte en él han acudido inteligentes cultores del arte de Daguerre, presentando admirables fotografías (“Jardín Zoológico. El concurso fotográfico”, *Caras y Caretas*, 15 de octubre de 1904).

Onelli se valió también, para sus propósitos modernizadores y educativos de los nuevos medios de comunicación de masas. A comienzos de la década del 20 dictó charlas radiofónicas sobre temas diversos y se inclinó también por el cine, convirtiéndose en el director de la película muda “El misionero de Atacama”, que trataba de las peripecias de un monje franciscano en Salta, en tiempos de la colonia. El film -de escasa repercusión- compendia la intención de Onelli de crear un cine didáctico, con su voluntad (coherente con la de muchos de sus coetáneos) de contrarrestar la que consideraba una perniciosa influencia de las producciones norteamericanas. Con motivo de su rodaje, había afirmado el director en una nota de la revista *Plus Ultra* de abril de 1922:

Esta cinta es bien nuestra, tan nuestra que me ha sido facilísimo reunir los elementos necesarios para desarrollarla: viejas tallas de la época colonial, toscos cacharros conventuales y hasta tres indígenas. De una misteriosa raza casi extinguida cuyos restos viven en la Puna de Atacama: todo lo he tenido a mano (...) quise proporcionarme un film a mí mismo, hartado de los perfiles de enorme mandíbula de los ‘cow-boys’ que siempre ponen al pecho al revolver... (en Carbonetti, 2003: 71-72)

Quizás el más llamativo de los acontecimientos periodísticos construidos en torno de las andanzas de Onelli haya sido el del año 1912, cuando se paseó llevando a la recién llegada Mimí (una jirafa traída desde Dakar) desde el puerto porteño hasta el zoológico. La excusa: que el carro previsto no era adecuado para el volumen del mamífero. La caminata de Onelli con el enorme animal atado con una soguita al cuello, convocó la atención de todos quienes se toparon con él en el extenso recorrido, y se multiplicó en las fotografías que poblaron las páginas de la prensa.

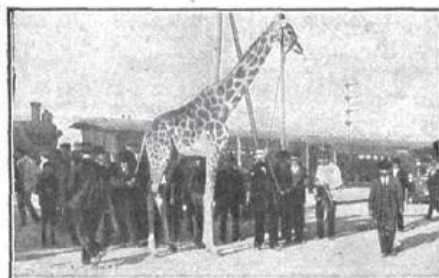
La girafa "Mimí"



Desembarco de la girafa 'Mimí', adquirida en Dakar para el Zoo de Buenos Aires



Registrado su equipaje, 'Mimí' sale del desembarcadero, entre el público que, admirado, la contempla



Formación de la «comitiva» en la Dársena Norte



Paseo triunfal de la girafa por las calles de la capital

“La girafa 'Mimí'” (sic), *Caras y Caretas*, 4 de mayo de 1912

En tiempos en que la publicidad apenas tenía sus instituciones propias características, Onelli implementó estrategias que hoy concebiríamos como de “marketing”, y que redundaron en un notorio acrecentamiento de la popularidad del zoológico. Entre ellas, por ejemplo, el episodio de la “fuente de la salud”: en busca de rastrear agua en las napas, la Municipalidad hizo durante varios años perforaciones en el predio del zoo de Palermo. Onelli insistió en que multiplicaran los análisis, hasta que en 1919 se estableció que el agua hallada tiempo atrás en la última napa tenía ciertas propiedades minerales particulares, que la hacían “ligeramente laxante y estimulante”. Entonces “el director del zoológico la promovió intensamente con el ambicioso título de ‘Agua Medicinal del jardín Zoológico’ (...) y enseguida hizo construir un artístico surtidor, al que puso el ampuloso nombre de ‘Fuente de la salud’” (del Pino, 1979: 95). El “agua medicinal” llamó la atención del barrio entero. Entonces Onelli ordenó que

dejara de entregarse en forma gratuita y a partir de entonces, cada vaso costó 20 centavos, y toda la recaudación se destinó a implementar nuevas obras en el zoológico.⁸

Entonces, para resumir: concursos, ardidés publicitarios y de marketing; utilización de los medios de prensa; renovación constante y divulgación permanente de las novedades; accesibilidad (económica y geográfica) y convocatorias para públicos diversos y vastos (en términos sociales, etarios, de género, etc.); apertura de sucursales; concesiones y generación de ingresos extra en alianza con empresarios privados; todo ello bajo el imperativo de generar un entretenimiento multitudinario y rentable, que a la vez fuera educativo y disuadiera a sus visitantes de participar de prácticas nocivas o moralmente reprochables. Al parecer, el zoológico ponía su impronta sobre el que sería el modelo de los entretenimientos de masas en las décadas venideras.

¿Cultura de masas?

Tal lo que desde hacía ya bastante tiempo venían reclamando amplios sectores de la elite local -autoproclamada rectora de la vida política, social y cultural del conjunto de la población-, la ciudad contaba al fin con un ámbito tutelado y organizado por el estado, en el que las multitudes se divertían “sanamente”, y la pluralidad y el anonimato estaban garantizados. El Zoológico permitía, acaso mejor que ningún otro ámbito de la época, la armónica confluencia de imperativos educativos e higienistas;

⁸ La curiosa experiencia de la promoción del agua con propiedades medicinales es un típico ejemplo de las “cosas de Onelli”. Pero acaso su aventura más famosa fuera la del Plesiosaurio. La historia amerita ser narrada brevemente: en 1922 el norteamericano que había trabajado como baqueano para Onelli y Moreno en sus incursiones patagónicas, Martín Sheffield (de quien se decía que había llegado al sur persiguiendo al célebre pistolero Butch Cassidy), envió una carta al Director del Zoológico en la que afirmaba haber encontrado huellas de un animal de gran porte y haber divisado un espécimen con cuerpo de cocodrilo y cabeza parecida a un cisne de formas descomunales (Perrone, 2012), en la zona del lago Epuyén (Chubut). Mientras los hombres de ciencia especulaban sobre la veracidad del asunto, llamó a conferencia de prensa para anunciar el envío a la Patagonia de una expedición para atrapar a la bestia. Encabezado por el geógrafo Emilio Frey, en marzo de 1922 partió el equipo, que contaba con dos expertos tiradores armados de rifles para elefantes, varios baqueanos, un embalsamador profesional y dos periodistas (de *La Nación* y *Caras y Caretas*). Una interesante mezcla de curiosidad, escepticismo, y diversión tiñó las crónicas de la prensa del momento, que no se decidían por reafirmar la seriedad del evento o enviarlo al terreno de lo fantástico. Así, *La Nación* informaba que los exploradores iban equipados con botas, impermeables y un nutrido botiquín que incluía una buena provisión de bicarbonato, para afrontar los peligros del cordero patagónico asado; y *Caras y Caretas* aseguraba que iban vestidos como si fueran a conquistar el Polo, y luego publicaba una jocosa carta en la cual el monstruo pedía la protección del Dr. Albarracín, de la Sociedad Protectora de Animales. Mientras tanto, el mercado del entretenimiento aprovechaba la ocasión: aparecían lapiceras sauriformes y cigarrillos marca Plesiosaurio; hasta un tango en homenaje al fósil viviente. Un aviso de Piccardo contaba cómo los expedicionarios lograban capturar al monstruo con sólo invitarlo a fumar un cigarrillo; y Editorial Atlántida se convertía en el patrocinador oficial de la expedición (Muñoz Azpiri, 2011). Cuando el grupo llegó a Bariloche fue recibido con un desfile carnavalesco, presidido por un enorme dinosaurio de cartón, aunque luego en el lago no hallaron nada digno de mención. Volviendo a Onelli, más tarde él mismo “confesó en una carta privada que se había visto obligado a recurrir a la historia del plesiosaurio con tal de despertar interés por la Patagonia. Hasta sugería que, buscando agua, algún día se podría encontrar petróleo” (Capanna, 2009).

con la aparición de prácticas y emprendedores de nuevo tipo; y la notoria aceptación de la propuesta por parte de amplísimos sectores de la población. El hecho de que, aunque gestionado por el Municipio, el éxito se basara en su condición de emprendimiento rentable, permitió que las ansias modernizadoras y reformistas hicieran alianza con las estrategias comerciales, notablemente impulsadas por la dedicación y el carácter visionario de sus directores –Onelli más que ninguno-, y por la relativa independencia que la misma sustentabilidad del proyecto les garantizaba.

Resulta imprescindible señalar que la gestión del segundo director del Zoo ya no se dirigía a los mismos destinatarios y visitantes a los que había interpelado Holmberg en los primeros años del parque. No sólo por el recambio generacional y por las significativas variaciones demográficas que sufriera la ciudad, sino además porque en el lapso de entre la última década del siglo XIX y la segunda del siglo XX, la dinámica urbana se había diversificado y complejizado exponencialmente, y ello impactaba también en el terreno de los entretenimientos. Tampoco puede dejar de destacarse que las estrategias que redundaron en el éxito de convocatoria no fueron únicamente producto de la iniciativa y la creatividad de Onelli (aunque su mérito no debe soslayarse) para convertir al zoo en un entretenimiento masivo, sino que se trató de la combinatoria de sus proyectos y su desparpajo, tanto como del expansivo y sinuoso contexto sociocultural del momento.

Junto con la composición y volumen de la población (que en 1915 había superado ya el millón y medio de habitantes), los recorridos, los ámbitos y las modalidades del ocio sufrían permanentes transformaciones. Entre las consecuencias más evidentes de ese proceso: la aparición de nuevas alternativas para el entretenimiento y para el consumo, que suponían la puesta en uso de las competencias adquiridas por los participantes y la constante reactualización de unos saberes propios de su condición de espectadores, de consumidores, de público, o de todo eso a una misma vez. Nuevos espectáculos y prácticas, junto con inéditos ámbitos asociativos y una inusitada centralidad del consumo en la vida cotidiana eran notorias manifestaciones de esos cambios.⁹

⁹ Por mencionar sólo ciertas dimensiones del fenómeno: el *Anuario Estadístico de la Ciudad de Buenos Aires* computa para 1914 la realización anual de 72 mil funciones, distribuidas entre 27 establecimientos agrupados bajo la categoría de “Teatros y lugares de diversión”. 65.000 de esas funciones correspondieron a los cinematógrafos. Una proporción similar guarda la cantidad de asistentes: sobre más de 15 millares de espectadores ese año, 12 millones habían ocupado ese rol frente a la pantalla cinematográfica. Por otra parte, tampoco la marcada voluntad asociacionista dejaba de expandirse. En 1904 ya se registraban en Buenos Aires 291 asociaciones de beneficencia ó filantrópicas, de literatura

De cualquier manera, la cifra que expresaba que la concurrencia al Zoológico durante la primera década del siglo XX superaba el millón de visitantes -que equivalía o sobrepasaba la población total de Buenos Aires de ese momento-, resultaba (y resulta) sorprendente.¹⁰ El propio Onelli sabía que no existía análogo a nivel planetario, pues, como exponía en 1910, “en todos los jardines zoológicos del orbe estos establecimientos rara vez llegan á ser visitados durante el año por una cifra de concurrentes igual á la tercera parte de la población” (*Censo Municipal de 1910, Tomo III*, p. 390).

Si bien estos números resultan indispensable evidencia al momento de postular el carácter masivo del zoo de Buenos Aires, no menos importantes son los objetivos sobre los que se consolidó la propuesta. Como hemos visto, en sus fundamentos se amalgamaba la voluntad de erigirlo como un paseo familiar y un entretenimiento de concurrencia populosa y plural (en términos etarios, sociales, de género); que no desistiera de sus propósitos moralizadores y educativos; y que además fuera autosustentable y tuviera éxito y continuidad.

Las estrategias que hicieron que estos propósitos se cumplieran, desde los primeros tiempos de Holmberg y sobre todo durante la gestión de Onelli, dan cuenta de la voluntad manifiesta de convocar, con una impronta pluralizadora y democratizante, el interés y la participación de la población; de una población que poco a poco iba respondiendo a la convocatoria, y seguramente reapropiándose de ella y transformándola, a la vez que aprendiendo a interactuar en este espacio multitudinario y novedoso. Es en ese sentido que el zoológico funge como innegable exponente de la articulación de nuevos circuitos y prácticas característicos de un mercado del entretenimiento urbano organizado en torno del encuentro y la participación de multitudes heterogéneas.

Fue también en virtud de ese despliegue de actividades recreativas populares y masivas, con sus pautas y circuitos específicos, que Buenos Aires y sus habitantes entraron en la modernidad, todavía con la pretensión de ir en busca de un incuestionado destino de grandeza.

ciencias y bellas artes, masónicas, de obreros, socialistas, “de sport o ejercicio físico”, etc. La mayoría de ellas estaban dedicadas al “mutuo socorro” (eran 97 entidades, con más de 65 mil integrantes). Al mismo tiempo, 52 organizaciones se identificaban como “recreativas”.

¹⁰ A comienzos del siglo XXI, el Zoo porteño recibe cada año una cantidad de visitantes más o menos igual al número de habitantes de la capital (cerca de tres millones). Se estima que los 1000 zoológicos que existen en el planeta son visitados por unos 600 millones de personas por año; es decir: un 10% de la población mundial total (Collados, 1997).

Bibliografía utilizada

Bruno, Paula (2011) *Pioneros culturales de la Argentina. Biografías de una época*, Buenos Aires: Siglo XXI

Capanna, Pablo (2009) “El monstruo turístico”, diario *Página 12, Suplemento Futuro*, Sábado, 4 de agosto de 2009, disponible en <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/futuro/13-2187-2009-08-04.html>

Carbonetti, María de los Ángeles (2003) “Crónica y cine en *Plus Ultra*: cine, patria y tradición”, Anclajes VII, 7 diciembre

Carretero, Andrés (2000) *Vida cotidiana en Buenos Aires. Desde la organización nacional hasta el gobierno de Hipólito Yrigoyen (1864-1918)*, Buenos Aires: Planeta

Collados, Gustavo (1997) “El rol de los zoológicos contemporáneos”, Tesis de Licenciatura en Ciencias y Artes Ambientales, Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Paisaje de la Universidad Central de Chile. Disponible en <http://www.icomargentina.org.ar/>

Del Pino, Diego A. (1979) *Historia del Jardín Zoológico Municipal*, Buenos Aires: Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires

Esparrach, Eduardo (2003) “Eduardo Ladislao Holmberg. Médico y naturista”, en *Médicos y Medicina en la Historia*, Verano 2003, Vol II, Nro. 5

Historia y Patrimonio Cultural del Jardín Zoológico de la Ciudad de Buenos Aires “Eduardo Ladislao Holmberg”, Departamento Educativo del Jardín Zoológico de la Ciudad de Buenos Aires, disponible en <http://www.zoobuenosaires.com.ar/>, S/F

Gayol, Sandra (1995) *Sociabilidad en buenos Aires. Hombres, honor y cafés 1862-1910*, Buenos Aires: Ediciones del signo

Gorelik, Adrián (2004) *La grilla y el parque. Espacio público y cultura urbana en Buenos Aires 1887-1936*, Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes

Hagenbeck, Carl (1910) *Animales y hombres*, Editores Hamburgo-Stellinger

Molinari, Ricardo (1980) *Buenos Aires 4 siglos*, Buenos Aires: Tipográfica Editora Argentina S. A.

Muñoz Azpiri, José Luis (2011) “Clemente Onelli (1864-1924) “El Criptozoólogo””, en *Agenda de Reflexión* Nro. 754, Octubre de 2011. Disponible en <http://www.agendadereflexion.com.ar/2011/10/18/754-clemente-onelli-1864-1924-el-criptozoologo/>

Paéz, Natalia (2012) “El viejo Zoológico del Sud renace en el barrio de Parque Patricios”, diario *Tiempo Argentino*, 23 de febrero de 2012. Disponible en <http://tiempo.infonews.com/2012/02/23>

Perrone, Alberto Mario (2012) *La jirafa de Clemente Onelli*, Buenos Aires: Sudamericana

Portela, Alejandra (1999) “Cinematógrafo: no hay más localidades”, en Margarita Gutman (ed.), *Buenos Aires 1910. Memoria del Porvenir*, Buenos Aires: UBA

Rocchi, Fernando (1998) “Consumir es un placer. La industria y la expansión de la demanda en Buenos Aires a la vuelta del siglo pasado”, *Desarrollo Económico*, Nro. 148, Buenos Aires, marzo de 1998

Romero, José Luis (2000) “La ciudad burguesa”, en José L. Romero y Luis A. Romero (dir.) *Buenos Aires. Historia de cuatro siglos*, Tomo II, Buenos Aires: Altamira

Fuentes censales y estadísticas

Anuarios Estadísticos de la Ciudad de Buenos Aires 1891-1923, compilación digitalizada por la Dirección General de Estadística y Censos de la Ciudad de Buenos Aires, 2010

Censo Municipal de la Ciudad de Buenos Aires de 1887, Tomos I y II, Buenos Aires: Cía. Sudamericana de Billetes de Banco, 1889

Censo General de Población, Edificación, Comercio e Industria de la ciudad de Buenos Aires de 1904, Buenos Aires: Cía. Sudamericana de Billetes de Banco, 1906

Censo General de la Ciudad de Buenos Aires de 1910, Tomos I, I y II, I Cía. Sudamericana de Billetes de Banco, 1910

Artículos en *Caras y Caretas*

“A la caza del plesiosaurio”, *Caras y Caretas* Nro. 1228, 15 de abril de 1922

“Apuntes de mi viaje”, *Caras y Caretas* Nro. 1228, 15 de abril de 1922

“Carta del plesiosaurio al Dr. Albarracín”, *Caras y Caretas* Nro. 1227, 8 de abril de 1922

“El acontecimiento zoo-cial de la semana”, *Caras y Caretas* Nro. 404, 30 de junio de 1906

“El día de un director”, *Caras y Caretas* Nro. 709, 4 de mayo de 1912

“En el Jardín Zoológico. La despedida del Doctor Holmberg”, *Caras y Caretas* Nro. 290, 23 de abril de 1904

“Jardín Zoológico. El concurso fotográfico”, *Caras y Caretas* Nro. 315, 15 de octubre de 1904.

“La fiesta del animal”, *Caras y Caretas* Nro. 501, 9 de mayo de 1908

“La fiesta del árbol”, *Caras y Caretas* Nro. 311, 17 de septiembre de 1904

“La girafa ‘Mimí’”, *Caras y Caretas*, 4 de mayo de 1912

“La visita del intendente al jardín Zoológico”, *Caras y Caretas* Nro. 230, 28 de febrero de 1903

“Lo del animal misterioso”, *Caras y Caretas* Nro. 1224, 18 de marzo de 1922

“Los Huéspedes chilenos. Paseo por la Ciudad”, en *Caras y Caretas* Nro. 287, 2 de abril de 1904

“Los niños domingueros”, *Caras y Caretas* Nro. 372, 18 de noviembre de 1905

“Los nuevos pensionistas del Zoológico”, *Caras y Caretas* Nro. 603, 23 de abril de 1910

“Los viajeros norteamericanos”, *Caras y Caretas* Nro. 532, 12 de diciembre de 1908

“Nuevas adquisiciones para el Jardín Zoológico”, *Caras y Caretas* Nro. 300, 2 de julio de 1904

“Un pariente cercano del gliptodonte”, *Caras y Caretas* Nro. 1228, 15 de abril de 1922