

# NORMAS DE PUBLICACIÓN

## 1. PRESENTACIÓN Y ENVÍO:

**Extensión límite:** 35.000 caracteres con espacios, incluidas citas y bibliografía.

Los artículos deben incluir un **resumen** de no más de 100 palabras y una selección de entre tres y cinco **palabras clave**. Además, se solicita enviar una traducción en idioma inglés tanto del resumen como de las palabras clave.

**Fuente:** Verdana, tamaño 9, texto justificado, sin corte de palabras. No usar tabulaciones ni sangrías.

**Envío:** Remitir una copia por correo electrónico a [revistahistoriabonaerense@gmail.com](mailto:revistahistoriabonaerense@gmail.com) en procesador de texto **Word**. Se solicita informar la **pertenencia institucional** actual del autor, su carrera de grado o posgrado.

## 2. CUERPO DEL TEXTO:

**Expresiones en idioma extranjero:** en *itálica*. Ej: En el *Te Deum* se concentraba toda la población local.

**Fuentes:** "entre comillas y en redonda/simple". La cita al final del documento

**Comillas dentro de la cita:** "entre 'comilla' simple"

**Testimonios orales:** "entre comillas y en *itálica*"

**Expresiones en idioma extranjero dentro de la cita u obras citadas dentro de la cita:**

La parte que iría en *itálica* en el cuerpo del texto o en las notas al final del documento, sin *itálica*: "y en el *Te Deum* se vio"

## 3. BIBLIOGRAFÍA Y NOTAS AL FINAL DEL DOCUMENTO:

**Fuente:** Verdana 8, Interlineado simple y justificado.

**Bibliografía:** Ordenada alfabéticamente.

**Notas:** Ordenadas numéricamente.

En caso de repetirse las obras, fuentes, testimonios y periódicos citados, utilizar en forma pertinente las siguientes abreviaturas:

**Ibid.:** mismo autor pero distinta página. **Ibid.**, p. 145 o pp. 146-48

**Id.:** mismo autor y página. **Id.**

**Op. Cit.:** obra citada. APELLIDO Nombre **op. cit.**, p. 145 o pp. 146-48

**Libros:** APELLIDO Nombre **Título**, Lugar de edición, Editorial, Año de edición utilizada/citada, pp. (en caso de citas). Más de tres autores: AA.VV.

**Artículos:** En libros APELLIDO Nombre **"Título"** en APELLIDO Nombre **Título**, Lugar de edición, Editorial, Año de edición utilizada/citada, pp.

En revistas APELLIDO Nombre **"Título"** en **Revista**, Lugar, Institución/ Editorial, Nº, año, pp.

**Fuentes:** Institución/Organismo productor, **Título de la fuente**, (año de producción), Lugar de edición, Editorial.

En caso de citas de Archivo NOMBRE DEL ARCHIVO O SIGLA, Ubicación, **Título de la Fuente**, año.

**Periódicos:** **El Periódico**, Nº, fecha (Lugar en caso de no ser un periódico de tirada nacional.

Se debe aclarar en la primera vez que se lo cite y luego no es necesario)

**Testimonios orales:** Nombre y/o seudónimo del entrevistado, edad, lugar y fecha de la entrevista, nombre del entrevistador (sólo cuando la investigación fuera hecha por otra persona que no es el autor del artículo): María Gómez, 77 años, Morón, 15 de marzo de 2005, entrevistada por José Pérez.

## 4. ILUSTRACIONES:

Enviar archivos por separado con extensión .jpg a 300 dpi de resolución y una medida de 10 cm. de lado.

Las fotografías no deben estar incluidas en el texto Word y deberá colocarse una referencia en el texto principal que indique el lugar de inserción de las imágenes.

Los epígrafes deben enviarse en un archivo aparte, indicando la fuente de las imágenes.

*Declarada de interés legislativo por la Honorable Cámara de Diputados de la Provincia de Buenos Aires.  
Premiada por el Instituto Cultural de la Provincia de Buenos Aires como mejor publicación en Ciencias Sociales, 2004.*

Es una publicación del  
**Instituto y Archivo Histórico Municipal de Morón**  
Estrada 17 - Haedo - C.P. 1706 / Tel. 4650-2580  
revistahistoriabonaerense@gmail.com  
moronhistorico@hotmail.com  
inst.historico@moron.gov.ar

#### AUTORIDADES

##### Intendente Municipal

Lic. Lucas Ghi

##### Sec. de Políticas Sanitarias y Abordajes Integrales

Lic. José María Ghi

##### Director de Cultura

Prof. Gabriel Redak

##### Instituto y Archivo Histórico Municipal

Directora Prof. Graciela Saez

#### STAFF

##### Dirección

Prof. Graciela Saez

##### Secretaría de Redacción

Prof. Mariela Canali

##### Asistente de Edición

Prof. Agustín Algaze

##### Diagramación

Lic. Diego Ferrante

#### CONSEJO ASESOR

Arq. Jorge Tartarini (CNMMLH)

Prof. Marta Goldberg (UNLu)

Arq. Carlos Moreno (CNMMLH)

Dr. Claudio Panella (UNLP-AHPBA)

Lic. Carlos Birocco (UM)

Dr. Emir Reitano (UNLP- UTDT- CONICET)

Dra. Noemí Girbal Blacha (UNQ- CEAR-CONICET)

Prof. Abel Alexander (Biblioteca Nacional- SIHF)

Dr. José Garriga Zucal (IDAES-UNSAM-CONICET)

Dra. Mirta Zalda Lobato (UBA)

#### EQUIPO DE TRABAJO DEL INSTITUTO Y ARCHIVO HISTÓRICO

Graciela Saez, Mariela Canali, Mariela Rametta, Agustín Algaze, Diego Ferrante, Lucas Georgieff, Andrea Giraffa y Fabiola Cruz.

Los artículos firmados son responsabilidad de sus autores  
Queda prohibida la reproducción total o parcial del contenido de la revista, salvo autorización de la Dirección Reg. Nac. de la Propiedad Intelectual N° 686.295.

La edición de esta revista cuenta con la colaboración de la **Asociación de Amigos y Amigas del Instituto y Archivo Histórico Municipal de Morón.**

# EDITORIAL

El estudio de la imagen, como testimonio de la historia constituye un tema relevante y de innegable actualidad por lo que dedicaremos los números 43 y 44 de la Revista de Historia Bonaerense a su desarrollo.

La utilización de la imagen como fuente de conocimiento del pasado no es por cierto un recurso nuevo de los investigadores, ya que el pasado se nos presenta a través de ella desde las pinturas rupestres hasta los videoclips de última generación. Mapas, estampas, íconos, pinturas, ilustraciones, fotografías, historietas, publicidades y audiovisuales, son sólo algunas de las infinitas variaciones que pueden asociarse con el término *imagen* a lo largo de la historia. Pero si bien tanto la imagen como el relato oral se han incorporado como fuentes valederas, durante mucho tiempo sólo se las usó como referencia o apoyo de las fuentes tradicionales. Hoy la imagen es tomada en sí misma como objeto de investigación y análisis, ya que es un componente fundamental de la cultura, de la política, de la vida social y comercial. La imagen puede leerse desde el punto de vista estético pero también como estrategia comunicacional, ya que es producto de una determinada representación social que intenta construir significados y visiones del mundo.

La imagen constituye un universo complejo con aristas diversas para su abordaje, ya que además de ser una valiosa fuente histórica, se presta entre otras posibilidades, para reflexiones abstractas, para la investigación de cuestiones técnicas y para el análisis social de su utilización. Esta variedad de miradas está reflejada en los artículos de los prestigiosos especialistas que escriben las siguientes páginas.

**Graciela Saez**

*La Revista de Historia Bonaerense es una publicación semestral, interdisciplinaria y temática que difunde la historia y el patrimonio moronense y de toda la provincia de Buenos Aires. Se distribuye gratuitamente a más de 400 instituciones: universidades, bibliotecas, museos, archivos históricos, entidades culturales y patrimoniales del país. La revista ha tenido desde sus inicios dos objetivos complementarios: brindar un espacio de difusión e intercambio a investigadores y profesionales de la historia, las ciencias sociales y el urbanismo; y promover el conocimiento de la historia local y regional.*





## Departamentos y oficinas totalmente financiados

www.torredelabra.com



Emprendimiento,  
construcción y venta:



Oficina de ventas: Av. Rivadavia 18457 (B1708EIL) Morón - Provincia de Buenos Aires  
Tel.: (011) 4483-0096 - www.torresmoron.com - info@torresmoron.com

Nº 43

XXI

AÑO

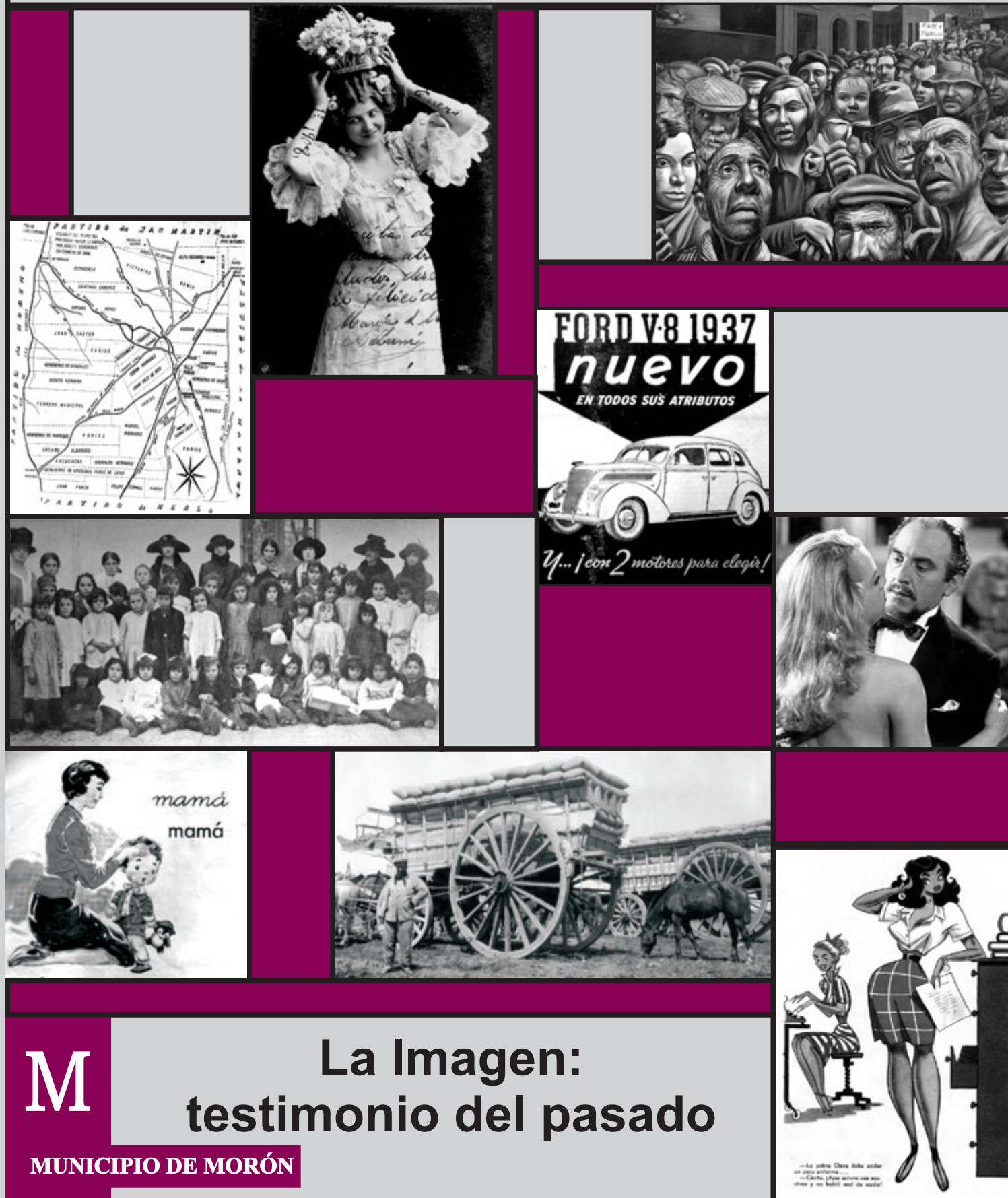
JUNIO 2014

REVISTA DE HISTORIA BONAERENSE

ISSN 0329 871X

# REVISTA DE HISTORIA BONAERENSE

INSTITUTO Y ARCHIVO HISTÓRICO MUNICIPAL DE MORÓN - JUNIO 2014 - AÑO XXI - No. 43



# M

## La Imagen: testimonio del pasado

MUNICIPIO DE MORÓN



# **JOSÉ HERNÁNDEZ O EL DAGUERROTIPO MÁS CURIOSO DE LA ARGENTINA**

**Homenaje a José Hernández en el 180°  
de su natalicio**

**Abel Alexander**



### Plata y magia

El procedimiento universalmente denominado daguerrotipo, nació en forma oficial el 19 de agosto de 1839 en la ciudad de París, gracias a las investigaciones conjuntas de los franceses Joseph Nicéphore Niépce y Jacques-Louis-Mandé Daguerre.

Casi cuatro años después de aquel suceso científico que conmocionó a la sociedad europea y mundial, se conocieron en nuestro país los primeros trabajos daguerreanos realizados en Buenos Aires por precursores de la talla de John Elliot, Tomás C. Helsby, John Bennet o Arthur Terry, para solo mencionar algunos de aquellos "Profesores en el Arte del Daguerreotipo" como se titulaban en la época.

La mayoría de aquellas imágenes metálicas sobre plata se obtuvieron en ateliers de la ciudad de Buenos Aires -históricamente la principal plaza fotográfica del país-, otros profesionales se radicaron en importantes ciudades del interior y hasta hubo personajes aventureros que atravesaron nuestra extensa geografía con sus pesados equipos de toma y revelado auestas.

Frente a aquellas primitivas cámaras de madera, posaron con asombro miles de hombres y mujeres; representaban la flor y nata de aquella sociedad casi colonial, formada por estancieros, jefes militares, ricos comerciantes, diplomáticos y figuras estrechamente vinculadas a nuestra historia patria, como Guillermo Brown, Justo José de Urquiza, Bartolomé Mitre o Domingo Faustino Sarmiento, para solo mencionar algunos.

Cientos de estas primeras obras fotográficas -verdaderos incunables- se atesoran actualmente en prestigiosos museos como el Histórico Nacional, Complejo Museográfico "Enrique Udaondo" de Luján, Pampeano de Chascomús, Cornelio de Saavedra o Museo Mitre.

Pero existe un museo en la Provincia de Buenos Aires que, contando con un solo retrato al daguerrotipo en sus registros, puede enorgullecerse de exhibir en una de sus salas la obra daguerreana más curiosa realizada en la Argentina.

Luego de haber estudiado durante años importantes colecciones de daguerrotipos en repositorios públicos y privados, tanto en la Argentina como en varios países latinoamericanos, podemos afirmar y con cierta certeza que esta obra es única en su tipo y de una rareza sorprendente.

Debemos agradecer al investigador Rubén Correa, secretario de la Junta de Estudios Históricos del Partido de General San Martín que dirige Roberto Conde, el habernos señalado en su momento la existencia de esta singular obra fotográfica.

### Una figura muy especial

El daguerrotipo de referencia se encuentra en el Museo Histórico "José Hernández" Chacra Pueyrredón, de la localidad de Villa Ballester en el partido de General San Martín. Por aquel entonces -década de 1990- la directora de ese repositorio bonaerense, Licenciada Lucrecia Inés Herrera, puso a nuestra disposición todos los elementos necesarios para la concreción de esta investigación vinculada a la primitiva fotografía argentina.

El daguerrotipo y sus sucedáneos como los ambrotipos y ferrotipos, tuvieron una vigencia casi absoluta entre los años 1843 hasta fines de la década de 1860, pero debemos consignar que a partir de 1853 se conoció entre nosotros la nueva fotografía sobre papel que, con su sistema negativo-positivo tan práctico como económico, terminaría por desplazar definitivamente a los costosos retratos de Niépce y Daguerre.

En dicho período -que abarcó buena parte del gobierno de don Juan Manuel de Rosas- se tomaron miles de daguerrotipos. La variante comercial más redituable del invento francés, fue sin lugar a duda los retratos posados de estudio, pero también hay que consignar varias vistas documentales de la ciudad de Buenos Aires, algún suceso político, el registro de muertos y hasta una escena bélica. Recientemente hemos descubierto una colección sumamente importante de seis vistas al ambrotipo sobre una estancia bonaerense hacia 1860.

Dentro de este panorama los retratos representaron una inmensa mayoría, mostrando a través de estas especiales planchas espejadas, con aquellos estuches y marcos, un rico panorama de buena parte de la sociedad de su época: caballeros de levita, bastón y sombrero de copa, elegantes damas con amplios vestidos de miriñaque, familias numerosas, niños con sus curiosos calzoncillos cribados, militares de uniforme y condecoraciones, grupos de amigos, conjunto de empresarios, gauchos y paisanos con su típica vestimenta de campo, sirvientes negros y hasta estremecedoras imágenes post-mortem.

Pero en este conjunto sobre la más temprana iconografía fotográfica argentina, el retrato al daguerrotipo más curioso que se conoce hasta el presente, lo constituye la imagen del máximo poeta de nuestras tradiciones gauchescas, don José Hernández, quien aparece retratado de frente y de espalda conformando una doble y sorprendente imagen. Lo inusual de esta obra, engarzada en un artístico medallón, nos ha impulsado a describirla en todos sus ricos detalles, tanto técnicos como estéticos e históricos.

### La imagen

Estamos en presencia de un daguerrotipo original de época -flamante imagen mecánica cuya fidelidad asombrosa conmocionaba al mundo entero- el mismo fue tomado en el interior de un atelier profesional, presenta como accesorios de ambientación, una pequeña mesa redonda, una carpeta floreada cubriendo la misma y una silla especial para poses. Las dos imágenes se obtuvieron -con casi certeza- en el interior de una casilla encristalada ubicada en la azotea del edificio.

Sugiriendo aquel anónimo daguerrotipista el marcado carácter intelectual de su cliente, utilizó el recurso de colocar varios libros, formando de esta manera una apropiada ambientación. José Hernández posa sentado y frente a la pequeña cámara de daguerrotipo de un sexto de placa; viste para esta importante ocasión un clásico sacón oscuro que destaca sobre la blanca camisa de vestir, completa el atuendo una elegante corbata moño. Siguiendo la moda de época Hernández luce un discreto bigote que contrasta con sus pobladas patillas.

La pose necesariamente es muy rígida, debido al infaltable sujetador metálico de nuca -único caso de doble uso- necesario accesorio de la primitiva fotografía y que servía para inmovilizar a los clientes durante las prolongadas sesiones de pose, como consecuencia de los extendidos tiempos de exposición.

Sobre un fondo claro y neutro que resalta su robusta figura, el poeta apoya su brazo izquierdo sobre dos gruesos libros que descansan sobre la mesita del estudio, mientras con la mano derecha sostiene otro ejemplar entreabierto que apoya sobre su rodilla.

La imagen que lo muestra de espalda, destaca su imponente contextura física; de Hernández se ha dicho que, más que un

sensible poeta tenía el aspecto de un forzado de feria; proverbial era su potente vozarrón que le ganó entre sus amigos el mote de "matraca". En esta imagen posterior se observan claramente los libros donde apoya su brazo izquierdo y el floreado mantel de la pequeña mesa.

El daguerrotipo está iluminado o coloreado; todavía conserva restos de pintura color carne sobre el rostro y las manos, mientras que la larga cadena del reloj tiene apliques en tono oro. Muchas veces estos trabajos eran realizados por pintores miniaturista, muy hábiles en colorear aquellas pequeñas superficies. El color, en los daguerrotipos, fue casi una exigencia de aquel público exclusivo acostumbrado a los brillantes tonos del óleo en los retratos de caballete.

Nos queda flotando la incógnita sobre el motivo de esta doble imagen, nunca sabremos cuál fue la intención que tuvo José Hernández al retratarse simultáneamente de frente y de espalda; pudo ser por motivos amorosos o simplemente la actitud rebelde o bromista de un intelectual que toma distancia y se diferencia de los acartonados retratos de su época. De todas maneras, esta decisión personal convirtió a tan singular retrato, en la obra daguerreana más curiosa de la Argentina.

### Estudio de la plancha daguerreana

Las planchas metálicas utilizadas como soporte primario de los daguerrotipos eran de cobre con un baño de plata que cubría solo una de sus caras; fueron fabricadas en el formato universal de 21,5 x 16,5 centímetros, también denominada como "placa entera"; partiendo de esta medida máxima se realizaban distintas subdivisiones que, por su centimetraje eran denominadas como media placa, cuarto, sexto, noveno, etc.

En el caso del presente daguerrotipo, las dos planchas fueron cortadas en el formato oval; el trabajo fue realizado a tijera y en forma muy prolija; ambas miden 7,5 x 6 centímetros, lo que indica que originalmente correspondían a un sexto de placa o sea 8,3 x 7 centímetros.

Debido a este corte artesanal -necesario para su inserción en el estuche medallón- se ha perdido la referencia sobre el fabricante de dichas planchas. Las marcas comerciales del gremio de los plateros, consignaban sus firmas, símbolos y la ley de plata de estos insumos daguerreanos; estas pequeñas referencias grabadas se ubicaban en los



ángulos de cada plancha. De tener estos indicadores, se podría haber contado con la fecha aproximada de su fabricación, que no hubiera diferido mucho de la fecha de toma del retrato.

### Descripción del estuche

Los daguerrotipos, tan delicados por sus mismas características técnicas, se presentaban en distintos tipos de estuche para las medidas llamadas medianas o en marcos protectores para formatos mayores. En definitiva todo dependía de la superficie de cada placa. Pero para las medidas menores, lo usual era engarzar estas diminutas imágenes en costosas joyas de oro y plata, compitiendo de alguna manera con los retratos pictóricos del tipo miniatura, tan en boga durante la primera mitad del siglo XIX. Con respecto a la obra que nos ocupa, debemos consignar que se trata de un estuche medallón inusual o raro, pues su tamaño de 7,5 x 6 cm. es muy superior al común de la época. Consta de dos piezas independientes y complementarias entre sí; el óvalo principal contiene en su parte superior el aro de colgar por cadena y el menor -que encaja dentro del primero- aloja las dos planchas daguerreanas y ambos cristales biselados de un milímetro de espesor que protegen firmemente todo el conjunto.

Los aros son de bronce dorado y presentan artísticos grabados sobre hojas y flores; lamentablemente no existe marca de fabricante que identifique su origen o fecha probable de manufacturación. La cadena que sostenía este medallón ha desaparecido; debemos consignar que no presenta en su diseño original ningún tipo de tapas, por lo que ambas imágenes pueden visualizarse dando vuelta simplemente la pieza.

Es interesante señalar que la fotografía miniatura fue una faceta de este nuevo arte volcada casi exclusivamente a complacer al exigente sector femenino; es que aquellas damas decimonónicas solían colocar estos retratos de sus seres queridos como padres, maridos o hijos, en artísticos anillos - como el de Mariana de Alexander de solo 1,5 x 1 cm. - guardapelos, camafeos, pulseras y hasta delicados abanicos.

A pesar de contar con más de 160 años de antigüedad, este práctico medallón se encuentra en perfecto estado de conservación; personalmente nos inclinamos a pensar que se trata de una pieza de joyería

de origen francés.

### Una mutilación imperdonable

Como todo personaje célebre de nuestra cultura, la imagen de este daguerrotipo concitó la atención de historiadores, biógrafos y periodistas interesados en la escasa iconografía del poeta. Si el retrato hubiera correspondido a un personaje poco conocido, seguramente hoy estaría en perfecto estado de conservación, pues sencillamente a nadie le hubiera interesado desarmarlo para su reproducción.

Pero la fama del padre del Martín Fierro y la falta de conocimientos para manipular correctamente estos delicados sistemas fotográficos, han producido el terrible deterioro en que hoy se encuentra este pequeño y valioso retrato. La obra fue retirada de su estuche original y desarmada en forma total; seguramente el motivo debe haber sido la reproducción fotográfica de estas difíciles imágenes, precisamente por sus características espejadas.

Retiradas ambas planchas del óvalo original, se violó la cinta de papel engomado que sellaba herméticamente el conjunto y se retiraron los dos cristales de protección; de esta manera se inició el lento pero progresivo deterioro. Al contacto con el aire, ambas imágenes se fueron desvaneciendo perdiendo contraste y definición. En forma paralela aparecieron sobre la delicada superficie, manchas de tono negro-azuladas o tornasol, como consecuencia de una reacción de los compuestos de azufre de naturaleza atmosférica, los cuales en contacto directo con la emulsión produjeron estas oxidaciones de sulfuro de plata.

También hemos observado sobre la superficie de las planchas varias y severas abrasiones, producto directo de una manipulación incorrecta, en especial sobre la imagen de la espalda. Otro importante deterioro lo constituyen varias huellas digitales visiblemente estampadas sobre el retrato. Como sabemos la delicadísima imagen del daguerrotipo -ha sido comparada con las alas de una mariposa- desaparece ante la menor abrasión o rayadura sobre su superficie.

Ignoramos la fecha en que se produjo este lamentable desarme, pero es interesante señalar que ya en una publicación periódica del año 1934 titulada *Martín Fierro*, se reproduce este mismo daguerrotipo y el autor de la nota -dedicada al centenario de su natalicio- consigna en su crónica: "... las

dos fotos, hoy muy borrosas ... " y luego en otro número de la misma revista expresa lo siguiente: "... sobre un desvaído daguerrotipo de medallón que conserva la familia del poeta ... ".

Podemos afirmar que, al estudiar en forma minuciosa esta obra, hemos constatado el progresivo deterioro de la misma en los últimos 80 años; en especial llamamos la atención sobre el avance de diversas manchas, que han cubierto gran parte del rostro de este querido escritor argentino.

### Tres interrogantes

Frente a esta obra original con más de un siglo y medio de existencia, el investigador fotográfico se plantea tres interrogantes básicos: ¿en qué lugar de la Argentina fue tomada esta doble imagen?, ¿a qué fecha corresponde el registro iconográfico? y, finalmente, ¿quién fue el profesional autor de tan singular retrato al daguerrotipo?

Planteadas así estas dudas, suponemos -luego de una exhaustiva investigación sobre su vida y obra- que la ubicación geográfica correspondería a la ciudad de Paraná, por aquel entonces capital de la Confederación Argentina y asiento de las más altas autoridades urquicistas. Allí se refugió José Hernández luego de las tormentosas elecciones del año 1857, en un éxodo político que arrastró a muchos jóvenes porteños hacia la causa federal.

Descartamos que haya sido tomado en Buenos Aires o en otra ciudad del interior; para arribar a esta conclusión hemos tenido en cuenta aspectos públicos y privados en la vida del poeta, entre los que se destacan su actividad militar, su juventud y los escasos recursos económicos para solventar este especialmente costoso daguerrotipo en su doble imagen. Con respecto a su datación, la fecha más probable oscila entre los años de 1859 a 1861; sabemos que Hernández se radicó en Paraná durante los primeros meses de 1858, por lo menos así lo consignan la mayoría de sus biógrafos. La primera etapa de su estadía en aquella ciudad de 22.000 habitantes repleta de refugiados por causas políticas, no le fue precisamente muy propicia.

Sin embargo, dos años después, su situación económica y social había mejorado en forma notable. Se lo nombra oficial 2º de la teneduría de libros de la contaduría nacional y taquígrafo del Senado de la Nación; a estas designaciones se agrega que el 5 de marzo

de 1860 el vicepresidente, general Juan Esteban Pedernera, lo designa como secretario privado y hasta colabora con artículos políticos en el oficialista diario de Paraná "El Nacional Argentino".

Esta próspera etapa de su vida es la que le permite, ahora sí, acudir al estudio o establecimiento de un daguerrotypista local; y en esta sesión -realizada con luz natural entre las 10 a 14 horas- solicitará o aceptará de este ignoto profesional de la cámara, no un retrato convencional, sino dos registros sobre su persona.

Sobre este punto debemos realizar una aclaración; si bien el invento francés era inferior en precio al retrato pictórico de caballete, estas imágenes sobre plata solo estaban al alcance de una minoría realmente acomodada -el historiador fotográfico Dr. Julio F. Riobó indica que por un daguerrotipo se tenía que abonar 100 patacones, suma muy elevada hacia la época-. En consecuencia, este doble retrato engarzado en una joya miniatura, significó de hecho una doble erogación para nuestro personaje.

Con respecto al profesional que realizó esta obra, quizás nunca se conozca su identidad, de hecho en el mismo no figura firma alguna -hemos estudiado que solo uno de cada diez daguerrotipos fueron firmados por sus autores-, según nuestras especulaciones habría estado afincado comercialmente en la misma ciudad de Paraná, capital por aquel entonces repleta de funcionarios públicos, proveedores comerciales, militares y hasta un discreto cuerpo diplomático. En definitiva, una plaza atractiva, con un selecto y numeroso grupo de potenciales clientes ansiosos por inmortalizarse por el sistema Daguerre. Según nos señala el historiador Juan Gómez en su minucioso trabajo sobre la fotografía argentina durante el siglo XIX, operaba en Paraná durante el año 1858 el daguerrotypista Leopoldo Forceri. Este italiano regenteaba un establecimiento de retratos sobre la importante calle del Comercio y aclaraba en sus anuncios publicitarios en la prensa local, que el mismo estaba ubicado; "...frente a la cigarrería de Mujica..."; quizá sean producto de su cámara estas interesantes imágenes decimonónicas.

Otro probable autor podría haber sido Alfredo Du Graty, personaje novelesco de quien sabemos que se dedicó al daguerrotipo, por lo menos en sus aspectos documentales, ya que en 1857 tomó una serie de vistas por este sistema de la ciudad de



Asunción del Paraguay.

Du Graty fue una figura muy allegada a don Justo José de Urquiza; durante cierto tiempo dirigió "El Nacional Argentino", diario donde Hernández publicó numerosas colaboraciones; curiosamente ambos pertenecían al exclusivo Club Socialista Argentino en Paraná y fueron también activos masones, por lo tanto no descartamos que este militar francés haya sido -quizás- el retratista que produjo las mencionadas fotografías.

Con respecto a la doble imagen, queda planteada la incógnita si esta fue sugerida por el daguerrotipista o si fue el mismo Hernández quién solicitó tan extraña pose. De cualquier manera las imágenes fueron tomadas con su pleno beneplácito y por ellas debió desembolsar un importe superior al de un retrato común.

Existe una razonable duda sobre la capacidad profesional de este retratista; se pueden advertir algunas fallas en la composición de estas imágenes, por ejemplo, se notan las diferencias de estatura o altura entre la imagen anterior y posterior, el brazo izquierdo se encuentra demasiado elevado sobre los dos libros donde se apoya, también la toma fotográfica fue realizada ligeramente desde abajo hacia arriba, por lo que el cliente aparece en perspectiva más grueso de lo que era en realidad.

**Historia de un retrato**

Los objetos como las personas también poseen su propia historia y, la de este antiguo daguerrotipo, nos ha parecido tan fascinante que no hemos resistido la tentación de transcribirla, quizás como un intento de salvar del injusto olvido la antigua tradición familiar vinculada a esta emblemática imagen.

La licenciada Ana María Gamalsson, descendiente de la familia Hernández, tuvo la gentileza de relatarnos en detalle la curiosa anécdota que gira alrededor de este retrato y cuyos pormenores se vienen transmitiendo en forma oral de generación en generación.

Se dice que el joven Hernández, por aquel tiempo un codiciado soltero, sostenía un controvertido romance con una dama de la sociedad local, en un momento de esta relación ella le solicitó un retrato personal; no sabemos si el mozo accedió de buen o mal grado a esta lógica petición, pero lo cierto es que poco después entrego a la niña el extraño retrato que nos ocupa.

Ella, al contemplar la fotografía que muestra-

ba a su pretendiente dándole la espalda, tomo este obsequio como una verdadera afrenta personal y, en consecuencia, devolvió indignada la pequeña joya; a partir de ese momento se produjo la ruptura definitiva de la pareja.

Como una confirmación de este relato familiar, la historia de la fotografía nos enseña que, los retratos al daguerrotipo de caballeros, si eran solicitados en los tamaños llamados miniaturas y engarzados en joyas, tenían como destinatario en casi todos los casos a una mujer, pues estas pequeñas imágenes formaban parte del íntimo mundo femenino hacia mediados del siglo XIX.

El 8 de junio de 1863 José Hernández contrajo enlace con Carolina González del Solar; la ceremonia nupcial tuvo como marco adecuado la catedral de la ciudad de Paraná y de este feliz matrimonio nacieron nueve hijos, de los cuales sobrevivieron siete. El historiador Horacio Zorraquín Becú en su obra "Tiempo y vida de José Hernández", señala que el escritor, pese a una vida llena de vicisitudes, fue un marido de conducta ejemplar y también excelente padre.

Esta característica personal y señalada por la mayoría de sus biógrafos, descarta definitivamente la posibilidad que el susodicho daguerrotipo haya sido tomado luego de su boda en 1863; por esta extraña pirieta del destino, el controvertido retrato de espalda será -de cierta manera- el responsable de una separación amorosa, que desembocará años después en un armonioso matrimonio bendecido por una numerosa prole.

El daguerrotipo cuyo primer destino era una mujer, fue finalmente entregado a otra; en este caso Hernández decidió obsequiárselo a su hermana Magdalena. Ella lo conservó amorosamente durante muchos años, hasta que uno de sus sobrinos, el escultor Rafael Hernández se lo solicitó para utilizarlo como modelo ideal en la realización de un busto.

Luego el daguerrotipo continuó su trayectoria en la conocida cadena sucesoria, hasta que en fecha relativamente reciente, las hermanas Isabel y Sara González del Solar decidieron la cesión de esta obra de alto valor iconográfico al Archivo Histórico de la Provincia de Buenos Aires "Dr. Ricardo Levene". Esta entidad platense decidió, con excelente criterio, entregar la obra en carácter de comodato al Museo Histórico "José Hernández", Chacra Pueyrredón de Villa Ballester.

El 10 de noviembre de 1834 nació en ese

mismo caserío de Perdriel el niño bautizado como José Rafael Hernández; nueve años después se establecían en el centro de Buenos Aires los primeros daguerrotipistas que actuaron en la Argentina. La obra que hemos tratado de describir de la manera más detallada posible, es por el momento, el único retrato al daguerrotipo que se conoce de su persona y por supuesto de confirmarse esta aseveración, estaríamos en presencia de la primera imagen fotográfica realizada al autor del Martín Fierro.

Luego de este temprano daguerrotipo, vendrían otras imágenes a conformar una selecta y limitada iconografía de retratos fotográficos; conocemos algunos trabajos firmados, como por ejemplo la serie de "carte-de-visite" tomadas por el fotógrafo francés Pedro Bernadet en la ciudad de Corrientes durante 1868 o los registros de la firma Meeks y Kelsey de Buenos Aires, también por el sistema puesto de moda por Monsieur Disdéri de París y tan en boga entre nosotros hacia aquellos años.

A estas imágenes identificadas se suman otras que, lamentablemente han perdido la firma de aquellos precursores fotográficos, como consecuencia directa de los reiterados procesos de reproducción. Un ejemplo muy claro se puede encontrar en el Archivo General de la Nación, entidad que conserva varios registros sobre José Hernández, pero sus funcionarios desconocen el nombre de los autores de estas imágenes.

¿Rebeldía juvenil?, ¿rencilla amorosa?, ¿discrepancia intelectual?, ¿broma de época?... Seguramente nunca sabremos la verdad. De lo que estamos seguros es que en aquella bucólica villa entrerriana recostada

sobre el río Paraná, había nacido el daguerrotipo más curioso realizado en la Argentina. Hoy, a más de 150 años de este suceso, podemos contemplar entre los misteriosos reflejos de plata, la efigie lozana y juvenil del más portentoso de nuestros poetas gauchescos y lo hacemos a través de esta fantástica ventana hacia el pasado en que se ha convertido este "espejo con memoria".

**Bibliografía:**

GÓMEZ Juan *La Fotografía en la Argentina. Su historia y evolución en el siglo XIX (1840-1899)*, Temperley, Ed. Abadía,1986.  
HERNÁNDEZ José *Martín Fierro*, Bs. As., Ed. Clasa,1984.  
NEWHALL Beaumont *Historia de la Fotografía*, Barcelona, Gustavo Gilli, 2002.  
Revista *Martín Fierro*, Editor José Gabriel, La Plata,1934.  
RIOBÓ Julio Felipe *Daguerrotipos y Retratos sobre Vidrio en Buenos Aires (1843-1873)*, Bs. As., Talleres Coretta y Castro,1942  
ZORRAQUIN BECÚ Horacio *Tiempo y Vida de José Hernández (1834-1886)*, Bs. As., Emecé, 1972.

**Agradecimientos:**

Museo "José Hernandez", Chacra Pueyrredón.  
Archivo General de la Nación.  
Roberto Conde.  
Rubén Correa.  
Ana María Gamalsson.  
Lucrecia Inés Herrera.

**Abel Alexander**  
Sociedad Iberoamericana  
de Historia de la Fotografía

**Consejo Vecinal de Haedo**

La **Comisión de Urbanismo**, con más de diez años trabajando por el mejoramiento de nuestra ciudad, invita a todo vecino que quiera participar de sus reuniones a asistir a las mismas el **segundo y cuarto Jueves de cada mes a las 18 horas** en la Unidad de Gestión Comunitaria 2 (UGC2) de la calle Estrada y Av. Rivadavia en Haedo.

Se recuerda además que dentro del **Consejo Vecinal** se pueden organizar comisiones de otros rubros tales como deportes; juventud; educación; etc.

**Comisionurbanismo.haedo@gmail.com**



# EL PODER DE LA PALABRA Y LA IMAGEN

## El Centenario de la casa Jacobo Peuser S. A. (1867-1967)



### Noemí M. Girbal-Blacha

#### Introducción

Desde un punto de vista socio antropológico puede definirse a la cultura como "una forma integral de vida creada histórica y socialmente por una comunidad, de acuerdo con la forma particular en que resuelva o entable las relaciones con la naturaleza, las de los integrantes en su seno y las relaciones con otras comunidades" con el propósito de afianzar su identidad.<sup>1</sup>

A partir de esta concepción, la cultura popular -que ha gestado su propio espacio- puede concebirse como "un sistema simbólico coherente y autónomo", aunque para quienes priorizan las relaciones de dominación propias del mundo social sólo puede definirse en relación con la cultura de los que dominan; es decir, en correspondencia con "su lejanía con respecto a la legitimidad

cultural, de la cual ha sido privada".<sup>2</sup> Desde un punto de vista histórico se han fundamentado modelos cronológicos "que oponen una supuesta edad de oro de la cultura popular, matriz e independiente, y un tiempo de censuras y de coacciones que la descalifican y la desmantelan".<sup>3</sup> Además de estas disquisiciones teóricas, la cultura popular es un producto sociohistórico, un "dato" de la realidad que involucra a los actores sociales con sus múltiples responsabilidades, más allá de una determinada temporalidad y que suele plasmarse también en imágenes.

Las formas "populares" de la cultura en sentido amplio, desde las prácticas cotidianas hasta las expresiones culturales consumadas, pueden entenderse como tácticas, como maneras de hacer. Por estas razones importa reconstruir las reglas y las restric-

ciones que gobiernan las prácticas de la representación popular, para comprender los vínculos que se tejen entre ellas y las prácticas sociales, que son su objeto. De ahí que parezca acertado considerar que cada discurso o práctica "popular" se analice mostrando su autonomía, pero también su heteronomía.<sup>4</sup>

La cultura popular aparenta ser homogénea y para legitimarse mantiene intercambios con la cultura letrada y viceversa. En este sentido "lo popular" califica un "modo de relación", una manera de utilizar objetos, imágenes y normas que circulan en la sociedad, vale decir, que los conjuntos culturales populares en sí, se refieren a "modalidades diferenciadas en su apropiación", a una historia social de los usos e interpretaciones en virtud de determinaciones fundamentales e inscriptas en prácticas específicas que los construyen.<sup>5</sup>

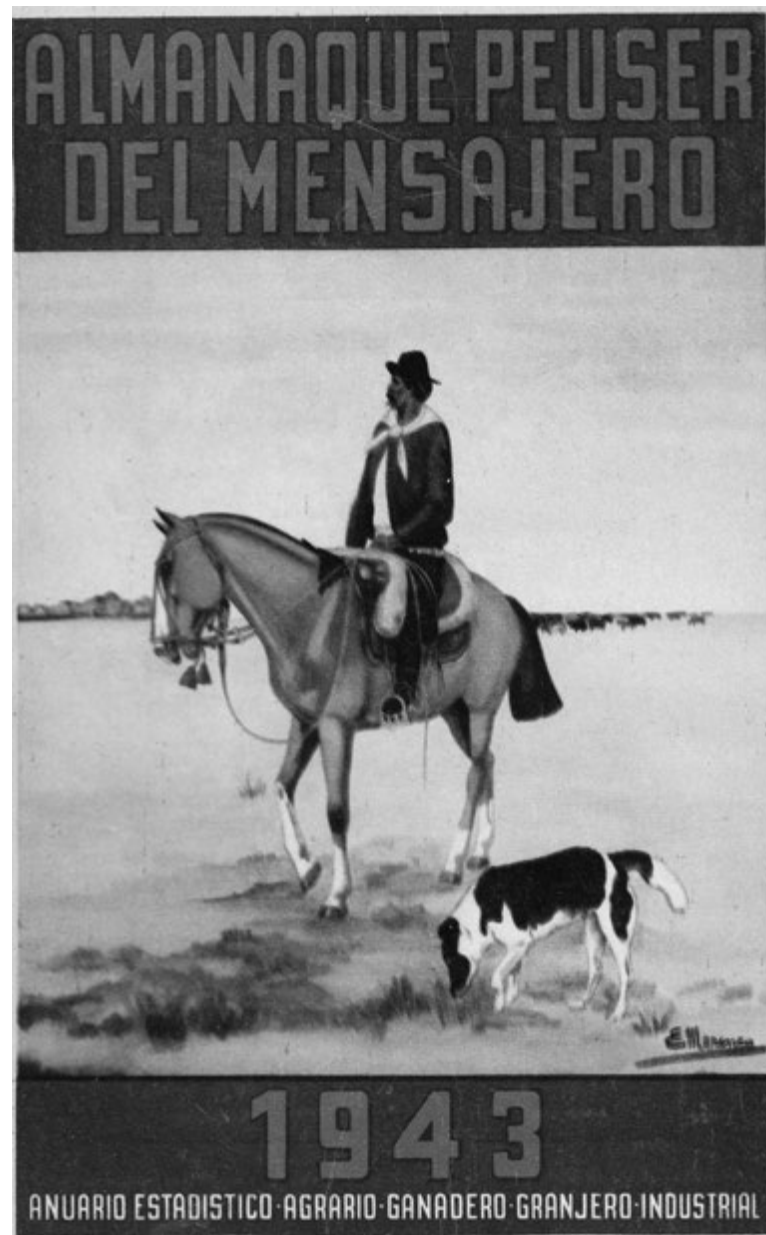
Si la hegemonía es la capacidad de un sector o de un grupo, de una clase social, para generar consenso favorable para sus intereses y transformarlos en intereses generales, el Estado forma parte de su construcción y también del dominio, "que se expresa en el gobierno jurídico y el aparato represivo". La hegemonía es la situación habitual del gobierno político, busca la homogeneidad, crea un conformismo social y para lograrlo debe dar batalla en el campo cultural. Hay quienes definen la hegemonía como un cuerpo de prácticas culturales y en este sentido las que son propias de la cultura popular constituyen rupturas significativas, muestran independencia y también originalidad. Si se repiensa el concepto de cultura popular a través de la hegemonía se lo puede definir como un sistema de relaciones entre clases sociales, donde se produce consenso pero también resistencia<sup>6</sup> y en ese sentido "la cultura popular es una cultura de conflicto para las clases dominantes".<sup>7</sup> Política y cultura se interrelacionan. El discurso, el lenguaje escrito y gráfico, las imágenes, son parte sustantiva de esas manifestaciones. Las editoriales, los talleres de impresión con sus producciones, han contribuido de modo directo a fomentar dicha cultura. Las impresiones en talleres gráficos se pueden dividir en dos grandes grupos, que tienen características y mercados diferentes. Por un lado está la edición de libros, revistas, anuarios; y por otro, la de impresos generales (comerciales, propaganda, etc.). Los libros son apreciados como "una mercadería interna-

cional", ya que se destinan a un mercado amplio. Las empresas editoras suelen regirse por criterios comerciales e industriales, aunque algunas impresiones son un complemento necesario de las actividades del comercio y la industria; las modalidades de propaganda de la época, con sus imágenes coloridas de mensaje directo, parecen exigirlo. En ambos casos la industria editorial argentina está asociada a materias primas como el papel, el cartón, las cartulinas, las tintas, que dependen de la importación; especialmente cuando la producción local es más costosa o escasa.

Uno de los productos editoriales de notable difusión que parece ajeno a las confrontaciones políticas, porque se publica a modo de calendario, agenda, guía, con notas cotidianas y propaganda atractiva, son los almanaques, con sus vistosas tapas ilustradas que apelan al refuerzo de "la argentinidad". El de mayor trascendencia en gran parte del territorio argentino, que nace con el siglo XX y perdura durante casi toda la centuria -más allá de los cambios políticos- es el *Almanaque del Mensajero* cuyo primer número data del año 1901 e hiciera ampliamente conocida a la Casa Jacobo Peuser que lo editaba. Las actividades agropecuarias llenan gran parte de sus páginas, para responder a los productores con "sanos y prudentes asesoramientos técnicos que los llevarán hacia un más efectivo perfeccionamiento". Los trabajadores del campo y ciudadanos buscarían allí información y consejos. Un lenguaje aparentemente neutral es el que se utiliza para informar al público lector; aunque paulatinamente, los intereses del Almanaque se ampliarían hacia la historia, las ciencias y las artes, los conocimientos útiles y las "inquietudes culturales".<sup>8</sup>

Si bien ésta fue una de las publicaciones más reconocidas de la época, la Imprenta y Librería Jacobo Peuser desarrolló muchas otras producciones e interesantes actividades académicas que alentaron desde mediados del siglo XIX la cultura popular de los sectores sociales de clase media de la Argentina y pusieron al servicio de la administración pública y las empresas privadas gran parte de sus artículos de librería. El diseño se destacaría en todos sus productos. Este trabajo pretende ponderar históricamente el lugar que ocupara esta empresa editorial y comercial en el ramo de la papelería y la librería, en sus más diversas manifes-





taciones impresas y gráficas en las cuales también la imagen plasmaría la realidad de cada momento. Cada uno de sus productos tuvieron gran difusión, orientándose -generalmente- a un público lector amplio que reconocía las ediciones de Peuser por sus portadas, ilustraciones y publicidades. La Casa Jacobo Peuser trascendería -mediante una política empresarial variable- los cambios de gobierno y los golpes de Estado, en una Argentina donde -más allá de los quiebres institucionales- el Estado juega un papel central, siendo el trabajo y la educación, mecanismos para el ascenso social.

#### La imprenta y librería Jacobo Peuser (1867-1967)

Jacobo Peuser, alemán, nacido en Camberg en 1843, hijo de Damián Peuser y Elizabeth Schmidt, llega a la Argentina para instalarse

en la ciudad de Paraná (Entre Ríos) con sus progenitores cuando tiene 14 años. Unos tres lustros más tarde Jacobo se radica -el 20 de abril de 1867- en la ciudad de Buenos Aires. Instala en la calle San Martín (entre Cangallo y Piedad), pleno centro porteño, un pequeño negocio de librería y afines. En 1868 inaugura -junto a un socio- la "Librería Nueva" que pronto sería célebre por las reuniones de hombres de letras que allí se hacían. La llamada "Librería de Don Jacobo", oficiaría de casa anfitriona de la cultura capitalina, pero también expresa el espíritu de empresa de su fundador, quien se convierte para 1870, en único propietario del negocio.

Dos años después instala su primer taller gráfico y de encuadernación. Consecuencia de un largo pleito, en 1874, el Presidente de la Nación Domingo Faustino Sarmiento,

"acredita la patente solicitada por Peuser para un sistema nuevo de libros dedicado al servicio de las oficinas públicas".<sup>9</sup> Es un verdadero creador de oportunidades que expande sus negocios de modo consistente. En 1875 edita el *Semanario Argentino Alemán*. Es por entonces socio fundador del Club Industrial y dos años después promovería la organización de la primera Exposición Industrial en Buenos Aires.

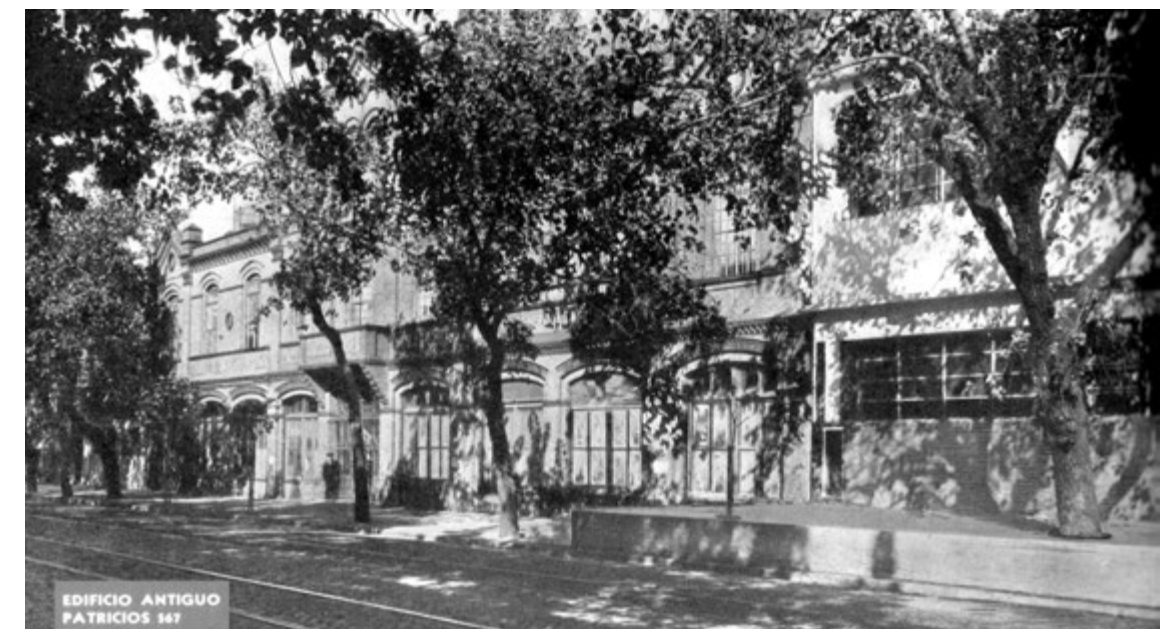
En 1877 Peuser le alquila a quien fuera gobernador de Buenos Aires, Carlos Tejedor, su casa de la calle San Martín. El propósito es ampliar su negocio. La "Sala de Peuser" se convierte en un ateneo, donde se reúnen destacados intelectuales y políticos porteños. Precisamente el primer libro editado por esta imprenta, en 1881, fue *Descripción amena de la República Argentina* del diplomático e intelectual Estanislao Zeballos. Se inaugura así una actividad editorial creciente de esta empresa. En 1885, a poco de fundada la ciudad de La Plata (capital de la provincia de Buenos Aires) instala allí una sucursal de su industria editorial y librería. Dos años más tarde publicaría su legendaria *Guía Peuser* donde se consignan mensualmente la salida de navíos de ultramar, fluviales y de cabotaje, los horarios de los ferrocarriles, sus tarifas y una sección dedicada al "turismo femenino". En 1888 el *Almanaque* comienza a recoger páginas de la literatura e ilustraciones de América Latina y España. Las "antiguas postales argentinas" de la Librería Peuser también tendrían

notable difusión y sus imágenes serían valoradas dentro y fuera del país.

En la Exposición Universal de París de 1889 los talleres de Peuser obtienen una medalla de oro y diploma por la calidad de sus ediciones. En 1890, a poco más de dos décadas de haber establecido su primitivo negocio, la Casa Peuser se renueva y traslada sus talleres a Barracas (sur de la Capital Federal, Avda. Patricios 567), mientras establece una segunda sucursal en Rosario (Santa Fe). Paulatinamente, Peuser ocupa la vanguardia en la calidad de edición y predomina en las artes gráficas. Las imágenes alegóricas y de alta definición acompañan cada una de sus ediciones. La "esquina de Peuser" es centro, además, de la actividad bursátil y mercantil porteña. En 1898 editaría el primer libro de América Latina impreso en linotipo.<sup>10</sup>

El 8 de noviembre de 1901 fallece Jacobo Peuser. La empresa queda entonces en manos de su esposa, Juana Badaró de Peuser. En tiempos del Centenario (1910) se transforma en Sociedad Anónima, recibiendo el aporte de nuevos capitales. A partir de 1942 y hasta 1946 se establecerían sucursales de Peuser en Mendoza, Córdoba, Río Cuarto y en la Capital Federal los anexos de Florida (con el Salón Peuser para la reunión de escritores, artistas y bibliófilos), Constitución y Boedo.

Al cumplir la Casa Peuser su 75 aniversario, en 1942, el Presidente de la Academia Argentina de Letras y Presidente de la







Comisión Nacional de Cultura, Carlos Ibarguren, subraya la importancia de esta empresa para "enriquecer la mentalidad argentina, poniendo al alcance de los lectores y estudiosos todas las novedades literarias, históricas y filosóficas de la segunda mitad del siglo XIX". No olvida rescatar allí su carácter como "depositaria de toda una tradición vinculada a nuestro pasado y a la historia de nuestra cultura";<sup>11</sup> también hace referencia a "sus esmeradas ediciones" que reconocían autores de prestigio como Bartolomé Mitre, Hilario Ascasubi, Calixto Oyuela, Eduardo Wilde, Estanislao Zeballos, Joaquín V. González, Ernesto Quesada, Martiniano Leguizamón, Florentino Ameghino, entre otros. Por su parte, el doctor en jurisprudencia y académico de la historia, funcionario y empresario, quien fuera presidente del Directorio de la Casa Peuser, Salvador Oría, pondría de manifiesto para esa misma fecha, los progresos de esta editorial "que tiene en

nuestro país un valor cultural".<sup>12</sup> En 1943 y como parte de "la esencia argentina" que se identifica con esta empresa de impresiones, el tradicional *Almanaque* -ya mencionado- cambia su nombre y también parte de su contenido para ajustarse a los tiempos. Su precio es entonces de \$1,50 y recién en 1947 pasaría a costar \$ 2,00; vale decir que se orienta a un público amplio. Su estructura guardaría el modelo original, incluyendo un calendario, datos generales de las distintas provincias y territorios nacionales del país así como de América Latina, informaciones económicas, el *Itinerario de la Juventud*, la página de la mujer, direcciones útiles, notas administrativas, sobre el hogar, higiene y puericultura, cocina e informaciones varias que hacen a la vida cotidiana. Al año siguiente la Sociedad Anónima inaugura el departamento de cartografía y dos años después dispone de un taller metalúrgico para la fabricación de muebles de oficina, ficheros y escritorios. Por enton-

ces, las notas referidas al hogar refuerzan la presencia del ama de casa y a la hora de hablar de las casas de campo lo hace respecto de la iluminación "para amoblamientos rústicos".<sup>13</sup> Sus ediciones hacen referencia a la moda femenina apostando al eclecticismo, a los adornos para los trajes sastre y a la urbanidad. Al mismo tiempo, se presentan recetas de cocina económica y varias notas que atienden al cuidado, la prevención y la higiene de los niños. La Casa Peuser siempre supo ajustarse a los nuevos tiempos para seguir creciendo y lo haría hasta 1948 bajo la dirección del nieto del fundador, Gilberto Knaak Peuser.<sup>14</sup> Por entonces, varias de sus publicaciones de gran tirada, anuncian en la contratapa productos "para la ciudad y el campo", es decir, hilo para coser bolsas, lonas, lonetas y

brines. El calendario rural, por su parte, se torna más detallado y brinda consejos para combatir la plaga de la langosta y la tucura, con mayores auspicios publicitarios.<sup>15</sup> El peronismo toma en cuenta los medios de comunicación en tanto forjadores de una cultura popular comprometida con los principios gubernamentales vigentes pero también estandarizada. Intenta trazarles una política y para sostenerla le adjudica recursos financieros, alienta una legislación especial para impulsarlos, controlarlos y ponerlos al servicio de amplios sectores de la sociedad y de su proyecto político. La Casa Peuser, a través del Consejo Nacional de Educación y de la Fundación Eva Perón produciría libros de entretenimiento, educativos e históricos para los niños, mientras deja constancia desde entonces





que se trata de "una institución congruente con la grandeza del país que le da vida y al que sirven en la medida que exigen respectivamente los tiempos".<sup>16</sup> En 1948 el gobierno nacional crea la colección "Biblioteca Infantil General Perón". El autor es Adolfo Diez Gómez y los 12 títulos que la componen se editan en los talleres Peuser. *Cuentos heroicos argentinos, El niño en la Historia Argentina, Historia de los Gobiernos Argentinos, La razón de mi vida, Cuentos del 17 de octubre*, entre otros, conformarían esta colección de amplia tirada, ilustradas cubiertas y alcance popular.<sup>17</sup>

Las grandes imprentas que publican libros clásicos del pasado argentino y de la literatura universal, documentos oficiales, papel moneda, billetes de lotería, estampillas, etc. -como Guillermo Kraft Ltda. que iniciara sus actividades en el país en 1864 y la S.A. Jacobo Peuser que con el nombre de "Librería Nueva" lo hiciera en Buenos Aires tres años después-<sup>18</sup> no tardan en adherir al oficialismo y continuar como editoras de la folletería oficial, de guías, anuarios, almanaques y libros en blanco con destino a las diversas reparticiones gubernamentales. Refuerzan así su nivel financiero al amparo de las resoluciones protectoras del negocio editorial emanadas desde el gobierno nacional.

Desde 1943, la S.A. Casa Jacobo Peuser Ltda. tiene un capital en giro de \$ 11.764.342,16, posee cuatro establecimientos gráficos distribuidos en Buenos Aires, Rosario, Mendoza y La Plata, seis puestos de comercialización en la Capital Federal y otros cinco en el interior. Sus ventas suman unos

once millones de pesos, dando ocupación a un total de 2.206 obreros y empleados que cuentan con los beneficios de la Asociación Mutual y Social Peuser. En tiempos del peronismo volverá a adaptarse y verá crecer su patrimonio y prestigio. Otras imprentas, en cambio, al estar más distantes del oficialismo languidecen o pasan por serias dificultades (Emecé Editores, por ejemplo) al no contar -sino circunstancialmente y de manera acotada- con el apoyo financiero estatal.

Desde fines de 1946 la Subsecretaría de Informaciones es la repartición que se coloca al frente de la centralización y distribución de toda la información oficial<sup>19</sup>. El gobierno liderado por Perón avanza en el contralor de la información a través de la creación de la Secretaría de Prensa y Difusión y la implementación de un aparato periodístico privado al servicio del Estado, que termina por controlar a la Editorial Haynes y diarios como *La Razón, Crítica, Democracia, La Época y Noticias Gráficas*, entre otros. Al mismo tiempo, promueve la instalación de empresas culturales cercanas a sus propósitos políticos, como la Editorial Abril, que se relaciona con capitales y tecnología italianos;<sup>20</sup> mientras sostiene a otras como la de Jacobo Peuser a través del crédito oficial. La estadística calcula que en 1947 se exporta un 65 % de la producción total de libros y estima, para 1953, en unos 200 los establecimientos que editan toda clase de libros y publicaciones periódicas.<sup>21</sup>

El 4 de febrero de 1948 el Ejecutivo Nacional publica el decreto 3.335 que autoriza al gobierno a convenir con los organismos que

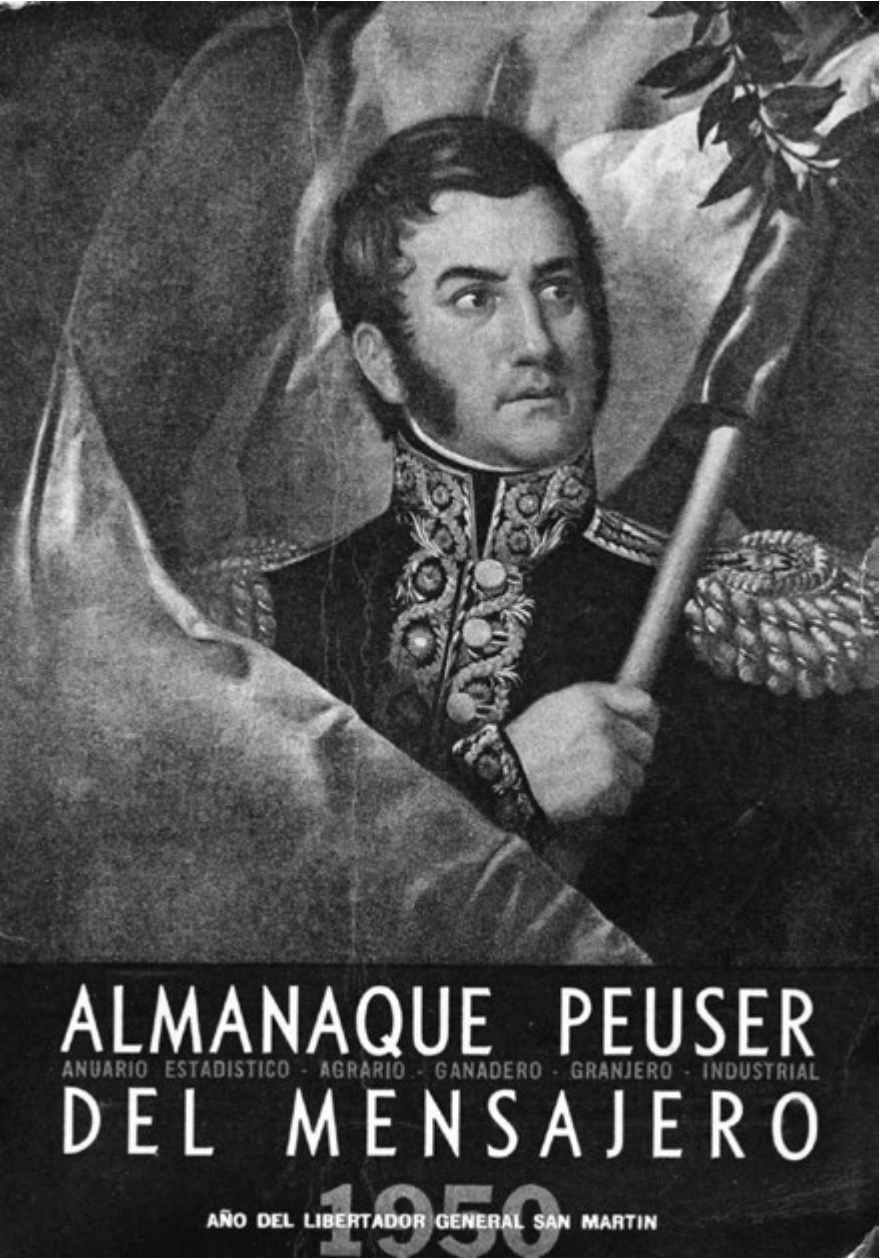
integran el sistema del Banco Central de la República Argentina la inversión de veinticinco millones de pesos moneda nacional en la constitución de un fondo especial para créditos extraordinarios de ayuda y fomento a las editoriales argentinas constituidas como tales al 1° de enero de 1946 y que imprimen en el país. A esta propuesta se suman las que disponen que los Bancos de la Nación Argentina y de Crédito Industrial Argentino otorguen préstamos extraordinarios, conforme a sus respectivas Cartas Orgánicas. Sobre estas bases, el Banco de la Nación Argentina atiende los requerimientos

crediticios de las editoriales de carácter comercial que hacen imprimir sus obras por terceros (art.4) y el Banco de Crédito Industrial Argentino se ocupa de los préstamos a las editoriales que imprimen sus obras en talleres propios (art.5). En todos los casos -y aunque no siempre se cumpliera con la norma- los créditos acordados no pueden superar el 50 % del capital integrado (art.5). El plazo máximo para saldarlos se fija en cinco años, con amortizaciones trimestrales y un ventajoso interés anual del 5 %, cuando la tasa ordinaria de mercado oscila entre el 6 y el 7 %.

Situación financiera de la Casa Jacobo Peuser S.A. (1946-1955)

Empresa	Año	Deuda BNA	Responsabilidad (\$)	Observaciones
S.A. Papelería, librería e imprenta Casa Jacobo Peuser	1947	\$ 2.000.000,00	1) 19.862.831,83	Dividendos \$2.693.760.-  Ventas en 1951: \$ 60.536.578.- 1953: deuda BCIA es de \$ 4.300.925.
			2) 8.372.056,45	
			3) 11.490.775,38	
	1949	\$ 1.797.500,00	1) 35.926.019,00	
			2) 14.767.088,00	
			3) 21.158.931,00	
	1951	\$ 1.082.800,00	1) 58.596.625,00	
			2) 27.202.644,00	
			3) 31.393.981,00	

BNA: Banco de la Nación Argentina.  
1) Activo. 2) Pasivo. 3) Capital líquido.  
Fuente: Archivo del Banco de la Nación Argentina y Archivo del Banco de Crédito Industrial Argentino (BANADE en liq.),  
*Libros de Actas del Directorio*, años 1946-1955. Elaboración propia.





El contralor estatal queda asegurado por dos disposiciones complementarias del decreto. Por un lado a través del control de "la obra cultural que realiza la solicitante", la cual queda bajo la responsabilidad de la Sociedad Argentina de Editores (art. 7) y, además, porque "las resoluciones por las que se acuerden los préstamos deberán ser aprobadas por el Poder Ejecutivo, con intervención del Ministerio de Finanzas, dejando constancia en los contratos que se celebren con los respectivos beneficiarios" (art. 14).<sup>22</sup>

Es en la edición de 1943 -como se anticipó- cuando el anuario publicado por Peuser, si bien sigue incluyendo informaciones sobre astronomía, náutica, biografías, estadísticas, geografía, ganadería, agricultura, radio, automovilismo, crónica de la guerra, calendario; cambia el diseño y se destaca en el interior de la tapa -de aquí en adelante- que "la mayor parte de las informaciones que se incluyen en esta edición han sido obtenidas en fuentes oficiales". Además, ante las conmemoraciones de la Casa Peuser, ministros y altas autoridades de la Nación - como el Secretario de Trabajo y Previsión Coronel Juan D. Perón- y funcionarios municipales, participan de los homenajes para destacar el valor de emprendimientos como el de Jacobo Peuser.<sup>23</sup>

Durante toda la gestión peronista, varias de sus publicaciones incluirían la fotografía del General Juan Perón; por ejemplo en la sección "Asuntos Administrativos Argentinos del Almanaque". Los temas de la administración del gobierno ocupan desde 1945 un lugar significativo en esta publicación anual, cuando la Casa Peuser tiene ya once sucursales en la Argentina (Cuyo y la región pampeana). A mediados del siglo XX el llamado "Itinerario de la Juventud" que edita el *Almanaque* se enlaza a las preferencias oficialistas (escuelas navales, militares y policiales; institutos de artes y oficios y también de enseñanza práctica para hombres y mujeres). Los deportes integran la agenda anual de las publicaciones periódicas de Peuser, sin abandonar los comentarios acerca de las exposiciones de artes plásticas y otras manifestaciones culturales que se siguen realizando en el Salón Peuser y añadiendo sus comentarios acerca de las "Normas mentales y morales".

En el Año del Libertador General San Martín (1950), nuevamente el *Almanaque* no puede estar ausente y dedica la edición a la personalidad y a la obra del máximo fundador de la

Nación Argentina, en conmemoración del Centenario de su muerte. Encabeza el número con una síntesis cronológica de la vida de San Martín. Hasta el anuncio publicitario de la Casa Peuser, recuerda entonces que toda su producción está al servicio de la cultura americana.

En 1951 el *Almanaque del Mensajero* (más allá del cambio sufrido en el título) cumple "medio siglo de existencia" y así lo anuncia en la primera página. Una vez más la Editorial y Librería se identifica con sus ediciones más tradicionales y sus tapas coloridas y originales apuestan al mensaje que transmiten sus ilustraciones. Es éste un número especial por decisión de la Casa Peuser. No olvida, en él, su origen modesto pero también subraya sus progresos y su adecuación a los tiempos, abordando la relación entre "culto y beneficencia". Entonces, se suma a la difícil situación económica, el incremento de los costos en el sector industrial de ediciones. El Banco Central dispone (circular C 1550, de 20/12/1951) reglamentar las exportaciones de libros impresos en el país, que desde entonces no pueden ser abonadas en moneda argentina por los compradores del exterior.

En 1952, a pesar del cambio de rumbo en la economía y la crítica situación por la que pasan las finanzas públicas, la Gerencia Comercial del Banco de la Nación Argentina abre varios créditos documentarios para importar máquinas.<sup>24</sup> Desde mediados de 1953, la industria editorial argentina siente el impacto negativo de ambas situaciones y las Secretarías de Comercio Exterior y de Finanzas se aprestan a subsidiarla; teniendo en cuenta que "la participación del libro argentino en los mercados extranjeros se ve seriamente amenazada por las dificultades con que tropiezan nuestros editores para poder competir con la producción de otros países".<sup>25</sup> El *Almanaque* pasa a costar entonces ocho pesos.

Las secciones referidas a "La huerta familiar", así como la destinada a "Agricultura, arboricultura frutal y forestal, horticultura", "Apicultura" y "Avicultura", reciben una mayor atención del anuario y aumenta el número de páginas e ilustraciones destinadas a estos consejos y sugerencias para la mujer en el hogar. Como expresión de su nacionalismo criollista, el *Almanaque* recoge reflexiones "De nuestra tierra", recortando de *La gran aldea* de Vicente Fidel López y de

los escritos de Domingo F. Sarmiento, la descripción del baqueano y de las viejas tiendas porteñas. La tradición nacional sigue interesando a los autores de este anuario. En 1954 la contratapa de este anuario con la iconografía clásica de la época, propone - conforme a la propuesta oficial- la necesidad de producir y ahorrar más. Es un aviso de la Caja Nacional de Ahorro Postal dependiente del Ministerio de Finanzas de la Nación, la que complementa la inscripción que figura en el lomo de la publicación, consignando que "El 2do Plan Quinquenal es de todos y para todos. Secúndelo con su esfuerzo".

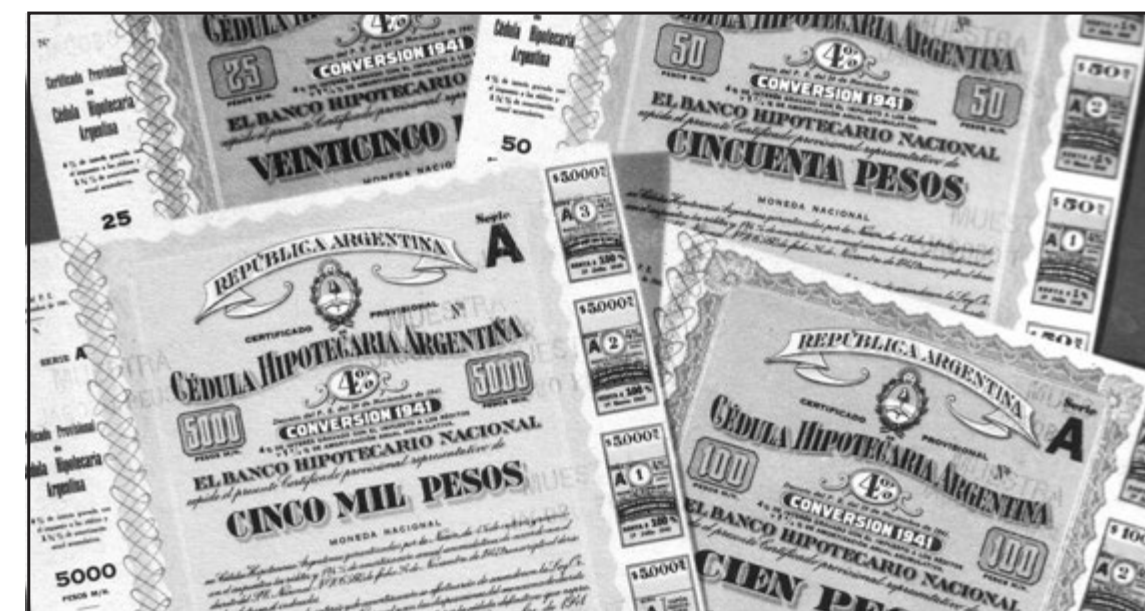
El ahorro y la necesidad de contar con un seguro de vida, vuelven a editarse e ilustrarse en la contratapa del *Almanaque* de 1955 y si bien se trata de un anuncio publicitario oficial, la imagen de un hombre rural y su perro mirando el campo y su vivienda, apela al consejo: "Usted es el apoyo de su familia", es decir a las bases de la Nación Argentina y de sus pilares socio culturales.<sup>26</sup>

Una vez producida la caída del Presidente Juan Perón a manos de las fuerzas armadas que llevan a cabo la "Revolución Libertadora", en setiembre de 1955, las publicaciones de la Imprenta Peuser rediseñan sus temas y ya desde la ilustración de la tapa del *Almanaque* de 1956, por ejemplo, alude al campo y su tecnificación. La agricultura, la ganadería, la avicultura, la granja y las agroindustrias ocupan las tres cuartas partes del anuario.<sup>27</sup> Ahora, la sección Asuntos Administrativos aparece encabezada por los máximos responsables del

gobierno nacional: el General Eduardo Lonardi y el Contralmirante Isaac Rojas. Las fotografías e imágenes refieren a una directa adaptación a los tiempos del calendario político nacional.

En los años de 1960, el *Almanaque* refuerza su compromiso con los orígenes de la nacionalidad y dedica todo el número al Sesquicentenario de la Revolución de Mayo de 1810, a modo de homenaje a los hechos fundacionales de la Nación, que este anuario y el equipo que lo produce compartieran desde sus inicios. Los retratos de los miembros de la Primera Junta de Gobierno y de las "Patricias Argentinas" encabezan la edición para dejar constancia de "quienes tenían en sus manos los hilos de la Revolución de Mayo" y desnudar "el foco invisible de este movimiento" y consignando pequeñas biografías de aquellos que intervinieron en el armado de esta gesta máxima en la fundación de la Nación.<sup>28</sup> El resto de las secciones persisten y el *Almanaque* -tanto como la Casa Peuser- se adaptará, una vez más, a los nuevos tiempos políticos del país, trascendiendo los quiebres institucionales y afirmandose como referente cultural de buena parte de los sectores medios de la sociedad argentina.

La propaganda que se anuncia en el *Almanaque* y en varias publicaciones editadas por Peuser, es diversa y se suele corresponder con las diferentes secciones que componen, así como con imágenes que registran la actividad central de los anunciantes. Los productos de Agar Cross y Co.







Ltd., La Franco-Argentina Cía. de Seguros (que encabeza cada página del calendario) y que en tiempos populistas ocupa "Villa tónica" de Villavicencio, "La Anglo Argentina" Cía. de Seguros, Leng-Roberts y Cía (Seguros) Ltda., Armour S.A., CAP Brisket Beef, Swift, Cristalerías Rigolleau S.A., papeleras, pinturas y aserraderos, curtiembres, talabarterías, cabañas como "la Martona" o "Santa Ana" o "Fortín República", estancias, criaderos de aves, bancos comerciales, casa importadoras, tapicerías, proveedores de semillas y alambrados, fábricas de cervezas (Pilsen, Cerveza Buenos Aires) casa de remates y consignaciones de hacienda como la de Rodolfo Bullrich y Cía Ltda., cigarrillos de las marcas Gavilán, One-Eleven y Particulares, fábricas de tintas y máquinas para imprentas, casas de instrumentos musicales, muebles metálicos para oficina y de la propia Casa Peuser, publicitan sus productos en las páginas de varias de las ediciones impresas por editorial.

La propaganda oficial no es común y desde 1943 aparece en el interior de la contratapa de esta publicación y a color, la de la Caja Nacional de Ahorro Postal que depende del Ministerio del Interior de la Nación. En tiempos del peronismo se pueden visualizar sobrios avisos de la Escuela y el Liceo Naval, así como del Colegio y el Liceo Militar. Cuando se produce la "Revolución Libertadora" se refuerza la sección destinada al "Itinerario de la Juventud" con referencias a las Escuelas Navales, Militares, Policiales, Enseñanza Comercial e Industrial, Institutos de Enseñanza Práctica de Artes y Oficios "para hombres y mujeres de todas las edades". Aparecen completas las direcciones de la Escuelas mencionadas, de la Escuelas Agropecuarias y de los museos, teatros,

parques y plazas. La huerta familiar, apicultura y avicultura ocupan varias páginas en el anuario de 1960, por ejemplo, brindando consejos específicos para cada jurisdicción política del país, acompañados de imágenes sencillas en sepia o tonos de grises.

Las impresiones artísticas en alto relieve como en litografía se destacan por su calidad entre las producciones de esta casa editora que reproducía láminas, muestrarios, fotografías clásicas y catálogos. Contrastan con las impresiones comerciales que proveía a grandes y pequeños comerciantes, que se expresaban a través de las multicolores etiquetas de las marcas mencionadas en la publicidad. Todo contribuye a sostener la presencia y el prestigio de esta empresa.

La Casa Peuser se dedicó también a la impresión de valores (cheques, acciones, títulos, bonos) como una adaptación empresarial a las exigencias de la "economía moderna". La calidad del papel y sus tintas indelebiles se plasman en las acciones de Standard Oil Company, Banco de la Provincia de Buenos Aires, Francesco Cinzano y Cía. Ltda., Crédito Industrial y Comercial Argentino, Compañía Tranways Lacroze de Buenos Aires Ltda., Crédito Público de la Provincia de Santa Fe, Municipalidad de la ciudad de Buenos Aires, Compañía Unión Telefónica del Río de la Plata Ltda., Compañía Sudamericana de Cemento Portland Juan Minetti e Hijos Ltda. S.A., Bunge y Born Ltda., Ferrocarril Terminal Central de Buenos Aires, entre otras, que eran editadas por la Imprenta Peuser. Las cédulas hipotecarias de la República Argentina cuyos valores oscilan entre 100 y 25.000 pesos, así como las chequeras de diversas entidades financieras (Banco de Avellaneda, Banco de Mendoza, Banco Popular Argentino, Nuevo Banco



Italiano, Banco de la Provincia de Buenos Aires, Banco de la Nación Argentina, Societé Générale, Banco Español del Río de la Plata, Bank of Boston, Banco Municipal de Préstamos, The Royal Bank of Canada) se imprimirían en alta calidad a lo largo del tiempo en sus talleres de la avenida Patricios (Ciudad de Buenos Aires), al igual que las estampillas (sellos postales) alusivas a distintos hechos de la historia argentina y a su fauna y flora típicas. La imprenta de Jacobo Peuser mostraba ser -en los varios rubros apuntados- una de las más importantes de nuestro país.<sup>29</sup>

### Conclusiones

En el 75º aniversario de esta empresa, es decir en 1942, el Directorio de la Casa Jacobo Peuser S.A. Ltda.<sup>30</sup>, se respalda en sus orígenes y deja constancia con fotos y litografías, de su "agradecimiento a las autoridades públicas por la amplia confianza dispensada y a nuestros clientes y amigos [dicen] por su apoyo en tantos años que nos han estimulado en nuestra ruta, permitiéndonos contemplar con serenidad el porvenir continuando la tradición de trabajo que iniciara Don Jacobo Peuser".<sup>31</sup> Variadas producciones la convertirían en referente de la cultura argentina durante más de un siglo de trayectoria ininterrumpida y comprometida con el quehacer nacional, más allá de los cambios políticos y quiebres institucionales, a los cuales supo adecuarse.

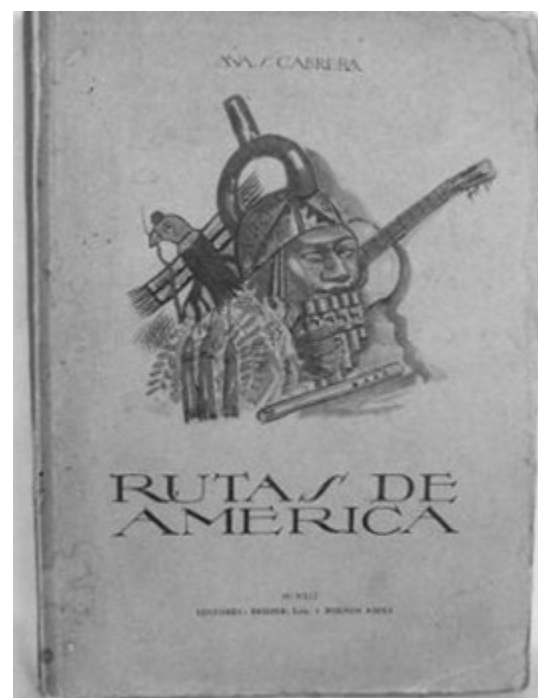
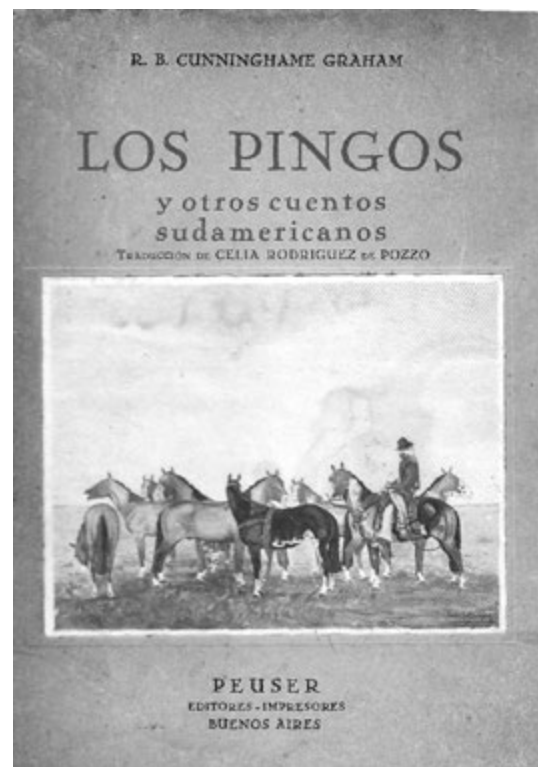
Así, en tiempos del peronismo histórico, la empresa no dudará en adherir -aunque sea implícitamente- a las palabras del Presidente Juan. D. Perón, quien llama "la atención sobre el problema integral de nuestra cultura" -como lo hiciera en el texto del Primer Plan Quinquenal de 1947- afirmando

que "el naufragio de la cultura de un pueblo equivale a la pérdida del propio ser nacional".<sup>32</sup> El gobierno federal va más allá en la definición de la cultura entendiéndola como patrimonio, asociado a "la historia, el idioma, la religión, el culto a la familia, la poesía popular, el folklore, las danzas del pueblo y la devoción a las efemérides patrias".<sup>33</sup> Un conjunto de valores que las ediciones de Jacobo Peuser rescatan y refuerzan en sus impresiones económicas y de lujo.

No todos sus productos tenían alcance masivo, pero todos dejaron huella como expresión de la realidad argentina. El fotograbado, por ejemplo, se convertiría en uno de sus más sofisticados productos. Todos los dibujos, en negro o en color, acuarelas u óleos, pasaban por la mano experta del fotógrafo, el fotocromista y el grabador, verdaderos conocedores de estas técnicas, que actuaban de manera conjunta. Los libros de arte y los de lujo distinguen a esta editorial a la hora de llegar a un público selecto y en ellas la combinación de texto, imagen y calidad de impresión se conjugan para reforzar el mensaje que pretenden enviar. Los prestigiosos dibujantes Cao, Mayol, Palao y Cecilio Pla son los ilustradores -reconocidos todos ellos- que intervienen en las ediciones de Peuser. Aunque es "la anatomía de las letras" -como diría Warren Chappell- la que permite a la Casa Peuser trascender con sus ediciones y productos a la sociedad argentina, contribuyendo a la formación de su identidad.

"Un libro siempre tiene que ser lo más simple posible, el lector no debe ver al impresor sino conversar con el autor", es ésta una de las premisas que las impresiones de Peuser -líder de las artes gráficas en la Argentina- adopta como norma para conse-





guir ediciones con adecuada tipografía, espaciado y márgenes suficientes, así como acertadas ilustraciones, capaces de tornar grata la lectura mediante un lenguaje e ilustraciones atractivos y bien compuestos. Si la imagen "es toda representación figurada y relacionada con el objeto representado", en la comunicación "la imagen es uno de los soportes visuales privilegiados" con amplio alcance social y un componente de impacto emocional, es decir, va más allá del dibujo o la fotografía y aborda lo conceptual.<sup>34</sup> La Editorial Peuser reconoce desde sus inicios estos efectos y los aplica.

Tener la mayor difusión posible sin atentar contra la calidad de lo que edita, sería el gran desafío de la Casa Jacobo Peuser. Es en este sentido que su presencia también se vería reflejada en los llamados "libros en blanco"; es decir, libros contables, libros diarios para empresas comerciales, con "corte marmolado" en tonos rojo, azul, verde o en escalas de azules. También es el caso de los papeles que llevan la marca Peuser en pliegos y tamaños distintos (rayados, lisos, cuadriculados, para los ejercicios de música) con diferentes gramajes y texturas. La vida cotidiana se relaciona con los productos de esta imprenta, librería y editorial. Ése es -tal vez- el mérito, que le permitiera tener privilegios financieros, vínculos políticos amplios y una llegada general a la sociedad argentina, tanto en el campo como en la ciudad. Peuser sería sinónimo de cultura, intelectualidad y prestigio, en el país y más allá de sus fronteras.

En su centenario y en cumplimiento del artículo 5 del Estatuto de la Revolución Argentina, el 31 de octubre de 1967, la Casa Peuser se adhiere a las disposiciones de la ley 17507, que faculta al Ejecutivo Nacional a dar auxilio financiero a aquellas empresas que "por su preponderancia social, su envergadura económica, su desarrollo tecnológico, o su influencia en la economía nacional, regional o zonal"<sup>35</sup> sea conveniente asistir, ante las dificultades económicas por las que pasan. Esta imprenta, librería y editorial pionera en nuestro país recibirá entonces -una vez más- el subsidio del Estado, quien, nuevamente, se hace cargo de la deuda privada. Cultura, imagen, lenguaje, discurso, política y economía, se asocian y respaldan -más allá de las fracturas institucionales- los valores esenciales de la formación argentina, que entonces se asocian a "la jerarquía, el orden y la morali-

dad", propias del Estado Burocrático Autoritario.

#### Notas:

<sup>1</sup> DI TELLA Torcuato S. *Diccionario de Ciencias Sociales y Políticas*, Bs. As., Ariel, 2001, p. 146.

<sup>2</sup> CHARTIER Roger *Sociedad y escritura en la Edad Moderna. La cultura como apropiación*, Madrid, Intituto Mora, 1995, p. 121; BURKE Peter "El 'descubrimiento' de la cultura popular", en SAMUEL Raphael (ed.) *Historia popular y teoría socialista*, Barcelona, Editorial Crítica, 1984, pp.78-92; HOBBSAWM Eric *Sobre la historia*, Barcelona, Crítica-Grijalbo, 1998, pp. 205-219.

<sup>3</sup> CHARTIER Roger *Op. Cit.*, p. 122.

<sup>4</sup> *Ibid.*, p. 138.

<sup>5</sup> *Ibid.*, p. 128.

<sup>6</sup> ZUBIETA Ana María y colab. *Cultura popular y cultura de masas. Conceptos, recorridos y polémicas*, Bs. As., Paidós, 2000, pp. 37-41; WILLIAMS Raymond *Marxismo y literatura*, Barcelona, Editorial Península, 1980; HALL Stuart "Notas sobre la deconstrucción de lo popular" en SAMUEL Raphael (ed.) *Op. cit.*, pp. 95-108. SIGAL Silvia *Intelectuales y poder en la década del sesenta*, Buenos Aires Puntosur, 1991, pp. 25-38.

<sup>7</sup> ZUBIETA Ana María y colab. *Op. cit.*, p. 41.

<sup>8</sup> *Almanaque Peuser del Mensajero*, Buenos Aires, Peuser S.A., 1951, p.1.

<sup>9</sup> *Almanaque Peuser del Mensajero*, Buenos Aires, Peuser S.A., 1952, p. 9.

<sup>10</sup> *Ibid.*, p.11.

<sup>11</sup> *75 Aniversario. 1867-1942 Jacobo Peuser S.A. Ltda.*, Buenos Aires, Casa Jacobo Peuser, 1942.

<sup>12</sup> *Ibidem*, p. s/n.

<sup>13</sup> *Almanaque Peuser del Mensajero*, Buenos Aires, Peuser S.A., 1947, pp. 244-252.

<sup>14</sup> *Almanaque Peuser del Mensajero*, Buenos Aires, Peuser S.A., 1952, pp. 11-12.

<sup>15</sup> *Almanaque Peuser del Mensajero*, Buenos Aires, Peuser S.A., 1948, contratapa y pp. 215-229.

<sup>16</sup> *Ibidem*, p. 12.

<sup>17</sup> CÁCERES MIRANDA Marcelo L. *La librería "Peuser", una tradición porteña. Argentina: Buenos Aires*, Buenos Aires, 2010.

<sup>18</sup> <http://serdebuenosayres.blogspot.com.ar/2010/11/la-libreria-peuser-una-tradicion.html>. Ilustrados por los artistas Athos Cozzi, Raúl Pugliese, Rafael Luque, Franco Mosca, María del Carmen Hidalgo, Francisco Dinard, C. Baleito, Tatiana Campos, Arístides Rechain, Rafael T. Palat, y Pascual Güida.

<sup>19</sup> El 4 de mayo de 1864, don Guillermo Kraft, dibujante y litógrafo alemán llega al país y funda en Buenos Aires un pequeño taller de impresiones que se convertirá en la base del importante establecimiento de artes gráficas que acompañará el rumbo de las ediciones argentinas. A la muerte del fundador ocurrida en 1893, la empresa queda a cargo de su hijo mayor Guillermo que cursara

estudios técnicos en Berlín y Londres. La "Librería Nueva" es fundada por el joven alemán de 24 años Jacobo Peuser el 20 de abril de 1867 en un modesto local porteño, que se amplía al año siguiente con la adquisición de la librería de José Bernheim y -más tarde- con la librería inglesa de Vázquez Millán y Cía. Desde 1891 se instala en Cangallo y San Martín (Buenos Aires), "la esquina de Peuser" como la llaman los porteños.

<sup>20</sup> ARCHIVO DEL BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA, *Expediente 62964*, Buenos Aires, 1946.

<sup>21</sup> SCARZANELLA Eugenia "Un 'industria 'ultra leggera': l'Editorial Abril tra l'Argentina e l'Italia (1941-1957)", en *Ri Me Rivista dell'Istituto di Storia dell'Europa Mediterranea*, nº 6, giugno 2011.

<sup>22</sup> BANCO DE CRÉDITO INDUSTRIAL ARGENTINO, Departamento de Finanzas, *Informes sintéticos acerca de las condiciones económicas de las diversas ramas de la industria argentina*, tomo 1, mimeo, informe sintético 42, pp. 258-261 y 263, 1946-1954.

<sup>23</sup> MINISTERIO DE FINANZAS DE LA NACIÓN, BANCO DE CRÉDITO INDUSTRIAL ARGENTINO, *Reglamentaciones sobre créditos especiales*, s.d.t., mimeo, pp. 8-12.

<sup>24</sup> *Almanaque Peuser del Mensajero*, Buenos Aires, Peuser S.A., 1944, pp. 321-324.

<sup>25</sup> ARCHIVO DEL BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA, *Libro de Actas del Directorio*, t. CCLI, fs. 102-103, octubre 1952.

<sup>26</sup> BANCO DE CRÉDITO INDUSTRIAL ARGENTINO. Departamento de Finanzas, *Informes sintéticos acerca de las condiciones económicas de las diversas ramas de la industria argentina*, tomo 1, mimeo, informe sintético 42, p. 262, 1946-1954.

<sup>27</sup> *Almanaque Peuser del Mensajero*, Buenos Aires, Peuser S.A., 1955.

<sup>28</sup> *Almanaque Peuser del Mensajero*, Buenos Aires, Peuser S.A., 1956.

<sup>29</sup> *Almanaque Peuser del Mensajero*, Buenos Aires, Peuser S.A., 1960, pp. 1-14.

<sup>30</sup> *75 Aniversario...*

<sup>31</sup> Enrique F. Costa (Presidente), Roberto W. Roberts, Vicente Criado Pérez, Jacobo Cordiviola Peuser, Gilberto Knaak Peuser, Jacobo P. de Bonadona y Marcelo G. Videla.

<sup>32</sup> *75 Aniversario...*

<sup>33</sup> PERÓN Juan *La cultura*, Bs. As., s.d.t., 1948, p. 5.

<sup>34</sup> *Ibid.*, p. 8.

<sup>35</sup> FAINHOLC Beatriz *Diccionario Práctico de Tecnología Educativa*, Buenos Aires, Alfagrama Ediciones, 2009, p. 234.

<sup>36</sup> <http://www.boletinoficial.gov.ar/Inicio/Index.castle>, p. 32.

**Noemí M. Girbal-Blacha**  
Dra. en Historia  
(CONICET-CEAR/UNQ)



# TRANSFORMACIONES DEL PAISAJE COSTERO MARPLATENSE El advenimiento del bañista



Graciela Zuppa

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

playa y el mar. Sin embargo, un importante grupo de pioneros empresarios decidió recorrer el trayecto, llegar a la costa y transformarla. Algunos de los primeros emprendimientos, vinculados con la industria saladeril, vieron frustrados sus intentos; otros, como la pesca, iniciaron prácticas artesanales para el abastecimiento local y otros, relacionados con la hotelería, encontraron un camino con menores dificultades. Dispuesto un sistema para la administración del sitio y consolidadas algunas tomas de decisiones para transformar el lugar, se advierte que muchas familias estaban dispuestas a tomar baños, motivo por el cual comenzaron a elaborarse las primeras ordenanzas que favorecían el acondicionamiento de recintos para "cambiarse de ropa con la reserva debida y poder velar por la moral pública".<sup>1</sup> ¿Cuáles fueron algunas de las condiciones para alcanzar la transformación del poblado?, las que condujeron a transmutar

los modos de vida rural y la extracción de los frutos de mar, por un comportamiento de tipo urbano relacionado con las prácticas ligadas con el ocio o las vacaciones. Se inician, entonces, las primeras gestiones para la construcción de un escenario apto para el aprovechamiento del tiempo libre y todos los cuidados y regulaciones necesarios para su buen funcionamiento.

La aventura de los pioneros se concreta en medio de críticas y oponentes, junto a espacios aún pertenecientes a experiencias relacionadas más con la extensión de la pampa que con el mar. Sin embargo, el poblado se fue alterando rítmicamente y la playa, muy pronto, se manifestó como un escenario con múltiples funciones y apto para recibir intervenciones concretas. Las nuevas prácticas promovieron abrirse a las riberas y gestar la formalización de un ámbito público capaz de alojar y construir un marco para la sociabilidad y otras formas de relación ambiental.

Junto con estos propósitos, los trámites oficiales promovieron la materialización del tendido del ferrocarril desde Maipú a Mar del Plata, las instalaciones del telégrafo y la apertura de bancos. Estas iniciativas gerenciaron los cambios necesarios para resolver los preparativos para el proyectado balneario y facilitaron a las familias que llegaban al lugar, una estadía confortable.<sup>2</sup> El primer tren llega a la Estación Norte en 1886, ubicación que no resultaba muy cómoda para quienes debían desplazarse con su equipaje hasta el centro. De allí que, luego de diferentes diligencias, se consigue agregar una nueva Estación, en el Sur, que funcionaba sólo en verano. Las consecuencias inmediatas de las novedades programadas, impulsaron la afluencia al balneario de veraneantes que advertían la posibilidad de acentuar su prestigio social, de concretar diferentes vínculos y disfrutar de su tiempo de descanso. Mar del Plata se convertía en una ciudad que invitaba a transitar los veranos con novedosas expectativas y que permitía, a los pintores, diseñadores e ilustradores, captar estos cambios para sus composiciones.

Paralelamente al impulso dado a las incursiones en el sudeste de la provincia de Buenos Aires, en la Capital Federal se gestaba un movimiento dirigido a fomentar el enriquecimiento de las artes plásticas y literarias. Este espacio va a estar impulsado por quienes integraban las elites

intelectuales y políticas que, a su vez, se enmarcaban en el proyecto de nación que se estaba cimentando. En este ambiente en construcción, es importante reconocer que el mirar hacia Europa resultaba un móvil añorado para cualquier artista en formación; es tiempo de viajar, establecerse en otro país, asistir a instituciones de arte, incorporar procesos de diseño y retornar a su tierra para renovar los proyectos creativos.<sup>3</sup> Estos viajes hacia Europa tenían su paralelismo en sentido contrario dado que nunca estuvieron ausentes maestros que, venidos desde Francia, Italia y España, decidían tomar notas en el nuevo escenario bonaerense que transformaba su paisaje e impulsaba el ejercicio de nuevas prácticas recreativas. La ciudad se pinta, se guarda en la memoria, se recrea y se desea; y las imágenes, resultado de diferentes productores, provocaron, junto a otras formas publicitarias, el deseo de viajar a la costa para conocerla y transitarla.

Esta propuesta se orienta a incluir el análisis de la ciudad dentro del área de los Estudios Visuales,<sup>4</sup> entendiendo que se incursiona dentro de un mundo en el que circulan cosas que se pueden ver y que se entrecruzan con diferentes actores sociales. Más que el estudio de artefactos visuales, se planteará verificar los efectos que provocan en quien los observa y analiza críticamente. Se trata de desarticular el interés en la centralidad del objeto y focalizar la mirada hacia quien percibe. Esta alternativa permitirá recorrer las transformaciones del paisaje costero marplatense y la ocupación del espacio por diferentes actores quienes permitieron construir la imagen de una ciudad balnearia, sus transformaciones culturales y el lento advenimiento del bañista.

## Las primeras exploraciones del borde costero

Quizás atraído por la pintura al aire libre y los efectos de luz jugando en el agua, Reinaldo Giúdice<sup>5</sup> elabora su obra tomando el mar no como instrumento para transitar el tiempo de ocio sino en su papel protagónico de naturaleza redescubierta. Se trata de un paisaje costero en el que se distinguen tres elementos: las rocas, el mar y el cielo y, como vínculo entre ellos, el movimiento del agua pincelado con trazos gruesos que casi hacen imperceptibles los límites entre los distintos componentes. Hay una renuncia a explicitar la identidad del entorno y a la





Reinaldo GIÚDICI (1853-1921), *Mar del Plata, ca. 1890*. Óleo, 10x20cm.

presencia de algún caminante, sólo se corporiza el borde costero y la forma dinámica en que se expresa el mar. Quien determina su filiación es el título de la obra porque le da su nombre y precisa la localización. Estos paisajes, que fueron un tema recurrente desde el siglo XVII, en esta oportunidad entran como pretexto plástico para visualizar el sitio en el que muy pronto recibirá la afluencia de contingentes para concretar el descanso en la playa.

La obra de Francesco Paolo Parisi,<sup>6</sup> de la que sólo se presentan dos fragmentos, será leída de derecha a izquierda. Como planteo general, se diseña la bahía Bristol (espacio fundacional de la ciudad) a partir de una vista que la enfrenta desde el mar. Un perfil de las distintas construcciones informa de las diferentes intervenciones que acompañaron la historia inicial del balneario. Aislada y sobre la ondulación de la derecha, se percibe la Capilla Santa Cecilia (1873), mojón que determina la traza en damero de la ciudad, a partir de su línea de fachada.<sup>7</sup> Luego, la presencia de hoteles, anuncia que se trata de un tiempo para inaugurar estadias de verano. Siguiendo el perfil, se destaca la aguja y el cuerpo de la Catedral como un acento visual religioso y protagónico de la ciudad y, adelantándose, la materialización en doble altura y cubierta a cuatro aguas, de la vivienda de un notable, Arturo Paz, junto a otras construcciones menores que guardan entre sí, una misma tipología formal. La arquitectura relata diferencias, desigualdades, funciones religiosas, vida

cotidiana, trabajo de residentes y prácticas relacionadas con los veraneantes recién llegados. Este marco destaca el escenario fértil, en primer plano, para una conjunción de relaciones hombre/naturaleza y la articulación con agentes que trabajan en la pesca, sus viviendas, personas que caminan, se bañan y se protegen del sol. Un mundo heterogéneo y de contrastes tanto materiales cuanto sociales. La convivencia de veraneantes con los pescadores se mantuvo hasta que la actividad se mostró como un impedimento para el desarrollo de prácticas de sociabilidad pautadas y envueltas en rituales distinguidos. Lentamente, los pescadores debieron cambiar su ámbito para instalarse en otro barrio, alejado de su localización inicial y nunca bien aceptado.<sup>8</sup>

Con la inauguración de las primeras instalaciones balnearias se pudo verificar que esos artefactos materiales y sus servicios afines, se convirtieron en estímulos de un modo particular de modificar el entorno natural y de incentivar el proceso constructivo de la ciudad. Fue necesaria una serie de preparativos coordinados para que el ámbito recreado se pusiera en movimiento y los visitantes apreciaran un atractivo para sus paseos. En la obra de Antoni Utrillo Viadera<sup>9</sup>, el encuentro captado, muy próximo al mar, establece vínculos entre mujeres y hombres en una actitud compuesta y ordenada. Todos se corresponden con trajes de calle y con sus cabezas cubiertas, situación que los



Francesco Paolo PARISI (1857-1948), *Mar del Plata vista desde Playa Bristol (fragmentos), ca. 1900-1905*. Óleo. Colección privada Ignacio Iriarte.

mantiene en posición erguida, sin mostrar atracción por la vista del mar que sólo juega como telón escenográfico y como moda a consolidar en cada visita veraniega. En primer plano, una de las implicadas en la escena, envuelta en sus indumentos blancos y con algunas transparencias, parece

interesarse más por su postura ante el pintor que por el coloquio de sus compañeros. Aislada, traduce la novedad de las estadias en la playa, según los usos sociales y como prestándose a revalidar su imagen para la posteridad garantizando, como si se tratara de una toma fotográfica, que "esto ha sido" y





Antoni UTRILLO VIADERA (1867-1944), *Domingo en la playa*, 1909. Óleo sobre tabla, 27x34.5cm. Colección privada.

"yo estuve allí".<sup>10</sup> Hacia el fondo, con menos definición, se contornean figuras de niños en plan de participar con sus juegos en el agua. Estos actores muy pronto acondicionan los usos desiguales del espacio, caracterizando la ciudad como un contexto que "transitaba en el tiempo con atuendo de lujo en los veranos".<sup>11</sup> Sin embargo, podría hablarse de dos ciudades: "la bullanguera, mundana, ociosa y millonaria del estío; y la moderada, provinciana, laboriosa y ahorrativa de las siguientes estaciones. Ellos vivían ajenos a la gente local. Reducto embutido en los apellidos como una cota, creyendo que les acordaba privilegios 'lo patricio', 'el clan', 'la familia'. Loma de Santa Cecilia el lado nuestro, de la gente local y del veraneante modesto. Los 'otros' están en la otra loma, la del sur".<sup>12</sup>

La construcción del escritor de *Jeroma*, novela del pasado marplatense, hace referencia a las formas de concebir el territorio y la segregación espacial y social del balneario en los meses de vacaciones. La llegada de los veraneantes provocaba cambios temporarios en la población permanente, instalada hacia el norte, configurando la sensación de que todo debía cambiar para luego retomar el ritmo local

habitual. Así, "durante el invierno, había que arreglar todo lo desarreglado en el verano por 'los otros', que se instalaban hacia el sur y, conjuntamente, había que lograr el orden en las cuentas y las liquidaciones. Era el tiempo para reactivar los entretenimientos de color local como la reaparición del entusiasmo político, los domingos con las 'cuadreras' en los boliches orilleros y las reuniones sociales en los hogares".<sup>13</sup>

Mientras en el balneario se adecuaban instalaciones para favorecer los ámbitos de sociabilidad, también se atendieron las relaciones y enlaces con la naturaleza. Una de las intervenciones que anunciaron estas nuevas articulaciones las planteó el paisajista Carlos Thays<sup>14</sup> quien propone, hacia 1903, el diseño del Paseo General Paz junto a la parquización de la plaza Colón. La obra se enmarcó entre los trabajos de remodelación de espacios verdes, preservando los valores del paisaje. Al mismo tiempo, diseñaba un recorrido atento a las formas adoptadas para el entretenimiento, creando diferentes niveles de circulación que armonizaban con las vistas hacia la playa. En sucesivas etapas, se completaron las ocho hectáreas de superficie entre jardines, esculturas, balaustradas, un estanque, un lago artificial,



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

una isla con espacio para una banda de música, canchas de tenis y la posibilidad de realizar diversos espectáculos en sus instalaciones. Más tarde, se incorporaron una pista de patinaje, una confitería y un teatro; todas construcciones que seguían un cuidado respeto por las perspectivas visuales y por la aspiración de renovar las ofertas atractivas para los distintos grupos de visitantes.

En 1913, se inaugura la rambla Bristol de material, antepuesta a este parque, poniendo fin a las anteriores resueltas con madera y que, en varias ocasiones, resultaron destruidas por la acción de las sudestadas o del fuego. En estilo afrancesado, con cuatrocientos metros de extensión paralelos al mar, conformaba un importante proyecto con 236 locales construidos para ser arrendados a empresas comerciales. Ocho cúpulas y columnas de orden toscano recorrían la galería cubierta y un conjunto de maceteros, esculturas, modillones y grecas completaban el repertorio ornamental exterior. En cuanto al tiempo para recreación, se resolvía en los espacios acondicionados por distintos clubes, cines y confiterías donde las miradas, los gestos y el lenguaje construían la impronta original del verano en la villa. Muy pronto, esta rambla se erigió en el emblema de los veranos y el símbolo identificador de la

esfera social de la ciudad.

El ángulo seleccionado por Léonie Matthis<sup>15</sup> desde la playa, es uno de los accesos al paseo antes referido, en el que se advierten dos de sus cúpulas y el perfil del Club Mar del Plata hacia el lateral derecho. Este último, aparece como testigo presencial y fundamento ejecutivo de la nueva rambla dado que es a partir de la participación interesada de sus socios, que surge la gestión para su construcción. Se elude la incorporación del mar en el encuadre; sólo la arena, las luminarias y los caracteres constructivos de la rambla con sus balaustradas, recortan un perfil del lugar concebido para coordinar encuentros distinguidos. La arquitectura ideada complementa la naturaleza porque resuelve la prolongación de la caminata por la arena a través de un trayecto sobreelevado, con capacidad para una circulación social y animada. Estos son los espacios en los que se entrecruzan funciones y significados; usos y representaciones; exclusiones e integraciones.

Las pinturas de este tramo del relato resultan una manifestación de experiencias vividas, por cada uno de los pintores, en las primeras instalaciones balnearias. La bahía fundacional se transforma, recibe diferentes intervenciones y concreta proyectos para favorecer la permanencia cada vez más placentera.



Son registros en medio de los itinerarios inaugurados que los creadores recorren, comparten, subjetivan y expresan visualmente.

Fuera del registro de imágenes del núcleo central y de las prácticas de sociabilidad que ese espacio generaba, es posible encontrar otra línea de concepción del encuentro con el mar. Es decir, un vínculo distante del placer banal y más cercano al abismo ontológico, la reflexión o la ensoñación. La mujer reposando en alguna playa, de espaldas al mar, de Emilio Centurión<sup>16</sup>, refuerza esta concepción de raíz romántica al no manifestarse como partícipe del escenario en el que se incluye, sino como abstraída en una búsqueda interior, cercana a esa modernidad de signo existencial. Resulta una composición en la que el primer plano lo ocupa la protagonista, sensual, vestida, ausente del marco marino que sólo se lo concibe en un fragmento y donde el horizonte alto destaca el volumen de la mujer recostada. Una figura que no anticipa, ni pronostica el protagonismo del bañista.

La llegada de artistas a la ciudad, en sucesivas temporadas, reflejaba una decisión individual o bien, respondía a invitaciones particulares. La Galería Witcomb, con sede

en Capital Federal, generaba, en los veranos, una serie de propuestas para convocar a los distintos agentes del hacer plástico del país. Uno de sus locales en la ciudad se encontraba en la Rambla Bristol, sitio recorrido por todo "el mundo elegante que tenía sus cuarteles en Mar del Plata y al que nadie se sustraía".<sup>17</sup> Las inauguraciones de muestras congregaban la presencia de clientes y amantes del arte que, al mismo tiempo, integraban el conjunto de los que favorecían las operaciones de los *marchands*.

Quinquela Martín,<sup>18</sup> en 1920, viaja en avión a Mar del Plata para la apertura de su muestra en estos Salones. Es esta ocasión la que le permite pasar un primer descanso en la costa y le induce a tomar apuntes de los visitantes que arribaban a la ciudad. En la obra *En la playa*, hay una referencia a la idea de villa balnearia ya que se advierten unos pocos personajes sobre la arena, próximos al mar y junto a unas viviendas que permiten el goce del panorama marítimo. A distancia se advierte el perfil desdibujado del Torreón del Monje.

Es indudable que el artista buscó el registro del balneario siguiendo el contorno costero (dadas las diferentes vistas que registró) y las opciones dadas para disfrutar la naturale-



Benito QUINQUELA MARTÍN (1890-1977), *En la playa*, 1920. Óleo.

za que la ciudad ofrecía; todos indicios vinculados con la apropiación del espacio como modo de rescatar el paisaje, entendido como el campo específico donde pueden dejarse huellas significativas. Estas aproximaciones y fragmentos de costa, van ajustando la configuración de campañas publicitarias, pensadas para una ciudad que sale a promocionar sus cualidades al resto del país y para favorecer la elaboración de su incipiente proyección hacia el exterior.

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

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

Tal como apuntan las imágenes y las fuentes escritas, hasta principios de la década de 1880, la playa marplatense sólo existía como espacio de trabajo y para el desarrollo de la vida de los pescadores; algunos residentes locales sólo se daban un baño en muy pocas ocasiones. La inauguración del tiempo de ocio, con algunas reservas entre los cautos y

mucha decisión entre los aventureros y empresarios, permitió una nueva mirada al lugar y la posibilidad de motivar el diseño de registros tanto poéticos cuanto pictóricos.

Sin embargo, llegar a la villa no implicaba disfrutar los beneficios del mar. A principios del siglo XX, el viajero Jules Huret revelaba que en la rambla se reunían "todos los bañistas que no se bañan dado que es bien reconocido que no se viene aquí para disfrutar del mar, ni para admirar el juego de las olas sobre las rocas, sólo se viene aquí para dar la espalda al océano y mirar a los paseantes".<sup>19</sup>

Este deambular por la costa esboza dos agentes disímiles: el que pasea y frecuenta espacios para alimentar las prácticas de sociabilidad y el bañista que se implica con el medio ambiente, dado que expone su cuerpo ante la mirada de los otros y siente placer al introducirse en el agua. La playa fue conquistada con ritmo pausado, atravesando diferentes modos de apropiación, precipitados, de alguna manera, por la forma de cautivar que naturalmente provoca la proximidad del mar.

Los primeros reconocimientos hablan de actitudes exploratorias, con el fin de rastrear las cualidades y experimentar sensaciones. Más tarde, los comportamientos se ritualizan



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



y se preestablecen las conductas, los hábitos y las relaciones interpersonales. El veraneante se vincula con el hedonismo, con la contemplación y el descubrimiento; se encuentra en un espacio diverso, descubre un nuevo mundo y quiere renovar su relación con la naturaleza. Compone una nueva táctica turística, la de complacer el gusto por las vistas panorámicas, como "las estrategias de Ícaro".<sup>20</sup>

La playa representada, a partir de esta nueva mirada, es portadora de información porque permite hacer una entrada visual en las prácticas de sociabilidad inauguradas en los balnearios. Así, de una manifiesta aversión en tiempos remotos, donde la población de monstruos impedía todo acercamiento complaciente, se asiste a la emergencia de un área reinventada para permitir vivir sus cualidades naturales. Cada verano, nuevos contingentes se precipitan a participar en una ritualidad adquirida y agenciar otras maneras de mostrarse ante los otros. Pero este comportamiento pasivo encuentra, un día, su contrapartida y, de la observación, se pasa a la acción. El actor decide incorporarse al mundo del bañista, el mostrar su cuerpo y permear el placer de sentir el agua en el

momento de inmersión. Aparecen, como respuesta, los protocolos de exposición a través del diseño de nuevas formas en la indumentaria.

Estas modalidades de sociabilidad, inauguradas en las playas, tienen como antecedentes los baños terapéuticos y los consejos para un saludable vivir; fueron, en ocasiones, una manera de prevenir enfermedades y curar algunos males. Saldadas las prescripciones médicas, el baño es divertimento; sin embargo, no escapa la instauración de restricciones horarias y sexuales junto a las vinculadas con la decencia y las buenas maneras.<sup>21</sup> El placer gana, la distracción conquista espacios y el mar hace una entrada *cuasi* triunfal dentro de un mundo de renovados actores: caperos (que protegían a las mujeres con capas), bañistas, carperos, bañeros y profesores de natación. Algunas de estas funciones fueron ocupadas por los antiguos pescadores quienes, al ver alterado su lugar de trabajo, reconvierten su oficio en busca de no perder protagonismo en el ámbito que los cobijó.

La vida en la playa se vuelve una escena que hay que cuidar, reglar y ordenar para que las relaciones en público respondan a principios

sostenidos por cada administración local. Paralelamente, las distinciones y desigualdades se verifican en decisiones de control espacial como las sectorizaciones tanto sociales cuanto sexuales. Se trata de una gerencia del manejo espacial y de los nuevos hábitos para el bañista. Este contexto se ve condicionado, a su vez, por una serie de reglamentos y disposiciones no sólo de la legislación municipal sino, también, provincial.<sup>22</sup>

Una de las formas de mostrar al bañista, a distancia, se encuentra en las vistas aéreas tomadas en bahías y acantilados de la zona. La obra de Carnacini<sup>23</sup> *Barrancas de Mar del Plata*, trata de contar los caracteres morfológicos de la geografía del lugar y el descubrimiento de un espacio, sin equipamiento, pero ocupado por quienes prefieren un reducto natural atractivo y de fuerte impacto visual.

La obra elabora la nueva manera de experimentar la armonía con la naturaleza; el placer de experimentar el baño y el de exponerse al sol. Asimismo, muestra una búsqueda de intimidad alejándose de las playas del centro y en la que se evidencia un repliegue entre acantilados y grutas. Por otro

lado, se aprecia con fuerza el dominio del espectáculo de la naturaleza más que la presencia del bañista, evocado con trazos sin demasiados detalles.

Mientras los veraneantes foráneos expresaban y diferenciaban los hábitos distinguidos de encuentros en la playa, los residentes propiciaban otras conductas dado que tomaban algunos baños en horas acotadas y evitando la exposición al sol por un tiempo prolongado. La pintura de Antonio Alice,<sup>24</sup> *Playa Grande*, rescata un fragmento de playa donde son mayoría los turistas; ejecutada con pinceladas abiertas que desdibujan los grupos de algunos bañistas. Estos protagonistas expresan el paso de una conducta más íntima, protegida de la curiosidad de los otros, a una de carácter colectivo y público, en la que se comparte el espacio en traje de baño. Ahora se advierte, con claridad, la presencia exclusiva de quienes se relacionan con la playa.

La vista está tomada desde el interior de una de las sombrillas que componen la obra, como haciendo partícipe al observador de un día de playa, formando parte de un mundo de sol, con el equipamiento necesario como las sillas y sillones de mimbre o el compacto



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



Antonio ALICE (1886-1943), *Playa Grande*, 1941. Óleo.



encuentro social entre luces y sombras. Playa Grande nace como reducto de quienes se desplazan hacia el sur en busca de exclusividad y distanciamiento de las playas superpobladas de la bahía Bristol. Es una de las pautas claras de la segregación espacial que se generan en el uso del borde costero. Estas composiciones manifiestan los cambios generados en el uso y apropiación del espacio y el nuevo sentido de la palabra playa, más preciso, más definido. Ya no se trata de una extensión inconclusa sino de un lugar acotado, en el que se puede estar, conversar, revelar su cuerpo, internarse en el agua o contemplar el paisaje. Alejandro Christophersen<sup>25</sup> incursiona en este mundo inaugurado, aproximándose, hasta incluirse en la experiencia de vivir el acuerdo y la correspondencia con el mar. Trabajó la policromía en sus obras de arquitectura, búsqueda que transfiere a la pintura junto a la técnica figurativa. Su propuesta surge como respuesta a la búsqueda de un arte "sano", en contraposición a las presentaciones "enfermas" cubistas, futuristas y órficas de sus contemporáneos.<sup>26</sup> El logro de formas abiertas entre pinceladas

desaturadas y el juego de la luz, lo hacen aproximar a la obra de Sorolla en la que se materializan los nuevos actores de la playa envueltos en un papel central y exclusivo. La playa, ahora, pierde presencia porque ha ganado su espacio la relación cautivante y seductora con el mar. Casi todos los personajes están dando su espalda al observador, en señal de anunciar su entrada animada y el despliegue de las habilidades dispuestas para contrarrestar la fuerza de las olas. El bañista es registrado, la conquista del medio se hace explícita y el conjunto de nuevos agentes avanza hacia el atractivo que implica el placer del mar. Todo lo percibido e interpretado en las imágenes fue una respuesta a un impulso selectivo del material visual y al encuentro del analista con su bagaje cultural. No se buscó sólo un significado sino el efecto que esas imágenes provocaban en quien las comprendía. Para lograr este propósito, fue necesario, además, desmontar la densidad simbólica que cada obra nos presentaba y conjugar percepción con interpretación. Este nuevo conocimiento promovido tiene como correlato la lectura de las relaciones sociales, las actitudes y las modas inauguradas que,



Alejandro CHRISTOPHERSEN (1866-1946), *Bañistas*, ca. 1930. Óleo sobre tela, 59x80 cm.

además, fueron las prácticas que contribuyeron a la consolidación del veraneo marplatense.

#### Algunas reflexiones

El mar, que alguna vez estuvo ligado a los miedos, la muerte o la repulsión, hoy es el mismo en el que los grupos se bañan y disfrutan prescindiendo de las distancias amenazantes de antaño. Se ha masificado, de alguna manera, la idea de encontrarse con el placer en cualquier ribera del ámbito marítimo. Este cambio no implicó descubrir el lugar, sino encontrar una innovadora manera de usarlo y lograr una permanencia gratificante. Primero fue la observación y la exploración; luego, la experimentación tanto de los encuentros sociales como del emprendimiento de introducirse en el agua. La convivencia inicial sobre la costa de trabajadores del mar y visitantes, se hará, cada vez, más extraña. Esos dos mundos van a ser separados y ganará cada uno su espacio diferenciado. La sociabilidad mundana en la playa implicó cambios, nuevas relaciones y transformaciones culturales que condujeron al alejamiento del pescador y la irrupción del bañista. Así, ese repliegue de trabajadores y la desarticulación de sus habilidades productivas, se produjo en consonancia con la propagación de las estadías de veraneantes en el mismo espacio, ahora, reacondicionado. Como consecuencia, la edificación de una rambla se hizo necesaria porque se impusieron los paseos y el gusto por la vista del mar desde un punto estratégico y alejado de la costa. Fue una de las tantas respuestas materiales que condicionaron el repliegue de los pescadores y la ocupación del espacio por los veraneantes. Una serie de actos legislativos acompañarán la administración de uso y las normativas para la permanencia en el sitio. Sucesivamente y con paso lento, se construyeron los nuevos rituales y los consecuentes códigos acordes con las modalidades de integración social a orillas del mar. El uso de cabinas y la superposición de indumentarios que cubran la piel, señalarán la manifestación reconocida para el bañista, personaje que aprende a convivir con los otros, descubriendo su cuerpo. Se generan, así, una serie de signos de aceptación que implican el condicionamiento de una manera desconocida de estar en la costa. El mundo balneario naciente se expresa

visualmente en marinas, gentes caminando por las playas o reunidos en espacios para los encuentros. El bañista retarda su aparición representada; antes fue el paisaje, el retrato o los pescadores. Sin embargo, el corpus consultado de los diferentes productores visuales, permitió el seguimiento e interpretación de las transformaciones culturales gestadas en la villa; de las cualidades del equipamiento consolidado para el alojamiento; de las modalidades de diversión y del reconocimiento del baño como un atractivo indeclinable. Las imágenes permitieron la construcción y organización del pensamiento y fueron una herramienta para alcanzar nuevos significados. Así, estos estudios visuales, resultaron un medio específico para promover el estímulo de la investigación de manera diferente, repensando las convenciones anteriores y abriendo la posibilidad de gestar interrogantes alternativos.

#### Notas:

<sup>1</sup> Texto de *Actas Liminares*, Libro 1, F. 66, Mar del Plata, 21 de enero de 1882.

<sup>2</sup> Como resultado de estas operaciones, se cuenta con algunas cifras: "de los 141 huéspedes registrados en el año 1885 se pasan a 47.000 en 1907". Cf. nota "El fundador de La Plata Dr. Dardo Rocha" en *El Diario*, Edición Extraordinaria, Buenos Aires, 1908.

<sup>3</sup> Para un seguimiento de los itinerarios artísticos de creadores argentinos consultar MALOSETTI COSTA Laura *Los primeros modernos. Arte y sociedad en Buenos Aires a fines del siglo XIX*, Buenos Aires, F.C.E., 2001; BALDESARRE María Isabel *Los dueños del arte. Coleccionismo y consumo cultural en Buenos Aires*, Buenos Aires, Edhasa, 2006; BURUCÚA José Emilio (ed.) *Historia de las imágenes e historia de las ideas. La escuela de Aby Warburg*, Buenos Aires, CEAL, 1992; BURUCÚA José Emilio (dir.) *Nueva Historia Argentina. Arte, sociedad y política*, Tomos I y II, Buenos Aires, Sudamericana, 1999; WECHSLER Diana (coord.) *Desde la otra vereda. Momentos en el debate por un arte moderno en la Argentina (1880-1960)*, Buenos Aires, Ediciones del Jilguero, 1998; WECHSLER Diana "Impacto y matices de una modernidad en los márgenes" en BURUCÚA, José Emilio (dir.) *op. cit.*

<sup>4</sup> Para consulta acerca del debate de los Estudios Visuales, entre otros, ver MITCHEL W. J. T. "Mostrando el ver: una crítica de la cultura visual" en *Revista Estudios Visuales*, Murcia, Nº 1, 2003, pp. 17-40; BUCK-MORSS Susan "Estudios Visuales e Imaginación Global" en *Antípoda Revista de Antropología y Arqueología*, Colombia, Univ. de los Andes, Nº 9, 2009, pp. 19-46; BREA José Luis "Estética, Historia del Arte", *Estudios Visuales* en



**Revista Estudios Visuales**, Murcia, Nº 3, 2006, pp.8-25; BAL Mieke “El esencialismo visual y el objeto de los Estudios Visuales” en **Revista Estudios Visuales**, Murcia, Nº2, pp. 11-49.

<sup>5</sup> Pintor de nacionalidad Italiana (1853-1921), formado en Italia, Uruguay y Buenos Aires. Luego de algunos viajes de formación que le permitieron exponer sus obras en distintos países, se radica en Argentina y forma parte de quienes fundaron la Sociedad Estímulo de Bellas Artes. Fue docente y participó en trabajos del Teatro Colón.

<sup>6</sup> Pintor italiano (1857-1948) que reside en Buenos Aires hacia fines del siglo XIX. Es el autor de los murales de la Catedral Metropolitana, en la que trabajó empleando la técnica del encausto. Fue docente en la Academia de pintura que funda, decorador y ejecutor de algunas iniciativas de la colectividad italiana. Vuelve en 1930 a Italia y se radica en Roma.

<sup>7</sup> El trazado estuvo a cargo del agrimensor Carlos de Chapeaurouge quien parte de la línea de fachada de la Capilla y, por sucesivos paralelismos y sus perpendiculares, configura un trazado a cordel que dibuja el asiento definitivo. Cf. **Expediente de fundación**, letra P 418, 1873 del MINISTERIO DE GOBIERNO.

<sup>8</sup> Si bien la reglamentación exige la demolición de casillas destinadas para habitación, admite la continuidad de la actividad de los barcos. Digesto Municipal de General Pueyrredón, 1887.

<sup>9</sup> Pintor nacido y formado en Barcelona (1867-1944) realizó obra mural y trabajó como retratista e ilustrador en historietas infantiles, postales publicitarias y turísticas. Incursionó en cartelería a través del lenguaje del *Art nouveau* e imprimió obra en litografía. En viaje por América llega a Mar del Plata, lugar donde deja frescos con escenas de la vida de Jesús en el bautisterio de la Catedral.

<sup>10</sup> BARTHES Roland **La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía**, Barcelona, Paidós Comunicación, 1990.

<sup>11</sup> El autor confirma que “los veraneantes formaban en este pueblo una colonia aparte; un círculo de ellos y para ellos”. RODRÍGUEZ Agustín **Jeroma**, Buenos Aires, Editorial Dársena, s/f, p. 230.

<sup>12</sup> *Ibid.* p. 254.

<sup>13</sup> *Ibid.* p.151

<sup>14</sup> De nacionalidad francesa, llega a la Argentina en 1889, siendo nombrado por Carlos Pellegrini, en 1891, como Director de Parques y Paseos de Buenos Aires. La obra en Mar del Plata se desarrolla entre 1903 y 1909.

<sup>15</sup> Artista nacida en Troyes, Francia (1883-1952), es una de las primeras mujeres admitidas por la Academia de Bellas Artes de París. Se casa en 1912 con el pintor Francisco Villar y viven en Buenos Aires, sitio donde desarrolla una importante obra relacionada con vistas urbanas, series históricas argentinas y paisajes de diversas ciudades y asentamientos como los vinculados a Mar del Plata o la Quebrada de Humahuaca. Expuso en varias oportunidades en la Galería Witcomb.

<sup>16</sup> Pintor. Nace en Buenos Aires el 14 de julio de

1894 y muere en la misma ciudad el 26 de diciembre de 1970. Comienza su formación plástica con el maestro Gino Moretti que completará y profundizará posteriormente en viajes de estudio por Europa y Sudamérica. Incorpora el lenguaje de cubistas y abstractos. Sus ilustraciones aparecían en revistas ilustradas como *Plus Ultra*.

<sup>17</sup> **Guía Social de Mar del Plata**, Buenos Aires, Talleres Gráficos, 1930.

<sup>18</sup> Nace en 1890 y muere 1977. Pintor y muralista, se forma con el maestro italiano Alfredo Lázzari y Pío Collivadino. Participa del Salón de los Recusados y es en la Galería Witcomb que realiza su primera exposición individual acontecimiento que más tarde lo llevaría a visitar la ciudad de Mar del Plata.

<sup>19</sup> HURET Jules **En Argentine. De La Plata à la cordillère des Andes**, París, Bibliothèque Charpentière, Eugène Fasquelle, éd., 1913, p. 81

<sup>20</sup> Cf. URBAIN Jean Didier **Sur la plage. Moeurs et coutumes balnéaires**, Paris, Payot & Rivages, 1994, pp. 138-139 y 146.

<sup>21</sup> CORBIN Alain **El territorio del vacío. Occidente y la invención de la playa (1750-1840)**, Barcelona, Mondadori Grijalbo, 1993.

<sup>22</sup> En enero de 1936, la Provincia de Buenos Aires resuelve un Reglamento para baños en las playas de Mar del Plata cuyo art. 7º expresa: Queda terminantemente prohibido el uso de taparrabos dentro o fuera del agua, ni bajarse la malla hasta la cintura, aún con el propósito de tomar baños de sol. Las mallas de baño deberán ser de lana o algodón, de tejido cerrado y que por su confección no ofenda la moral y las buenas costumbres.

<sup>23</sup> Nace en Argentina pero inicia su formación plástica en Italia. Al regresar al país ingresa a la Academia de Bellas Artes donde se forma con Reinaldo Giúdice, Ernesto de la Cárcova y Carlos Ripamonte. Hoy su casa natal es un Museo de Bellas Artes y un Centro Cultural que lleva su nombre.

<sup>24</sup> Pintor argentino nacido en Buenos Aires (1886-1943), estudia en el taller de Decoroso Bonifanti quien lo lleva becado a completar su formación en Italia, en la Real Academia de Turín. Expuso en diversos salones argentinos y efectuó muestras individuales en Buenos Aires, Río de Janeiro, Madrid, Turín, Génova, Roma, Venecia, Munich y París.

<sup>25</sup> Arquitecto y artista plástico de origen noruego, nacido en Cádiz y de formación europea, llega a Buenos Aires y realiza una serie de obras de arquitectura como el palacio para la familia de Mercedes Castellanos de Anchorena, la fachada del Café Tortoni, Casa Cuna, Sociedad hipotecaria belga-americana, entre otras. Fue uno de los fundadores de la Sociedad Central de Arquitectos adscribiendo a la corriente historicista del eclecticismo junto a la obra y teoría del arquitecto francés Garnier.

<sup>26</sup> Un estudio de la obra arquitectónica se encuentra en CRISPIANI Alejandro “**Alejandro Christophersen, el historicismo y la búsqueda**

**da de un estilo nuevo**”, Buenos Aires, **Instituto de Arte Americano e Investigaciones Estéticas**, Nº 36, 1993, p. 11.

#### Bibliografía:

ARRUDA Gilmar, VELÁZQUEZ TORRES David, ZUPPA Graciela, (Orgs.) **Natureza na América Latina: apropiações e representações**, Londrinas, UEL, 2001.

BAL Mieke “El esencialismo visual y el objeto de los Estudios Visuales” en **Revista Estudios Visuales**, Murcia, Nº2, 2004, pp. 11-49.

----- “**Conceptos viajeros en las humanidades**” en **Revista Estudios Visuales**, Murcia, Nº 3, 2006, pp. 28-77.

BALDESARRE María Isabel **Los dueños del arte. Coleccionismo y consumo cultural en Buenos Aires**, Buenos Aires, Edhasa, 2006.

BARTHES Roland **La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía**, Barcelona, Paidós, 1990.

BREA José Luis “**Estética, Historia del Arte, Estudios Visuales en Revista Estudios Visuales**”, Murcia, Nº 3, 2006, pp.8-25.

BUCK-MORSS Susan “**Estudios Visuales e Imaginación Global**” en **Antípoda Revista de Antropología y Arqueología**, Colombia, Universidad de los Andes, Nº 9, 2009, pp. 19-46.

BURKE Peter **Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico**, Barcelona, Crítica, 2005.

BURUCÚA José Emilio (dir.) **Nueva Historia Argentina. Arte, sociedad y política**, Tomos I y II, Buenos Aires, Sudamericana, 1999.

CORBIN Alain **El territorio del vacío. Occidente y la invención de la playa (1750-1840)**, Barcelona, Mondadori Grijalbo Comercial, 1993.

CHARTIER Roger **El mundo como representación. Historia cultural: entre práctica y representación**, Barcelona, Gedisa, 1992.

HURET Jules **En Argentine. De La Plata à la cordillère des Andes**, Paris, Bibliothèque Charpentière, Eugène Fasquelle, éd., 1913

JODELET Denise “**La representación social: fenómenos, concepto y teoría**” en MOSCOVICI Serge (dir.), **Psicología social. Vol. 2, Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales**, Barcelona, Paidós, 1986.

MALOSSETTI COSTA Laura **Los primeros modernos. Arte y sociedad en Buenos Aires a fines del siglo XIX**, Buenos Aires, F.C.E., 2001.

MITCHEL W. J. T. “**Mostrando el ver: una crítica de la cultura visual**” en **Revista Estudios Visuales**, Murcia, Nº 1, 2003, pp. 17-40.

RODRÍGUEZ Agustín **Jeroma (novela de un tiempo marplatense)**, Buenos Aires, Editorial Dársena, s/f.

URBAIN Jean Didier **Sur la plage. Moeurs et coutumes balnéaires**, Paris, Payot & Rivages, 1994.

WECHSLER Diana “**Impacto y matices de una modernidad en los márgenes**” en BURUCÚA José Emilio (dir.), **Nueva Historia Argentina. Arte, sociedad y política...**

ZUPPA Graciela **Prácticas de sociabilidad en un**

**escenario argentino. Mar del Plata 1870-1970**, Mar del Plata, UNMdP, 2004.

----- “**Pintar ciudades, construir representaciones: lecturas de Mar del Plata imaginada**” en **Revista Registros**, Mar del Plata, FAUD UNMdP, Nº3, 2005, pp. 7-19.

----- **Bajo otros soles. Miradas a través de folletos, postales, avisos publicitarios y fotografías. Mar del Plata 1900-1970**, Mar del Plata, EUDEM, 2012.

----- “**Mar del Plata impulsa su crecimiento (1940-1955)**”, en **Revista Registros**, Mar del Plata, FAUD, UNMdP, año 8 (Nº 9), 2012, pp. 8-23.

#### Diarios:

**El Diario**, Nº1, 1908.

#### Revistas:

**Caras y Caretas**, año XXII, nº 1059, 1919; año XXXIX, nº 1425, 1926.

**El Hogar**, nº 649, año XIX, 1922; nº 697 y nº 699, año XIX, 1923.

**Graciela Zuppa**

Licenciada y Magister en Historia

de las Artes Plásticas

(UNMdP)



Ventanas corredizas  
Ventanas de abrir  
Puertas de entrada  
Portones corredizos  
Portones levedizos  
Postigones - celosías  
Lucarnas Guillotinas  
Bow Windows

Av. Pte. Perón (ex Gaona) 2975 CP 1706 HAEDO Bs. As.  
Tel/fax: 4650 - 3894

info@aberturasmisil.com.ar aberturasmisil@speedy.com.ar  
www.aberturasmisil.com.ar

## JUAN A. CASAGRANDE NEGOCIOS INMOBILIARIOS

Las Cabañas 419

Castelar 4450-6175 4621-7406

[casagrandepropiedades@gmail.com](mailto:casagrandepropiedades@gmail.com)



# IMÁGENES DE LA NIÑEZ EN ANTEOJITO Y BILLIKEN Héroes, saberes y blancas palomitas

Laura Vázquez



Si hasta la década del sesenta la pauta dominante de las publicaciones infantiles estaba basada en el "entretenimiento educativo", ya en esos años los medios no solo se plantean como un refuerzo pedagógico sino que se erigen a sí mismos como portadores de conocimiento y formación. A la imagen de una niñez alfabetizada y disciplinada se superpuso la de un lectorado consumidor e integrado a las nuevas tecnologías. Las revistas especializadas actuaron como cajas de resonancia de esas mixturas y desplazamientos e incorporaron a la tradicional cultura escolar, los nuevos rasgos de la cultura masiva.

Sin embargo, si bien las publicaciones sumaron a los medios, lo hicieron bajo la premisa de conservar el programa romántico de la vieja escuela. A partir de entonces a los niños lectores no solo se los educó para ser buenos alumnos sino para "saber elegir" como consumidores. Ambas publicaciones adoptaron un programa complejo e híbrido en el que interactuaron publicidades y productos didácticos al mismo tiempo que ingresaron a las aulas imágenes y representaciones fundadas en valores institucionales y nacionalistas. Finalmente, el saber y la letra, siguieron ocupando su lugar, pero lo hicieron bajo nuevas formas y estrategias.

Algunos datos claves para el análisis: Billiken fue creada por el editor y escritor Constancio C. Vigil y publicada por editorial Atlántida. Salió al mercado el 17 de noviembre de 1919 y discontinuó su publicación el 12 de marzo de 2010. Portadora del *slogan* "la revista de los niños" fue el primer magazine moderno argentino concebido especialmente para la infancia. Desde sus páginas explotó los recursos modernos de la industria gráfica y tipográfica para ponerlos al servicio de una educación legitimista y tradicionalista.

A través de sus portadas, secciones y semblanzas, apostó a la formación moral dando un lugar preponderante a la liturgia patriótica. Colaboró con las instituciones dominantes en la construcción de símbolos y valores y los difundió a través de sus ilustraciones y textos. En este sentido, la simbología nacional ocupó el centro de sus relato gráfico: figuritas y troquelados, historietas, láminas y dibujos para recortar, formaron parte de una propuesta integral en donde la Escuela, la Patria y la Familia fueron ponderadas positivamente: "un buen alumno, es un buen hijo y un buen hijo, un buen argentino".

Siguiendo el modelo del magazine ilustrado, buscó brindar capital cultural a su amplio lectorado: padres, maestros y niños fueron educados a partir de un arte de utilidad funcional y de lecciones impartidas bajo el concepto enciclopédico de los manuales escolares. Las leyendas explicativas acompañaron los dibujos realistas de próceres, paisajes, animales, composiciones históricas, escenas familiares o retratos urbanos. Las ciencias, las artes, la geografía, la historia pero también el "conocimiento general y práctico" fueron ilustrados para complementar saberes y lecciones. De esta forma, los dibujos de los historietistas e ilustradores reproducidos industrialmente resultaron una valiosa herramienta pedagógica antes que un recurso estético en sí mismo.

Billiken, surgió con el auge de la escuela primaria obligatoria, laica y gratuita y mantuvo durante décadas un discurso ligado a la tradición normalista de los textos educativos y al saber percibido como vía de ascenso social. En el contexto de un programa político más amplio, el buen estudiante fue asociado al buen ciudadano y desde ese lugar la revista colaboró a la formación de un sujeto social normalizado. Constituyó un material de consulta permanente y se afirmó como un producto cultural de divulgación, formación y entretenimiento. La publicación fue una fiel auxiliadora del programa estatal que buscó incorporar a los hijos de inmigrantes a la educación primaria obligatoria (ley 1420) y tuvo como meta central la nivelación de sus lectores bajo las premisas de una Nación pujante, moderna y promisorio.

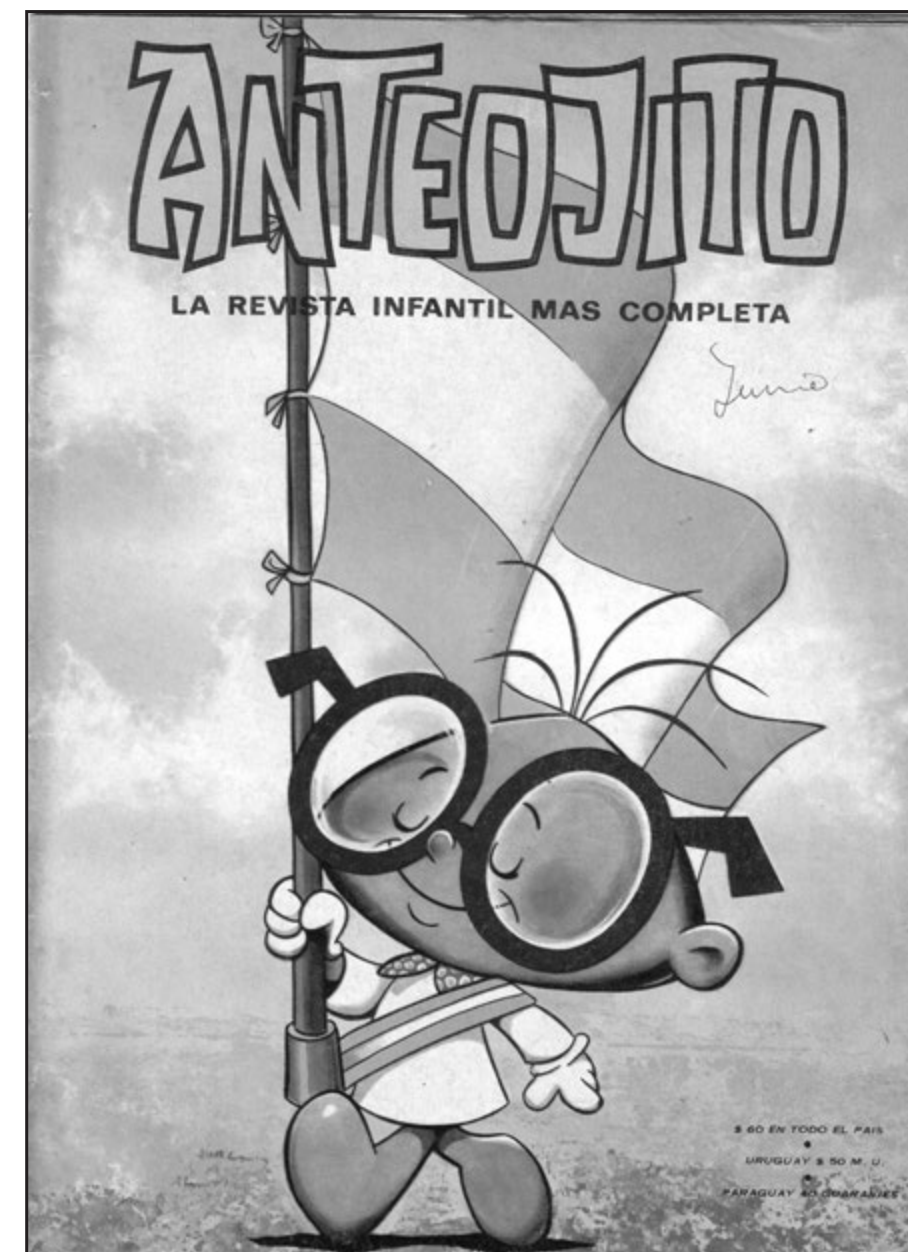
Desde sus tapas se configuraron estampas fuertemente programáticas, atractivas y de sencilla decodificación. Los dibujos reprodujeron un discurso y mirada sobre la infancia ligado al sistema que propagaban pero también expresaron una cultura gráfica de época que da cuenta de estilos, estéticas y métodos de trabajo. De allí que si durante una primera etapa, la portada de la revista quedó asociada a las reconocidas ilustraciones de Lino Palacio de notorio perfil satírico y costumbrista, a partir de los sesenta, se hizo presente el trazo realista de otros dibujantes y portadistas de trayectoria como Alberto Breccia, José Luis Salinas o Dante Quinterno. A partir de entonces, las situaciones costumbristas y el dibujo humorístico, cede frente a la "tapa seria" y al comentario editorial: héroes de Mayo, vidas ilustres y épicas





nacionalistas fueron retratados con un propósito prescriptivo y aleccionador. Por su parte, la táctica comercial fue que "hacer la tarea" y buscar el material de la investigación escolar ya no debía ser una carga tan difícil: maquetas, sentencias, figuritas, láminas y moldes estaban al alcance del quiosco para auxiliar a los alumnos y a sus maestras. Como baluartes del éxito y la felicidad, una serie de tópicos basados en la "vida decente" fundamentaron su programa editorial. Bajo

el paraguas del paternalismo pedagógico, se articuló una concepción moral y disciplinaria en donde el recurso gráfico quedó, casi siempre, al servicio de la palabra. Para Billiken, el hogar debe aprender de la escuela y la escuela del hogar. En un continuum sin desplazamientos ni grietas, revista e instituciones formaron parte de una misma agenda de intereses y sistema de expectativas. Asimismo, son frecuentes las semblanzas e ilustraciones que retratan la vida de los



"hombres de bien". Las conductas ejemplares son planteadas en términos de modelo a seguir, pero nunca de excepcionalidad. Así, los personajes ilustres, genios e inventores, fueron representados como prototipos del héroe verosímil. La trayectoria de estos hombres "de carne y hueso" fue clave para interpelar a sus jóvenes lectores y convencerlos de la obligación moral de ser inteligentes. El conocimiento es presentado como un saber deseable pero también como un "deber ser" necesario y consecuente. Eso sí y

aunque se aliente a los niños a soñar en su futuro, las ambiciones son bienvenidas, siempre y cuando, "se tengan los pies sobre la tierra". Los *self-made men* son expuestos como aventureros arriesgados al mismo tiempo que humanitarios y modestos. El perfil biográfico de Franklin, Beethoven, Napoleón, Edison o Belgrano comparte rasgos en común: son relatos atractivos basados en una retórica clisé de fórmulas estereotipadas y familiares.<sup>1</sup> En las semblan-



zas se destacan los rasgos de una conducta irreproachable digna de recompensa: se levantan temprano, son prolijos y aseados, estudiosos y metódicos. En este sentido, se establece una relación directa entre el ordenamiento del tiempo, la disciplina y el progreso. Seguir las buenas conductas tiene su premio y aunque los pequeños lectores no alcancen vidas conspicuas, al menos, pueden fantasear con ellas.

A mediados de los sesenta y tras la llegada de Anteojoito al mercado, Billiken introdujo a los medios como referencia aunque persistió el saber tradicional y fuertemente pedagógico. Una variante retórica y visual significativa es que frente a la competencia, se incluyeron materiales de entretenimiento, suplementos especiales, láminas para recortar y recursos didácticos para mantener la hegemonía del mercado. Otro cambio que da cuenta de las estrategias comerciales implementadas es la aparición en 1968 de la historieta "Las aventuras de Billikín".

Dibujada por Carlos Garaycochea, la serie buscó corporizar en una imagen la figura de Billiken. Si hasta entonces, en la revista sólo se observaban representaciones de niños anónimos sin referencia alguna al medio gráfico, con la llegada de Anteojoito (niño personaje asociado al cuerpo y título de la publicación), Billiken materializa en una historieta un sujeto enunciador bajo la forma de un personaje e interlocutor efectivo para los niños. Si hasta entonces el lema fue "De Atlántida para vos", a partir de esta etapa, se buscará establecer una mayor cercanía entre "los que hacen la revista" y sus consumidores.

Sin embargo, ni el *aggiornamento* estético ni las estrategias comerciales alteraron, de manera sustancial, la construcción enunciativa de Billiken: la casita de Tucumán, el pesebre navideño y las batallas patrias siguieron ocupando el centro de su relato. La reestructuración de las secciones, el mayor dinamismo gráfico y la actualización estética de sus contenidos no opacó ni desplazó las relaciones de poder predominantes en el discurso de la revista. A diferencia de Anteojoito, en donde el saber y control está en las manos del personaje central, Billiken mantuvo las relaciones asimétricas y jerárquicas de las duplas profesor-alumno y padres-hijos.

Creada por Manuel García Ferré y editada por Julio Korn, la revista Anteojoito comenzó a editarse el 8 de octubre de 1964 hasta

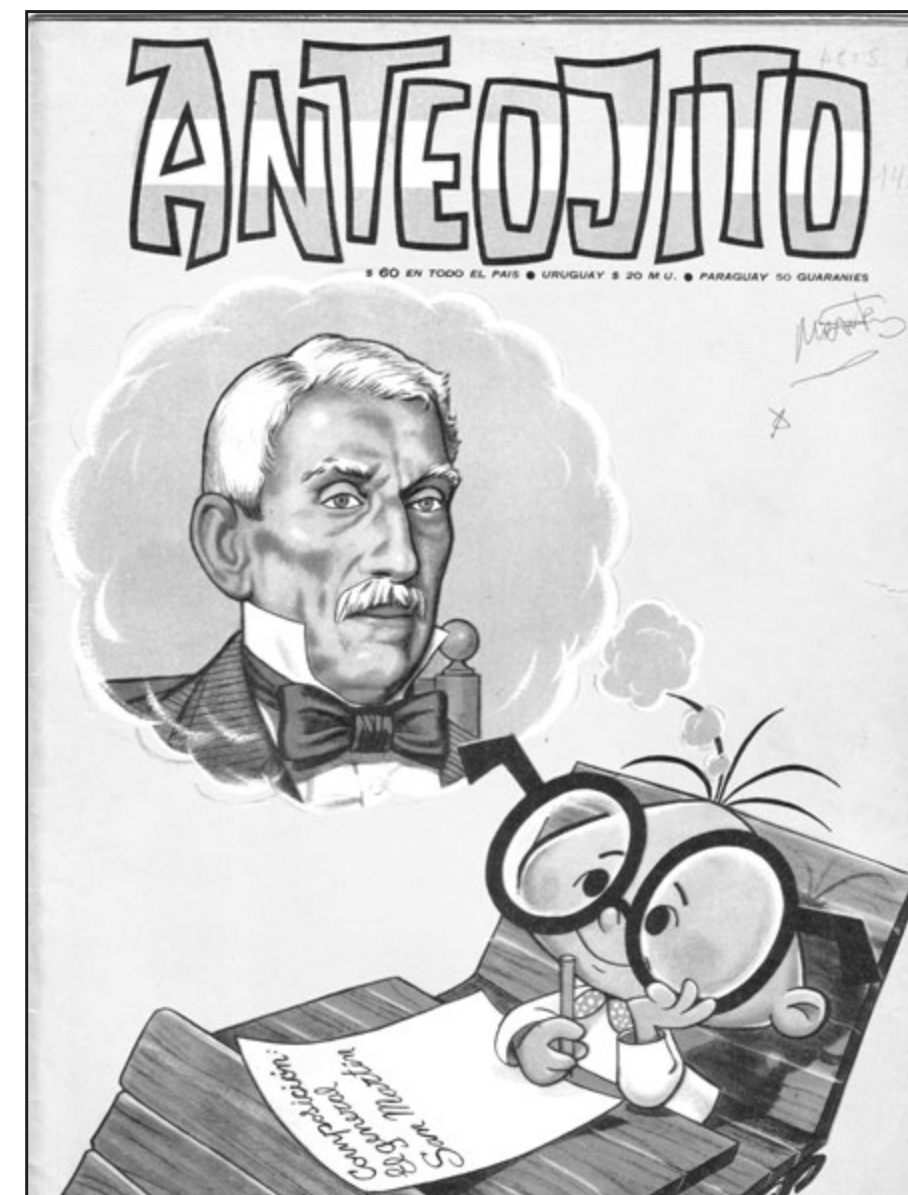
discontinuar su circulación el 28 de diciembre de 2001. Durante sus 37 años de aparición en los quioscos sostuvo un discurso sobre el niño lector escolarizado basado en la moral, el civismo y las "sanas costumbres". Aunque la cultura del consumo ocupa el centro de su oferta, la sacralidad de la cultura letrada permaneció vigente en el horizonte de expectativas de sus ávidos lectores.

Sus años de apogeo en las ventas, fueron los de la dictadura militar, etapa en la que los personajes de la revista desembarcaron en distintos canales de la pantalla televisiva. En este caso, el "mundo gráfico", audiovisual y publicitario operó por sinergia y traslación: cuando un personaje alcanza fama entre sus lectores o televidentes, accede a su propia revista o a su propio programa.<sup>2</sup> El hecho que la oferta mediática de Ferré se haya consolidado a mediados de los setenta no es un dato menor: durante esos años se erige como el "empresario de los dibujos animados" y como referente de la historieta nacional.

En este sentido, cabe resaltar que el popular personaje, fue el resultado de una campaña publicitaria y de los cortos televisivos transmitidos por Canal 9 a principios de la década del sesenta.<sup>3</sup> El éxito en la pantalla se trasladó a las emblemáticas portadas de Anteojoito, un niño de ocho años, de lentes oscuros y superlativos dibujado por el mismo García Ferré. Acompañado por tu tío Antifaz (sin padre ni madre, siguiendo el clásico esquema de Walt Disney), el pequeño huérfano contaba con un espacio de pertenencia compuesto por personajes de rasgos binarios y casi siempre, masculinos.

Residente en Villa Trompeta, en donde todos se conocen y el orden solo es perturbado cuando aparecen "los malos", Anteojoito forma parte de una galería de personajes comunes y recíprocos. Así, los protagonistas de una serie pueden ser los actores secundarios en otra y a medida que "crecen" entre su público cobran protagonismo en las aventuras y relatos. Al mismo tiempo, cada vez que una creación adquiere notoriedad es explotada comercialmente en los distintos rubros del mercado: desde discos hasta jabones, muñecos y golosinas, todo se transforma y recicla desde la lógica de la productora.

En contraposición a Billiken que se circunscribe al papel, Anteojoito se establece como un personaje tridimensional. El protagonista "cobra vida" y va a la escuela (al igual que el niño lector) pero a diferencia de este, sabe



más que los adultos y los maestros. Es portador de conocimiento y autoridad y encarna los atributos de un superhéroe intelectual. Lógicamente, "los anteojoitos lectores" deben aprender de él y seguir sus pasos como atentos discípulos y admiradores.

La revista interpelló directamente a los niños como clientes, alumnos y consumidores. Los textos, para que no queden dudas, reafirmaron el mensaje central de esta gráfica publicitaria y comercial. La intencionalidad autorreferencial y propagandística se torna evidente en cada nueva edición: Anteojoito,

como personaje y como destinatario, es es el mejor alumno, el mejor hijo y, desde luego, el mejor lector, porque consume Anteojoito.

Anteojoito contó con numerosos cortos animados, programas de televisión, discos y hasta su propio largometraje. Los espacios audiovisuales fueron planteados de manera complementaria y subsidiaria de la publicación. En tanto "recreos para los Anteojoitos", fueron un recodo de entretenimiento que exigía volver a la revista, como principal fuente de referencia. De esta forma, se deja sentada una posición editorial: los lectores pueden tener su tiempo de distracción, pero



la “verdadera” educación y aprendizaje se obtiene en la “pantalla gráfica”.

El hecho que la revista auspicié desde sus secciones fijas y la gráfica publicitaria, otros productos de la empresa, da cuenta de un modo de producción que excede ampliamente el circuito editorial: discos, programas, películas y un variado, formaron parte de su oferta compleja y segmentada. En este sentido, la productora planteó una continuidad de mercado entre gráfica y medios audiovisuales para interpelar a los consumidores desde distintas zonas de la industria cultural. A diferencia de otros editores que tras los años de oro (décadas del cuarenta y cincuenta) de la historieta tuvieron que discontinuar sus publicaciones, García Ferré transformó y diversificó su producción para alcanzar públicos más amplios.

Alejarse de la ostentación y el ocio, fue el consejo que impartió entre aquellos que querían conquistar una profesión y consagrarse como dibujantes o animadores. Desde su visión, con sacrificio y trabajo se llegaba al objetivo. El talento era cuestión de aprendizaje y el éxito resultado de la buena copia antes que de la originalidad y el trabajo autoral. Desde esta perspectiva, perfeccionó el método enseñanza-aprendizaje, entre maestros y discípulos característico de la industria historietística<sup>4</sup> y llevó la fórmula a su esplendor al realizar una verdadera “cruzada” de formación didáctica.

Fundador de una escuela con método propio, a través de cuadernos didácticos, y explicativos, instruyó a dibujantes e ilustradores para copiar su estilo gráfico: formar parte de la productora implicaba ceder la firma, además de la propiedad intelectual de los dibujos. Siguiendo el método de estandarización creativa de los Estudios Disney, la productora amplió su oferta en un contexto de conformación de grandes grupos empresariales con intereses diversificados y de acuerdo a la lógica dominante de los medios de comunicación de masas.

Promotor de buenas virtudes, se dirigió de manera estratégica a lo que entendía como el segmento más importante y sensible del mercado: a los niños, y lo hizo a partir de su concepción de “almas puras” e “incontaminadas”. A dos aguas entre las propuestas de la modernización y los patrones conservadores de una moral binaria, en el “mundo” gráfico, cinematográfico y televisivo del empresario se vislumbran las fisuras de un modelo contradictorio marcado por la

imbricación entre innovación y continuidad, cambio del orden establecido e incertidumbre sobre el sentido de ese progreso.

Su ideario fue, a la vez, reformador y tradicionalista. Introdujo variantes a las formas clásicas del cuento popular siguiendo un esquema repetitivo de temas y motivos. En este sentido, las acciones de sus cíclicos personajes pusieron de manifiesto un modelo en donde la correcta o mala conducta provoca, según el caso, el éxito o la desgracia. Las matrices son conocidas: el comportamiento del héroe siempre debe ser positivo para que el bien triunfe sobre el mal y la felicidad está garantizada si se sigue un conjunto de normas y fijadas de antemano.

### A modo de conclusión

Como vimos, mientras que Billiken puso el acento en el Estado como baluarte normativo e integrador, Antejito encontró en el Mercado las posibilidades de su desarrollo mediático y expansivo. Las dos propuestas adoptaron estrategias comerciales muy distintas y plantearon un contrato de lectura específico para interpelar a sus jóvenes lectores. Podría decirse que Billiken fue el emblema de la revista para niños destinada a fomentar la tradición normalista y la revista de García Ferré, por su disposición gráfica y textual, la que mejor aprovechó el lenguaje televisivo.

Mientras que el eje de la producción de García Ferré esta puesto en la tensión saber/cultura de masas, en Billiken, la ecuación se resuelve mediante la dupla saber/escuela. Y si en la primera, el espacio predilecto es el del aula y sus pupitres, la imagen dominante de la segunda, es el tubo de rayos catódicos. A pesar de estas diferencias, bajo las capas del mundo “colorido y tridimensional” de Antejito, el consumo y el divertimento siempre remiten a la familia, al saber y a las instituciones. La cultura letrada, el altruismo y el disciplinamiento siguieron siendo los valores centrales durante la etapa de apogeo de los medios y la construcción de la cultura del consumo.

El concepto de infancia planteado por ambas revistas combinó su propósito didáctico basado en valores morales, prescriptivos y nacionalistas con una retórica lúdica que apeló al entretenimiento y al ocio. En tanto materiales de “apoyo escolar”, ambas presentaron el juego y el aprendizaje como opciones integradas y posibles. Fueron artefactos culturales y visuales que configu-

raron un modo de representación de la niñez asociada, indistintamente, a la escuela y al mercado. Finalmente, se posicionaron como productos competitivos y exitosos en su dimensión didáctica, lúdica y publicitaria. Muy lejos de la duda, el juicio crítico y el saber relativo y provisional, predicaron un modelo de saber y proveyeron una imagen de infancia que aún perdura en nuestro imaginario.

### Bibliografía:

FINOCCHIO Silvia *La escuela en la historia argentina*, Buenos Aires, Edhasa, 2009.  
SARLO Beatriz *La imaginación técnica. Sueños modernos de la cultura argentina*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1992.  
SZIR Sandra *Infancia y Cultura Visual*, Madrid, Miño y Davila, 2007.  
VARELA Mirta *Los hombres ilustres del Billiken*, Buenos Aires, Colihue, 1994.  
VAZQUEZ Laura *El oficio de las viñetas. La industria de la historieta argentina*, Buenos Aires, Paidós, 2010.

### Notas:

<sup>1</sup> La infancia de los hombres ilustres fue una sección fija durante el primer año de Billiken y se siguió publicando irregularmente durante décadas. Para una lectura clave sobre el tema, ver

VARELA Mirta *Los hombres ilustres del Billiken*, Buenos Aires, Colihue, 1994.

<sup>2</sup> Por ejemplo, Antifaz comienza publicarse como revista en el año 1968; el primo de Antejito, Hijitus, alcanza su propia publicación como historieta semanal en 1969 bajo el título “Las aventuras de Hijitus”. Lo mismo sucede con otros personajes que tuvieron ciclos televisivos y sus propias películas: Calculín, Petete, Larguirucho, Chifuleta, El dragoncito Chipi, El Patriarca de los Pájaros y Trapito entre otros personajes de la extensa galería de García Ferré.

<sup>3</sup> “El Club de Antejito y Antifaz” ocupó el segmento de los sábados a las 11 (en horario central familiar) y el ciclo estuvo a cargo de figuras y actores reconocidos por el público. De sus inicios televisivos, cabe resaltar que junto a este segmento, y a partir del año 68 se comenzó a emitir por la pantalla de Canal 13, “El Club de Hijitus”, los domingos de 11 a 12.30 horas.

<sup>4</sup> He trabajado las características del oficio del historietista y el vínculo entre aprendices y maestros consagrados en VAZQUEZ Laura *El oficio de las viñetas. La industria de la historieta argentina*, Buenos Aires, Paidós, 2010.

Laura Vazquez  
(CONICET-UBA-UNM)

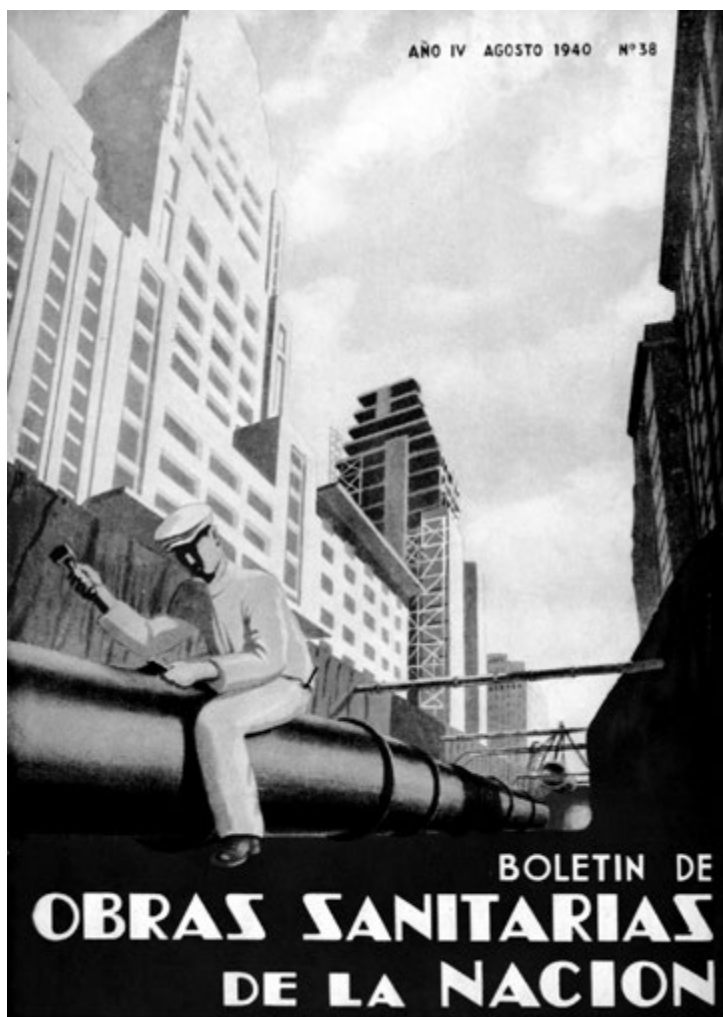
## Aclaración sobre “El primer y último menemista del conurbano. Juan Carlos Rousselot”, *Revista de Historia Bonaerense* N° 42

En el artículo “El primer y último menemista del conurbano. Juan Carlos Rousselot” de la *Revista de Historia Bonaerense* N° 42 (2013), se manifiesta que Rousselot acompañado por Carlos Sánchez Toranzo, Rojas Molina, Zamora, Passerini y Binstock, entre otros, ganaron la interna del peronismo en abril de 1987. La fuente que respaldó dicha afirmación es del periódico *El Cóndor*, en una nota del 23 de abril de 1987: “Rousselot: un Peronismo con ideas para reconstruir el Municipio”. Sin embargo, la información es errónea ya que Passerini y Binstock formaban parte de la lista de la Renovación Peronista, opositora en la interna partidaria a la del rousselotismo, y habían militado en la izquierda peronista durante los años setenta. Al ganar la intendencia en 1987, acompañaron a Rousselot por pedido expreso de Antonio Cafiero que buscaba mantener unido al peronismo local. Los dos formaron parte del gobierno de Rousselot tan sólo por un mes, debido a que sus convicciones y el creciente nivel de corrupción y violencia, los llevó a renunciar a sus cargos. Más tarde y aún sufriendo persecuciones, mantuvieron su militancia opositora dentro del peronismo junto a Descalzo, Ventorino, Insaurralde, Taylor, etc.

Mariela Rametta  
Lucas Georgieff  
Investigadores del Instituto y  
Archivo Histórico de Morón



# LOS DIBUJANTES DE OBRAS SANITARIAS DE LA NACIÓN



Jorge D. Tartarini

En trabajos anteriores nos hemos referido a la rica historia de Obras Sanitarias de la Nación, la primera empresa estatal de saneamiento, creada en 1912. Y en ellos destacamos aspectos vinculados a las razones que hicieron de esta institución una de las más importantes de Latinoamérica hacia 1950.<sup>1</sup> Nos detuvimos, particularmente, en la trama humana y profesional que hizo posible tales logros y sobre todo en el orgullo, sentido de pertenencia y arraigado espíritu de cuerpo que caracterizaba a sus

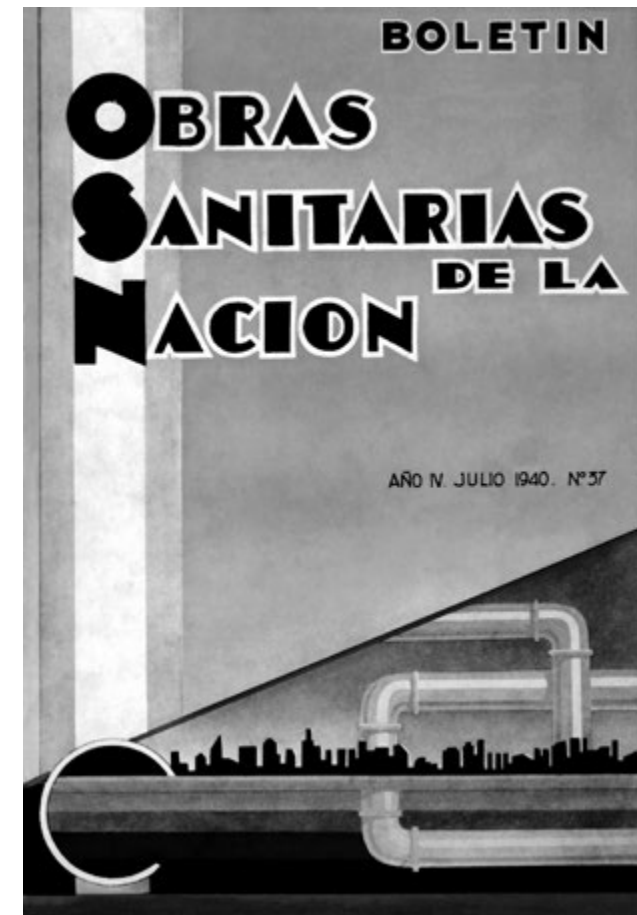
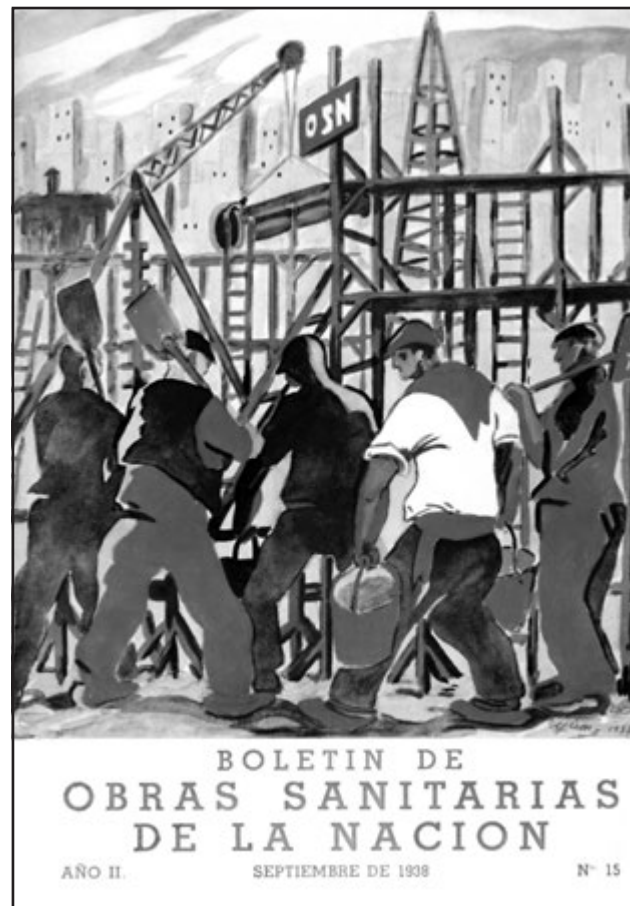
integrantes. Factores como continuidad de gestión y una cultura profesional sólida en sus proyectos y realizaciones, contribuyeron sin dudas a cimentar un espiral de crecimiento, que tuvo manifestación tangible en las fenomenales obras de infraestructura que hoy podemos ver en todo el país. Puentes, diques y embalses, plantas de potabilización, grandes depósitos, y miles de kilómetros de redes de abastecimiento de pueblos y ciudades, son prueba de ello. Puntualizamos entonces que, aunque creada

en 1912, la mayoría de quienes integraron aquella empresa autárquica de saneamiento, venían trabajando en las instituciones públicas que la precedieron desde fines del siglo XIX. No resulta casual que en 1934, cuando Obras Sanitarias de la Nación realizó una muestra retrospectiva sobre su historia, se refiriera a sus primeros "60 años de vida". En efecto, existía en sus miembros una noción clara de que su historia había comenzado mucho antes, hacia 1874, con la inauguración de las obras de la Planta Recoleta, del Plan Bateman. Y tal continuidad y estabilidad no sólo favorecieron la coherencia de conducción, sino la formación de sus cuadros técnicos y profesionales. Y de especial modo, una cultura empresarial que priorizaba la jerarquización de la ingeniería sanitaria, así como el respaldo a la formación técnico laboral previa, a la especialización y a la constante superación de su gente. En suma: saber, aptitud y compromiso se conjugaron con acierto para dar sólida armadura y firme sustento a sus realizaciones. Concreciones que fueron registradas en documentos escritos, gráficos y fotográficos, por la propia institución y dependencias del entonces Ministerio de Obras Públicas, y que hoy se encuentran en repositorios como el Archivo General de la Nación, el Centro de

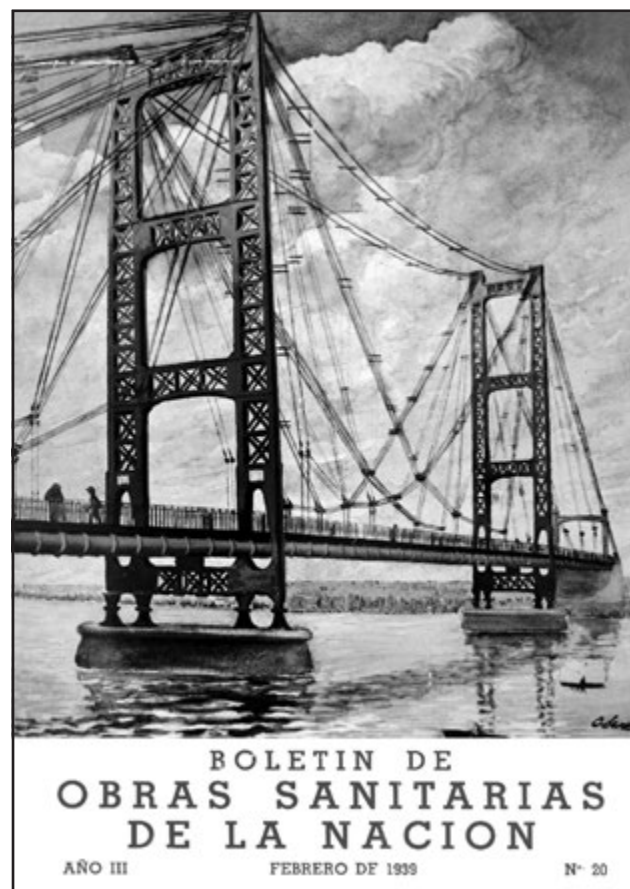
Documentación e Información de la Arquitectura Pública, el Archivo de Planos Históricos y la Biblioteca de Ingeniería Sanitaria que posee Agua y Saneamientos Argentinos en el Palacio de las Aguas Corrientes, entre otros. Dentro de las expresiones que conforman ese valioso acervo, nos referiremos a la iconografía plasmada por los dibujantes de Obras Sanitarias de la Nación en las tapas del Boletín de esta institución, en sus campañas de concientización y en publicaciones del Gobierno Nacional, durante la Presidencia de Juan D. Perón (1946-1955). El primer número del **Boletín de Obras Sanitarias de la Nación** apareció en julio de 1937. Esta revista reunía información científica y técnica preparada por reconocidas figuras de la ingeniería sanitaria nacional, y tenía difusión local e internacional, ámbito en donde no faltaban elogios a la calidad de sus artículos y a las obras de saneamiento realizadas por la empresa en ella difundidos. Además, se ponían de relieve aspectos de la vida interna de la institución, con sus actividades culturales, sociales y deportivas. Pero el aspecto que deseamos enfatizar aquí es la participación, a través de concursos entre su personal, de dibujantes en la elaboración de las tapas o "carátulas"







Afiche publicitando sobre el uso racional del agua realizado por OSN (La Nación Argentina. Justa, Libre y Soberana. Buenos Aires. 1950)

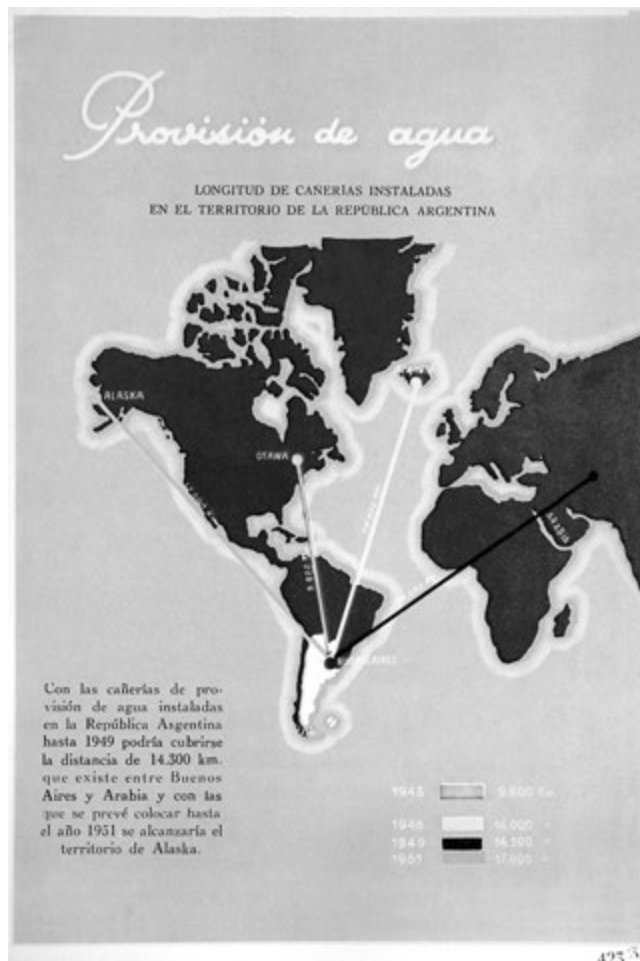


Dibujo para el concurso organizado por OSN entre su personal sobre "Cómo se obtiene el agua en Buenos Aires y en el interior", realizado por Daniel A. Pretile, 1947 (Boletín de OSN, N° 119).



Primer Premio del concurso de dibujos organizado por OSN entre su personal sobre el uso racional del agua, realizado por Carlos E. F. Saunier, 1946 (Revista de la Administración Nacional del Agua N° 106).





Logros de la acción de gobierno en materia de saneamiento, graficados por los dibujantes de OSN para la publicación: *La Nación Argentina. Justa, Libre y Soberana*. Buenos Aires. 1950.

de la revista. Prácticamente la mayoría de las tapas aparecidas durante los treinta y seis años de vida de la publicación, fueron realizadas por ellos.

La selección de las imágenes que acompañamos ayuda a apreciar esta labor, y también ver su enlace con las principales tendencias estéticas que predominaban entonces. Un contexto donde afloraban sentimientos profundos por la difusión de una conciencia nacional con valores propios, expresados en la voluntad y convicción de un organismo estatal preocupado por difundir y demostrar su eficiencia, su poder y su capacidad de ejecución.

Si bien la modalidad del concurso premiaba el mérito individual, la producción de estas piezas gráficas no debe leerse como un fenómeno aislado dentro de la institución. Existían en ella equipos de dibujantes que tenían a su cargo las presentaciones de Obras Sanitarias en *stands* y exposiciones, con un manejo técnico y conocimiento acabado de los contenidos que se deseaban

expresar. Esta capacidad publicitaria, y la aptitud para transmitir didácticamente se vislumbra con claridad en la actividad desplegada por los dibujantes no sólo de puertas hacia adentro, sino para difundir la acción de gobierno, como fueron las ilustraciones realizadas para el Plan Quinquenal del Ministerio de Obras Públicas de la Nación y el Plan de Gobierno, como puede verse en la publicación "La Nación Argentina. Justa, Libre y Soberana" (1950).

Estos y otros valiosos testimonios constituyen verdaderas estampas e íconos de su época, que condensan un formidable estilo gráfico, en parte ya acuñado por dibujantes y caricaturistas de los años treinta.

Otro vehículo de expresión fueron las campañas gráficas de concientización para un mejor uso del agua, para conocer el proceso de captación y potabilización del agua, así como campañas de seguridad en el trabajo. Casi siempre eran resultado de concursos internos, expresión de la voluntad de esta institución de fomentar la iniciativa y

el compromiso de su gente, a la vez que utilizarlos como vehículo de participación y superación.

Desde luego, la intención del presente trabajo no ha sido abordar en profundidad el análisis de una producción gráfica que cubre varias décadas. Analizarla tanto desde el terreno de las artes visuales, como de su relación con los distintos gobiernos, sin el necesario rigor metodológico e instrumental, sería caer en las caracterizaciones más difundidas de estos temas, y eludir su naturaleza fluctuante y compleja, analizada por diversos autores.<sup>2</sup>

Sólo hemos procurado llamar la atención sobre un conjunto de testimonios gráficos, que son parte importante del patrimonio documental de las obras de salubridad. Apenas una parte del legado cultural de Obras Sanitarias de la Nación, que en los últimos años se procura preservar. Así lo acreditan declaratorias como la de Bien de Interés Histórico Nacional del Archivo Histórico de Planos de AySA (2012) o bien, en el campo edilicio, la de Monumentos

Históricos Nacionales a la Planta Elevadora de Wilde (2013) y a la magnífica Torre Tanque de estilo neogótico de Mar del Plata (2013).

Un cambio de actitud y valoración indispensable respecto a una temática y a una parte de nuestra historia, que permite ir salvando ausencias temáticas, cronológicas y geográficas dentro del vasto conjunto de expresiones que hoy conforman el patrimonio sanitario nacional.

#### Notas:

<sup>1</sup> TARTARINI Jorge D. (Coord.) **Obras Sanitarias de la Nación, 1912-1950. Origen y apogeo de la primera empresa estatal de saneamiento**, Buenos Aires, AySA, 2007.

<sup>2</sup> Véase: GENÉ Marcela **Un mundo feliz. Imágenes de los trabajadores en el primer peronismo, 1946-1955**, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2005.

**Jorge D. Tartarini**

Director del Museo del Agua y de la Historia Sanitaria de AySA, Vicepresidente 2do. de la Comisión Nacional de Museos, Monumentos y Lugares Históricos.

**LIBRERIA GUTENBERG**  
desde 1927 en Morón

**PAPELERÍA COMERCIAL  
ESCOLAR - TÉCNICA  
TARJETAS PERSONALES  
SELLOS - PLASTIFICADOS  
RECARGA DE CARTUCHOS  
COPIADO LIBRO COMERCIALES  
ATENCIÓN A EMPRESAS Y  
ENTIDADES EDUCATIVAS  
ENTREGAS A DOMICILIO**

Casa central:  
Alte. Brown 750 (1708) Morón  
Tel. 4489-5567



# LAS MIL CARAS DE LOMBROSO EN ARGENTINA

## Fotografía, “estigmas” físicos y condena social desde los libros de historias clínicas de la colonia nacional de alienados de Open Door, 1901-1930

Dedier Marquiegui



*Colonia Nacional de Alienados. Internos caminando entre los pabellones*

Hombre de complexión robusta, su macizo rostro no alcanzaba a disimular las manifestaciones de una asimetría craneal, no tan visible, pero que los registros que lo describen sin dudas señalan. La tez blanca, la mirada fija en el lente pero no de manera amenazante; el pelo ralo, como primer signo de su paso por la Colonia de Alienados. Los extremos de su boca, con

bigotes, se prolongaban hacia abajo, en un rictus de amargura no disimulada. Su figura contrasta con la de aquel otro, como él, inmigrante, bajo y enjuto, de cara alargada, sus orejas puntiagudas enmarcan un rostro en que destaca una nariz prominente, flanqueada por ojos con signos de estrabismo. Dos retratos diferentes, de personas diferentes, pero que

comparten, además de su condición de extranjeros, el involuntario privilegio de ser parte de la vasta galería de representaciones fotográficas a través de las cuales el asilo, y los profesionales médicos que lo integran, dan a conocer las imágenes de una clase de “locura” reconocible en ellas, que exhibieron desde los Libros de Historias Clínicas de internos, mas no sólo desde ellos, como una forma de legitimar su ejercicio profesional hacia adentro y hacia afuera de la entidad donde se producen. Al mismo tiempo que otras series de fotografías, no individuales sino colectivas, dan a conocer otras dimensiones de esa misma realidad, reflejando los alcances de la empresa o las virtudes terapéuticas de su método. Es nuestra intención, en las líneas que siguen, tratar de decodificar los significados múltiples implícitos en esas diferentes imágenes, estableciendo las correlaciones que las vinculan con los problemas de época y las inspiraciones intelectuales que están detrás de ellas, en la medida que todas son contenedoras de un horizonte de sentido a través del cual se revelan intencionalidades no siempre reconocibles a primera vista.

### Cesare Lombroso: entre locos y delincuentes

Por una de esas paradojas de la historia, a fines del siglo XIX, en el momento culmen del proceso de democratización de la imagen, cuando al oneroso daguerrotipo –una copia única sobre soporte metálico encriptado en cristal y por lo tanto solo accesible a las clases pudientes–<sup>1</sup> sucedió el sistema de impresión papel negativo-positivo, que suponía el inicio de las reproducciones en serie, con el mismo trabajo pero a menor costo, y al tiempo que estas condiciones permitían el despliegue de una producción y una esfera de consumos fotográficos ampliada, esas mismas bases materiales sirvieron para otros usos, como los vinculados al ejercicio de prácticas de control social por el Estado.<sup>2</sup>

En realidad, debería recordarse, esta situación no era nueva pues, desde fines del siglo XVIII, frenología, craneología y fisiognomía buscaban en diferentes partes del cuerpo, y particularmente en la cabeza, los signos externos de rasgos psíquicos y morales que delataran la presencia de

delincuentes. Aunque será recién pasada la mitad de la centuria siguiente cuando, con Cesare Lombroso, la criminología alcance el estatus de ciencia. Por entonces el médico italiano, influido por las ideas darwinianas, propuso una técnica de reconocimiento basada en el hallazgo de repetidas características morfológicas craneales o faciales que le permitieron encontrar lo que él llamó “el problema de la naturaleza del criminal”. Su teoría, que se le reveló en 1870 “como un destello de inspiración” al observar el cráneo de un criminal muerto, tenía la ventaja de desligarse de la complejidad de las aproximaciones clásicas, que consideraban el delito como una definición jurídica, abstracta, desconectada de quien lo protagonizaba afirmando el libre albedrío de unas personas, por lo tanto punibles si transgredían las leyes. Mientras que para el positivismo criminológico lombrosiano se trataba de un hecho real, empírico, observable, que se encarnaba en la figura del “delincuente nato”. Un ser atávico, primitivo, condicionados por factores hereditarios. No hay delitos si no delincuentes. Y eso los pone bajo la lupa de quien los vigila pues, en su concepto, “la conducta del hombre se halla sometida a la ley de la causalidad –como los demás fenómenos naturales– y determinada por un complejo de procesos físicos y sociales”. Esos procesos, se encuentran grabados en precisos rasgos fisonómicos pasibles de ser inventariados, pero asimismo divisibles en una variedad de subtipos criminales definidos por estigmas físicos.

Por eso, los elementos componentes de ese retrato –el del “delincuente nato”– se desgranar en una serie de reconocibles características, propias de un hombre atávico, una regresión a estadios primitivos de la humanidad; un “salto atrás hereditario”, que puede descubrirse en una frente baja y huidiza, o muy expandida, un gran desarrollo de los arcos superciliares y de los pómulos, las orejas en asa, tubérculo de gran pilosidad y otras asimetrías craneales. Pero además a esos estigmas físicos, somáticos, agregó otros de naturaleza social y moral, funcionales, como su analgesia (insensibilidad al dolor), agudeza visual, agilidad, insensibilidad afectiva, falta de remordimiento, cinismo, impulsivi-



dad, crueldad, ociosidad y reincidencia. A partir de él, se podría agregar, derivó otras subespecies como el “delincuente moral”, verdadero idiota incapaz de comprender o interiorizar normas de convivencia, corpulento, analgésico, alcohólico, precoz y desviado sexual, con marcada incapacidad para la vida en familia y perversión afectiva. Al igual que el “delincuente nato”, el moral suele serlo desde la infancia o pubertad, encontrándose antecedentes criminales entre sus familiares. Entre otros arquetipos que distingue -el delincuente pasional, el epiléptico- de particular interés para nosotros es el “loco delincuente”, que subdivide en el alcohólico, el histérico y el mattoide. Diferenciaba Lombroso el delincuente loco (que ha cometido un delito con plena responsabilidad y enloquece luego) del loco delincuente (enfermos mentales que delinquen sin tener la capacidad de entender ni la voluntad de hacerlo). Para estos prescribe su traslado a manicomios desaconsejando su presencia en las cárceles.

En definitiva, un esquema sencillo,<sup>3</sup> absolutamente caído en descrédito en la actualidad y científicamente insostenible, determinista, práctico, empírico pero que por eso mismo tenía la ventaja de su inmediata aplicabilidad facilitando, a fines del siglo XIX e inicios del XX, la identificación visual de locos y delincuentes. Claro que, al aporte fundamental del positivismo criminológico italiano -que es C. Lombroso pero también Enrico Ferri y Raffaele Garófalo- se sumaron después, para la consolidación de la criminología como disciplina científica, los aportes de la Escuela francesa, en particular de Alphonse Bertillon, quien en la década del 1880 culminó el proceso de ajuste de los marcos jurídicos, médicos y antropológicos que permitieran organizar un registro normalizado de individuos ingresado a la práctica policial, utilizando a la fotografía como herramienta. Por su parte, Allan Sekula interpretó el archivo como artefacto central del sistema de “inteligencia” burocrático, estadístico y administrativo, tal como fuera empleado por la policía de fines del siglo XIX, del cual la fotografía fue solo una parte, acompañada por cuadros y descripciones.<sup>4</sup> Completando después A. Bertillon dotó a la identificación policial de un

carácter científico, operando no sólo con la antropometría sino por medio de la estandarización de la práctica fotográfica, uniformada en tomas de frente y de perfil, que debían reemplazar las fallas del sistema hasta entonces utilizado.<sup>5</sup>

En la Argentina desde 1880 el Departamento General de Policía contó con un taller fotográfico que posibilitó la publicación de las primeras *Galerías de Ladrones*.<sup>6</sup> Posteriormente, en 1889 comenzó a funcionar la Oficina de Identificación Antropo-métrica de la Policía de la Capital, que implementó el sistema de mediciones y fotografías de A. Bertillon. A esa transposición de influencias, que se nutre en distintas escuelas, se sumó el aporte original de los expertos locales como José Ingenieros, que aconsejaba agregar a la observación biológica la de los rasgos psiquiátricos y psicológicos de los penados- pero sin discutir la criticada primacía de C. Lombroso, que dotaba a esas iniciativas de legitimidad científica. Y eso fue creando un campo de intersección entre el tratamiento de el delito, la pobreza y la locura, de asociación entre higienismo, psicología, psiquiatría, medicina legal y alienista. Como se comprueba en el hecho de que todos los directores del servicio penitenciario de alto rango, como el mismo Ingenieros, eran médicos psiquiatras y antes de pasar a ocupar cargos en el sistema penal -otra analogía con Lombroso- los habían desempeñado en diversos manicomios. Sin ir más lejos, su decisión de crear el Instituto de Criminología dentro de la Penitenciaría Nacional, está teñida por las huellas de este encuentro. Las mismas pueden reconocerse en los “Boletines Médicos-Psicológicos” que, desde 1907, constituyen un corpus de historias criminológicas, realizadas por los profesionales médicos de los penales, en colaboración con los reclusos, y estaban destinadas a generar información analítica lo mismo que para fundamentar decisiones judiciales y/o penales sobre la vida futura de los prisioneros. Y en donde, sin descartar los factores biológicos, se agregaban cada vez más páginas para indagar la conducta de los penados, su vida familiar, sus relaciones, su forma de conducirse para con el trabajo. Las limitaciones del giro psicoana-

lítico, sin embargo, han sido apuntadas ya por Mariano Plotkin, cuando señala la escasa penetración de Freud en las Facultades de la Universidad de Buenos Aires, particularmente en medicina, donde es posible encontrar por oposición un marcado sesgo fisiológico y clínico junto con un interés incipiente por la psicología experimental.<sup>7</sup>

Conviene aclarar sin embargo, que ninguna de esas teorías, y de esa necesidad por corporizar el delito, hubiese tenido el eco que tuvo de no corresponderse con muchas de las necesidades del naciente estado argentino. Un estado desbordado por las consecuencias no queridas de procesos que él mismo había promovido, como la inmigración, con sus secuelas de crecimiento de la población y urbanización. El descontrolado crecimiento de las ciudades, en especial Buenos Aires, hacía palpables escenas que hubieran deseado que no ocurrieran o por lo menos tuvieran menos visibilidad. El espectáculo de miles de personas desocupadas o que sobrevivían con empleos temporales, de marginados hurgando la basura, de mendigos, de alcoholizados, punguistas, ladrones y criminales no era fácil de digerir para una sociedad que se enorgullecía de su ingreso a la modernidad. Fue con ese estado ávido de soluciones donde ideas como esas -aún las políticamente incorrectas pero prácticas como las de Lombroso- encontraron el ambiente para plasmarse en la realidad, haciéndose carne incluso en el sentido común de una gente que, a través de diarios y revistas, adquirieron el hábito de seguir como público las historias del bajo mundo y el reconocimiento de quienes las protagonizaban. Fue en ese terreno fértil en definitiva, de pobres caídos en la miseria, locos, beodos y delincuentes, donde se volverían a encontrar criminólogos y alienistas, además de las agencias y agenda del estado argentino.

### **El proyecto Open Door entre los ideales y las imposiciones de la realidad**

Llegados a este punto se comprenderá que el formidable esfuerzo individualizador y medicalizado puesto en marcha, y que comprende no solamente a manicomios y penitenciarías sino también a instituciones

como los asilos de pobres,<sup>8</sup> los patronatos de la infancia, los hospitales y las escuelas, además de las cátedras de derecho, la policía y la justicia -en tanto espacios privilegiados de observación y puesta en práctica de las nuevas ideas- pudiera cimentar la hipótesis de la emergencia de un estado “médico-legal” destinado a controlar a los sectores subalternos de la sociedad.<sup>9</sup> Entre las aristas salientes de ese proceso, para los afectados por problemas de salud mental, deberíamos comenzar por la aparentemente fácil tarea de definir qué se entiende por “locos” y por “locura”. Un breve repaso histórico bastará para diluir esa apariencia y demostrar que la palabra “loco” carece de un significado unívoco y permanente, y que la condena de serlo no siempre recayó sobre las mismas personas. Porque, si para la Iglesia de la Contrarreforma, “locos” eran los pecadores, los incapaces de aceptar los dogmas de la fe o que lo hacían en sus propios términos, considerados objetos de posesión diabólica encarnados en brujas y herejes, no pocas veces “purificados” en las mazmorras o el fuego de las hogueras inquisitoriales; para los organismos civiles que les siguieron en cambio “locos” eran los que se ponían fuera de la sociedad, que no respetaban a la autoridad ni las leyes: los transeúntes, los vagabundos, los inválidos o todo aquel que fuera inepto para el trabajo. Mientras que, llegados los tiempos de “Las Luces”, para sus ilustrados prosélitos “loco” era aquel que tenía una conducta irracional, infantil, ignorante, o los proclives a prácticas religiosas anacrónicas. Eso sin olvidar que en las sociedades tradicionales, pero en las modernas también, la decisión de la internación recaía sobre los familiares directos que se deshacían de los elementos enfermos y antieconómicos de cada hogar, entregándolos a instituciones de salud y/o asistencia o más abandonándolos en las calles, de donde la policía los llevaba a las cárceles o los asilos. Finalmente, de locos fueron tildados los rivales partidarios y más si usaban la violencia como herramienta de acción política.<sup>10</sup>

En otras palabras, establecido el carácter instrumental y polisémico del término, habría que comprobar cuál de sus acepciones brindaba soluciones a los problemas





Domingo Cabred en Caras y Caretas

reales de la cosmopolita y pujante Argentina de fines del siglo XIX y principios del XX, se prestaba a reelaboraciones, como la efectuada por el Director del Hospicio de las Mercedes, Lucio Meléndez, que elaboró el concepto de "loco inmigrante". Para demostrar su idea apeló a una ecuación matemática: si los inmigrantes eran la mitad de la población de la ciudad de Buenos Aires pero dos tercios de los internos del Hospicio de las Mercedes, el primer asilo urbano para hombres dementes, era forzoso concluir que los extranjeros enloquecían más fácilmente que el resto en esa "Sodoma del Plata" que era Buenos Aires. Para agregar más detalles, que ilustraran su teoría, inicia la publicación de una serie de casos basados desde las páginas de la *Revista Médico Quirúrgica*, delineando un perfil del "loco inmigrante" nada sorprendentemente relacionado con el del "loco miserable". Pero que, desde un punto de vista observacional y sociológico, distingue una variedad de subtipos, como las "obsesiones religiosas" de los irlandeses, por oposición a la "locura sifilítica" de los franceses y la violencia de los temperamentos sanguíneos y robustos de españoles e italianos, en una clase de descripción que se asemeja a aquellas realizadas desde la literatura

costumbrista, el circo criollo y el sainete. Pero cuidado, advierte, no es ésta una cuestión para ser tomada a la ligera, porque no es un problema que comprometa el futuro del sistema de salud si no de la sociedad argentina toda, por el peligro futuro de la degeneración hereditaria colectiva que pesaba sobre sus hijos.

Mas, si la admonición de Meléndez no tuvo efectos inmediatos, no pasaría mucho tiempo hasta que varios de sus proyectos se concretaran. Con la iniciativa de Domingo Cabred, su continuador en la cátedra de Psiquiatría Clínica y Patología Mental de la Universidad de Buenos Aires y en la dirección del Hospicio de las Mercedes. Es que su propuesta tenía dos clases de ventajas. En primer lugar, venía rodeada de ese "hálito científico" que solía entusiasmar a la dirigencia política finisecular, un aura reforzada por su reciente incursión europea, en donde había adherido con fuerza a los métodos "*no restraint*", particularmente al sistema "Open Door" creado por un grupo de alienistas escoceses. Sin embargo, la suya no era sólo una adhesión teórica sino también práctica, pues decía que lo había visto en funcionamiento en 1889 en el asilo Alt Scherbitz de Alemania, y podía garantizar sus resultados, porque había visto incluso la "curación" de enfermos crónicos considerados incurables. En segundo término, habían cambiado radicalmente las circunstancias, con la masificación de los flujos migratorios, el crecimiento demográfico, la urbanización acelerada, la agudización del conflicto social, la mayor visibilidad de la mendicidad y el delito.

Con el tiempo, no obstante, el discurso de Cabred se fue haciendo más conservador. Ya de regreso, sancionada en 1896 la ley de creación de la Colonia Nacional de Alienados y en el acto de colocación de la piedra fundamental del establecimiento en 1899 que contó con la asistencia del presidente Julio A. Roca, Cabred morigeró los alcances del método "Open Door" al definirlo como "el conjunto de disposiciones materiales y de orden interno que tienden, todos, a dar al establecimiento el aspecto de un pueblo, a proporcionar a sus moradores la mayor suma de libertad, compatible con su locura, y a hacer del trabajo uno de los elementos más impor-



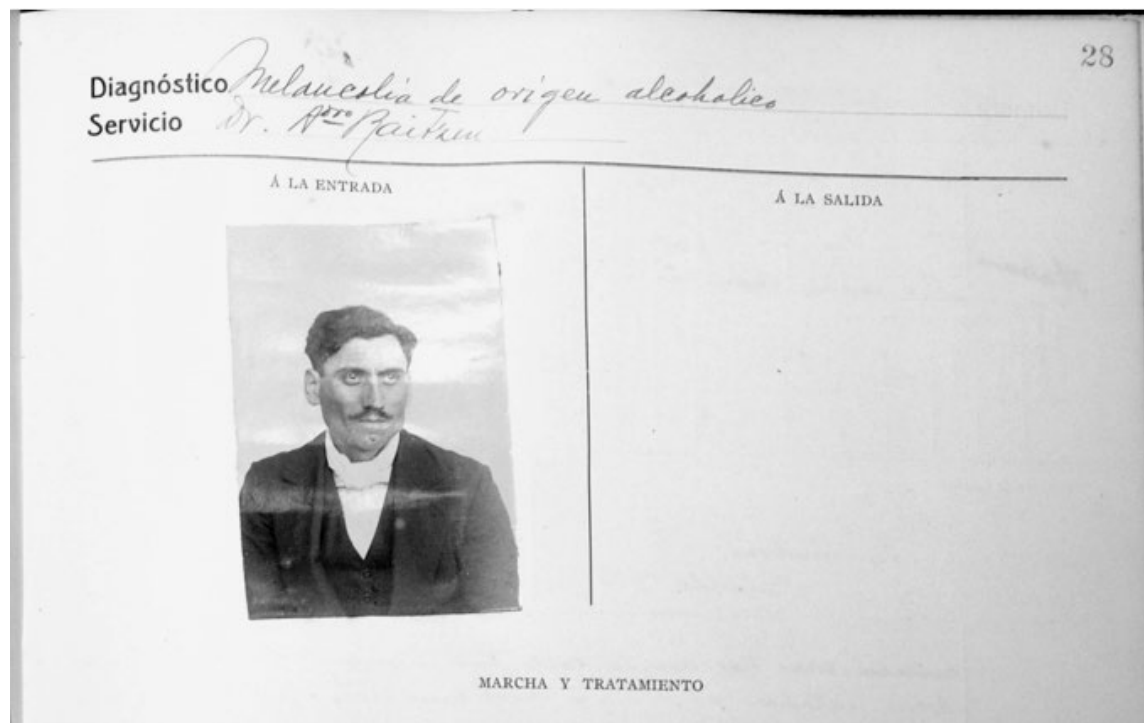
Colonia Nacional de Alienados. El trabajo en el campo

tantes del tratamiento moral de los internos".<sup>11</sup> La mayor libertad compatible con su locura no es lo mismo que la libertad absoluta. Su mérito, en todo caso, fue el de inaugurar una moderna terapéutica de la locura acorde a las necesidades de los tiempos, sacando a los "locos" de las cárceles, a las que por desconocimiento fueron confinados antes, o de los hospitales generales, donde se hacinaban carentes de atención ignorados por los médicos. Incluso de los asilos, los primeros establecimientos especializados pero donde aún permanecían enclaustrados. Para arribar, como punto de llegada de ese proceso, al surgimiento de las colonias rurales de "puertas abiertas" de las que Open Door era su primer y más logrado ejemplo. Un lugar donde plasmar el ideal civilizatorio de su generación, reconociendo a la locura como enfermedad y a sus portadores sus derechos como ciudadanos, a recibir diagnóstico y tratamiento, recuperando su "libertad", aunque se tratara de una "libertad" ejercida hacia el interior de los muros que los contienen o entendida como promesa, como producto del proceso de reeducación que a través del trabajo tendría su espacio de realización en ese recinto. En el mejor de los casos, habría que reconocer que tuvo la habilidad de conjugar dos principios ideales, la libertad como esperanza y el trabajo como terapia, con un tercer argumento, su carácter rural,

que a fines del siglo XIX e inicios del XX, no podía dejar de resultar atractivo para una clase dirigente a cuyos ojos aparece como la contrafigura de los desórdenes urbanos, convirtiéndose en elemento de "moralización" que dotó de nuevo sentido al pedido de descongestión del Hospicio del las Mercedes formulado años antes por Meléndez.

Para Moisés Malamud, el secretario durante largo tiempo, su éxito residiría en que "Cabred comprendió que el problema de la atención médica de los enfermos crónicos y personas incapacitadas debía ser resuelto racionalmente, con espíritu humanista y sentido nacional".<sup>12</sup> Con "sentido nacional", ¿qué significa esto?, ¿En comunión con los intereses del estado-nación o de sus dirigentes en el gobierno? En todo caso, confirma la convicción de Hugo Vezzetti que "la naciente corporación médica se asume, más allá de su tarea específica, como un factor esencial de la civilización y el progreso, y por ese sesgo propugna un sobre- investimento político de su papel técnico".<sup>13</sup> Pero esa característica no es exclusiva de Cabred sino compartida por sus congéneres higienistas Guillermo Rawson, Emilio Coni, Eduardo Wilde, José María Ramos Mejía, Telémaco Susini, el multifacético José Ingenieros, su colega alienista Lucio Meléndez, o el novel criminalista Comisario de Pesquisas José D. Álvarez (Fray Mocho). Es que hombres de





COLONIA NACIONAL DE ALENADOS. Historia Clínica de inmigrante en Libro de Historias Clínicas

su tiempo al fin, asumieron como propias las preocupaciones de su sociedad y de su tiempo echando mano a todas las ideas y recursos que le permitieran sugerir salidas. De ahí también, la heterogeneidad de sus fuentes de inspiración que iban desde el positivismo biológico, pasando por el darwinismo, la medicina legal, la psiquiatría y un higienismo empeñado en detectar factores propiciatorios de la locura en los "vicios de la pobreza", hasta la criminología lombrosiana. Eclecticismo pragmático, en definitiva, necesario para dar solución a cuestiones diversas, aunque en el camino algún ideal fuera sacrificado.

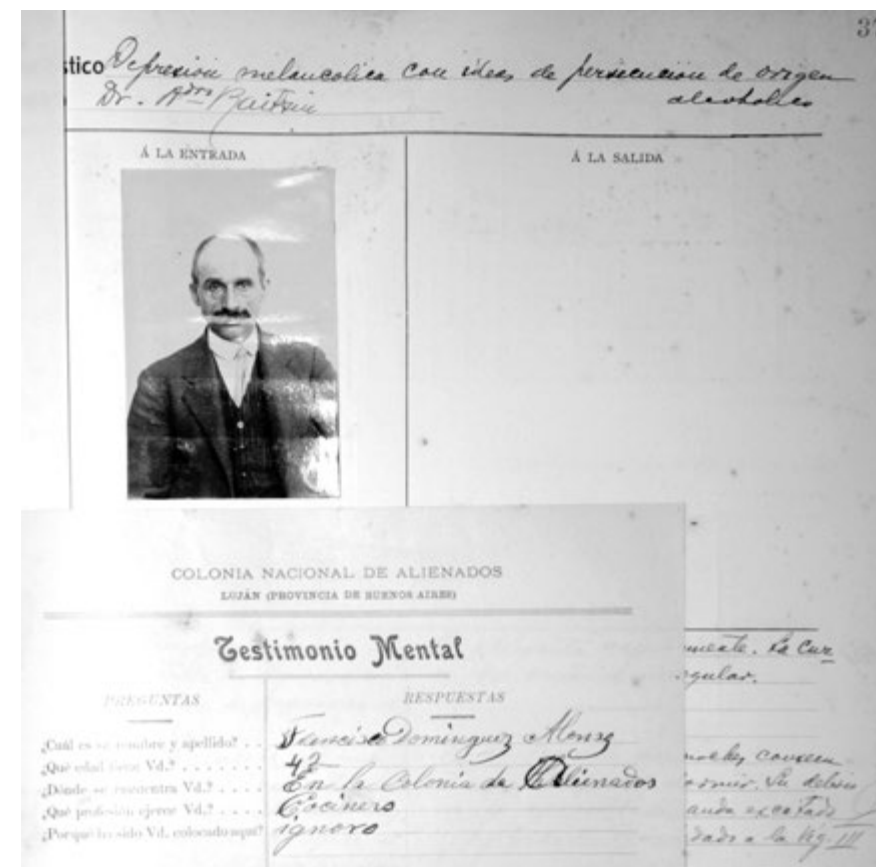
**Las partes del todo: historias clínicas, testimonios mentales y fotografías en la Colonia Nacional de Alienados**  
La Colonia Nacional de Alienados de Open Door comenzó a funcionar recién en agosto de 1901 al recibir sus primeros 11 pacientes, que se transformaron en 1250 para 1920. Ubicada en el partido de Luján, al norte de la localidad homónima, sus 600 hectáreas darían vida al pueblo que tomaría el nombre del método usado. Sus registros permiten trazar un perfil del interno: por lo general hombres jóvenes, solteros, la enorme mayoría jornaleros –esos desquiciados sin remedio según las palabras de Lucio Meléndez– y en su mayoría extranjeros. Una caracterización idéntica a la que surge de los "Boletines Médicos- Psicológicos" de la Penitenciaría

Nacional. Cuando hablamos de población de origen inmigrante, de un 60 a un 75 por ciento de los pacientes según las épocas, nos referimos como es lógico mayoritariamente a italianos y españoles pero también a griegos, búlgaros, turcos, árabes, armenios, rusos, ucranianos, alemanes del Volga, lituanos, suecos, daneses, polacos, alemanes, luxemburgueses, checoslovacos, yugoslavos, austríacos, húngaros, serbios, montenegrinos, rumanos, macedonios, albaneses, judíos, sirios, libaneses maronitas, estadounidenses y hasta japoneses, además de uruguayos, paraguayos, brasileños, bolivianos, chilenos, peruanos y de otras nacionalidades latinoamericanas. Variedad de orígenes que anticipa lo que confirman los "Informes Psicológicos" o de "Anamnesia", cuestionarios levantados apenas ingresan (en el Hospicio de las Mercedes desde donde son después derivados a Open Door) y que son parte del "Boletín Civil" de cada interno: se trata de personas generalmente sin familia en Argentina, abandonados a su suerte, sin quien los asista. ¿Quién es el encargado de internarlos? Si se trata de parientes son sus madres, hijos si son casados, y sobre todo hermanos. Pero cuando ese grupo de contención no existe, el agente privilegiado de internación en la mayoría de los casos era la policía; cuando no el juzgado interviniente, la "asistencia pública", los hospitales generales y la penitenciaría. Lo que ratifica la colabora-

ción entre todas las agencias del "estado médico-legal" de principios de siglo XX. Pero sobre todo la íntima ligazón que une a la Colonia con la omnipresente policía, confirmando la asociación existente entre psiquiatría y criminología, sobre todo lombrosiana.

Las huellas de esa asociación pueden rastrearse en la documentación producida por la Colonia. Los Libros de Historias Clínicas, grandes biblioratos de 50 cm por 28 perfectamente encuadernados, con una historia de dos páginas por paciente que, en su página impar, o sea la primera que vemos cuando se pasa de historia en historia, contiene fotografías de todos ellos, aproximadamente de 9,50 por 6,50 cm, al entrar y salir de la institución. Aunque por lo general sólo se encuentra la primera, señal que jamás egresaron del manicomio. Son reproducciones frontales de medio cuerpo, asimilables a las de las "Galerías de Ladrones", que no habían incorporado todavía el característico frente/perfil adoptado a medida que el método se perfeccionaba. Montadas sobre fondo uniforme claro u oscuro, como en

ningún lugar (aunque a veces se sacan en los jardines de la entidad), en esos retratos subyace la idea de que se trata de individuos comparables, mensurables, coleccionables, cuantificables, privados de su humanidad y sin derechos sobre la propia imagen, que pasa a ser propiedad de otros (los especialistas médicos que las cotejan o los legos que pueden comprobar en ellas las teorías sobre las que se apoyan los primeros). La vestimenta no es un dato menor. Pocas veces posan con sus ropas, en la mayoría de los casos lo hacen con la indumentaria gris de los internos, lo que sumado al corte ralo de pelo, señal inequívoca de su reclusión, más la barba descuidada de unos días, todo acentúa la idea que estamos ante enfermos. El contrapunto más evidente es cuando al lado de esas figuraciones encontramos las otras, las que anticipan su salida adonde, a veces en verdaderas operaciones de montaje, encontramos individuos bien vestidos, aseados, peinados y presentados, con ropa de calle, como representación del tránsito entre un antes y un después, que subraya el papel mediador de



COLONIA NACIONAL DE ALIENADOS. Fotografía y Testimonio Mental incluidos en Historia Clínica



la Colonia. Acompañando a esas fotografías encontramos las puntillosas grillas de datos, que delatan la obsesión taxonómica de los alienistas, con espacios dedicados a describir los condicionamientos físicos y psicológicos que por naturaleza delataban su locura. Destaca la columna "Estado Actual" subdividida en "Somático" y "Psíquico". El primer registro, en clave lombrossiana, atiende a la "Craneología", los "Estigmas físicos", traumatismos, lengua, paladar, piel, apetito, tubo digestivo, vísceras, orina, corazón, pulso, pulmones, ojos y pupilas, sensibilidad general y especial, otras sensibilidades, temblores, marcha, reflejos, peso y altura. La categoría que alude al color de piel, un negro norteamericano es signado como "moreno", en los Libros de Egreso es cambiada por "raza". A esos datos se agregan otros abajo, atento a las correcciones psicológicas introducidas por J. Ingenieros, que apunta a la articulación de palabras, al modo de responder, a la atención, la memoria reciente y remota, el nivel de coherencia, si tiene o no alucinaciones, ilusiones, concepciones delirantes, delirios de grandeza, persecuciones y sospechas, el grado de excitación, de depresión, ideas hipochondríacas, de envenenamiento, auto-culposas, impulsos, tendencias suicidas, homicidas o eróticas. Si bien la apertura al giro psiquiátrico existe, muchas de las variables apuntadas dependen de factores físicos y la enumeración de indicadores es bastante más sintética que los cuestionarios de los "Boletines Médicos-Psicológicos" de la Penitenciaría. Asimismo, la preeminencia de elementos físico-hereditarios, se confirma en la columna "Antecedentes hereditarios", que se dividen en antecedentes individuales y familiares de alienación, neurosis, de consanguineidad, tuberculosis, alcoholismo, diabetes, otras enfermedades y antecedentes criminales. La enunciación de este último factor denuncia otra vez la influencia de Lombroso y su teoría del "loco delincuente". Muy propia de Domingo Cabred, en cambio, es su obsesión por el alcoholismo, que fuera considerado impropio de los alienistas por Lucio Meléndez y concerniente a la órbita de la medicina higienista. Esa preocupación

constante, fue ridiculizada en *Caras y Caretas*, donde se lo ve brindando de pie, elevando un bastón con la mano izquierda coronado por la cabeza de un arlequín (epítome de la locura), mientras en el piso detrás de él hay una calavera y en su mano derecha extendida una copa que tiene enroscada una serpiente, pudiéndose leer al pie:

Demostró con estudios y vistas que el alcohol cien peligros entraña y probó que á un sin de alcoholistas la locura les pesca con caña.<sup>14</sup>

Tal era su obstinación que, además de diagnósticos como "locura alcohólica" o "delirio de persecución subagudo de origen alcohólico" entre otros, el alcoholismo reaparece en los mencionados antecedentes hereditarios pero también en los individuales, e incluso como "Causa de Alienación", ya sea como "Determinante", junto a la degeneración, o "Predisponente". Semejante desvelo abreva en diversas fuentes, como la reiterada influencia lombrosiana (recordemos que para Lombroso el alcoholismo es uno de los rasgos de la personalidad del "delincuente moral" y otros subtipos), pero con mayor probabilidad por el ascendiente de sus colegas y maestros higienistas. Como fuere, lo cierto es que en este sector quizá resida el único segmento móvil de la población de internos, que entra y sale o logra el alta efectiva, junto a los que padecen "demencia precoz" y los transferidos, otorgándole cierta verosimilitud estadística a la de percepción de un hospital de puertas abiertas. Semejante construcción se despliega sobre una variedad de concepciones que se mezcla la mayoría de las veces armónicamente, pero que no por eso deja de producir tensiones en la forma de diagnosticar según la formación prevaleciente. Los de orientación "lombrosiana", más fisonomistas, llenan todos los cuadros, no sólo los de datos personales si no también y especialmente los de "Causas de Alienación", "Antecedentes" hereditarios e individuales y "Estado Actual", craneología y estigmas, echando mano a un inventario de nociones y al "idioma" del criminólogo italiano, que los hace hablar de seres "atávicos", primitivos y degenerados, confiando firmemente



Colonia Nacional de Alienados. El proceso de construcción

en el juicio propio y sin apelar a otros factores subjetivos y externos, y por eso casi no contienen "Testimonios Mentales" de los pacientes. Por oposición a ellos, los Libros de Historias Clínicas a cargo de médicos de orientación más sociológica y psicológica, casi no usan los casilleros más antropológicamente descriptivos, salvo los que definen altura y peso. Confían más en los interrogatorios e incluyen más sistemáticamente a los "Testimonios Mentales", excepcional documento redactado en base a cuestionarios previos de puño y letra por los internos y que, como hemos argumentado en otros trabajos,<sup>15</sup> buscando pruebas de su demencia, sin quererlo les otorga la impensada posibilidad de defenderse, declarando muchos "no estar locos", "jamás haber sido alienados" e incluso "estar presos" o "en la penitenciaría". Y hasta podemos distinguir un tercer sector, los que confían en su experiencia, en el saber etnográfico no teórico si no práctico que han reunido en su actividad en el contacto directo con *los locos*. Esas tensiones, por supuesto rara vez trascienden en la imagen que proyecta de sí la Colonia, en las que las fotografías tienen un papel central. Como muy agudamente observó George Clemenceau en su visita del Centenario:

"Nuestra visita a Open Door no duró menos que un día entero y ciertamente no lo hemos visto todo. Desde el primer minuto estuvimos acompañados por un loco fotógrafo que no cesó de tomar clisés a su conveniencia, y aún nos amonestó severamente hacia el fin del almuerzo cuando pudo creer que nos levantaríamos de la mesa sin haber consentido servir de modelo."<sup>16</sup>

De ese vasto repertorio de imágenes, algunas conservadas en el Museo y Archivo de la Colonia, destacan aquellas que ponen el acento en la monumentalidad de la obra emprendida, los pabellones de estilo suizo-francés con paredes y tejados a medio hacer, el bucólico paisaje de la campiña arada, los amplísimos gallineros, el chiquero, el trabajo en los pajonales, los tambos, los bueyes en tránsito, el vivero, el apiario, la recolección de zapallos. De este último tema hay dos variaciones: en una, los hombres, de pie, cargan sobre sus hombros los enormes frutos de su trabajo para depositarlos juntos al pie de la fotografía. Pero en la segunda, menos casual y más posada, dos o tres de los alienados reposan sentados entre las plantas, los ojos fijos en el lente y vigilados por un guardia, exhibiendo las primicias de la labor desarrollada, en una pintura laudatoria del método de laborterapia implementado. Del mismo tenor, hasta con parecida pose, son las imágenes recogidas en los talleres, de carpintería, de fabricación de ladrillos, tejas y mosaicos, de la construcción, de escobas, herrería, mueblería, de costura y zapatería, los lavaderos y la cocina. No menos atención merecen las representaciones dedicadas al aspecto recreativo: los hermosos parques y jardines, diseñados por Carlos Thays, con fuentes, estatuas y pérgolas, como el llamado quiosco de la banda, que tocaba fuera de ella, el estanque de los patos, poblado de cisnes, con un pequeño lago artificial y una isla a la que se accedía por un puente, la cancha de bochas. Y las fotografías protocolares, como las sacadas en 1910 durante la visita del ministro de Salud de la Nación Genaro Sisto, donde se observa a D. Cabred





Colonia Nacional de Alienados. El quiosco de la banda

cumplir las funciones del perfecto anfitrión, desde la recepción en la estación del ornamentado tren donde viajaban las autoridades, adonde G. Clemenceau recuerda que a su arribo ese mismo año la banda ejecutó el himno nacional y la marsellesa, guiando su paso por las dependencias, hasta el obligado banquete con todos posando para las cámaras y la despedida con ofrendas en el andén. Casi un mundo aparte, una sociedad dentro de otra, un pueblo que puede reclamar su condición de tal entre los que lo rodean. Pero los amplios campos alambrados en lugar de concitar a la adhesión a ese estilo de vida, provocan fugas en cantidad, otra de las formas de alcanzar la libertad final. ¿Cómo conciliar esos extremos? No parece difícil entender que esa desenvoltura no es libertad verdadera. Ni aún para los que salen con permiso para hacer trabajos fuera de la Colonia, pero que deben volver al atardecer al establecimiento. Y otra vez las fotografías serán el mejor vehículo para captar esa duplicidad encubierta. Porque, aparte de los Libros de Historias Clínicas, hay otros que nos permiten comprobar ese proceso de cosificación de los pacientes, devenidos en objetos de estudio, coleccionable, cuantificable, comparable. No hay

otra forma de entender esos enormes libros, como el que cubre el período 1901-1915, de 240 folios, que contiene 1920 fotografías, solo fotografías de los internos con su nombre y fecha de ingreso, de 9,50 por 6,50 cm, a razón de 12 por página, la mayoría de medio cuerpo sobre fondo homogéneo, idénticas a las que figuran en los libros de Historias Clínicas y que podrían ser pensadas como copias de ellas. Una impresión que pronto se difuma al observar la diversidad de representaciones que sobre los pacientes existe, pero que cuando cubren el estándar fotográfico, acentúa la intención de compararlos, por una forma de disposición que agiganta la visibilidad de sus estigmas. Finalidad que podría creerse extraviada en otras tomas fotográficas, como aquellas menos nítidas de forma oval, que mucho se parecen a las sacadas en Servolo, el histórico manicomio de Venecia,<sup>17</sup> o en esas otras de cuerpo entero, la mayoría sentados o parados, con ropas propias, hasta de saco y corbata, con sombreros, boinas, pañuelos, gorras y ponchos, con pelo y crecida barba, con ropas étnicas y en un caso desnudo. Sin embargo, mucho tiene que decir la posición del cuerpo, cómo se sentaban o lo que hacían con sus manos. En más de un caso



Colonia Nacional de Alienados. La cancha de bochas

además tuvieron que ser forzados a posar con violencia, pudiéndose ver las manos y brazos de los guardianes o policías que los obligan. En un par de tomas, finalmente, aparecen con los brazos extendidos, muñecas arriba, como ofreciéndose a ser esposados. Y como recordatorio quizá de los aspectos menos evidentes del funcionamiento de una institución que se ve a sí misma como la encarnación de la instalación en el país de la modernidad médica.

#### Notas:

<sup>1</sup> ADELMAN Jerermy, CARTEROLO Miguel Ángel, PRIAMO Luis y otros, *Los años del daguerrotipo. Primeras fotografías argentinas, 1843-1870*, Bs. As, Fundación Antorchas, 1995.

<sup>2</sup> TELL Verónica "Sitios de cruce: lo público y lo privado en imágenes y colecciones fotográficas de fines del siglo XIX" en BALDASARRE María Isabel y DOLINKO Silvia (eds.) *Itinerarios de la imagen. Historias de las artes visuales en la Argentina*, Bs. As., Archivos del CAIA 4, 2012.

<sup>3</sup> El texto fundamental que reúne todas sus ideas es LOMBROSO Cesare *L'Uomo delinquente*, Torino, Fratelli Bocca Editori, 1894 (primera edición 1876). Véase también de CAIMARI Lila "La antropología criminal y la recepción de Lombroso en América Latina" en *Cesare Lombroso cento anni dopo*, Torino, UTET, 2009, pp. 233-271.

<sup>4</sup> SEKULA Allan "El cuerpo y el archivo"

(1989), en PICAZO Gloria y RIBALTA Jorge (eds.), *Indiferencia y singularidad. La fotografía en el pensamiento artístico contemporáneo*, Barcelona, Museu d'Art Contemporani de Barcelona, 1997, pp. 137-199.

<sup>5</sup> TELL Verónica "Sitios de cruce: lo público y lo privado en imágenes y colecciones fotográficas de fines del siglo XIX" en *op. cit.*

<sup>6</sup> GARCÍA FERRARI Mercedes "El único hilo para guiarse en el laberinto del bajo fondo. Fotografía de identificación en la década de 1880" en *Crimen y Sociedad*, Bs. As, 2008; CAIMARI Lila *Apenas un delincuente. Crimen, castigo y cultura en la Argentina, 1880-1955*, Bs. As, Siglo XXI, 2004, p.83.

<sup>7</sup> PLOTKIN Mariano "Freud en la Universidad de Buenos Aires. Desde las primeras etapas hasta la creación de la carrera de Psicología" en *Estudios Interdisciplinarios sobre América Latina y el Caribe*, vol 7, n°1, 1996-1997.

<sup>8</sup> MORENO José Luis *Un Asilo para los pobres. Los mendigos y sus historias de vida en el Buenos Aires del Siglo XIX*, Rosario, Prohistoria Ediciones, 2012.

<sup>9</sup> SALVATORE Ricardo "Sobre el surgimiento del estado médico legal en Argentina (1880-1940)" en *Estudios Sociales*, año XI, n° 6, 2001, pp.81-114, CAIMARI Lila *Apenas un delincuente...*, p. 109.

<sup>10</sup> FOUCAULT Michel *Historia de la locura en la época clásica*, México, F.C.E., 2006.

<sup>11</sup> CABRED Domingo "Discurso inaugural de la colonia nacional de Alienados" en *Vertex*.



*Revista argentina de Psiquiatría*, vol. 2, nº 3, 1991.

<sup>12</sup> MALAMUD Moisés *Domingo Cabred. Crónica de una vida consagrada a luchar por la atención médico- social de los Argentinos*, Bs. As, Ministerio de Cultura y Educación, 1972, p. 11.

<sup>13</sup> VEZETTI Hugo *La locura en Argentina*, Bs. As, Paidós, 1985, pp. 24-25. De ese mismo autor véase "La locura y el delito. Un análisis del discurso criminológico en la Argentina del novecientos", en AAVV, *El discurso jurídico*, Bs.As., Hachette, 1982.

<sup>14</sup> Dibujo publicado en revista *Caras y Caretas*, Año V, Nº 198, Julio 19, 1902, bajo el título "Caricaturas Contemporáneas".

<sup>15</sup> MARQUIEGUI Dedier Norberto "Inmigración y control social. Nuevas perspectivas de análisis de los procesos de integración y represión del 'fracaso' a partir de los Libros de Historias Clínicas de la Colonia Nacional de Alienados 'Dr: Domingo Cabred' (Argen-

tina a principios del siglo XX)" en *Studi Emigrazione An International Journal of Migration Studies*, vol. 188, pp.613-629.

<sup>16</sup> FERNÁNDEZ Josefina, NIEDERMAIER Alejandra, SZNAIDER Beatriz E. *Imágenes de la Nación: fotografía, límites morales y celebración*, Teseo, Biblioteca Nacional, p. 214.

<sup>17</sup> SÁNCHEZ Matilde "Viaje a la isla de la demencia" en *Revista Ñ*, 10/04/2012.

**Dedier Marquiegui**  
Licenciado en Historia  
(CONICET-UNLu)

**Lucas**

de Sergio Eduardo Bailon

**VENTA DE DIARIOS Y REVISTAS**

Estrada 100 (1706) Haedo - Pcia de Ps. As.

Tel. (15) 5346 - 0108

**ANÁLISIS CLÍNICOS**

LABORATORIO

**Dr. Alberto Luis Guercio**

**HORARIO**

Lunes a Viernes de 8 a 19 hs.

Sábados de 8 a 10 hs.

Extracciones de 8 a 10 hs.

Medrano 93

Ituzaingó

**Optica  
Médica**

**Dir. Oscar Martínez**

óptico contactólogo

MAT. N° 1004

**Diseños originales**

**Calidad e innovación en anteojos de sol y montura de recetas**

**Multifocales Varilux**

Av. Rivadavia 16212 - Haedo (1706) Bs. As. - Tel/Fax 4659-1953



# LA TECNOLOGÍA ENTRA AL HOGAR

## Las publicidades de artefactos domésticos en la prensa de Morón

Mariela Canali  
Mariela Rametta

Los APARATOS ELECTRICOS para el hogar son económicos y prácticos. Reducen los gastos domésticos y disminuyen el trabajo de la dueña de casa. Los APARATOS ELECTRICOS para el hogar aumentan la comodidad de la familia. Son de fácil manejo y consumen poca corriente. En nuestra Exposición, puede Ud. adquirirlos en cómodas cuotas mensuales.

**C.A.D.E.**  
COMPAÑIA ARGENTINA DE ELECTRICIDAD S. A.

Brandzen 756, Morón — U. Telef. 22.

*Aparatos eléctricos. El Imparcial, 1938*



Durante la primera mitad del siglo XX surgieron numerosos artefactos mecánicos y eléctricos para uso hogareño, fue la llamada tecnificación de las tareas domésticas que respondía a la tendencia de la racionalización del trabajo que se imponía en la industria y el hogar.

En el presente artículo se analizarán las publicidades de estos productos que aparecieron en esa época en los periódicos de Morón. Las fuentes seleccionadas fueron los anuncios gráficos de los periódicos moronenses *La Tribuna*, *El Imparcial*, *El Pueblo* y *La Voz de Castelar* desde 1910 hasta 1950. Estos tenían una frecuencia semanal y destacaremos que iban dirigidos a lectores de un pueblo rural en expansión, que ya a mediados de los años treinta se convertiría en una ciudad gracias a la industrialización y crecimiento demográfico. Las imágenes en las publicidades, su estética, la evolución en el diseño de artefactos y electrodomésticos ilustrados, la tipografía y textos informativos, fueron vehículos y herramientas para promover el consumo de estos novedosos productos. La nueva tecnología comprendió un proceso social "ante el que hubo en los inicios, reacciones y posturas diversas"<sup>1</sup>. Sólo lentamente el mundo de los consumidores lo adoptó, en función de argumentos que se reflejaban en el aspecto de las publicidades. Estos tópicos serán los ejes de análisis que guiarán el trabajo con las fuentes en un recorrido múltiple que nos permitirá investigar sobre los discursos que vinculaban la tecnología con el progreso y el higienismo, sobre la racionalización del trabajo doméstico con eje en la eficiencia, la tecnificación de las tareas domésticas y liberación femenina, la transformación en el rol del ama de casa y los ideales de status y confort ligados al ascenso social que la adquisición de estos productos generaba.

### Primeras Décadas del siglo XX

Morón a principios del siglo XX era un pueblo en crecimiento, rodeado de una extensa zona rural de chacras, quintas de producción y veraneo, tambos y hornos de ladrillo. La ciudad cabecera contaba con una estación ferroviaria inaugurada en 1859. En el partido nacieron otras estaciones que fueron dando origen a las localidades: Haedo (1886), El Palomar (1910) y Castelar (1913). Posteriormente el crecimiento demográfico fue notorio llegando a triplicar su población



Nº 1. *El Pueblo*, 1911

según los censos de 1895 (7.880 habitantes) y 1914 (24.624) gracias al arribo de inmigrantes, primero europeos, más tarde migrantes internos que llegaban desde las provincias y extranjeros de la Europa de la posguerra.

En los albores del siglo fueron generalizándose varios cambios que definirían con el tiempo el modo de habitar contemporáneo; en ese sentido la conexión a redes de servicio y la paulatina mecanización del hogar se extendieron a la mayoría de las viviendas y favorecieron nuevas prácticas y costumbres. Fue en esos años cuando la casa comenzó a depender, para su funcionamiento, de redes de flujo constante principalmente agua y energía eléctrica.

En Morón la luz eléctrica se inauguró en la navidad de 1906. La producción, distribución y venta de energía eléctrica para iluminación y generación de fuerza motriz estuvo a cargo de la Compañía Alemana Transatlántica de Electricidad (CATE), empresa que monopolizó en esos primeros años la provisión en la ciudad de Buenos Aires y zonas cercanas. En el gran Buenos Aires, la corriente eléctrica era suministrada por la Compañía Argentina de Electricidad (CADE), que a partir de la década del treinta sería la empresa que prestaría servicios tanto en la Ciudad de Buenos Aires como en el Conurbano.<sup>2</sup>

Señalamos esta información porque las publicidades de venta de electrodomésticos que analizaremos más adelante

corresponden en su totalidad a esta empresa, que era la que comercializaba estos productos.

La luz eléctrica en los domicilios estaba arancelada de acuerdo a la cantidad de lámparas que tenía cada habitación y las horas que estuvieran encendidas.

Para las primeras décadas del siglo XX, contamos con una publicidad aparecida en 1911 en el periódico *El Pueblo*, rodeada de propagandas de tendido eléctrico. En ella, se promocionaba la carpintería "La Moderación" (Nº 1) como único representante en la zona de la casa "R. Haupt & M. Pizza" de Capital Federal, por la que podían adquirirse los aparatos de calefacción y alumbrado a gas líquido, energía distante aún de la novedosa electricidad. Se observa en la publicidad la imagen dibujada de una lámpara, una cocina y un calentador junto a una bañera. La cocina y el calentador se acompañaron con dibujos de mujeres que los ponían en funcionamiento, mostrando su practicidad; la imagen femenina fue preponderante en los anuncios de estos productos.

La siguiente publicidad de 1914 del mismo periódico, repetía el dibujo del calentador con generador continuo de gas acetileno. "El Vesubio" era la casa que lo comercializaba. La silueta sinuosa y sensual de la dama que accionaba el calentador e incluso su postura de puntas, casi bailando- nos lleva a la gráfica del *Art Nouveau* reinante a principios de siglo XX y específicamente a "La Chérette". Esta figura fue el modelo femenino representativo de todo un concepto popular durante las dos últimas décadas del pasado siglo en Francia.<sup>3</sup>

Así como en los avisos de los periódicos de alcance nacional, los que aparecían en los semanarios moronenses tenían un aspecto que "... incluía apenas ilustraciones con la imagen de un envase o de una figura humana que simbolizaba al usuario ideal del producto [...] avisos en los que el cuidado y la imaginación gráfica se convierten en el principal motivo de atracción de la pieza". En los bordes que definen y separan las publicidades se expresaban, de forma sencilla, los rasgos formales del *Art Nouveau*: "guardas con líneas en forma de látigo, referencias abstractas a formas vegetales, [...] organizaciones formales complejas y asimétricas...". La estética del *Art Nouveau* utilizada en estas propagandas era una vía de acercamiento al gusto del público que no se relacionaba con los temas

específicos de cada mensaje sino que se adecuaba a los cánones de perfección vigentes para el público culto.<sup>4</sup>

En las publicidades seleccionadas se incluían textos breves sobre la instalación de redes de agua y luz eléctrica como así también de teléfonos. Las escasas oraciones eran meramente informativas, sin referencias a las cualidades de los productos como vehículo para estimular su consumo, los contenidos eran explícitos y aludían al bienestar individual y físico.

Si se toma el diseño de los aparatos que en ellas aparecen, se observa en la publicidad Nº 1, una lámpara de estilo antiguo que imita a una de candelabros y una cocina a gas líquido similar a las cocinas "económicas" a leña. El "diseño industrial" de estos artefactos domésticos y, más tarde, de los primeros electrodomésticos, correspondía a líneas que imitaban objetos que ya existían y eran familiares al gusto del público, en un intento por contrarrestar temores y rechazos de sus potenciales compradores.

En la publicidad Nº 2 de 1929 aparecida en el periódico *El Imparcial*, la Mueblería "El León" de Herman Schvarzberg e hijos promocionaba la venta de vitrolas ortofónicas y gramófonos, que a pesar de no ser eléctricos



Nº 2. *El Imparcial*, 1929





Nº 3. Periódico *El Imparcial*, 1927

fueron artefactos domésticos que incorporaron nueva tecnología a los hogares, en este caso para la reproducción de música. Se mostraban tres modelos de vitrolas: una con su gran bocina o brazo acústico que era la de menor valor, junto a otra incorporada en una caja de roble oscuro con cajones y la tercera era un modelo de lujo presentada como un mueble con dos puertas, bocina interna, tapizada en tela, con patas talladas y ornamentos de madera calada. Sobre todo en este último costoso modelo, se expresan las características del diseño de la década del veinte para los primeros electrodomésticos que guardan líneas tradicionales: "las cafeteras eléctricas se asemejaron a los servicios de metal tradicionales, los cepillos y peines fueron muy parecidos a los no eléctricos (y se decoraron con profusión), los frigoríficos fueron similares a alacenas o a armarios de madera, y las radios se incluyeron en muebles. Casi siempre diseñados bajo los parámetros de una estética decimonónica que, todavía se correspondía con los gustos de un público mayoritario..."<sup>5</sup> Hasta 1930 la tecnología no fue decorativa, en muchos casos a los artefactos se les incorporaban agregados vistosos o se los camuflaba con los muebles (por ejemplo las radios gabinete o los televisores con caja de madera)".<sup>6</sup> Como manifestación del lento avance del uso de la electricidad en Morón, el aviso de 1921 de la "Compañía Anglo- Argentina de Electricidad. Usinas Eléctricas Suburbanas" promocionaba a través de textos, un conjunto de electrodomésticos: estufas, calentadores, planchas, cocinas eléctricas, etc. Los nombres fueron destacados en letra

mayúscula y negrilla. A este conjunto se agregaba la oferta de motores eléctricos. La publicidad hacía hincapié en dos cuestiones: la promoción del uso de la energía eléctrica para industrias y viviendas y la seguridad y el bajo costo de este servicio, incluso se ofrecen precios reducidos y facilidades de pago a los clientes. La última publicidad de los años veinte que integra imágenes es la Nº 3 de "Naumachin Máquinas de Coser y Bordar" del año 1927. Se mostraba una máquina de coser, tan íntimamente relacionada con la vida femenina y con los roles de ama de casa y trabajadora. El dibujo reproducía la clásica máquina de coser con su mesa o pie, que aún hoy encontramos recicladas en muchos hogares como objeto decorativo. Su diseño que combinaba madera y hierro, sostiene las características del *Art Nouveau*. La tipografía de los textos resaltaba la marca "Naumachin" junto a sus aplicaciones "coser y bordar". Tratando de estimular su adquisición, se ofrecía venta a plazos,



Nº 4. Periódico *El Imparcial*, 1924



Nº 5. Periódico *El Imparcial*, 1925.

academia gratis y -resaltada en negrilla- se informaba que los trabajadores ferroviarios podían acceder a ventas sin garantías, dado el prestigio del que gozaban entre la población por ser trabajadores con empleo estable y bien pago.

Introducimos al final de esta década dos publicidades de artículos que no son necesariamente artefactos domésticos, pero que comenzaban a ser difundidos como productos de uso personal y familiar: las máquinas fotográficas. En el caso de Fotografía Villafañe (Nº 4), como indica el aviso, desde 1904 brindaba el servicio de retratos individuales, grupales y familiares en su local. Con el avance tecnológico, el abaratamiento de la cámara fotográfica y la expansión del número de aficionados a la fotografía, el taller Villafañe comenzó a vender las cámaras para consumo particular. En 1924 promocionaba una práctica cámara cuya imagen se resalta en la publicidad. Por su parte la publicidad Nº 5, la Casa Dell'Eva Hnos. ofrecía en 1925 aparatos similares y productos derivados, pero se eligió para dicho fin, privilegiar una imagen idílica: una madre tomando fotografías de sus hijos en el jardín de su hogar. El dibujo nos remite nuevamente a la imagen de la mujer y del hogar. Si bien la moda de los consumidores ideales muestra los años veinte en el peinado, la vestimenta y el calzado, la composición está más cerca de los cánones aceptados a fines de siglo.

Sin embargo, la publicidad Nº 6 de 1930 de la Cámara Kodak a la venta en la Casa Villafañe, manifestaba la transición hacia una nueva

etapa publicitaria. Las ornamentaciones recargadas del *Art Nouveau* dejaron paso a mediados de los años veinte a las figuras rectilíneas y las variaciones geométricas del *Art Decó*, proceso que en la publicidad moronense se vivió con demora. "El carácter más simétrico y elemental de esta moda visual determinó la aparición de mensajes gráficos sumamente vigorosos, y de comercialización masiva" como se ve en la tipografía elegida tanto para resaltar la marca "Kodak" como la palabra "Regalo". A su vez los dibujos ocuparon un rol central, en primer término el diseño de la cámara está precisamente definido con líneas claras y jugando con luces y sombras que permitían observar hasta las pequeñas piezas de la lente. En segundo plano se optó por dibujar en recuadros, los accesorios que se incluían dentro del precio de promoción: el práctico estuche para su traslado, el trípode, las películas y un ejemplar de "Kodakerías", revista para el aficionado a la fotografía que editaba dicha marca. Un elemento a destacar es que la publicidad salió en un momento



Nº6. Periódico *El Imparcial*, 1930.



especial del año: las fiestas de Navidad, Año Nuevo y Reyes, ocasiones que se tomaban para estimular la venta recomendando la opción de regalar este producto y sus accesorios a un precio accesible, destacado con la palabra "Gratis" en negrilla y letra cursiva escrita sobre los recuadros, recurso que le otorga una línea dinámica. El precio también se resaltó con una tipografía diferente.

### Electrodomésticos y Modernismo

El crecimiento del partido de Morón en las décadas de 1930 y 1940 puede apreciarse no sólo desde el punto de vista cuantitativo sino también en la fisonomía de cada una de sus localidades. Según el censo nacional de 1947, 110.344 personas componían la población del municipio. Tal crecimiento exponencial se debió no sólo a la industrialización que atraía numerosa mano de obra, sino a la disponibilidad de lotes a bajo precio y al transporte fluido que conectaba a través de la red tranviaria y automotora a esta zona con la ciudad de Buenos Aires. Este incremento demográfico significó el asentamiento de muchas familias y el surgimiento de nuevas barriadas en las que convivían sectores populares y nuevas clases medias compuestas por empleados, pequeños comerciantes y profesionales. Las prácticas culturales y la vida cotidiana fueron transformándose en esos años, en parte por la expansión de las redes eléctricas hogareñas, la incorporación de tecnología y la difusión del uso de artefactos domésticos que generaban mayor confort.<sup>8</sup>

En las fuentes consultadas aparecen varias campañas sobre el uso de la luz eléctrica, como así también el ahorro de energía durante los años de la Segunda Guerra Mundial. En el primer caso entre 1936 y 1937 se exhibieron varias publicidades que correspondían a la CADE y a las empresas Philips (N° 7), Edison Mazda (N° 8) y Osram. En los textos se sugería que la iluminación a través del uso de bombillas mejoraba la visión. El lenguaje empleaba un tono cientificista y apelaba al cuidado de la salud y bienestar de los consumidores. Es así que las imágenes mostraban a un niño pequeño con un par de anteojos en sus manos; en otras aparecían escenas de la vida cotidiana: lectura en un ambiente familiar y confortable; estudio y realización de trabajos manuales, en éstas se privilegió la figura masculina y sobresalían las lámparas que

I M P O S I B L E



que esta criatura ya tenga que usar anteojos! Sin embargo, tarde o temprano sucederá, si sus padres no se preocupan por iluminar su hogar con las nuevas lámparas PHILIPS D, cuya luz es tan suave y abundante. Lámparas PHILIPS D, controladas fotométricamente, rinden hasta un 20 % más luz y consumen menos corriente. Recomendamos lámparas desde 65, 100 y 125 Decalumen.

**PHILIPS**



N°7. Periódico *El Imparcial*, 1936.

emitían una gran luminosidad. Son dibujos realistas, sobre todo el niño (que parece casi una fotografía).

En los casos de las publicidades de Edison Mazda, se especificaba en un pequeño logo que se trataba de una "Campaña pro salud visual". La idea que se pretendía inculcar a través de la misma era que "una luz acondicionada a todos los trabajos visuales es tan importante para la salud como la buena alimentación, la higiene y el abrigo."



**Luz** acondicionada

Una luz acondicionada a todos los trabajos visuales es tan importante para la salud como la buena alimentación, la higiene y el abrigo. Al cuidar su organismo, no se olvide de la vista, que es la parte más importante. Brinde a sus ojos luz abundante y blanca. Ensaye lámparas de 100 DECALUMEN de la marca



**EDISON MAZDA**

con filamento duospiral 

N°8. Periódico *El Imparcial*, 1938.

En los años treinta comenzaron a popularizarse imágenes estereotipadas de los consumidores de determinados productos, como se ve en las fuentes que analizamos: son varones mayores, de clase media, aparecen situados en el *living room* familiar, vestidos con *robe de chambre*, una imagen ideal de un padre de familia en descanso que a través de la iluminación eléctrica disfruta del ocio, del confort y por añadidura, de mejor visión. En la publicidad, se multiplicaron también símbolos comerciales muy concretos y de gran impacto visual. El carácter sintetizador y repetitivo que asumieron las comunicaciones visuales provocó, por primera vez, la aparición de un fenómeno publicitario

y comercial nuevo: el de "la imagen visual de marca". Determinados nombres comerciales quedaban claramente asociados, ahora, con una tipografía, un personaje o una guarda, mientras se simplificaban los antiguos y primeros logotipos.<sup>9</sup> En las fuentes encontramos la tipografía de las marcas Phillips y Osram con las características de estilo (letra mayúscula, de imprenta, anchas) que se transformarían en los logotipos de ambas marcas. En el caso de Edison Mazda, presenta en el extremo inferior derecho el isologotipo de General Electric, empresa a la que pertenecía la marca publicitada.

Uno de los aparatos que se integró a la vida hogareña en los años treinta fue la radio,



vehículo de comunicación y entretenimiento. Así se encuentran, en plena expansión de la radiodifusión, numerosas publicidades de radios que pertenecían a dos negocios de Morón, "El León" y "Serritelli". Los aparatos que aparecen en las imágenes mantenían el diseño de las décadas anteriores, incorporados aún en muebles de estilo, modelo que comúnmente se conoce como radio capilla. Las propagandas comunicaban el gran surtido y la oferta de las mejores marcas así como el otorgamiento de mensualidades, clara referencia a la popularización de su consumo. Las imágenes de las radios y los textos que las acompañaban sólo mostraban el aspecto del artefacto e informaban de la marca y los precios, de modo que su objetivo no era convencer al público de sus cualidades –intención de gran peso en los avisos de los electrodomésticos de los años treinta y cuarenta– ya que la demanda para esta tecnología creció con rapidez.

Las publicidades de aparatos eléctricos que aparecieron en los periódicos moronenses de las décadas de 1930 y 1940 correspondían a la Compañía Argentina de Electricidad (CADE), empresa que producía y distribuía la energía eléctrica en Morón y que además

tenía un salón de exposición y venta de electrodomésticos. Al parecer era el único negocio en que podían adquirirse dichos productos ya que no se han encontrado propagandas de otros comercios del rubro. Los aparatos dibujados en estos anuncios son: estufas, planchas, ventiladores, tostadoras, heladeras, termo tanques. Ya a partir de los años cuarenta además de los mencionados, también se publicitaron para la venta: cocinas eléctricas y cacerolas para usar en estos artefactos, radios, lavarropas, aspiradoras, secadores de cabello, pavas eléctricas, lámparas y veladores.

Las imágenes eran dibujos, ilustraciones que mostraban estos aparatos, algunas veces individualmente y otras en conjunto, cuando la Compañía lanzaba una oferta especial por un grupo de productos. La representación gráfica de estos electrodomésticos reflejó recién a finales de los años treinta, la profunda renovación protagonizada por el Modernismo en el diseño industrial que se había iniciado en Europa después de la Primera Guerra Mundial. "En los años veinte el Diseño Formal Moderno europeo se relacionó íntimamente con el concepto de función, que ocupó el lugar del término "ornamento" utilizado hasta el momento



Nº 9. Periódico *El Imparcial*, 1937.



Nº 10. Periódico *El Imparcial*, 1941

para describir el diseño decimonónico. Implicó un planteo con visión de futuro que enlazaba arte con industria en la era de la tecnología. El modernismo formal alcanzaría su síntesis en el modernismo decorativo de la Bauhaus, cuya influencia se extendió desde los primeros años treinta hasta la primera etapa decorativa de la sociedad de consumo que se inicia tras la Segunda Guerra Mundial".<sup>10</sup> Así fue que "el Movimiento Moderno en arquitectura, recuperó el diálogo con el diseño, y logró una unificación entre estilo y tecnología."<sup>11</sup> Una nueva estética se imponía: las líneas rectas reemplazaron al ornamento en las ilustraciones de las fuentes, más aún en cocinas y heladeras rectangulares, se diseñaba e industrializaba en metal ya sin la cubierta o "camuflaje" de madera en pequeños electrodomésticos como planchas, relojes y radios. El color blanco prevaleció a partir de entonces en heladeras y cocinas e incluso en termo tanques y lavarropas. El brillante metal, el estilo rectilíneo sin juntas ni hendiduras y el blanco imaculado de estos electrodomésticos ofrecía una imagen de modernidad, seguridad, pulcritud y limpieza, ideales que se expandían con rapidez en el imaginario de los consumidores.

Estos argumentos materializados en el diseño de los productos, se trasladaron por supuesto a la publicidad. La estética de la limpieza se convirtió "en la norma del paisaje

doméstico y parecía haber sido aceptada como lo único apropiado para todas las mercancías del hogar"<sup>12</sup>. Como ha indicado Forty: "Solo cuando publicitarios, diseñadores y fabricantes comenzaron a utilizar la imagería de la higiene, el público en general asimiló completamente las lecciones que los higienistas les habían estado enseñando". En los avisos de la CADE se destacó dentro de este discurso, la publicidad de las heladeras eléctricas. El diseño de las que corresponden a 1937 y 1938 (Nº 9) se asemejaba a un armario, con cuatro patas estilizadas. En 1941 (Nº 10) encontramos más parecidos con las actuales, ya que tomó su forma rectangular, sin patas, con cajones interiores y congelador con puerta. Los textos que acompañaban estas ilustraciones resaltaban los atributos que brindaría el artefacto: "Salud, comodidad y economía". Cada uno de éstos se desarrollaba con variados argumentos. La heladera es "salud" porque "al conservar los alimentos siempre frescos y sanos, constituye una eficaz protección para la salud. Evita los desarreglos que ocasionan los comestibles alterados por el calor, los microbios, los insectos..." Es "comodidad" porque "permite aprovechar íntegramente las comidas y comprar los productos del mercado a precios más reducidos". Y es "economía" porque "consume poca corriente". Desde el punto de vista de la



gráfica publicitaria, estos anuncios representaron lo que dio en llamarse, en los años cuarenta la "ilustración publicitaria" en la que las apelaciones promocionales eran formulaciones didácticas, adornadas con dibujos a pluma, de intención realista, sin preciosismo alguno y con cierto "dejo" profesional manifestado a través de un deliberado descuido.<sup>13</sup>

El discurso dominante en los sugerentes textos que acompañaron las ilustraciones, aseguraba que la electricidad y los productos eléctricos implicaban alcanzar el ideal de limpieza y como consecuencia, la higiene, la salud y la seguridad. En ellos se les atribuía a las mujeres la responsabilidad de optar por el consumo de estos productos que resguardaban la salud familiar. El uso de la electricidad que, entendida como una herramienta de mejora social, reemplazó definitivamente al gas y al carbón, se expandió en parte por la influencia de este tipo de campañas publicitarias.

El discurso cientificista funcionó como argumento de peso independiente y de enorme atractivo para el público. La adopción de nuevas tecnologías en el hogar fue una expresión de la confianza en el progreso científico que se concretó sobre todo en ciertos productos que se aseguraba estaban estrechamente ligados al cuidado de la salubridad, como la aspiradora que se anunciaba como un aparato que evitaría enfermedades, y las heladeras que por su capacidad para conservar alimentos, eran ambas, fuente de salud.

Uno de los avisos en los que se resalta de manera contundente el avance científico es el de General Electric de 1944 (N° 11) en que se anunciaba la próxima aparición de la televisión. Presentada como "maravilla" y "milagro" de la ciencia electrónica, el aviso informaba que este "genial invento" estaba siendo perfeccionado y que aún no podía disfrutarse por las circunstancias impuestas por la situación de posguerra que se vivía en el mundo. El texto afirmaba que así como hasta el momento se recibía la voz a través de la radiotelefonía, también podrían recibirse las imágenes en colores y tridimensionales.

La ilustración que acompañaba el informe mostraba dos hombres sentados frente al aparato, que estaba ubicado dentro de un mueble. Vestían ropas sencillas, calzaban alpargatas y tomaban mate. Los acompañaba una mujer, ubicada en un



N° 11. Periódico *El Imparcial*, 1944.

segundo plano, es evidente que los varones son los consumidores de este nuevo producto, esto se refuerza en la imagen que se transmite en la pantalla: un partido de fútbol. No hay en el aviso una apelación al estatus de clases medias y altas, sino que tanto la imagen de estas personas como el título que afirma "Alegrará a todos los hogares" manifiesta tener como destinatarios a sectores populares.

De todas maneras las publicidades también exaltaron otras razones de acuerdo con las expectativas de un público cada vez más consumidor y entonces el acceso a estas nuevas tecnologías para el hogar se convirtió en una cuestión de prestigio personal y de consumo conspicuo. Por lo tanto tuvieron una amplia difusión los argumentos relacionados con el *status*, y el *confort*.

En varias propagandas se muestra todo el conjunto de electrodomésticos con textos que los exhibían como "Portadores del



N° 12. Periódico *El Imparcial*, 1944.

Bienestar" (N° 12) o una opción como regalo. El planteo del consumo masivo de los electrodomésticos se manifestó en los anuncios publicados en fechas cercanas a las fiestas de fin de año, en los que se propone a este tipo de productos como una opción de regalo duradero y que implicaba no sólo *confort* sino *status* social, al incitar el consumo para "quedar bien", "para que la persona obsequiada lo recuerde siempre". La automatización de cualquier tarea, más allá de su nivel de complejidad o dificultad, era tomada como síntoma de un progreso técnico del que había que evitar quedar rezagado. Haber tenido acceso a todo «lo nuevo» era una marca de distinción.<sup>14</sup> Por lo tanto la adquisición de estos artefactos encerraba un alto valor simbólico porque su posesión manifestaba la proyección social y la superioridad de clase de sus propietarios. Una de las publicidades mostraba el plano de una casa con los electrodomésticos dibujados en cada uno de los ambientes (N° 13): la cocina eléctrica y la heladera en la cocina aunque mostrados en dos espacios diferentes; la aspiradora y el ventilador en la

sala de estar; el texto incitaba al consumo de estos productos que contribuirían a "aumentar el bienestar del hogar". El modelo de domesticidad de clase media adquirió las notas de *confort* y bienestar tanto como de eficiencia, este ideal fue explotado por la publicidad para promocionar estos artículos e inducir a su consumo.

El estándar de vida se medía ahora no sólo por la satisfacción de las necesidades básicas sino por el *confort* identificado con el hogar moderno, respondiendo al proceso de expansión del ideal del *american way of life*. Su presencia en Argentina se explicaba por la existencia de empresas norteamericanas de artefactos domésticos y de empresas publicitarias.<sup>15</sup> Este modelo no dejó de ser publicitario en esa etapa, ya que si bien en el discurso de la propaganda del primer peronismo se destacaron datos sobre las facilidades para el acceso a la vivienda propia y el aumento del consumo minorista, como así el aumento de la producción nacional de la línea blanca de electrodomésticos (heladeras y lavarropas), entre las familias de recursos económicos más escasos -aún



entre aquellas que experimentaron un ascenso social en el período- el acceso a estos artefactos recién se dio entrados los años sesenta, como analizan investigaciones que toman como fuente el censo nacional de 1960.

#### La imagen del ama de casa

En Argentina, en el marco de lo que ha dado en llamarse "democratización del bienestar" desarrollado entre las décadas del cuarenta y cincuenta, la tecnificación del espacio doméstico tuvo un gran impulso asociado al acceso a la vivienda propia y a la expansión del consumo. Las modificaciones en la estructura de la vivienda y en la provisión de servicios, así como la introducción de nuevos artefactos al hogar, marcaron profundas transformaciones en las formas, el tiempo y el esfuerzo implicados en el trabajo doméstico. También trajeron cambios en las representaciones vinculadas a su ejecución. De forma paralela, se dio una creciente visualización de las amas de casa en el discurso público, como guardiana del presupuesto del hogar.<sup>16</sup>

En este contexto, las imágenes de mujeres y

la apelación a la mujer como la "dueña de casa" y principal consumidora, fueron más reiteradas en las publicidades de los años cuarenta, momento en el que este concepto tuvo un papel central en la promoción de los usos de las nuevas tecnologías para el hogar, acompañado por la imposición de la estética del *confort*. En las fuentes, las ilustraciones responden a mujeres curvilíneas, prolijamente vestidas, maquilladas y peinadas a la moda, lucían delantales para realizar tareas hogareñas y de hecho portaban en sus manos ropa y bandejas demostrando que la tarea fue hecha con la ayuda del electrodoméstico y ellas estaban satisfechas del resultado. Sus figuras responden a los cánones hollywoodenses de la época (N° 14, 15).

El ama de casa propuesta como modelo para clases medias cada vez más amplias -que incluían a sectores trabajadores con un mayor acceso al bienestar y a sus signos de *status*- debe realizar las tareas de la casa por sí misma. Los textos que acompañaban dibujos de mujeres, las interpelaban como "Distinguida señora cliente", "Feliz poseedora", "Buena ama de casa" y "Dueña"



N° 13. Aparatos eléctricos



N° 14. Periódico *El Imparcial*, 1936.

a la vez que proponían el consumo y la mecanización del trabajo doméstico cuyos objetivos propuestos eran el bienestar de la familia, la facilidad y comodidad en la ejecución de las tareas y el consiguiente acceso al tiempo libre que esto generaría, además de los ya consabidos argumentos de seguridad e higiene.

La publicidad supo emplear también el discurso de la racionalización de las tareas domésticas -originado en Estados Unidos- que en la década de 1930 ganó fuerza en Argentina cuando la Economía Doméstica se consolidó como disciplina obligatoria en la educación de las niñas y se promocionaba en revistas femeninas. Dicha racionalización se basaba en la adopción de ciertos métodos de la producción industrial en serie que podían aplicarse para ahorrar tiempo, movimientos y esfuerzos en la realización de las tareas, de este modo, el ama de casa desempeñaría su trabajo de una manera más racional y científica. Las imágenes de los electrodomésticos en las publicidades figuraban la practicidad, eficiencia y rapidez, nuevos ideales que debía alcanzar un ama de casa moderna.

A partir de 1930 se difundieron ampliamente en Argentina la cocina eléctrica y otros artefactos apoyándose en la imagen de la mujer como ama de casa. Así en la publicidad de una cocina eléctrica de 1940 donde se resalta el título "*Como buen ama de casa*", se refiere a ella con un breve texto contundente: "*Ud. quiere más bienestar*"



N° 15. Periódico *El Imparcial*, 1946.

para los suyos, más comodidad para sí misma, más economía e higiene en su hogar... Todo eso lo conseguirá Ud. Con la cocina eléctrica...". En otra publicidad, donde también se dibujaba un ama de casa trabajando junto a una gran variedad de electrodomésticos, se aseguraba "*Los aparatos eléctricos para el hogar son económicos y prácticos. Reducen los gastos domésticos y disminuyen el trabajo de la dueña de casa. Los aparatos eléctricos para el hogar aumentan la comodidad de la familia, son de fácil manejo y consumen poca corriente.*"

Esta búsqueda de la eficiencia se extendió al diseño de interiores y la arquitectura moderna: en la Argentina se pasó del modelo de la "cocina higiénica" al de "cocina moderna". Esta era concebida como un espacio "eficiente", dividiendo el ambiente en centros de trabajo en la búsqueda de economizar tiempo, movimientos y espacio. Distintos diseños de cocinas, de artefactos y de muebles para este ambiente fueron creados en los años subsiguientes. Adelantos técnicos de distinto orden fortalecieron la imagen de que la resolución de las tareas domésticas sería cada vez más sencilla, con lo que el ama de casa podría realizarlas y gozar además de tiempo libre.

El modelo que tuvo mayor peso fue el que identificaba la racionalización del espacio y del trabajo doméstico con una domesticidad de clase media, a partir del que se incitaba al





Nº 16. Periódico *El Imparcial*, 1946.

consumo de nuevos objetos, materiales y combustibles. Hacia 1950 la imagen de la cocina racional había ganado un lugar.<sup>17</sup> Este modelo puede verse en el diseño esbozado en la publicidad de "Sea usted dueña de una cocina como esta" del año 1946 (Nº 16) en el que aparecían los principios del diseño arquitectónico que se estaba desarrollando en Europa y Estados Unidos: encontramos ya la cocina eléctrica y la heladera integradas en un espacio único, técnicamente facilitador de la elaboración y conservación de alimentos; a diferencia de la publicidad anterior donde el refrigerador se encuentra en el comedor diario, y en el ambiente de la cocina, la cocina eléctrica. Vemos entonces cómo las concepciones sobre la cocina moderna comprendían algunos elementos constitutivos tales como el *comfort*, la racionalización del trabajo doméstico y el consumo de artefactos que alcanzaron los discursos de circulación masiva cuyo lector era el ama de casa y fueron a la vez soporte para la construcción de un nuevo modelo de mujer doméstica. En una cocina "amable y acogedora", la mujer debía a un tiempo resolver las tareas domésticas y compartir un momento con su marido e hijos.<sup>18</sup>

La racionalización del trabajo doméstico prometía, como se ha dicho, el disfrute de mayor tiempo libre debido a la tecnificación de tareas como planchar, coser, cocinar, barrer y aspirar el polvo, hervir el agua, lavar la ropa, secarse el cabello, hacer infusiones, tostar el pan, entre otras. Una clara muestra de este razonamiento se aprecia en el aviso de "la marmita de posguerra" (Nº 17)



Nº 17. Periódico *El Imparcial*, 1947.



aparecido en 1947. A partir de varios dibujos, además de mostrarse de forma muy moderna con una suerte de infografía las utilidades de la olla, en un segundo plano aparecía el dibujo de la marmita cocinando de forma independiente, mientras que el ama de casa, en otro ambiente disfrutaba de su "tiempo libre" obtenido gracias al producto.

El nuevo imaginario en relación a las tareas del hogar se iba imponiendo y como señalara Marcela Nari "el ama de casa electrificada y feliz fue aceptada como prototipo, menos angustiante, de la nueva mujer".

La realidad, sin embargo, fue distinta y estos planteamientos desembocaron en una concepción del trabajo doméstico como una actividad de la que se esperaban altos niveles de calidad y en la que la mujer debía ser una experta, a la vez que muchas de las labores se cargaban de valores estrechamente ligados a la maternidad. De hecho no aumentó el ocio sino que las tareas del hogar se hicieron más exigentes dada la obsesión por la limpieza y el orden, con lo cual se cuestiona que los electrodomésticos hayan granjeado el camino a la vida laboral

de las mujeres, más bien produjo lo contrario. Como se ve en el detalle de la publicidad analizada, el "tiempo libre" del ama de casa se "invierte" en otra actividad hogareña. A lo largo del tiempo, por tanto, la publicidad supo sacar partido de las propuestas sociales más progresistas para convertir a los electrodomésticos en el nuevo ángel del hogar, aunque solo se tratara de una ilusión pues la "señora moderna" continuó trabajando tantas horas o más que su madre.<sup>19</sup>

### Conclusiones

Las imágenes analizadas a lo largo de este artículo nos han mostrado la evolución no sólo de la tecnología empleada en el hogar sino del diseño de artefactos y de la publicidad en sí misma.

A través de medio siglo hemos visto cómo el uso de la energía eléctrica se fue expandiendo en redes hogareñas. Al mismo tiempo tanto los fabricantes como las campañas publicitarias trabajaban para extender en el imaginario colectivo, la idea de que esta energía era sinónimo de avance científico puesto al servicio de la población. Este progreso era sustentado con argumentos que pregonaban los beneficios para la salud que se desprendían de los atributos de seguridad y limpieza con que se promocionaban los electrodomésticos.

Más tarde los aparatos eléctricos fueron incorporándose como "ayudantes o sirvientes eléctricos" que hacían más fácil la realización de las tareas domésticas. Practicidad, eficiencia, rapidez y sencillez en la manipulación de estos artefactos, eran las razones explicitadas para incitar el consumo. Estas estrategias publicitarias tenían como destinatario a un nuevo modelo femenino: el ama de casa. Interpelada desde los anuncios como la figura responsable de sostener el orden y la felicidad del hogar, el ama de casa podía contar con las nuevas tecnologías para llevar a cabo el trabajo doméstico al mismo tiempo que el consumo de estos adquiría un valor simbólico que se asentaría con el tiempo: alcanzar el ideal de *comfort* y *status* del que disfrutaba las clases medias altas. La naturalización del uso de electrodomésticos en nuestros hogares contemporáneos demuestra que aquel objetivo empresarial y publicitario que apareció en las primeras décadas del siglo XX, hoy es una realidad.

### Notas:

<sup>1</sup> PELTA Raquel "El nuevo ángel del hogar. Electrodomésticos y publicidad (1880 - 1960)" en *Pensar la Publicidad*, 2012, vol. 6, 117-146.

<sup>2</sup> [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_PEP.2012.v6.40640](http://dx.doi.org/10.5209/rev_PEP.2012.v6.40640)

<sup>3</sup> *Luces Argentinas. Una Historia de la Electricidad en Nuestro País*. Coordinación editorial e histórica: *Revista Todo es Historia*, 2002.

<sup>4</sup> *La Cheret*, una hermosa y joven dama que bailaba y reía irrepreensiblemente feliz e irresponsable, fue consagrada por el gran artista y creador de carteles francés Cherét. Este exponente del Art Nouveau "hizo suyo el lenguaje del arte popular que se utilizaba en los programas de circo decorados [...] y estableció el carácter dinámico con muchachas acompañadas de payasos y bailarines [...] que parecían saltar fuera del cuadro, efecto que acentúan las inscripciones curvadas hacia fuera" Ver BANICOAT John *Los Carteles, su historia y su lenguaje*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2003.

<sup>5</sup> *Evolución de la publicidad gráfica*, en [www.portalplanetasedna.com.ar/publicidad.htm](http://www.portalplanetasedna.com.ar/publicidad.htm)

<sup>6</sup> PELTA Raquel *Op. Cit.*

<sup>7</sup> IBAR ANDERSON "Historia del diseño industrial doméstico en la Argentina, desde fin del siglo XIX y hasta fin del siglo XX" en *Actas de Diseño*, Año V, Vol. 10, Marzo 2011, Buenos Aires.

<sup>8</sup> *Evolución de la publicidad gráfica...*

<sup>9</sup> *Luces Argentinas. Una Historia...*

<sup>10</sup> *Evolución de la publicidad gráfica...*

<sup>11</sup> BANICOAT John *Op. Cit.*, p.66.

<sup>12</sup> IBAR ANDERSON *Op. Cit.*

<sup>13</sup> PELTA Raquel *Op. Cit.*

<sup>14</sup> *Evolución de la publicidad gráfica...*

<sup>15</sup> PÉREZ Inés "Corazón de hojalata, hogar de terciopelo. La cocina, epicentro del mundo doméstico (Mar del Plata - Argentina, 1950-1970)" en *ASPARKÍA*, nº 21; 2010, 105-128.

<sup>16</sup> PÉREZ Inés "De 'sirvientas' y eléctricos servidores. Imágenes del servicio doméstico en las estrategias de promoción del consumo de artículos para el hogar (Argentina, 1940-1960)" en *Revista de Estudios Sociales*, nº 45, Bogotá, enero - abril de 2013, pp. 42-53.

<sup>17</sup> PÉREZ Inés "Corazón de hojalata..."

<sup>18</sup> PÉREZ Inés "Un sistema luminoso para el ama de casa. avatares del discurso de la racionalización del espacio y el trabajo doméstico en argentina, 1930-1960", en *Páginas, revista digital de la escuela de historia*, UNR, año 3, Nº 5, Rosario, 2011.

<sup>19</sup> PÉREZ Inés "Corazón de hojalata..."

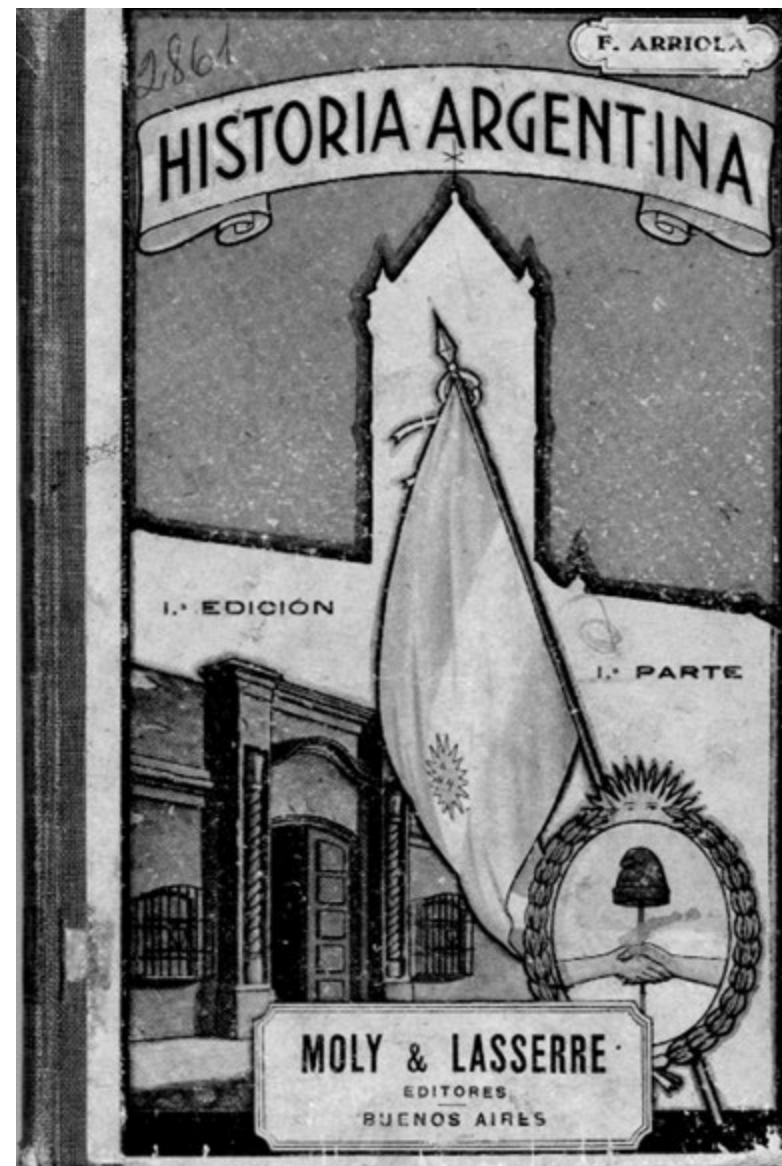
<sup>20</sup> PELTA Raquel *Op. Cit.*

Mariela Canali  
Mariela Rametta  
Profesoras en Historia  
Investigadoras del Instituto y Archivo  
Histórico Municipal de Morón



# REFLEXIONES TEÓRICAS Y METODOLÓGICAS SOBRE LA IMAGEN ACEPTADA COMO FACTOR CARDINAL EN LA TAREA DEL HISTORIADOR

Adriana Eberle



Si algo ha caracterizado los estudios históricos en estos años del siglo XXI ha sido precisamente la diversificación de enfoques teóricos y metodológicos con que los investigadores podemos acceder al análisis de los hechos y procesos. Y esta circunstancia se ha visto fortalecida justamente por la variedad de fuentes y recursos testimoniales de que nos valemos para reconstruir el pasado. Si bien es comprobable la convivencia de fuentes tradicionales (esto es, de carácter esencialmente oficial) con no tradicionales (derivadas en principio del área de los medios de comunicación masiva o bien del ámbito de lo privado), el avance que éstas últimas han tenido en el tiempo reciente nos permite sostener que estamos frente a una auténtica revolución expresiva y comunicativa entre los seres humanos.

Así como en su momento las señales y la oralidad –sostenes de la identidad de las sociedades y prueba de su persistencia en el tiempo– fueron superadas por la escritura y la imprenta, creemos que ésta ha sido en parte desplazada por los recursos audiovisuales. Efectivamente, gran parte de la humanidad se encuentra informada, relacionada y educada por medio de imágenes y sonidos asociados cada vez con mayor definición, exactitud e inmediatez. Sin embargo, ese proceso de transmisión de conocimientos y noticias no deja de ser una modalidad más que ha asumido la comunicación en un momento en que señas, palabras orales y escritas y medios audiovisuales se complementan y superponen. En este proceso, entonces, es posible identificar, como en todo fenómeno comunicacional, los elementos esenciales que lo constituyen, esto es:

Un texto, con sus signos y códigos.

Las personas que interpretan ese texto y la experiencia cultural y social que la formó y estableció los códigos.

La conciencia de una realidad externa a la que se refiere el texto y a la que lo recibe. Todo ello supone involucrarnos con un conjunto social que se expresa de modo peculiar y que nos habla de sus experiencias de vida como colectivo y de los modos particulares que prefieren para transmitir esas mismas vivencias. En este sentido, reconocemos que los periódicos, las revistas, el cine, la televisión, la radio y hasta los avisos publicitarios nos hablan a gritos de esa sociedad que los produce. Y cuanto

decimos, es legítimo no sólo para nuestro tiempo, sino para toda época en la que los hombres decidieron dejar un texto (fuese en el código que fuese) como evidencia de su ser y su hacer. Sí es válido aclarar que, con el transcurso del tiempo y sobre todo a partir de los avances tecnológicos aplicados a la comunicación, el carácter de ésta se ha vuelto masivo, lo que supone: a) unos destinatarios desconocidos; b) la conversión del texto en “mercancía”, o sea, consumido privadamente en medios de prensa, pantallas y audios; y c) el texto se produce industrialmente con un elevado costo financiero y regulado por corporaciones privadas o por el Estado.

Como historiadores, creemos que es factible posicionarnos frente al pasado con un enfoque comunicacional, es decir, poner en una nueva perspectiva lo vivido o pensado por las generaciones precedentes. Esto significa, ni más ni menos, situar los signos lingüísticos en un nuevo espacio que comparten con lenguajes corporales, las expresiones y las imágenes. Así entendido, el lenguaje no es más el elemento por excelencia para expresar la verdad, sino que convive con nuevos soportes de la información, la memoria y el testimonio que –sin anularla– avanzan sobre la palabra, la enriquecen y la globalizan. Pensar en términos de la comunicación, implica irrumpir en el terreno de otras disciplinas que nos habilitan a vincular y explicar los fenómenos desde otra óptica. Y a un tiempo, dar respuesta a un interrogante antropológico sobre los diferentes modos en que los colectivos humanos escogen para comunicarse, teniendo en cuenta las transformaciones de los medios de comunicación, el desarrollo de nuevas tecnologías y las flamantes relaciones públicas. En este sentido, entonces, se sostiene el regreso del sujeto como parte relevante en el proceso de comunicación, pues es el hombre el que actúa sobre las representaciones del hombre por medio de signos. Todo este conjunto de enunciaciones lleva a la redefinición y resignificación de otras cuestiones como los valores de la verdad, la belleza y la justicia; la realidad concreta y sus expresiones; el vínculo social y la proyección del mismo en el espacio público; el imaginario y sus distintos modos de imbricar la sociedad y el consenso en tanto admitido como aspiración política. Sintetizando cuanto venimos exponiendo:



“Las actividades diarias de la gente en cada era estuvieron claramente influidas por los sistemas de comunicación del momento a lo largo de toda la vida... Hay que entender que la naturaleza de los sistemas de comunicación en una sociedad determinada está relacionada de forma significativa con prácticamente todos los aspectos de la vida diaria de la gente...”<sup>1</sup>

Por lo tanto, el estudio de los modos de comunicación, en cualquier época, implica hacernos tres preguntas centrales, a saber: a) ¿Cuál es el impacto de una sociedad sobre sus medios de comunicación?, o sea, ¿qué condiciones políticas, económicas y culturales nos llevaron al estadio actual?; b) ¿Cómo tiene lugar esa comunicación?; y c) ¿Cómo afecta ese mensaje a las personas?, es decir, ¿cómo influye psicológica, social y culturalmente? Desde este enfoque pues, por más que los mensajes sean impersonales, estandarizados o directivos, lo comprobable es que se mantienen las funciones esenciales del acto comunicacional en una sociedad en tanto organiza los vínculos sociales, estructura la vida cotidiana y mantiene la cohesión de la comunidad, ya sea que se analice el espacio doméstico, el escolar o el público.

Ahora bien, cuál es nuestra tarea como historiadores y, fundamentalmente, como historiadores de la historiografía. En principio, estamos llamados a recuperar el

uso de los productos de los diferentes medios de comunicación en dos sentidos, como fuente histórica, y como objeto factible de lectura y crítica historiográfica, aceptando que vamos a adentrarnos en las formas de representación del pasado y del presente de las sociedades en su devenir temporal. Así, pensar desde este lugar nos lleva a dar un paso más, ya que debemos admitir que las sociedades humanas son productoras permanentes e incesantes de representaciones visuales, tanto a partir de imágenes como de asociación de palabras y por los diferentes medios enunciados, a un tiempo que reconocemos que esas mismas representaciones articulan discursos ideológicos que sustentan, explican y justifican la producción y reproducción de los imaginarios colectivos. Partir entonces de esos supuestos nos obligará en tanto historiadores, a entrar en diálogo con otros campos disciplinares y apropiarnos de metodologías y enfoques diferentes a la propuesta histórica tradicional. Es sugerente entonces convenir que como investigadores tendremos que concebir interrogantes acordes a los nuevos testimonios que tenemos delante; por ejemplo, ¿qué modos de interacción se destacan entre imagen/texto e imaginario colectivo?, o ¿cómo se reelaboraron las imágenes en función de los cambios en la ideología dominante?, o también ¿cuáles son los

rasgos culturales de los productores de imágenes que se ponen de relevancia cuando caracterizan una selección y jerarquización de imágenes? Desde este lugar, y continuando con los ejemplos, será posible detectar qué temas se vuelven recurrentes dando razones de esa persistencia, como también por qué un contenido se pierde y es reemplazado por otro recuperado o innovador.

Llegados a este punto de análisis, es necesario pues realizar una distinción bien clara en cuanto al discurso histórico:

a) Un discurso tradicionalmente histórico, producido por historiadores, que proponen una aproximación al pasado fundada exclusivamente en fuentes escritas y de preferencia oficiales. Involucra el resultado no sólo de la tarea de historiadores, sino también de intelectuales en general, legisladores, políticos, periodistas y docentes.

b) Un discurso no tradicionalmente histórico, que alcanza a toda manifestación humana que da testimonio del pasado. Comúnmente no son producto del método histórico, ni se relacionan con fuentes escritas u oficiales, ni se divulgan en ámbitos académicos. Son productos culturales que conservan memoria del pasado y se corresponden con el contexto cultural en que se producen. Por ejemplo, textos escolares, expresiones musicales, films, obras de ficción, intervenciones en espacios públicos... Todos ellos en tanto evidencian, encierran y exponen una toma de posición frente al pasado.

Profundizando en estas expresiones, esa toma de posición tiene que ver con el ser del realizador y el mensaje que desea dejar a la sociedad de su tiempo, a su actitud contestataria, autónoma o condescendiente con el poder de turno o con el conjunto social. Esos discursos individualizan acontecimientos que bien pueden haber sido silenciados en sectores oficiales o académicos. También pueden asociarse a la acción concreta de grupos que han asumido diferentes compromisos sociales, aunque no desestimemos que sean expresiones individuales. Y es posible incluso que estos discursos sean el resultado de una política de Estado para transmitir comportamientos socialmente aceptados y, a un tiempo, arraigar valores y sentimientos.

Asumiendo entonces esa distinción entre los dos tipos de discurso histórico, examinemos



la factibilidad de la lectura crítica-reflexiva-historiográfica que podemos realizar a los no tradicionales.

En principio, convengamos que todo discurso conlleva una carga ideológica que el historiador tiene que construir y exponer: estamos llamados a recomponer las atmósferas de época, a identificar los ideales y objetivos de los distintos grupos sociales, a descubrir las maneras de ver y asumir el mundo, el hombre, el país. Y en este camino es propio que profundicemos en qué es una imagen.

Ésta puede ser entendida en tanto **representación visual**, esto es, en el plano físico y en el plano de la imaginación. Debemos entenderla como una creación que tiene como fin atraer al destinatario antes que reproducir la realidad, aceptando que al momento de esclarecer los procesos de producir y reproducir imágenes, éstos responden a intereses diversos que pueden ser estéticos, sociológicos, políticos, por ejemplo. Ambos procesos, sin embargo, nos muestran diferencias entre sí, ya sea que tengamos en cuenta las técnicas de producción o reproducción, los soportes físicos, las estructuras expresivas y los





modos de difusión. Así distinguimos grabados, fotografías, carteles, cómics, cine, televisión, video, realidad virtual...

Ahora bien, la imagen puede ser comprendida en tanto **construcción simbólica** por cuanto representa algo. Desde los tiempos antiguos al presente, la imagen ha venido evidenciando la misma fuerza mágica, con idéntico peso cultural y siempre supeditado a la posición social de los actores implicados. Lo que ha variado en ese largo trayecto han sido los medios de producción y reproducción al mismo tiempo que se ha ampliado la difusión espacial y social de la imagen. Asimismo se ha incrementado la aparición de nuevos lenguajes que, obviamente, deben ser incorporados por los destinatarios para poder acceder al contenido simbólico que encierra la imagen. Por otra parte es necesario insistir en que la imagen debe ser considerada en sí misma y no sólo por lo que representa: debe ser pensada como una entidad autónoma, con intensidad propia y trascendencia múltiple, es decir, estética, histórica, cultural, psicológica, sociológica, política. La imagen no se limita al impacto visual, sino que alude también a una construcción que se da en el individuo a partir de la asociación de palabras, de palabras y visibilizaciones, de palabras y sonidos...

Por último, la imagen debe ser apreciada en tanto **mensaje polisémico** refiriéndonos específicamente al proceso social de significar en todos los sistemas de significación disponibles: esto es, cruzar la imagen con todas las manifestaciones expresivas a fin de hallar las constantes de significación. Así, involucrarnos en el mundo de las representaciones nos obliga a acceder a los imaginarios, es decir, a una construcción más amplia que gesta y justifica la imagen. El imaginario es ese complejo cultural-expresivo-enunciativo que ahonda en el sentido, el fin y el propósito de la imagen, todo referido desde el ángulo de la significación. Convengamos entonces que toda imagen es tal en tanto expresa **ideas**. Un mensaje visual se construye por la integración de distintos signos plásticos, icónicos, lingüísticos, y se configura en contextos de época condicionados por fines coyunturales de la más variada índole; por ejemplo, una manipulación política, una instancia eleccionaria, un entorno comercial. En síntesis, la imagen no es inocente; no puede entenderse aislada ni del contexto de

producción y reproducción ni de las coyunturas; debe articularse con otras expresiones teóricas y artísticas de la época; ha de relacionarse con el productor y el receptor, pues la imagen fue elaborada para ser vista. El espectador también debe abordarse desde diferentes lugares: su capacidad visual, su saber, sus afectos y creencias, la pertenencia a una historia, una época, una cultura y una clase social. Es el receptor el que activa las imágenes y las interpreta a partir de su "banco de datos", es decir, pone en juego una instancia cultural que explicará el éxito o el fracaso de la imagen propuesta y facilitará, entonces, la comprensión del alma de ese pueblo (considerando valores, creencias, prejuicios, arquetipos), aclarará las eventuales diferencias regionales, explicará los contrastes de apreciación según el rango social del receptor y permitirá identificar la existencia de una ideología dominante y de proyectos alternativos a esa propuesta hegemónica.

Puestos de acuerdo en estas consideraciones sobre la imagen, exponamos entonces algunas precisiones metodológicas para el abordaje y análisis de la misma.

En principio sugerimos compartir las argumentaciones de Carlos Altamirano al momento de fundamentar el análisis de las ideas desde una concepción integradora, atentos a que las ideas no son simplemente la expresión retórica de los pensamientos de un intelectual, sino una manifestación vital, que excede el rígido marco teórico. En este sentido, por ejemplo, al tratar la historia política desde este plano innovador, debemos coincidir en que los enunciados doctrinarios constituyen un plexo de principios que abarca mucho más que el texto escrito, y que en el devenir histórico, estas formulaciones no sólo se modifican en su letra, sino también en su espíritu, respondiendo a necesidades y realidades sociales diferentes. Por ello, insistimos en que cada conjunto coherente de ideas y doctrinas da como resultado una cultura política disímil, en la que los hábitos, costumbres, actitudes y actos de gobierno que ella inspira son altamente significantes y significativos como para signar toda una época.

A partir entonces de entender la historia de las ideas desde esa óptica, seguiremos los pasos del método histórico: planteo de hipótesis y problemas; definición, búsqueda,



selección y jerarquización de las fuentes; análisis y crítica formal e interpretativa de las mismas; elaboración de conclusiones parciales y definitivas. Recordemos con Carlos Altamirano que "es sabido que la historia intelectual se practica de muchos modos y que no hay, dentro de su ámbito, un lenguaje teórico o maneras de proceder que funcionen como modelos obligados ni para analizar sus objetos, ni para interpretarlos -ni aun para definir, sin referencia a una problemática, a qué objetos conceder primacía-..."<sup>2</sup> Siguiendo a este intelectual compartimos con él el hecho que no podemos ignorar precisamente esa pluralidad de enfoques teóricos, recortes temáticos y estrategias de investigación que animan hoy la vida de las disciplinas relativas al mundo histórico y social.

Esta perspectiva se ve enriquecida por las propuestas metodológicas que nos acerca la lingüística a partir de la aplicación de las distintas posibilidades que nos propone para acceder al análisis de discurso, porque "los discursos de los agentes sociales colectivos, independientemente de la forma y del contenido que puedan tener, son, necesariamente, objetos de reflexión"<sup>3</sup> para reconstruir las ideas que fundamentan las acciones de los diferentes actores sociales y políticos. Por ello, y cuando nuestras fuentes son textos o producciones escritas, ensayos, y artículos periodísticos, sostenemos en principio la especificidad del discurso político -en el sentido que lo expone Alejandro Raiter en su artículo "La especificidad del discurso

político"<sup>4</sup>-, y la factibilidad de aplicar el análisis del discurso (entendido éste como asociación de palabras, de palabras e imágenes, de imágenes...), a efectos de establecer, por ejemplo, la función del *image-maker*, la función señalizadora, las tácticas de persuasión, la multiplicación de canales de difusión, el "efecto espejismo", la intencionalidad, la existencia de un "discurso dominante", los signos ideológicos, la iniciativa discursiva, entre otras posibilidades de análisis esclarecedoras.

Por ello queremos insistir con Alejandro Raiter,<sup>5</sup> que el análisis del discurso, como perspectiva y como método, se constituye en una herramienta importante para realizar estudios sociales y políticos. Partamos de la idea de que el discurso no existe al margen de sus usuarios en un momento histórico y social determinado. Por el contrario, es parte de su cotidianeidad. Sin embargo en el conjunto de la sociedad, el analista del discurso procurará establecer la existencia de un discurso dominante: éste es el que facilitará el conocimiento de la sociedad, pudiendo incluso realizar un abordaje científico de la ideología dominante y obtener una herramienta de análisis -también científica- de una parte de la sociedad.

Estas apreciaciones bien pueden traspasarse al análisis de documentos oficiales como discursos, escritos y/o posturas y fundamentaciones expresadas por los presidentes, los gobernadores y los legisladores provinciales y nacionales,



quienes debieron fundar sus opiniones y criterios por medio del uso de las palabras y con el objetivo de motivar a sus pares a acompañarlos en sus iniciativas. Insistimos en el hecho de que todo fundamento, todo juicio, toda expresión discursiva responde a la subjetividad de quien lo emite pero también al proyecto de país y a las ideas que dice sostener, contextualizado en su propia percepción de la re-presentación que sabe o que supone que posee. Nuestra tarea consistirá entonces en desentrañar, a partir del análisis de las fuentes, las ideas, los valores y las creencias que motivaron a los individuos, a un sector social o a la sociedad en su conjunto, a posicionarse y definirse frente a la realidad, desempeñando "acciones políticas", confrontándolas con la realidad y la eventualidad de su aggiornamento. Desde esta perspectiva de análisis entonces nos acercaremos con nuestra propuesta a la historia intelectual, en donde la "idea" es significada en el contexto cultural y epocal que la recibe. Siguiendo a Roger Chartier,<sup>6</sup> intentaremos elucidar cómo se construyen las realidades, cómo se presentan a la lectura o a la vista y cómo son captadas, es decir, indagar el modo en que los grupos sociales percibieron y apreciaron lo real y lo ideal y cómo lo transmitieron a partir de esquemas intelectuales incorporados por distintas vías como la tradición familiar, la escuela, el

periodismo...Y coincidiendo con Chartier y en íntima relación con nuestra propuesta "Las representaciones del mundo social construidas de este modo, ... se sustentan siempre en los intereses del grupo que las forja. De allí la necesaria puesta en relación de los discursos con la posición de quien los emite..." En el mismo orden de ideas, esas percepciones de lo social no son "neutras" en tanto y en cuanto engendran estrategias y prácticas que tienden a imponer una autoridad, legitimar una dominación y justificar elecciones y conductas. Asimismo, implican analizar fenómenos de apropiación como también de resignificación, sin desdeñar por cierto los modos en que se visibilizan los procesos de identificación, pertenencia y diferenciación. Retomando la imagen en sí misma, ya justificamos que la imagen tiene innumerables actualizaciones potenciales, dirigidas algunas a nuestros sentidos, otras únicamente a nuestro intelecto. Como se dijo, lo cierto es que una imagen, sea cual fuere su origen, no es inocente y no puede entenderse aislada,<sup>8</sup> sino que es indispensable, articularla histórica y teóricamente con la consideración que nos merecen otras modalidades concretas y expresivas de la época en que es producida. Más allá entonces de la mera imagen, debemos centrarnos en el estudio de imaginarios, esto es de un constructo más



amplio que gesta aquélla y que la justifica. En este sentido, imaginario se nos presenta como mundo, cultura o inteligencia visual que se manifiesta en un conjunto de íconos, se difunde a través de una diversidad de medios e interactúan con las representaciones mentales. Por lo mismo, el imaginario estudia la imagen sin cualificación estética pero sí ahondando en el sentido, el fin o el propósito de la misma. Así el método de análisis consistirá en abordar la imagen desde el ángulo de la significación: es decir, el signo es tal en la medida que expresa ideas. Nuestra búsqueda apuntará a la significación global de un mensaje visual en tanto:

Se construye por la integración de diferentes tipos de signos, sean plásticos, icónicos o lingüísticos.

Se configura en contextos de época y de fines coyunturales: el imaginario tiene "su circunstancia" que puede ser un entorno comercial, una manipulación política, una valoración aculturadora, una dimensión histórica o una creencia.

Descubre su polisemia por la forma de interrogarlo desde diversas disciplinas.

Así entendido el imaginario se descubre como el encadenamiento de imágenes con vínculo temático o problemático recibido por diferentes medios audiovisuales que el sujeto interioriza como referente o el estudioso reconoce como conjunto.<sup>9</sup> Reiteremos que siempre la imagen deberá considerarse como una entidad autónoma, con intensidad propia y trascendencias estéticas, históricas, culturales, psicológicas, sociológicas, políticas, mercantiles...

Desde esta perspectiva, el análisis del imaginario y la imagen implica un replanteamiento de la historia, sobre todo desde la perspectiva de la manipulación de masas (lo que sugiere y exige un grupo dirigente), como desde los procesos de formación de opiniones y creencias, la plasmación de mitos sociales (los héroes, por ejemplo), del sentimiento nacional... Porque coincidamos, como ya se dijo, en que ninguna enunciación, sea discursiva o visual, es inocente, o sea falta de significación o intencionalidad. Por el contrario, tengamos presente que toda imagen tiene una significación y que, por lo mismo, tiende a ser controlada por el poder de turno, sea éste religioso, político o económico. "Entender la cultura visual de cada época, así como su estilo, solicita considerarla en el conjunto del

momento histórico: circunstancia, visión del mundo, sentido de la vida, peso de la religión, estado de las ciencias..."<sup>10</sup> El ejemplo más claro de lo apuntado probado a partir de nuestra propia experiencia de investigación, lo constituyen los textos escolares, en tanto y en cuanto, la asociación de imagen y texto creando significados favorecieron y sostuvieron (¿favorecen y sostienen?) el proceso de construcción de nacionalidad y definición de la otredad. Desde este ángulo de lectura, el conjunto de imágenes asociadas a diferentes soportes referenciales culturales, el imaginario, se constituye en patrimonio simbólico de la nación, sostén de la memoria nacional y razón de ser de cuanto une/fusiona o bien, excluye/divide en una sociedad. Como estrategia de difusión y propagación, de consolidación y afirmación de un modelo político, la cultura visual nos permitirá acceder a los significados que la clase dirigente nacional definió en cuanto a la apropiación y usos del pasado, en el marco de una cultura concreta, y orientado a la conformación de una identidad colectiva.

Por todo lo afirmado, creemos que estamos en un tiempo más que propicio para animarnos a explorar el sorprendente universo de la imagen, en tanto medio de expresión humana y fundamentalmente como síntesis de la esencia humana. Porque si algo caracteriza el estudio de la imagen es la recuperación del ser humano como productor y a un tiempo dador de significados. Creemos que este carácter antropológico es el que justifica la incorporación de la imagen como discurso imprescindible para todo aquel historiador que aspire a desentrañar el sentido, la fuerza y el valor del hombre y sus manifestaciones en distintas instancias de la vida en sociedad. Como sostiene Belting al afirmar la cualidad vital de la imagen:

"La persona humana es, naturalmente, un lugar de imágenes. ¿Por qué naturalmente? Porque es un lugar natural de las imágenes, y, en cierto modo, un organismo vivo para las imágenes. A pesar de todos los aparatos con los que en la actualidad enviamos y almacenamos imágenes, el ser humano es el único lugar en el que las imágenes reciben un sentido vivo (por lo tanto efímero, difícil de encontrar, etc.), así como un significado, por mucho que los aparatos pretendan imponer normas..."<sup>11</sup>



Propuesta bibliográfica:

ALMUIÑA FERNÁNDEZ Celso y MARTÍN DE LA GUARDIA Ricardo “Los medios de comunicación social y la delimitación de ámbitos territoriales”, en *Investigaciones históricas*, Valladolid, Publicaciones e intercambio científico de la Universidad de Valladolid, 1997, nº 17, pp. 341-348.

ALTAMIRANO Carlos "Ideas para un programa de Historia Intelectual" en *Prismas, Revista de historia intelectual*, Quilmes, Editorial de la Universidad de Quilmes, 1999, nº 3.

ALTHUSSER Louis *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*, Bs. As., Nueva Visión, 1974.

ARNAL Ariel “Construyendo símbolos –fotografía política en México- 1865-1911”, en *Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe*, Tel Aviv, enero-junio de 1998, vol. 9, nº 1, pp. 133-140.

ASQUETA Cristina "El discurso de los mass-media: un conductor de Ideología" en ELIZAICIN Adolfo y MADFES Irene (comp.), *Análisis del discurso - V Jornadas Interdisciplinarias de Lingüística*, Montevideo, Universidad de la República, F.H.C. E., 1994, pp. 42-47.

AUMONT Jacques *La imagen*, Barcelona, Paidós, 2007.

BACZKO Bronislaw *Los Imaginarios sociales. Memorias y esperanzas colectivas*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1991.

BARBERO J. Martín “Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de comunicación”, en *Sociedad*, Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires, octubre de 1994, pp. 35-47.

BELTING Hans *Antropología de la imagen*, Madrid, Katz, 2010.

BERGER L. y LUCKMANN Thomas *La construcción social de la realidad*, Barcelona, Martínez de Murguía, 1986.

BERGERO Adriana y REATI Fernando (comp.), *Memoria colectiva y políticas de olvido*, Rosario, Beatriz Viterbo Editora, 1997.

BOUGNOUX Daniel *Introducción a las ciencias de la comunicación*, Bs. As., Nueva Visión, 1999.

BOURDIEU Pierre “La historia cultural redefinida: prácticas, representaciones, apropiaciones”, en *Punto de Vista*, Buenos Aires, diciembre 1990, año 13, nº 39.

----- “La représentation politique. Éléments pour une théorie du champ politique”, en *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, nº 36/37, février-mars, 1981.

----- *Sociología y Cultura*, México, Grijalbo, 1990.

BURKE Peter *La revolución historiográfica francesa. La Escuela de los Annales, 1929-1984*, Barcelona, Gedisa, 1994.

----- *Visto y no visto, El uso de la imagen como documento histórico*, Barcelona, Crítica, 2005.

CASPILEGUI GORASURRETA Francisco Javier “En

los límites de la ortodoxia historiográfica: fútbol y cómics”, en *Anuario de Historia*, Pamplona, Universidad de Navarra, nº 4, 2001, pp. 253-280.

CASULLO Nicolás y otros *Itinerarios de la modernidad*, Buenos Aires, Oficina de Publicaciones del CBC, 1997.

CHACÓN Albino y LILLO Gastón “El cine latinoamericano: del código realista al código postmoderno”, en *Anclajes*, diciembre 1998, vol. 2, año 2, pp. 45-56.

CHANAN Michael “Latin American Cinema in the 90s. Representational Space in Recent Latin American Cinema” en *Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe*, Tel Aviv, enero-junio de 1998, vol. 9, nº 1, pp. 111-119.

CHARTIER Roger *El mundo como representación. Estudio sobre Historia Cultural*, Barcelona, Gedisa, 1992.

CIRIA Alberto *Más allá de la pantalla, cine argentino, historia y política*, Buenos Aires, Ediciones de la Flor, 1995.

COLLE Raymond *Iniciación al lenguaje de la imagen*, Santiago de Chile, Ediciones de la Universidad Católica de Chile, 2003.

COLOMBRES Adolfo “El cine y los medios audiovisuales como sustrato de una nueva oralidad de los pueblos indígenas”, en *Suplemento Antropológico*, Asunción, Universidad Católica, 1995, vol. XXX, nº 1-2, pp. 265-278.

CONNOR Steven “Televisión, vídeo y cine en la postmodernidad” en CONNOR Steven *Cultura postmoderna, Introducción a las teorías de la contemporaneidad*, Madrid, Akal Ediciones, 1996, pp. 115-132.

DE FLEUR Melvin y BALL-ROKEACH Sandra *Teorías de la comunicación de masas*, México, Paidós, 1989.

EBERLE Adriana “La Patria de los argentinos. Soportes dominantes en la construcción de la idea de patria”, en *Actas de las Segundas Jornadas Humanidades – Historia del Arte "Representación y soporte"*, Bahía Blanca, Universidad Nacional del Sur, octubre de 2007 (publicado en soporte informático).

----- “Valorando la cultura visual desde el punto de vista historiográfico. Análisis del cine como expresión y transmisión de la memoria social”, en *Actas de las Segundas Jornadas de Innovación Pedagógica, "Socializando las experiencias del aula universitaria"*, Bahía Blanca, Universidad Nacional del Sur, 2000, pp. 97-107.

FERRAROTTI Franco *La historia y lo cotidiano*, Bs. As., Centro Editor de América Latina, 1990.

FERRÓ Marc “El cine, ¿un contraanálisis de la sociedad?” en LE GOFF Jacques *Hacer la historia*, Barcelona, LAIA, 1980, III, pp. 241-260.

----- *Cine e historia*, Madrid, Gelli, 1980.

GUBER Rosana “Hacia una antropología de la producción de la historia”, en *Entrepasados*, Buenos Aires, año IV, nº 6, 1994.

GUBERN Román *Medios icónicos de masas*, Madrid, Historia 16, 1997.

IGLESIAS PRIETO Norma “Identidades de género y recepción cinematográfica. Una propuesta de investigación experimental”, en *Anales*, Nueva Época nº 1, ANRUP Roland y DOMINGUEZ Edmé (ed.), Göteborg, Instituto Iberoamericano de la Universidad de Göteborg, 1998, pp. 245-268.

MALLIMACCI Fortunato y MARRONE Irene (comp.) *Cine e imaginario social*, Buenos Aires, Oficina de Publicaciones del CBC, 1997.

MAZZEI Daniel H. *Los medios de comunicación y el golpismo*, Buenos Aires, Grupo Editor Universitario, 1997.

MOLINA Juan Antonio “Marginación y carnaval: la imagen del negro en la fotografía cubana” en *Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe*, Tel Aviv, enero-junio de 1998, vol. 9, nº 1, pp. 133-140.

MOREYRA Elida y CATALÁ Miguel “El cine argentino entre 1976 y 1983” en ANTOGNAZZI Irma y FERRER Rosa (comp.), *Argentina, raíces históricas del presente*, Rosario, Grupo de Trabajo “Hacer la Historia”, Univ. Nacional de Rosario, 1996, pp. 221-228.

O’SULLIVAN Tim et all. *Conceptos claves en comunicación y estudios sociales*, Buenos Aires, Amorrortu, 1997.

POMER León *Los héroes: imaginario y nación*, Buenos Aires, Leviatán, 2005.

PRISLEI Leticia “Fotografía y cine. La lectura de la imagen en perspectiva histórica”, en *Entrepasados*, Bs. As., nº 23, 2003, pp. 13-21.

RAITER Alejandro *Ideología y política*, Buenos Aires, Biblos, 2000.

----- “La especificidad del discurso político” en ELIZAINCÍN Adolfo y MADLES Irene *Análisis del discurso*, Montevideo, Universidad de la República, 1994.

RANALLETTI Mario “Entrevista a Robert Rosenstone”, en *Entrepasados*, Buenos Aires, fines de 1998, nº 15, pp. 100-104.

----- “Historia y cine” en *Entrepasados*, Buenos Aires, fines de 1998, año 8, nº 15.

RIVERA Jorge B. “Medios, comunicación e historia cultural (Un ensayo sobre la producción y difusión de los héroes de la industria cultural” en *Sociedad*, Buenos Aires, UBA, octubre 1994, pp. 49-68.

ROJAS MIX Miguel “Los héroes están fatigados. El cómic cien años después”, en *Casa de las Américas*, La Habana, abril-junio de 1997, año XXXVII, nº 207, pp. 5-24.

----- *El imaginario, Civilización y cultura del siglo XXI*, Buenos Aires, Prometeo, 2006.

ROMANO Eduardo “Disputas por la memoria, quejas contra el olvido y algunas sospechas más”, en *Sociedad*, Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, setiembre de 1996, nº 9, pp. 41-62.

ROMANO Silvia “Los documentos

audiovisuales como fuentes de la historia”, en *Estudios Sociales*, Santa Fe, año VIII, nº 15, segundo semestre de 1998, pp. 227-241.

RUFFINELLI Jorge “Notas para un viaje imaginario por el cine de nuestra América”, primera parte, en *Casa de las Américas*, La Habana, octubre-diciembre de 1997, año XXXVIII, nº 209, pp. 3-16.

SARTORI Giovanni “Videopoder” en *Elementos de teoría política*, Madrid, Alianza Editorial, 1996, pp. 305-316.

STEIMBERG Oscar “Nuevos presentes, nuevos pasados de la telenovela”, en *Sociedad*, Buenos Aires, UBA, octubre de 1994, pp. 85-92.

TAL Tzvi “Del cine guerrilla a lo grotesco – La representación cinematográfica del latinoamericanismo en dos films de Fernando Solanas: La hora de los hornos y El Viaje”, en *Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe*, Tel Aviv, enero-junio de 1998, vol. 9, nº 1, pp. 39-54.

VILCHES Lorenzo *La lectura de la imagen, Prensa, cine y televisión*, Barcelona, Paidós, 1984.

Notas:

<sup>1</sup> DE FLEUR Melvin y BALL-ROKEACH Sandra, *Teorías de la comunicación de masas*, México, Paidós, 1989, p. 28.

<sup>2</sup> ALTAMIRANO CARLOS “Ideas para un programa de Historia Intelectual” en *Prismas, Revista de Historia Intelectual*, Quilmes, Editorial de la Universidad de Quilmes, 1999, nº 3.

<sup>3</sup> ALVAR Manuel *El Lenguaje político*, Madrid, Fundación Friedrich Ebert, 1987.

<sup>4</sup> RAITER Alejandro “La especificidad del discurso político” en ELIZAINCÍN Adolfo e MADLES Irene *Análisis del discurso*, Montevideo, Universidad de la República, 1994, pp. 143-156.

<sup>5</sup> RAITER Alejandro *Ideología y Política*, Buenos Aires, Biblos, 2000.

<sup>6</sup> CHARTIER Roger *El mundo como representación. Estudio sobre Historia Cultural*, Barcelona, Gedisa, 1992.

<sup>7</sup> *Ibid.*, pp. 44.

<sup>8</sup> AUMONT Jacques *La imagen*, Barcelona, Paidós, 2007, p. 13.

<sup>9</sup> ROJAS MIX Miguel *El imaginario, Civilización y cultura del siglo XXI*, Buenos Aires, Prometeo, 2006, p. 17 y ss.

<sup>10</sup> *Ibid.*, p. 25.

<sup>11</sup> BELTING Hans *Antropología de la imagen*, Madrid, Katz, 2010, p. 71.

Adriana Eberle  
Licenciada en Historia  
(UNS)



# FEDERICO VALLE

## Un hombre de película

### Horacio Callegari



Caricatura de Alfredo Ferroni

En 1940, un anciano apremiado por graves problemas económicos, deambulaba por los despachos oficiales tratando de vender el fruto de varios años de trabajo: un archivo único de valiosas filmaciones documentales argentinas. Fue inútil, nadie se interesaba por ese inmenso material histórico, por un archivo fílmico en el que se conservaban vívidas dos décadas de la vida nacional. No tuvo más remedio que aceptar la oferta de un industrial que convirtió esos miles de metros de celuloide irrepetibles, en la materia prima para sus productos: la fabricación de peines. El desolado vendedor era don Federico Valle, aquel precursor del cine argentino que, curiosamente, había nacido en Italia, más precisamente en Asti, en la noroesteña región del Piemonte, en 1880. Veinticuatro años más tarde, emigró a París atraído por un aviso periodístico en el que solicitaban un joven "con conocimiento del español". Y Valle, sin saber por qué suerte del destino, había aprendido ese idioma durante sus estudios secundarios. Este conocimiento fue fundamental para su incorporación a la filial francesa de la Urban Trading Co. cuya casa matriz funcionaba en Londres. La empresa explotaba una industria cinematográfica aún en pañales, ya que la primera función pública de cine había tenido lugar poco antes, el 28 de diciembre de 1895, en el Salón Indien del Grand Café ubicado en el N° 14 del Boulevard des Capucines ante treinta y tres asombrados espectadores. Pocos meses después la primicia de los hermanos Augusto y Luis Lumière, inventores del sistema, era seguida por otros audaces empresarios, y así nacen la Pathé en 1896 y un año más tarde la Gaumont.

Y en este mismo año la novedad llega a Buenos Aires de la mano del industrial cervecero Emilio Bieckert; el 18 de julio en la

vieja sala del teatro Odeón que se levantara en la calle Esmeralda los porteños disfrutaban la fantástica novedad.

En la capital francesa el periodismo no había prestado demasiada atención al nuevo espectáculo y sólo un cronista del diario *La Poste* llegó a mencionar que "cuando la cinematografía se difunda será posible fotografiar a los seres queridos en movimiento". En Buenos Aires, en *El Diario*, aquella vieja publicación que en 1881 fundara Manuel Láinez, se comentaba con relación a la primera proyección, con demasiada parquedad, que "el espectáculo es atrayente".

Pocas semanas después otras dos salas, el Vivomatógrafo ubicado en Florida 344 y el Casino, hasta entonces utilizado para espectáculos de variedades, se agregan al mundo porteño del cine; los *films* exhibidos por entonces hoy forman parte de la historia de la cinematografía y varios de ellos fueron rodados por los camarógrafos de los Lumière: *El regador regado*, *Salida de los obreros de la fábrica Lumière*, *La demolición de un muro*, *El arribo del tren en la Estación de la Coïtat*, entre otros.

No pasó demasiado tiempo, apenas un año, para que el invento de los Lumière tuviera su descendencia en la Argentina. En 1897, un empleado de la casa Lepage, el francés Eugene Py, comenzó con las filmaciones en nuestro país las que hasta 1908 se limitaron a noticiarios y documentales; en este año el italiano Mario Gallo hizo una de las primeras películas con argumento: *El fusilamiento de Dorrego*.

Pronto se le sumaron otros cineastas: Julio Raúl Alisna, Emilio Peruzzi y Federico Valle.

De todos los mencionados fue este último la figura más relevante en el posterior desarrollo de la industria argentina.

#### La primera filmación sobre el ala de un aeroplano

Mientras tanto, en los primeros años del siglo XX, los hermanos Orville y Wilbur Wright estaban de gira por Europa, mostrando su invento, el aeroplano, con la intención de que algún gobierno europeo les comprara la patente. Efectuaron algunas demostraciones en Francia y mientras Orville regresó a Estados Unidos, su patria natal, su hermano Wilbur pasó a Italia.

En un campo de Centocelle, en los alrededores de Roma, realizó nuevas pruebas y un audaz muchacho italiano, que lo siguió desde

Francia, lo acompañaba. A Wilbur, hombre de pocas palabras, le cayó simpático y al fin dio su aprobación para que este joven tomavista, captase algunas precarias imágenes aéreas.

Ya en París había cavado un pozo en la pista de aterrizaje para filmar, desde el interior, el preciso momento en que el aparato tripulado por Wilbur tocaba tierra. Ahora su audacia llegaba al punto máximo: el tomavista le propuso a Wright ser su acompañante y filmar desde el aire. Pero, ¿dónde instalar otro pasajero en un aparato diseñado solamente para el piloto? Con la aprobación de Wright, Valle preparó, con maderas y alambres, un rudimentario asiento sobre el ala. Y allí, con temerario arrojo, se instaló para convertirse en el primer hombre que filmó desde el aire. El campo de Centocelle y los alrededores de Roma, se reflejaron en los 68 metros de película utilizables, de los 120 que filmó.

Así don Federico Valle se incorporó al mágico encanto del cine y la pasión que le despertó lo retrotrajo a su adolescencia, cuando en una feria de su ciudad natal, quedó fascinado por las mágicas reproducciones que aparecían sobre una tela blanca.

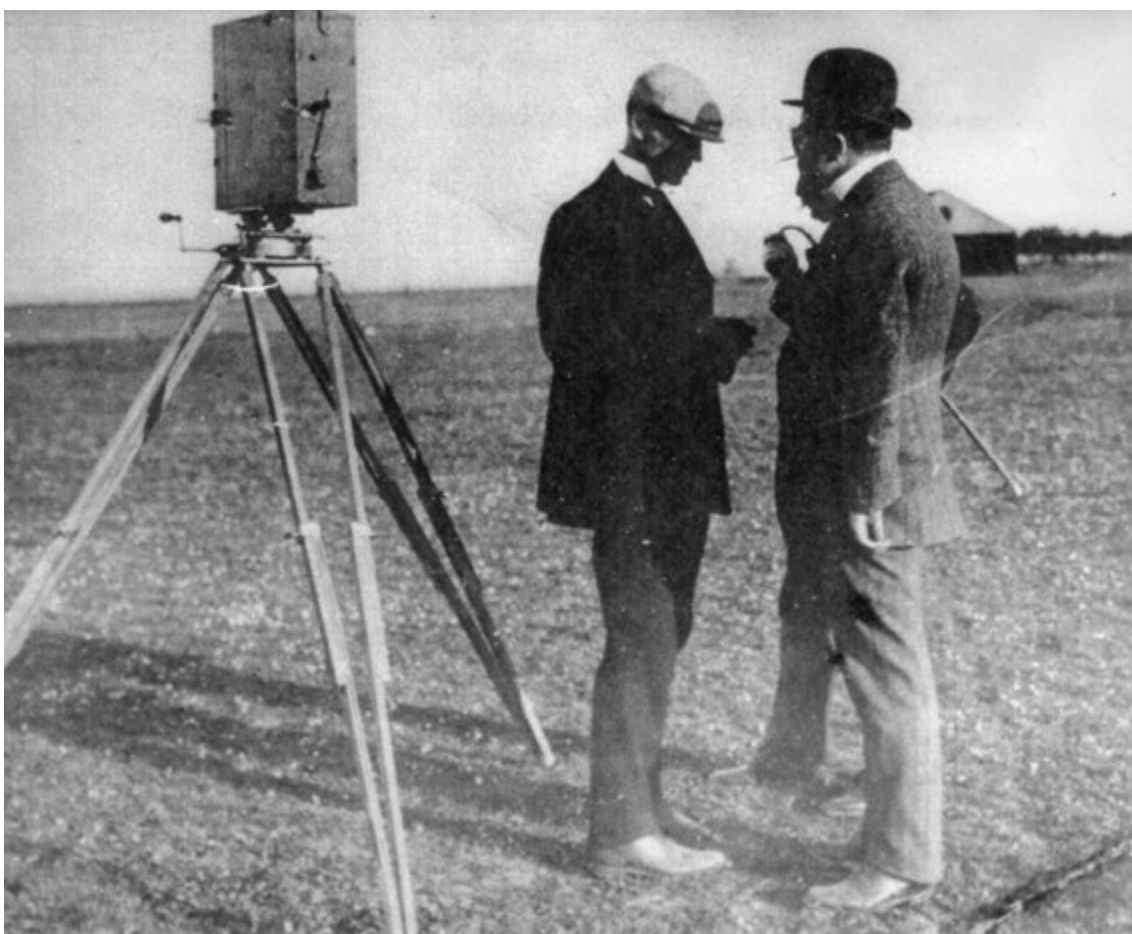
#### Los inicios en el cine: proyectando y filmando a manivela

A través de su labor, conoció diversos personajes, entre ellos a George Méliés, personalidad fascinante, quien tras iniciarse como ilusionista, llegó a adquirir el Teatro Robert Houdini al que transformó en sala cinematográfica. Gran innovador de esta nueva industria, inventó la aparición y desaparición de imágenes, la cámara lenta, el movimiento invertido, la sobreimpresión. Méliés había construido en Montreuil-sous-Bois un estudio vidriado, donde realizó *Un viaje a la luna*, *La hostería embrujada*, *El laboratorio de Mefistófeles* y otros filmes.

Por entonces, y robándole horas al descanso, Valle aprendió a proyectar películas, tarea muy peligrosa pues el material era muy combustible (recordemos las escenas de Cinema Paradiso) y su cercanía a los arcos voltaicos usados como fuente luminosa en los proyectores, lo tornaban un permanente riesgo.

Poco después actuó como operador en varias salas parisenses: Alhambra, Moulin Rouge, Folies Bergère, Champs Elysées, el Jardín de París, y comenzó a practicar la toma de vistas con las rudimentarias filmadoras a





En Centocelle (Roma, 1909) El de la gorra es Wilbur Wright, el de sombrero bombin Federico Valle

manivela de entonces. Es en esta etapa de su vida cuando conoció a los hermanos Wright y filmó desde el aire. Tras esta aventura, que le dio a Valle gran renombre, documentó la llegada de Alfonso XIII a París. A partir de entonces pasaron por su objetivo el Sha de Persia, la Mistinguette, Eduardo VII, Leopoldo II de Bélgica y otros personajes. Recorrió Europa y tomó vistas de Italia, España, Inglaterra y Grecia, llegando hasta el Asia Menor.

#### Federico Valle se instala y filma en la Argentina

En 1911 viajó a Sudamérica para realizar filmaciones en Brasil, Uruguay, Paraguay y Argentina y nuestro país le fue propicio. Aquí, además de abrirse nuevas fuentes de trabajo, conoció en ocasión de disputarse un clásico del *turf* en Palermo, a Adelina Sorianello, con quien se casó de regreso al Viejo Continente. Tras una breve luna de miel por el Cercano Oriente, los esposos decidieron radicarse en Buenos Aires, donde Valle instaló un laboratorio para subtitular películas extranjeras. Su campo de trabajo se amplió notablemente cuando incursionó en los *films* publicitarios. En 1915 Valle alquiló una sala en la

rambla marplatense, y al finalizar la temporada veraniega decidió continuar con las proyecciones y, para ello, levantó el cine Regina Palace. Fue por entonces cuando produjo su primera película de largo metraje: *El ovillo fatal*, un melodrama de aventuras con la participación de Vina Velázquez, quien percibió por su labor "tantos cafés con leche como días duró la filmación" al decir del propio Valle.

Por entonces se disuelve la Chaco Films, de la que había sido fundador Edmo Cominetti quien se incorpora a la Cinematográfica Valle, dirigiendo *Los hijos de naidas*.

En 1917 realizó el primer largometraje de dibujos animados que se filmó en el mundo: *El Apóstol*. El *film* era una sátira al gobierno de Hipólito Yrigoyen y su concreción exigió 58.000 dibujos, realizados por Quirino Cristiano y Diógenes Taborda, mientras que la gigantesca maqueta que requirió el *film* fue obra de Andrés Ducaud y el libro fue escrito por Alfonso de Laferrere. Fue estrenado el 9 de noviembre en el cine Select (Suipacha 482, después cine Suipacha), pero vale recordar que para su realización hubo que resolver numerosos y arduos problemas ya que no había experiencia previa en tareas de esta magnitud.

La maqueta hecha por Ducaud tenía siete metros de ancho y mostraba el centro de Buenos Aires visto desde el río. En ella aparecían los muelles con unos 80 barcos, calles, avenidas, plazas, el Congreso, la Municipalidad, Obras Sanitarias, el teatro Colón, la vieja Aduana, etc. Sobre esta detallada escenografía se creó un espectáculo dantesco. Yrigoyen que dormía en un humilde catre, sueña. Y se desprende de él su otro yo que va al Olimpo, obtiene los rayos de Júpiter y los arroja sobre Buenos Aires, para destruir la corrupción y el vicio.

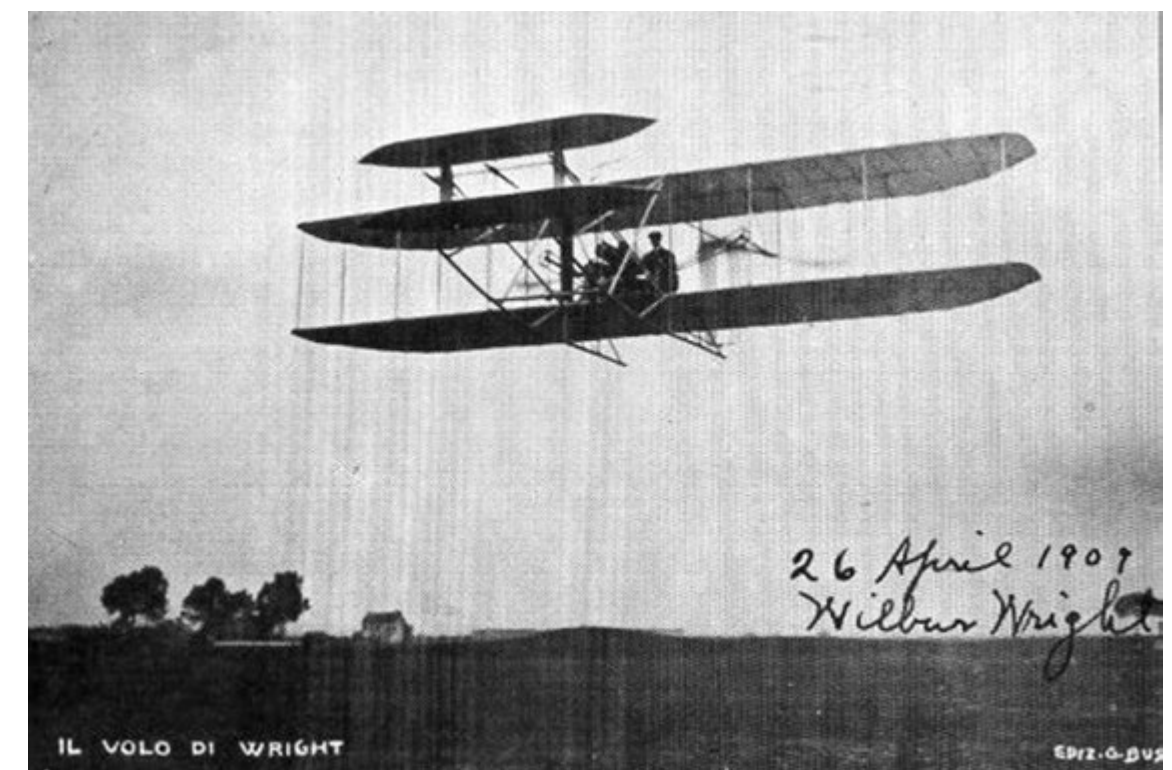
Uno de los rayos cae sobre la cúpula del Congreso, la parte y la hace caer en mil pedazos, otro toca Obras Sanitarias y mientras el edificio se desmorona, comienzan a surgir innumerables chorros de agua que brotan de puertas y ventanas, otro incendia el Colón.

Un año más tarde filmó *Una noche de gala en el Colón* o *La Carmen criolla*, primera realización nacional en la que se utilizaron muñecos. La obra era otra sátira al gobierno de Yrigoyen y su denominación obedeció a que la acción se desarrollaba en el Teatro Colón durante una función de gala en la que se representaba la ópera de Bizet. La película se divide en dos partes: la primera, animada con muñecos comienza en el vestíbulo con la

llegada de los personajes y la formación de corrillos, sigue con la entrada en la sala y concluye cuando los personajes toman asiento. La segunda parte se realizó con dibujos. Los muñecos fueron creación del "Mono" Taborda -a quien hoy se recuerda con su nombre impuesto a una calle del porteño barrio de Nueva Pompeya- y además de los primeros personajes del gobierno, se incluyó a célebres e infaltables figuras de los grandes acontecimientos de entonces tales como Julio Roca, Carlos Saavedra Lamas y Benito Villanueva. A aquellos muñecos "que tenían que hablar" se le hicieron varias cabezas con diferentes posturas de los labios, enarcamiento de cejas, etc. de forma tal que al filmarlos según cierto orden daban la sensación de estar hablando.

#### Nace el primer noticioso argentino

En 1920 nació uno de los mayores aciertos de Valle: el *Film Revista Valle* que fue el primer noticiario argentino de aparición regular que se distribuía los jueves a las cinco de la tarde. Hasta 1930, cuando dejó de aparecer, se realizaron 657 ediciones incluyendo algunas extraordinarias que reflejaron acontecimientos de actualidad. Valle armó un equipo muy competente para



El avión de los Wright, en foto firmada por el propio Wilbur





Valle a poco de radicarse en Argentina



Federico Valle en Constantinopla

su realización: los hermanos Etchebehere – Arnold, Juan y Alberto– Tulio y Fernando Chiarini, Francis Boeninger, Roberto Baldiserotto, Andrés Ducaud, Mario Fezia, Antonio Merayo y los cuñados de Valle, Alberto y Domingo Sorianello. Los textos fueron responsabilidad de José Bustamante y Ballivián.

El *Film Revista* mostró siempre la agudeza del mejor periodismo, despertando vivo interés en el público. Se cuenta que en una ocasión en que no fue proyectado el público exigió y obtuvo el reintegro del importe abonado.

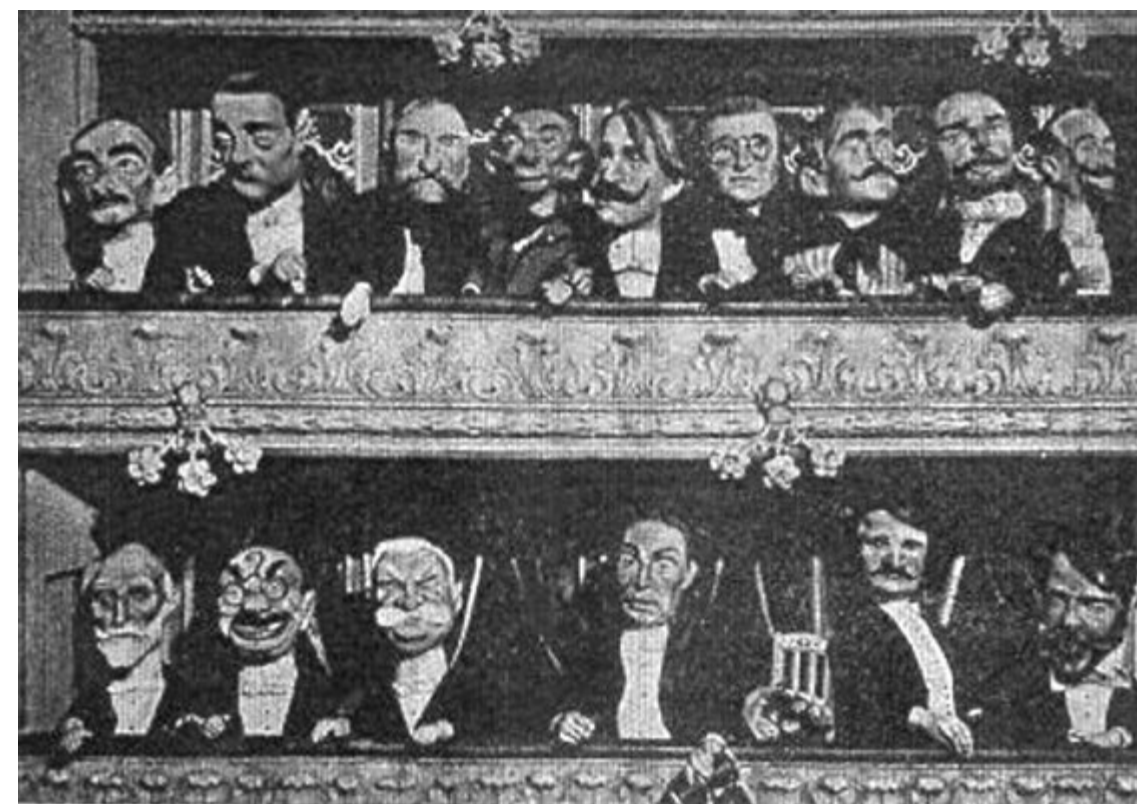
En 1921 se lanzó a una gran aventura comercial: a orillas del lago Futalaufquen un equipo de su productora filmó simultáneamente tres películas: *La jangada*, *Patagonia* y *Allá en el Sur*. En la ocasión hizo su debut cinematográfico Julio Antonio Infante, quien actuaba bajo el seudónimo de Arauco Radal.

Federico Valle, que habitaba con su familia en el centro de Buenos Aires, compró la “Quinta de los Pinos” en Santos Lugares y pasó a residir en ella. En ese entonces, 1922, produjo *Milonguita*, cuyo argumento y dirección estuvo a cargo del escritor peruano José Bustamante y Ballivián, con música de Enrique Delfino.

En 1924, aprovechando la popularidad de Luis Ángel Firpo, realizó *El toro salvaje de las pampas*. Tras enfrentar a Dempsey, el mismo Firpo interpretó la historia de un púgil. En el *film* se mezclaron escenas reales –tomadas del *Film Revista*– y otras ficticias realizadas en la casa suburbana de Valle, donde fueron levantados un ring y una tribuna en la cual numerosos vecinos aparecían como espectadores. Por la misma época Arturo Alexander realizó, por cuenta de la Cinematográfica Valle, una extensa gira por Bolivia, Paraguay, Brasil y el norte de nuestro país. Muchas de las vistas captadas fueron plasmadas en una serie de postales fotográficas editadas por la firma Rossi y Lavarello; en ellas se muestran una serie de parcialidades indígenas como los lenguas, caboclos y orejudos.

#### El fuego, gran destructor

A mediados de 1926, Valle se encontraba descansando en su casa de Santos Lugares cuando sonó el teléfono. La noticia que le transmitieron era funesta: se había desatado un pavoroso incendio en su empresa. Rápidamente Valle y Adelina llegaron a su local de Suipacha, donde ya estaban sus colaboradores. Tras algunas horas de



Escena de “Una noche en la ópera”

esfuerzos, el fuego fue sofocado por los bomberos.

Recuerda Mario Soffici, quien trabajaba en la Cinematográfica Valle, que cuando se autorizó el ingreso al local bajaron presurosos al sótano, donde se hallaban los archivos. Allí, apiladas, estaban las “pizzas” como llamaban a las latas que servían de envase a las películas, casi intactas. Pero la alegría duró poco: al abrirlas las películas se deshacían. El celuloide se había derretido por efecto del intenso calor.

Valle simuló no ver las lágrimas en los ojos de su personal y con una sonrisa dijo: “Qué macana, mañana tendremos que venir un rato antes...!”. Una vez más aplicaba el lema que lo acompañaría toda la vida: “Suceda por que suceda, sonría”.

Un año después, Juan Manuel Moneta, quien escribiría *Cuatro años en las Orcadas del Sur*, se hallaba en la Isla Laurie realizando una nueva filmación del archipiélago. El resultado fue un segundo documental sobre las islas, ya que el primero, filmado el año anterior quedó destruido durante el incendio. La versión, como es de imaginar, era muda. Sin embargo, varios años más tarde, el profesor Diego del Pino halló en la filmoteca de la Escuela Argentina Modelo, una versión sonorizada con posterioridad, allá por 1941... El documental fue presentado con el título de *Entre los hielos de las Islas Orcadas*.

El incansable Valle decidió por entonces encarar un gigantesco proyecto: mostrar nuestro país en el exterior. Creía que estaba en deuda con la tierra que lo recibió con los brazos abiertos y estaba dispuesto a retribuir parte de lo recibido. Hizo filmar el documental *El paraíso ignorado*, en que muestra las bellezas naturales, la economía y la cultura de la Argentina. El filme fue exhibido en Europa. En París lo vio el embajador canadiense en Francia, quien no dudó en recomendarle a su gobierno una estrategia publicitaria similar.

Sostenía Valle que la imagen es fundamental en la enseñanza y apoyaba las proyecciones cinematográficas invirtiendo para ello todo su capital en la importación de proyectores destinados a escuelas. Lamentablemente el golpe revolucionario de 1930 hizo que el proyecto quedase trunco y que su inspirador perdiese la totalidad del dinero invertido, lo que lo llevó a una difícil situación económica.

#### Valle contrata a Gardel e incursiona en el cine sonoro

Por 1930 realizó también una primera experiencia en el cine sonoro (Sistema Movietone) para lo cual contrató a Carlos Gardel, quien interpretó diez de sus canciones más celebradas: *Mano a mano*, *Viejo Smoking*, *Rosas de otoño*, *Tengo miedo*, *Padrino pelado*, *Yira, yira*, *Añoranzas*, *Cancho*, *Enfundá la mandolina* y *El carre-*





De izq. a der. Antonio Merayo, Luis César Amadori, María Félix, Federico Valle y Chaz de Cruz.

tero".

Los *films* fueron realizados bajo la dirección de Eduardo Morera, quien muchos años después recordaría que la iniciativa surgió de Valle. Gardel había debutado ante las cámaras en 1917, cuando trabajó en *Flor de durazno*: Morera era director del Film Revista y contó que se rodaron quince interpretaciones, de las cuales cinco, por problemas de procesado se perdieron.

Las filmaciones se hicieron de noche, cuando los ruidos externos eran menores; para atenuarlos las paredes debieron ser recubiertas con trapos de piso humedecidos, ya que la grabación del sonido se hizo en forma directa.

Para estos cortos se contrataron una serie de figuras populares como Mercedes Simone, René Cospito, el dúo Magaldi-Noda, Eduardo Armani, Francisco Lomuto y Francisco Canaro.

En 1939, tras el fallecimiento de su esposa, Valle prácticamente se alejó de la actividad comercial. Trató infructuosamente de vender sus valiosos archivos y deambuló por los despachos oficiales para que todo ese inmenso material histórico-documental no se perdiese, pero ningún organismo oficial se

mostró interesado.

Mientras tanto, alquila parte de su casa de Santos Lugares a un grupo de refugiados políticos brasileños entre los cuales se encontraba el escritor Jorge Amado, quien en estas tierras escribe *Prestes, El caballero de la esperanza*, una biografía de Luiz Carlos Prestes, quien por entonces se hallaba incomunicado en una cárcel de Río de Janeiro, víctima de la dictadura de Getulio Vargas.

En 1943 conoce a Ernesto Sabato, a quien alquila una propiedad en El Pantanillo, a pocos kilómetros de Carlos Paz; tras un año de vivir en las serranías cordobesas, la familia Sabato pasa a residir en Santos Lugares, en aquella casona que Valle levantara en 1927. En ella, compartida hasta 1960 con Valle y su hija Marianette, Sabato escribirá sus mejores obras y su hijo Mario adoptará a Valle como el abuelo que no tuvo.

Acosado por los apremios económicos y con gran dolor decidió aceptar la oferta de un fabricante de peines, quien aprovechó el celuloide como materia prima para sus productos. Así se perdió un archivo invaluable, en el que se conservaban varios lustros de historia argentina.

Invitado de honor en varios festivales cinematográficos, Federico Valle falleció, octogenario, en su casona de Santos Lugares, en octubre de 1960, en la misma casa que mandó a construir en 1927, en la que vivió el escritor brasileño Jorge Amado y que desde 1945 es ocupada por la familia de don Ernesto Sabato.

El 2 de octubre de 1993, en el frente del inmueble donde se filmaron los primeros cortos sonoros de Gardel (México 832 casi esq. Piedras) se descubre una placa con la siguiente leyenda:

"Aquí nació en 1930 la Industria Cinematográfica Argentina, a través de las primeras películas sonoras filmadas en Latinoamérica que registraron la voz y la imagen de Carlos Gardel. El Honorable Concejo Deliberante de la Ciudad de Buenos Aires rinde este homenaje a la Cultura Nacional."

Más de tres décadas han transcurrido desde su desaparición física y las autoridades, aquellas autoridades representadas hoy por otros hombres que allá por los años 40 negaron la compra de sus archivos, le rinden un postrer homenaje a Federico Valle, reconociendo, que aquel proyecto que germinara en su casona de Santos Lugares ha sido la piedra basal de la industria cinematográfica argentina, industria que ha sabido de épocas de esplendor y amplia difusión, durante las cuales se exportaron

gran cantidad de *films* a países de América y Europa.

#### Bibliografía:

- AAVV *Gran Historia Ilustrada del Cine*, (15 vol.), Madrid, ed. SARPE, 1984.  
 MANÉ Bernado "Los muñecos y sus creadores", Buenos Aires, *Revista Lyra*, 1962.  
 COHEN David "Desarrollo del dibujo animado en la Argentina", Buenos Aires, *Lyra*, 1962.  
 DE CRUZ Chas "Suceda lo que suceda, sonría", Buenos Aires, *Lyra*, 1962.  
 DI NÚBILA Domingo *Historia del cine argentino*, Bs. As., ed. Cruz de Malta, s/f.  
 FERRONI Alfredo "Federico Valle", Sáenz Peña, Bs. As., *Revista Fogón*, noviembre 1976.  
 MIRABELLI Cristina *El director de fotografía Antonio Merayo*, Buenos Aires, ed. El Francotirador, 1995.  
 MARRONE Irene *Imágenes del mundo histórico - Identidades y representaciones en el noticiero y el documental en el cine mudo argentino*, Bs. As., ed. Biblos, 2003.  
 RIVERA Jorge B. "Una temprana historia de dos ciudades", Bs. As., *Clarín*, 21/06/1990.

Horacio Callegari

Presidente de la Junta de Estudios Históricos de Tres de Febrero





## PUBLICACIONES RECIBIDAS

REITANO Emir ***El gobierno de Manuel Fresco en la provincia de Buenos Aires***, La Plata, Instituto Cultural de la provincia de Buenos Aires, 2010.

CASTILLO Ricardo ***El peronismo de Morón***, Ituzaingó, ECUAR, 2011.

BRUNO Cayetano (S.D.B) ***Monseñor Don Miguel Raspanti***, Discalia, 1996.

CREMONTE Néstor ***La Gazeta de Buenos Ayres de 1810***, La Plata, EDULP, 2010.

BARBERIS, S. y otros ***Revista Avances*** Nº1, UNLaM, 2011

AGOSTINO Hilda ***Los primeros veinte años de la Universidad de La Matanza***, CLM, 2011.

ARTOLA A. y BERTUNE FATGALA Mirta Natalia ***La vida en la frontera de La Matanza (1765-1780)***, CLM, 2011.

MAGARIÑOS Víctor ***Presencias reales***, EDUNTREF, 2011.

***Libro de los Juicios***, Instituto Espacio para la Memoria, 2011.

AA.VV. ***Historia de la Provincia de Buenos Aires***, tomos I, II, III y IV, EDHASA-UNIPE, 2012-2013. Se agradece la donación de los primeros dos tomos a Inés Bernasconi Andrade de Piñeiro.

SEGURA Alejandro Mario ***Te cuento Merlo***, El Autor, 2012.

CALLEGARI Horacio ***Ernesto Sábato, el vecino***, Junta de Estudios Históricos de Tres de Febrero, 2011.

CALLEGARI Horacio ***El viejo ramal ferroviario Saenz Peña-Villa Luro***, Fundación Argentina de Transporte, 2012.

MUNZÓN Eduardo ***Historia de los pueblos, del partido bonaerense de Gral. Sarmiento***, Municipalidad de San Miguel, 2007.

ZANATTA Loris ***Perón y el mito de la Nación católica***, EDUNTREF, 2013.

FM EN TRÁNSITO ***Retumba***, Gráfica Cooperativa, 2013.

JARAMILLO Ana ***El Peronismo y la soberanía Nacional***, UNLa, 2013.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN DE LA NACIÓN ***Malvinas en la universidad***, Concurso de Ensayos 2012.

DOMENECH Ernesto y GUIDO M. Liliana ***El paradigma del patronato. De la Salvación a la victimización del niño***, UNLP, 2003.

SALCEDO Javier ***Los montoneros del barrio***, UNTREF, 2011.

DELGADO Verónica ***El nacimiento de la literatura Argentina en las Revistas literarias. 1896-1913***, UNLP, 2009.

KAMINSKY Gregorio (Dir.) ***Tiempos inclementes. Culturas policiales y seguridad ciudadana***, Remedios de Escalada, UNLa, 2005.

***Cuadernos de trabajo del Centro de Investigaciones Históricas***, UNLa, Nº 1 al 16.

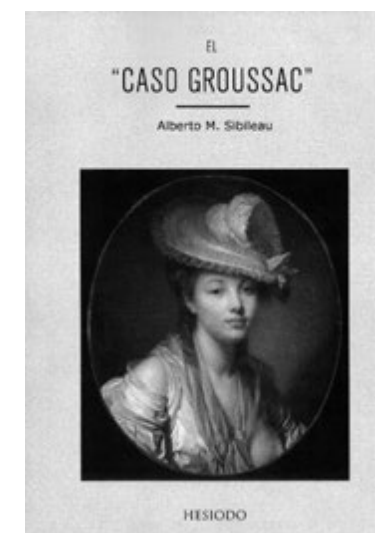
GRINBERG Silvia ***El mundo del trabajo en la escuela. La producción de significados en los campos curriculares***, Buenos Aires, UNSAM-Jorge Baudino ediciones, 2003.

### La décima popular en el Río de la Plata. Abel Zabala



El 16 de mayo fue presentado en la Academia Nacional de la Historia, el libro ***La décima popular en el Río de la Plata***. La obra de Abel Zabala, quien ha colaborado en reiteradas ocasiones con nuestra Revista, es fruto de una profunda investigación, que este gran conocedor del folklore ha realizado durante muchos años. Gira en torno al quehacer de los payadores de nuestra provincia y de la vecina Banda Oriental. Su contenido nos acerca a los orígenes, técnicas, itinerarios y transmisión del canto repentino. Un extenso repertorio de versos nos revela la riqueza y diversidad que posee la décima, esta importante manifestación de la cultura popular. La presentación estuvo a cargo de la Directora del Grupo de Trabajo de Historia del Folklore, académica Dra. Olga Fernández Latour de Botas.

### El “Caso Groussac”. Alberto Sibileau



La obra gira en torno a la figura de Paul Groussac, centrándose en un momento determinante de su vida. Groussac vivió entre 1867 y 1870 en una quinta de Morón, siendo maestro de los hijos menores del comerciante francés Marius Laplane. Allí nació un profundo amor por Elisa Cugnet, amor que aparentemente jamás se concretó pero que marcó intensamente la existencia de Groussac y su creación literaria.

Fruto de una profunda investigación, la obra de Sibileau nos ofrece un riquísimo material, sobre el que el autor se plantea interrogantes y formula distintas hipótesis, a través del análisis de las novelas de Groussac y de la *Notice biographique*, documento conocido mucho después de su muerte, y que constituye una fuente insustituible para su biografía. Todo lo que Groussac ha vivido, todo lo que ha exitado su sensibilidad, permanece en la pintura de su obra. Así, lo acontecido en Morón, se muestra en forma velada a través de sus novelas, donde según conjetura

Sibileau, lo autobiográfico está siempre presente.

Para quienes nos ocupamos de la historia local, este libro nos devuelve ricas imágenes de aquel Morón de la segunda mitad del siglo XIX, expuestas de una manera sugestiva, que por momentos se torna poética.



# RESÚMENES / ABSTRACTS

## JOSÉ HERNÁNDEZ O EL DAGUERROTIPO MÁS CURIOSO DE LA ARGENTINA. HOMENAJE A JOSÉ HERNÁNDEZ EN EL 180º DE SU NATALICIO

Abel Alexander  
(Bib. Nac.-SIHF)

El retrato al daguerrotipo más curioso que se conoce hasta el presente en nuestro país, lo constituye la imagen del poeta José Hernández preservada por el Museo Histórico homónimo en Villa Ballester. Allí el escritor aparece retratado de frente y espalda conformando una sorprendente imagen. Lo inusual de esta obra, engarzada en un artístico medallón, nos ha impulsado a describirla en todos sus ricos detalles, tanto técnicos como estéticos e históricos.

### Palabras Clave

José Hernández - Daguerrotipo - Retrato

## EL PODER DE LA PALABRA Y LA IMAGEN. EL CENTENARIO DE LA CASA JACOBO PEUSER S.A. (1867-1967)

Noemi M. Girbal-Blacha  
(CONICET-CEAR/UNQ)

Este trabajo pretende ponderar históricamente el lugar que ocupara esta empresa editorial y comercial en el ramo de la papelería y la librería, en sus más diversas manifestaciones impresas y gráficas en las cuales la imagen plasmaría la realidad de cada momento. Cada uno de sus productos tuvieron gran alcance, orientándose -generalmente- a un público lector amplio, trascendiendo -mediante una política empresarial variable- los cambios de gobierno y los golpes de estado, en una Argentina donde -más allá de los quiebres institucionales- el Estado juega un papel central, cuando el trabajo y la educación son mecanismos para el ascenso social.

### Palabras Clave

Jacobo Peuser - Empresa gráfica - Estado - Editorial

## TRANSFORMACIONES DEL PAISAJE COSTERO MARPLATENSE: EL ADVENIMIENTO DEL BAÑISTA

Graciela Zuppa  
(UNMdP)

Esta propuesta se orienta a incluir el análisis de la ciudad de Mar del Plata dentro del área de los Estudios Visuales, entendiendo que se incursiona dentro de un mundo en el que circulan cosas que se pueden ver y que se entrecruzan con diferentes actores sociales. Más que el estudio de artefactos visuales, se planteará verificar los efectos que provocan en quien

## JOSÉ HERNÁNDEZ OR THE MOST CURIOUS DAGUERREOTYPE IN ARGENTINA. HOMAGE TO JOSÉ HERNÁNDEZ ON HIS 180º BIRTHDAY

Abel Alexander  
(Bib. Nac.-SIHF)

José Hernández's image, preserved by the homonym Historical Museum in Villa Ballester, is the most curious daguerreotype portrait known to the present in Argentina. The poet and writer is portrayed in front and back, shaping an astonishing image. This unusual feature of this work, hooked in an artistic medallion, has driven us to describe it in all its rich details: such as technical, aesthetic and historical as well.

### Keywords

José Hernández - Daguerreotype - portrait

## POWER OF SPEECH AND IMAGE. CENTENARY OF JACOBO PEUSER S. A. HOUSE (1867-1967)

Noemi M. Girbal-Blacha  
(CONICET-CEAR/UNQ)

This work wants to considerate historically the place which was occupied by this editorial enterprise, commercial stationery and bookshop, in its various pressed demonstrations in which the image shows the reality of the moment. Each one of its products had a great scope, focusing generally to a vast reading public, transcending -through a variable enterprise policy- political changes and coups d'état, in an Argentina where -beyond institutional breaks- the State plays a central role, when work and education are mechanisms of upward social mobility.

### Keywords

Jacobo Peuser - Graphic company - State - Publishing house

## TRANSFORMATIONS OF THE "MARPLATENSE" COASTAL LANDSCAPE: THE ADVENT OF THE BATHER

Graciela Zuppa  
(UNMdP)

This article proposes to include in the Visual Studies area an analysis of Mar del Plata city, understanding that this means to venture into a world in which circulate things that can be seen and that intersect with different social actors. More than studying visual artifacts, we want to verify their effects on the observers.

# RESÚMENES / ABSTRACTS

los observa. Esta alternativa permitirá recorrer las transformaciones del paisaje costero y la ocupación del espacio por diferentes agentes que permitieron construir la imagen de una ciudad balnearia, sus transformaciones culturales y el lento advenimiento del bañista.

### Palabras Clave

Estudios Visuales - Paisaje costero - Mar del Plata - Bañista

## IMÁGENES DE LA NIÑEZ EN ANTEOJITO Y BILLIKEN: HÉROES, SABERES Y BLANCAS PALOMITAS

Laura Vazquez  
(UBA-CONICET-UNM)

En estas páginas presentaré de manera comparativa, algunas relaciones entre dos publicaciones emblemáticas dirigidas al público infantil: *Anteojito* y *Billiken*. Dada la extensa vida editorial y los contextos de circulación, me concentraré en el tramo de las décadas del sesenta y setenta. Precisamente es durante esos años cuando se produce un giro en el contrato de lectura de las revistas para niños. Como veremos, ambas publicaciones -en tanto artefactos culturales y visuales- configuraron una representación de la niñez que asoció la educación a los medios y el saber al mercado.

### Palabras Clave

Revistas infantiles - Niñez - Educación - Mercado - Medios

## LOS DIBUJANTES DE OBRAS SANITARIAS DE LA NACIÓN

Jorge Tartarini  
(CNMMLH)

Analizar el acervo de documentos escritos, gráficos y fotográficos producidos por Obras Sanitarias de la Nación y dependencias del Ministerio de Obras Públicas durante la Presidencia de Juan D. Perón es el objetivo de este artículo. La selección de imágenes -iconografía en tapas del Boletín, campañas de concientización y publicaciones del Gobierno Nacional- permite apreciar la labor de este organismo estatal y también ver su enlace con las principales tendencias estéticas que predominaban entonces.

### Palabras Clave

Imagen - Perón - Dibujantes - Patrimonio - Ministerio de Obras Públicas

Si desea consultar el catálogo de nuestra revista y algunos de sus artículos, puede dirigirse a la página web de la Asociación de Amigos y Amigas del Instituto y Archivo Histórico Municipal de Morón: <http://www.moronhistorico.com.ar>

This alternative allows us to go over the changes of the coastal landscape and the occupation of space by different agents that built the image of a seaside city, along with its cultural transformations and the slow advent of the bather.

### Keywords

Visual Studios - Coastal landscape - Mar del Plata - Bather

## CHILDHOOD IMAGES IN ANTEOJITO AND BILLIKEN: HEROES, KNOWLEDGE AND "BLANCAS PALOMITAS"

Laura Vazquez  
(UBA-CONICET-UNM)

With a comparative approach, in this pages I will present some relationships between two emblematic publications aimed to infantile public: *Anteojito* and *Billiken*. Due to its vast editorial life and its contexts of circulation, I'll concentrate myself on the decade of sixties and seventies. Precisely is during this years when a turn in the reading contract of children's magazines is produced. As we shall see, both publications -as cultural and visual artifacts- shaped a childhood's representation that associated the education to the media and the knowledge to the market.

### Keywords

Children's magazines - Childhood - Education - Market

## THE OBRAS SANITARIAS DE LA NACIÓN DRAFTMEN

Jorge Tartarini  
(CNMMLH)

To analyze the cultural heritage of written documents, graphics and photographs produced by "Obras Sanitarias de la Nación" and structures of the "Ministerio de Obras Públicas" during the Presidency of Juan D. Perón is the aim of this article. The selection of images -iconography covers, conscientization campaigns and other publications of the National Government- allows us to appreciate the work of this state organism and also perceive its link with the principal esthetical tendencies which predominated at that time.

### Keywords

Image - Perón - Dibujantes - Patrimonio - Ministerio de Obras Públicas



# RESÚMENES / ABSTRACTS

## LAS MIL CARAS DE LOMBROSO EN ARGENTINA. FOTOGRAFÍA, “ESTIGMAS” FÍSICOS Y CONDENA SOCIAL DESDE LOS LIBROS DE HISTORIAS CLÍNICAS DE LA COLONIA NACIONAL DE ALIENADOS DE OPEN DOOR (1901-1930)

Dedier Marquiegui  
(CONICET-UNLu)

A través de las imágenes de los libros de Historias Clínicas y de otras series de fotografías colectivas, intentaremos decodificar los significados múltiples implícitos en las mismas, estableciendo las correlaciones que las vinculan con los problemas de época y las inspiraciones intelectuales que están detrás de ellas. Consideramos que estas imágenes contienen todas un horizonte de sentido a través del cual se revelan intencionalidades no siempre reconocibles a primera vista. Con este abordaje, exploraremos como la Colonia Nacional de Alienados de Open Door se veía a sí misma como la encarnación de la instalación en el país de la modernidad médica.

### Palabras Clave

Positivismo Criminológico - Alienados - Fotografía

## LA TECNOLOGÍA ENTRA AL HOGAR. LAS PUBLICIDADES DE ARTEFACTOS DOMÉSTICOS EN LA PRENSA DE MORÓN

Mariela Canali  
Mariela Rametta  
(IAHMM)

Durante la primera mitad del siglo XX surgieron numerosos artefactos mecánicos y eléctricos para uso hogareño, fue la llamada tecnificación de las tareas domésticas que respondía a la tendencia de la racionalización del trabajo que se imponía en la industria y el hogar. En el presente artículo se analizarán las publicidades de estos productos que aparecieron en esa época en los periódicos de Morón. Las imágenes, su estilo artístico, la evolución en el diseño de artefactos y electrodomésticos que se ve plasmada en ellas, la tipografía y los textos informativos, fueron vehículos y herramientas para promover el consumo de estos novedosos productos.

### Palabras Clave

Publicidad - Electrodomésticos - Ama de casa - Diseño

## REFLEXIONES TEÓRICAS Y METODOLÓGICAS SOBRE LA IMAGEN ACEPTADA COMO FACTOR CARDINAL EN LA TAREA DEL HISTORIADOR

Adriana Eberle  
(UNS)

Proponemos una reflexión teórica y metodológica sobre la trascendencia de la imagen y el mundo

## THE THOUSAND FACES OF LOMBROSO IN ARGENTINA. PHOTOGRAPHS, PHYSICAL “STIGMATA” AND SOCIAL CONVICTION FROM THE HISTORIA CLÍNICAS BOOKS OF THE “COLONIA NACIONAL DE ALIENADOS DE OPEN DOOR” (1901-1930)

Dedier Marquiegui  
(CONICET-UNLu)

Through the images in Historias Clínicas books and other series of collective photographs, we will try to decode their implicit and multiple meanings, correlating the pictures with the epoch's problems and the intellectual inspirations that lies behind them. We consider that all this images contain a horizon of meaning which reveals intentionalities not always known at first sight. With this approach, we'll explore how the "Colonia Nacional de Alienados de Open Door" saw itself as the incarnation of the medical modernity's installation in Argentina.

### Keywords

Positivist Criminology - Alienated - Photography

## TECHNOLOGY ENTERS HOME. THE PUBLICITY OF DOMESTIC ARTIFACTS IN MORÓN'S PRESS

Mariela Canali  
Mariela Rametta  
(IAHMM)

In the first half of the twentieth century numerous mechanical and electrical domestic artifacts arose, it was the so called technification of housework which responded to the trend of rationalization of work in industry and at home. In this article we will analyze the publicities of these products in Morón newspapers. The images, their artistic style, the evolution in the design of artifacts and electrical appliances that they show, the typography and their informative texts, were vehicles and tools to promote the consumption of these innovative products.

### Keywords

Publicities - Electrical appliances - Housewife - Design

## THEORETIC AND METHODOLOGICAL REFLECTIONS ON THE IMAGE ACCEPTED AS A CARDINAL FACTOR IN THE HISTORIAN'S TASK

Adriana Eberle  
(UNS)

We propose a theoretic and methodological reflection on the significance of image and the audiovisual world

# RESÚMENES / ABSTRACTS

audiovisual en la tarea del historiador. Se señalarán los elementos esenciales en tanto fenómeno comunicacional, para luego fundamentar la distinción entre discurso tradicionalmente histórico y no tradicionalmente histórico. Nos centraremos en la consideración de la imagen en tanto representación visual, construcción simbólica y mensaje polisémico. Por último, se presentarán los fundamentos metodológicos que nos permiten acceder a la imagen a partir de la historia de las ideas, el análisis del discurso y el estudio de los imaginarios, justificando toda la propuesta desde una perspectiva antropológica.

### Palabras Clave

Fuente Histórica - Historia de las ideas - Discurso - Imaginarios

## FEDERICO VALLE, UN HOMBRE DE PELÍCULA

Horacio Callegari  
(Junta de Estudios Históricos  
de Tres de Febrero)

Hacia fines del siglo XIX el avance tecnológico produjo grandes modificaciones en las condiciones de vida del hombre. El automóvil, el avión, el cine fueron quizás los más destacados. Este último fue la herramienta adecuada tanto para servir de entretenimiento como para hacer que el hombre conociera a sus semejantes que habitaban en distantes regiones.

Entre los que se destacaron en este comienzo estuvo el italiano, radicado en Argentina, Federico Valle. A través de su personalidad y su obra, contribuyó a la creación de nuevas técnicas y al mejoramiento de métodos que hicieron posible la realización de más y mejores filmes.

### Palabras Clave

Cine argentino - Noticiario - Filmes sonoros - Federico Valle

In the historian's task. We will point out the essential elements of the image as a communicational phenomena, and then substantiate the distinction between the traditional historic discourse and the non-traditional historic discourse. We are going to focus on the image as visual representation, symbolic construction and polysemic message. Finally, we will summarize the methodological basis that allow us to approach to the image from the history of ideas, the discourse analysis and the study of imaginaries, arguing all this proposal from an anthropologic view.

### Keywords

Historical Source - History of Ideas - Discourse - Imaginaries

## FEDERICO VALLE, AN ASTONISHING FILMMAKER

Horacio Callegari  
(Junta de Estudios Históricos  
de Tres de Febrero)

Towards the end of the XIX century the technological development made great changes in the man's life conditions. The automobile, the plane, the cinema maybe were the most outstanding. The latter was the adequate tool both to entertain and to make men know their fellow from distant regions.

Among the outstanding men of this beginning time was the Italian Federico Valle, settled in Argentina. Through his personality and work, he contributed to the creation of new techniques and the improvement of the methods that made possible the realization of more and better films.

### Keywords

Argentine cinema - News bulletin - Sound films - Federico Valle



# SUMARIO

**José Hernández o el daguerrotipo más curioso de la Argentina. Homenaje a José Hernández en el 180° de su natalicio**  
Abel Alexander.....3

**El poder de la palabra y la imagen. El centenario de la casa Jacobo Peuser S.A. (1867-1967)**  
Noemi M. Girbal Blacha.....10

**Transformaciones del paisaje costero marplatense: el advenimiento del bafista**  
Graciela Zuppa..... 24

**Imágenes de la niñez en Anteojo y Billiken: héroes, saberes y blancas palomitas**  
Laura Vázquez.....38

**Los dibujantes de Obras Sanitarias de la Nación**  
Jorge D. Tartarini..... 46

**Las mil caras de Lombroso en Argentina. Fotografía, “estigmas” físicos y condena social desde los libros de historias clínicas de la colonia nacional de alienados de Open Door, 1901-1930**  
Dedier Marquiegui.....52

**La tecnología entra al hogar. Las publicidades de artefactos domésticos en la prensa de Morón**  
Mariela Canali y Mariela Rametta..... 65

**Reflexiones teóricas y metodológicas sobre la imagen aceptada como factor cardinal en la tarea del historiador**  
Adriana Eberle.....80

**Federico Valle, un hombre de película**  
Horacio Callegari.....90

**Publicaciones recibidas..... 98**

**Resúmenes..... 100**

Con el objetivo de hacer un seguimiento a la recepción de nuestros envíos postales, le solicitamos acusar recibo de esta publicación a:  
[revistahistoriabonaerense@gmail.com](mailto:revistahistoriabonaerense@gmail.com)