HISTORIA
DE REVISTAS ARGENTINAS

1900/1950

LA CONQUISTA DEL PUBLICO

ALEJANDRO C. EUJANIAN

Asociación Argentina de Editores de Revistas

La Asociación Argentina de Editores de Revistas a través de su Comisión de Asuntos Institucionales se complace en editar este nuevo libro que constituye un aporte valioso para el estudio de la Historia de Revistas Argentinas.

Su autor, profesor Alejandro C. Eujanian, fue el ganador del **Segundo Concurso de Monografías** sobre revistas argentinas, convocado cada dos años por esta institución. Su título fue **"Paul Groussac, una empresa cultural de fines de siglo XIX, 1896-1898"**. El premio fue definido por un jurado de alta jerarquía intelectual integrado por Victoria Pueyrredón, Raúl H. Castagnino, Félix Luna y Eduardo Gudiño Kieffer. Tales circunstancias instaron a esta asociación a invitar al autor premiado a investigar y redactar el libro que presentamos al público lector. El autor, rosarino, docente de la enseñanza media y superior en historia, titular de la cátedra "Corrientes Historiográficas Latinoamericanas y Argentinas" de la Facultad de Humanidades y Artes / U.N.R., aceptó la propuesta y se abocó a una rigurosa y vasta investigación sobre el período 1900-1950 de la Historia de Revistas Argentinas. El tema es abordado desde tres aspectos fundamentales: los esfuerzos de la industria editorial, manifestados en cientos de publicaciones; el acceso del escritor al periodismo profesional y el análisis social de los cambios estructurales reflejados en mercado lector, segmentado en nuevos gustos y tendencias y su seducción, tal como está expresado en el título del libro "La Conquista del Público, 1900-1950".

Asociación Argentina de Editores de Revistas

Historia de Revistas Argentinas

1900-1950

La Conquista del Público

Alejandro C. Eujanian

Asociación Argentina de Editores de Revistas

© 1999
Derechos reservados por la Asociación Argentina de Editores de Revistas
Av. Paseo Colón 275 piso 11 (1063) Buenos Aires
Tel: 4345-0182/0422/0426
Fax: 4343-8804
e-mail: aaer@b.a.net

Prohibida la reproducción total o parcial sin autorización escrita del editor.

Hecho el depósito que marca la ley 11.723

Impreso en Argentina
ISBN: 987.97353-4-0

Diseño de tapa y diagramación: Alejandro Jobad

A Eleonora, Camila
y María Morena

Indice

Presentación 11

CAPITULO I 15
El público: expansión demográfica y alfabetización 17
La edición y el mercado 22
Los diarios compiten con las revistas 31
Del kiosco al tranvía 33
Los canillitas: de la imprenta al lector 36
Escritores, editores y revistas 41
Notas 51

CAPITULO II 55
Las revistas literarias: de *Nosotros* a *Sur* 57
El nosotros de *Nosotros* 59
Martín Fierro y la vanguardia de los años '20 67
Boedo y la revista *Claridad* 74
Cultura y política en la revista *Sur* 81
Notas 89

CAPITULO III 93
Del gran público al lector especializado 95
Política y sociedad en *Caras y Caretas* 96
Entre la modernidad y *El Hogar* 106
Las mujeres de *Para Ti* 115
Andrés Muñoz, de autodidacta a periodista cultural 119
Notas 123

CAPITULO IV 125
El público fragmentado 127
Las revistas del espectáculo 130
El público infantil 139
Las revistas y el folletín 148
El humor gráfico entre *Caras y Caretas* y *Rico Tipo* 156
Notas 162

A modo de conclusión 165

Asociación Argentina de Editores de Revistas 169

Presentación

Cuando, después de haber ganado el primer premio del II Concurso sobre Historia de Revistas, la Asociación Argentina de Editores de Revistas me ofreció la posibilidad de escribir una historia de las revistas argentinas de la primera mitad del siglo XX, sabía que la tarea a la que me iba a abocar era compleja. Su mayor dificultad se desprendía de la variedad y heterogeneidad de las miles de publicaciones que se llevaron adelante con distinta suerte durante esos años.

Debía dar una imagen de las revistas que no fuera un simple catálogo y que ofreciera, a la vez, una perspectiva global y el análisis de algunas publicaciones que me permitieran detenerme en algunos momentos particulares del proceso. Ello implicaba llevar adelante diversos tipos de recortes en función de un criterio de periodización en el que privilegié la dinámica propia de las publicaciones, antes que subordinarlas a las coyunturas políticas; y de un eje problemático, que nos llevó a centrar el libro en el marco de las relaciones existentes entre las revistas, el público, los escritores y el mercado cultural.

De ese criterio de periodización y del eje elegido para trazar este panorama, se desprenden tanto la selección de las publicaciones que hemos analizado con cierto detalle, como los géneros de revistas cuya dinámica particular pretendimos trazar. Por otro lado, hemos centrado el libro en las revistas publicadas en Buenos Aires que lograron

tener un impacto nacional. Por dos motivos fundamentales. En primer lugar, por la imposibilidad de contener y reflejar la multitud de revistas que se editaron en cada localidad y provincia del país, sumada a la ausencia de estudios suficientes sobre publicaciones cuyas colecciones en muchos casos sería hoy imposible recuperar. En segundo lugar, porque fue Buenos Aires el escenario de una fuerte transformación de la sociedad, que estuvo en la base de la expansión cuantitativa y cualitativa de las revistas durante el período.

Sin embargo, hemos querido ofrecer en este libro un registro amplio de publicaciones a lo largo de una historia que culmina cuando la emergencia del peronismo redefine las relaciones entre el Estado y los medios de comunicación. Para trazar esa historia, las deudas son múltiples. Algunas se encuentran reflejadas en las notas que lo acompañan. En el caso de otras, a pesar de estar también allí, su remisión por medio de las citas es insuficiente. Este es el caso de los diversos trabajos de Jorge Rivera sobre la conformación del mercado cultural en la Argentina y de tres libros que colaboraron a precisar un enfoque que remitía al mismo tiempo a la sociología literaria y a la historia cultural: *El discurso criollista*, de Adolfo Prieto, *El imperio de los sentimientos* de Beatriz Sarlo y *Sectores Populares, Cultura y Política. Buenos Aires en la entreguerra* de Leandro Gutiérrez y Luis Alberto Romero.

También quiero agradecer a la Asociación Argentina de Editores de Revistas por haberme confiado la responsabilidad de escribir este libro y por estimular, a través de los concursos y las publicaciones que les sucedieron, las investigaciones destinadas a trazar una historia de las revistas en la Argentina.

La falta de una ley de propiedad intelectual, al imposibilitar casi por completo que el trabajo literario sea remunerado por los libreros, ha tenido como consecuencia que muchos de nuestros mejores escritores se vean forzados a entrar al servicio de *magazines* y revistas que, con pertinacia digna de elogio, mantienen la validez del viejo y excelente adagio según el cual, aun en el ingrato campo de las letras, un trabajador vale su salario. Edgar Allan Poe, "Algunos secretos de la carcel de las revistas"

Capítulo I

El público: expansión demográfica y alfabetización

A comienzos del siglo XX la lectura y la circulación de revistas inicia un proceso de paulatino crecimiento, tanto a nivel del volumen de la producción como de la variedad de publicaciones dirigidas a un público que comenzaba a percibirse como heterogéneo, y al que las revistas se propusieron capturar a partir de distintas ofertas temáticas, así como también de una notable diversidad de estrategias discursivas y empresariales.

Este desarrollo derivaba de las transformaciones que sufrió el país desde fines del siglo XIX, cuyas consecuencias se hicieron evidentes en la expansión y complejización de sus estructuras urbanas, particularmente significativas en el caso de las grandes ciudades del litoral y de la capital del país, y también en la conformación de su estructura social, producto de la paulatina consolidación de la clase media y de la aparición en escena de un proletariado de origen migratorio. Un dato significativo para apreciar la magnitud de tales cambios, se desprende de los índices de crecimiento poblacional producidos por el fuerte flujo inmigratorio que llegó al país desde la segunda mitad del siglo pasado, para acelerarse en la década que se inicia en 1880.

En 1869 la población total del país era de 1.737.076 habitantes.

En 1895 esa cifra se elevó a 3.954.911 habitantes, para alcanzar 7.885.237, en 1914. De ellos el 30 por ciento eran extranjeros, aproximadamente 2.385.000, concentrados fundamentalmente en las grandes ciudades del litoral, en las que habitaba el 53 por ciento de la población del país. Ciudades como Buenos Aires y Rosario contaban a comienzos del siglo XX con casi el cincuenta por ciento de población extranjera, lo que para la época les otorgaba la imagen de una babel, cuyos riesgos para el mantenimiento del orden social y político conformarían uno de los lugares comunes a través de los cuales la élite expresaría su preocupación frente a la amenaza a la que se sentía sometida por esas masas. Esa presencia sería verificable no sólo por el alto grado de conflictividad social -en una época en la que el movimiento obrero se hallaba dominado por la combatividad anarquista-, sino también por la invasión de sus calles, sus ámbitos selectos y un espacio que hasta el momento había logrado hegemonizar casi sin matices, como es el de la producción de bienes culturales.

Es cierto que este último dato no era totalmente novedoso. En la década de 1870, las publicaciones de *El Gaucho Martín Fierro* (1872), y de *La Vuelta de Martín Fierro* (1879), habían dado cuenta de la existencia de un público consumidor de lecturas populares, que posteriormente sería seducido más sistemáticamente, por la obra de autores como Eduardo Gutiérrez. Su *Juan Moreira*, editado

originalmente como folletín en el periódico *La Patria Argentina*, conocería a partir de ese momento una amplia y permanente difusión, ampliada por las representaciones en el circo criollo de las que fue objeto por parte de la compañía de los hermanos Podestá[1].

Obras como éstas, que habían sido realizadas por hombres que pertenecían al universo cultural de la propia élite, provocaron en ese sector un marcado desconcierto frente a la aparición de un público cuyas lecturas diferían de aquellas que conformaban los cánones literarios propios de la alta cultura. Por otro lado, parecían no contribuir, de acuerdo a su interesada percepción, a la realización de aquel programa destinado a inyectar, por medio de la lectura, estándares civilizados de comportamiento ético y moral. El objetivo de dicho programa, tal como habían confiado Domingo Faustino Sarmiento y Nicolás Avellaneda -responsables ambos de la expansión de los niveles de escolarización así como de la creación de las Bibliotecas Populares-, era dotar a los nuevos lectores de un espacio en el que pudiesen estar en contacto con la literatura.

En efecto, uno de los motores de la notable expansión del público consumidor de revistas radicó en la posibilidad ampliada de acceso al sistema escolar. El 26 de junio de 1884, fue sancionada la Ley Nacional de Educación, promulgada y reglamentada por el poder ejecutivo durante la presidencia de Julio Argentino Roca y mientras se hallaba a la cabeza del ministerio el Dr. Eduardo Wil-

de. Los debates a favor de la enseñanza religiosa en las escuelas, promovidos por los sectores católicos cuyas cabezas visibles eran José Manuel Estrada y Pedro Goyena, no habían logrado evitar la sanción de una ley que establecía la gratuidad de la enseñanza primaria y la laicidad de la educación y que, por ese camino, garantizaba la incorporación a las escuelas de los inmigrantes que profesaran un culto diferente al católico o cuya ideología lo convertía en enemigo de la enseñanza religiosa[2].

Trás haberse estabilizado a partir de 1880 en cifras cercanas al 28 por ciento el porcentaje de asistencia a las escuelas primarias de los niños en edad escolar, entre 1915 y 1955 la matrícula escolar pasó de 951.495 alumnos a 2.735.026. Si bien el ritmo no es constante, ya que en el período que va de 1930 a 1945 la tasa de crecimiento se reduce del 3.1 por ciento que tenía en la etapa anterior al 2.1 por ciento, para los años '30 se calcula que entre el 60 y 70 por ciento de los niños entre 6 y 13 años concurrían a la escuela primaria[3]. El mayor protagonismo del Estado en el fomento de la escolarización es una de las razones que explican estos resultados, particularmente a partir de la aplicación de la Ley Láinez en 1906, cuando se destinan 10.000.000 de pesos que contribuyen a la creación de 700 nuevas escuelas.

Sin embargo, los altos índices de deserción escolar en el nivel primario alertan contra cualquier conclusión excesivamente optimista. Juan Carlos Tedesco calcula, para el período que va de 1931 a 1937, un desgranamiento escolar del orden del 76.9 por ciento, siendo para el período 1942-1948 levemente inferior, el 72.9 por ciento[4].

No eran sólo los niños los sujetos a los que el Estado pretendía acceder a través del sistema escolar. También en el campo de la educación de adultos el Estado comienza a desplegar su actividad. De acuerdo al Censo Escolar de 1905 funcionaban en el país 113 escuelas de adultos, de las cuales 34 se hallaban en la Capital Federal. Sin embargo, el porcentaje de asistencia era, como en el caso de la escuela primaria de niños, relativamente bajo, calculándose para 1908 en el 63 por ciento de los inscriptos[5].

De cualquier modo, aún señalando los límites de la expansión, es claro que se produjo en el período un crecimiento constante en los niveles de alfabetización, condición de posibilidad para la conformación de un público consumidor de revistas. Entre comienzos del siglo y fines de la década que se inicia en 1910, se logró la escolarización de la mayor parte de la población escolar, como lo pone de manifiesto el descenso en los índices de analfabetismo que se verifica entre el Censo Nacional de 1869 y el Censo de 1914. En poco más de 40 años, la población analfabeta había descendido del 78 por ciento al 35 por ciento.

La edición y el mercado

El crecimiento cuantitativo y cualitativo en los niveles de alfabetización, si bien como decíamos fue una de las condiciones que hicieron posible la experiencia de la lectura, no traía aparejado necesariamente que esa persona que había aprendido a leer se transformara en un público consumidor de los libros y revistas que los editores o los escritores en forma particular ponían en el mercado. Fue necesario que confluyera otro conjunto de condiciones, muchas de las cuales ya estaban presentes desde el siglo pasado en lo que se refiere al auge de los folletines que, por episodios, publicaban los periódicos como una de las estrategias destinadas a capturar y cautivar a sus lectores.

Dichas condiciones en esta etapa se profundizarían notablemente, tanto en el terreno de la publicación de libros y revistas, como en el consumo de otros bienes culturales como el teatro, el cine mudo y la radio, a partir de los años '20.

Una de esas condiciones era el reconocimiento, por parte de las revistas, de los gustos, preferencias, intereses y expectativas que su público depositaba en la lectura. De modo que, si bien las revistas contribuyeron a conformar ese público ofreciéndole una amplia gama de alternativas de lectura, fue el público el que las obligó a adaptarse al perfil, no precisamente homogéneo, que presentaba.

Otra de las condiciones vertebradoras del auge de las revistas en el período estuvo vinculada al desarrollo técnico, acompañado del aumento de la tirada, que permitió ofrecer un producto a bajo costo y con la calidad gráfica necesaria como para poder alternar el registro de la escritura con la imagen, a través de la inclusión de fotografías e ilustraciones.

En la prensa se puso particularmente de manifiesto esa interrelación entre la edición y el consumo. Existe consenso respecto a que el diario *Crítica*, fundado por Natalio Botana en 1913, generó una aguda transformación del periodismo en el siglo XX, sin duda apelando a formas preexistentes como las ofrecidas por el folletín pero que, en este caso, no se hallaba separado del resto de las noticias que el periódico ofrecía, sino que se introducía en el texto provocando un fuerte efecto de dramaticidad en la crónica de sucesos. Este exiliado uruguayo, que llegó a la Argentina a los 25 años, logró imponer un nuevo estilo periodístico. Los grandes titulares con los que el diario seducía a los lectores, fueron promoviendo su adhesión a un tipo de prensa amarilla que ya había demostrado su eficacia en Europa y los Estados Unidos desde fines del siglo pasado.

La sección de mayor impacto del diario se encontraba en la crónica policial, de neto corte sensacionalista y de notable dinamismo. El periodista iniciaba una pesquisa paralela a la de la policía, cuyo éxito radicaba en la posibilidad de adelantarse a su resolución o al

menos llegar junto con ella. Uno de los sucesos más famosos surgió cuando un periodista logró ingresar camuflado a la sala en la que se le hacía una necropsia a un concejal. La presencia de cianuro en el cuerpo hubiese demostrado que la esposa, de quien se sospechaba, había sido la culpable. El diario fue el primero en publicar la noticia, con una letra de ocho centímetros en primera página se anunciaba: "No hay cianuro"[6].

Sin embargo, a pesar de concebirla como una prensa sensacionalista, *Crítica* no se privaba de reproducir ensayos que remataban con las firmas de figuras del prestigio intelectual de Mansilla, Lugones o Groussac. Años después, cuando en 1933 comenzó a editar el "Suplemento Multicolor de los Sábados", se dió el lujo de contar con Jorge Luis Borges como co-director -compartía la dirección con Ulises Petit de Murat-, y también como escritor, ya que allí comenzó a publicar los textos que luego compondrían *La Historia universal de la infamia*[7]. La *Revista Multicolor de los Sábados*, se adelantaba así un día a la salida del Suplemento Cultural de *La Nación*, cuyo director -Eduardo Mallea-, era otro de los intelectuales prestigiosos de los años '30 y, como aquel, asiduo colaborador de *Sur*.

Botana incorporó a la redacción de *Crítica* a escritores y poetas que gozaban de cierto reconocimiento en el ámbito de la cultura letrada. Estos añadían a la noticia fría del diario la eficacia narrativa que luego, con mayor libertad creativa, volcarían en sus novelas. El

nuevo periodista -surgido al calor de la expansión del mercado y de los medios de comunicación-, se diferenciaba de sus predecesores, no sólo por haberse convertido en un profesional en el ejercicio de su oficio, sino también, y sin duda paralelamente, por haberse distanciado de las luchas facciosas y del tipo de discurso característico de la prensa del siglo XIX más preocupada por intervenir -por hallarse asociada política y financiaremente- en las disputas en las que fracciones de la élite dirimían cuotas de poder.

Botana apelaba, además, a la seducción de los vendedores del diario, compartiendo con ellos en partes iguales su precio de venta. Iniciativa que sería reproducida por Noble cuando, en agosto de 1945, comenzó a publicar *Clarín*. Estos esfuerzos eran posibles en gran medida por la reducción de costos que le permitía la incorporación de innovaciones técnicas como la máquina Hoe. En una nota publicada el 12 de setiembre de 1927, *Crítica* se vanagloriaba de poder envolver a toda la ciudad de Buenos Aires con una hora de tirada.

A través de mecanismos como éste Botana logró que el tiraje de *Crítica* fuese en continuo aumento, llegando en julio de 1930, en la antesala de un golpe de Estado al que le brindaría apoyo desde el diario, a los 274.676 ejemplares[8]. Posteriormente, su oposición al presidente inconstitucional Uriburu, líder del movimiento militar que puso fin al gobierno de Yrigoyen, provocaría el cierre del periódico el 6 de mayo de 1931, y un breve exilio que se inició el 15

de agosto de 1931 y culminó en febrero de 1932, cuando Agustín P. Justo se hacía cargo del gobierno.

En lo que respecta a los libros, su crecimiento fue menos espectacular, siendo uno de los grandes éxitos de esos años *Stella,* que firmado con el seudónimo Cesar Duayen, agotó en tres días los mil ejemplares que la editorial de Arnaldo Moen había puesto a la venta. Sin embargo, las historias que provenían en formato de libro parecían no recibir en general el beneplácito del público.

Si bien sólo en la década del '30, a partir de la sanción de las primeras disposiciones que obligaban a registrar las obras en 1931 y de la sanción de la ley de Propiedad Intelectual (Ley 11.723), comenzarán a aparecer los primeros registros confiables, los cálculos provisorios parecen no ser muy alentadores. Aún apesar de la leve suba que presentan los promedios anuales de publicación, cuyos índices se elevan de los 400 títulos en la década que va de 1900 a 1910 a los 750 de 1931[9].

Posteriormente, en la segunda mitad de la década del '30, las publicaciones comenzaron a aumentar considerablemente. En 1936 se publican 736 obras científicas y 836 literarias, iniciando el período de auge de la industria editorial argentina. Ella se vió favorecida, tanto en el rubro libros como en el de las revistas, por la guerra civil que se desarrolló en España entre 1936 y 1939, dejando huérfano el mercado hispanoparlante que tradicionalmente había sido

abastecido desde la península ibérica. Por otra parte, a partir del mismo suceso, gran cantidad de editores españoles emigraron a México y Argentina con la idea, las redes y la capacidad empresarial necesaria como para reflotar sus empresas en América.

Del mismo modo que otros emprendimientos industriales, las editoriales comenzaban a prosperar al calor del régimen de sustitución de importaciones y, por la Ley 11.588 del 30 de junio de 1932, que sancionó la exención de impuestos al papel importado destinado a la impresión de diarios, revistas, libros y demás publicaciones de interés general[10]. Un crecimiento que se evidenció además en los 20.000 obreros que trabajan en los 2000 talleres de impresión que existían en 1932[11].

La industria editorial argentina se vió también beneficiada por el estallido de la Segunda Guerra Mundial. El éxito de sus expectativas se manifestaba en el constante crecimiento de la exportación de libros y folletos en esos años. Entre 1933 y 1941, el número de ejemplares que pasan por la aduana asciende de 68.960 a 121.670. Posteriormente, incluídos los que pasan por vía postal, se pasa de los 291.000 ejemplares de 1942 a los 339.080 de 1950[12].

Tras el pico de los años 44 y 45, en los que la producción anual llegó a los 2720 y 2349 títulos, respectivamente, se inició un lento declive motivado en parte por la recuperación de la edición española en la posguerra y por el surgimiento de un competidor poderoso

en América, como es el caso de México. A ésto se sumaban la falta de divisas y las dificultades que existían para el aprovisionamiento de papel, lo que provocó una fuerte crisis en la industria editorial .

Ello, a pesar de que en 1947 se sanciona la Ley 13.049 según la cual el Estado invertiría 25.000.000 de pesos moneda nacional a través del Banco Central de la República Argentina, para el fomento de la industria editorial a la que favorecería con un monto que podía ascender hasta el 50 por ciento del capital de la empresa solicitante.

Por su parte, desde fines del siglo XIX las revistas ya habían demostrado su capacidad de seducir a una amplia gama de lectores. *Don Quijote*, que en más de un sentido preludia a *Caras y Caretas*, vendió 61.000 ejemplares del número dedicado a comentar los sucesos acaecidos en 1890, en la jornada revolucionaria que culminaría con la renuncia del presidente Juárez Celman y que daría origen, poco después, a la Unión Cívica Radical[13]. Por su parte, *Caras y Caretas*, en el número de 1900 en el que comenta un atentado terrorista en Italia, tiró 70.000 ejemplares de cien páginas, ilustrado con 700 grabados, que no alcanzó para cubrir una demanda que no ocultaba el interés de la comunidad italiana por los acontecimientos. Mientras que en 1903, después de que se habían agotado los 72.000 ejemplares que había hecho imprimir de su edición del 25 de mayo, debió anunciar:

"Agotada la edición anterior que hubimos de limitar en 72.000 ejemplares por el breve tiempo de que disponíamos, y ascendiendo a una cantidad considerable la demanda de ejemplares que recibimos de los agentes y suscriptores que no pudieron hacer su pedido en el plazo que fijamos[...]hemos resuelto reimprimir el número del 25 de Mayo"[14].

Uno de sus picos de venta fue logrado con el número destinado a celebrar con sus 400 páginas el Centenario de la Revolución de Mayo, 201.150 ejemplares salieron a la calle ese día y la revista los festejó creando analogías que referían a dos zonas en las que estaba dispuesta a intervenir: la política y la modernidad urbana. Allí afirmaba que si con esas revistas se formaba una pila ella mediría 3.017 metros es decir, 35 veces la altura del Congreso. Pero no satisfecha con demostrar que su impacto era mayor que el que podían llegar a tener los miembros del poder legislativo, agregaba que, si las revistas se ponían una al lado de la otra llegarían a medir 20.910.000 metros, distancia equiparable a la que separa el polo norte del polo sur[15].

No todos con el éxito de venta y la perdurabilidad de revistas como *Caras y Caretas*, tampoco todos con la intención de acceder a un mercado tan amplio, algunas sectoriales y otras selectas, entre 1900 y 1950 cientos de proyectos de revistas vieron la luz en Buenos Aires y en el resto del país.

Es difícil proporcionar un número exacto, pero el listado que ofre-

ce Juan Rómulo Fernández, en su *Historia del periodismo argentino,* de 1943, aunque incompleto, sirve para marcar una tendencia[16]. Entre 1900 y 1941, se publicaron como mínimo 1039 revistas en Buenos Aires y 637 en el interior del país. Tomando sólo aquellas en las que aparece una fecha precisa, se desprende que hubo un crecimiento constante en la edición de revistas, pasando de 36 en Capital Federal para la primera década del siglo, a 552 en la década del '30.

Por otra parte, en la segunda mitad de esa década se produce un salto notable, vinculado a la desaparición de España como proveedor del mercado latinoamericano, hecho que, de acuerdo a lo que pudimos constatar, no sólo tiene efectos en el mercado del libro sino también en el de las revistas. Por su parte, también en las que se publican en el resto del país se produce un salto similar. De las 345 revistas que salen a la luz en la década del '30, 78 corresponden a la primera mitad y 267, a la segunda mitad.

Los bienes culturales no parecen ser una excepción en el crecimiento que experimentó la industria argentina en los años '30. Pero en este caso, a las causas generales surgidas de la crisis mundial de 1929 y el estallido de la Segunda Guerra Mundial, se añade la presencia de un mercado que hasta ese momento había sido hegemonizado por la industria editorial española, ahora víctima -al igual que la mayoría de los españoles-, del desgarramiento que en la península provocó la Guerra Civil.

Los diarios compiten con las revistas

Comparada con la lectura del periódico, la revista permitía una lectura distendida, que se podía llevar a cabo a lo largo de la semana y que carecía en general del sentido efímero que caracterizaba a la prensa. Mientras que la prensa parecía decirle a sus lectores: "¡Úselo y tírelo!"; la revista podía ser atesorada, pasada a un familiar después de haberla leído, o descartada luego de un lapso prudencial.

Convencidos de ello, algunos periódicos intentaron cubrir este tipo de demandas con suplementos dedicados a diversas actividades. Esta decisión editorial implicaba, desde el momento de ser tomada, una idea de los hábitos de lectura propios de los lectores a los que iba dirigido. *La Nación* había iniciado la práctica de editar un suplemento ilustrado en 1902; luego de un intervalo recupera la iniciativa en 1920, a la que se suceden el "Huecograbado" de 1925 y el "Magazine" de 1929 hasta que, en 1931 asume su forma definitiva con la dirección de Eduardo Mallea.

El aviso, con el que desde la contratapa el suplemento convocaba al lector, apelaba a un sector de la sociedad que asociaba la lectura al ocio y al tiempo libre, privilegiando aquellos temas que lo alejaban de la cotidianeidad de la información:

"Muchas personas leen solamente el diario del domingo. Si usted es uno de ellos, piense que está contribuyendo a que en los seis restantes La Nación ofrezca un diario perfecto en información y sin embargo usted no lo aprovecha. Y viceversa, si leyera La Nación entre semana contribuiría a mejorar todavía más la edición dominical que tanto le interesa. Léa La Nación todos los días."

La publicidad apelaba, no a convencer al lector de que si leyera el diario entre semana descubriría que éste tenía notas tan interesantes como las del suplemento dominical -esperable en un medio de comunicación privado-, sino a interpelarlo como si el diario fuese un bien público al que sólo la solidaridad de los usuarios podía salvar de la decadencia.

Por su parte, el "Suplemento Multicolor de los Sábados"; que según rezaba su anuncio no tenía costo alguno, ya que se entregaba por los 0,10 centavos que valía el diario; le decía a sus lectores que le ofrecía lectura para una semana sin que su ejemplar le costara un solo centavo más. Siempre en este intento de competir con las revistas mediante una información más especializada, publicaba a partir de 1932 un suplemento deportivo -"Crítica magazine"- en colores, y posteriormente, uno de historieta -"Magazine Cómico"-, también en colores, que incluía historietas nacionales como Pío-Pío de Sorazábal, y extranjeras, que provenían del poderoso United Features Syndicate y de N.E.A. Service[17].

De ese modo, los diarios de circulación masiva parecían decididos a disputarle a las revistas, particularmente a las revistas culturales, el mercado propio de un tipo de lector que esperaba algo más que la información y que, aunque tal vez no fuera un consumidor de revistas del tipo de su contemporánea *Sur*, reclamaba un producto que pudiera ser leído en el transporte que lo trasladaba de su casa al centro o a donde radicara su lugar de trabajo[18].

Con este fin, el diario *El Mundo*, que salió a la calle en 1928, introdujo el formato *tabloid*, adecuándose a un uso que no permitía demasiados movimientos cuando llegaba el momento de desplegarlo en el tranvía.

Del kiosco al tranvía

Oliverio Girondo parecía tener clara la importancia de estos nuevos hábitos de lectura, cuando titulaba uno de sus libros de poemas publicado en la década del '20, *Veinte poemas para ser leídos en el tranvía*. Tematizaba de este modo una costumbre que parecía comenzar a arraigarse, al menos en las grandes ciudades: la de acortar el plazo del largo viaje que comenzaba a separar el centro de los barrios. El pasajero aprovechaba ese tiempo para leer una revista, periódico o libro que, al llegar a su destino, probablemente queda-

ría semi-oculto debajo de su brazo.

Los kioscos, ubicados en zonas estratégicas de la ciudad, se convirtieron en el centro del consumo de publicaciones para los nuevos lectores. Para 1957, se calculan aproximadamente 1405 puestos de venta en las 50 secciones en las que se dividía la ciudad de Buenos Aires. De estos puestos, una gran cantidad se ubicaba en estaciones ferroviarias, en Retiro y en subterráneos, en los que podía haber más de un puesto[19].

Desde ya que no todos los que leían eran efectivamente compradores del material. Una encuesta realizada por el Instituto Argentino de la Opinión Pública culminada en 1957[20], calcula el promedio de lectores por diario en el orden del 2,36 por ciento. En lo que respecta a los diarios de la tarde, calculaba que a los 645.000 compradores efectivos, se sumaban los 995.000 lectores que formaban parte de su grupo de afinidad. Es decir, 1.640.000 lectores directos. A ellos, hay que agregarles los 560.000 lectores indirectos, que accedían al diario por intermedio de un amigo, o que lo leían en un bar mientras tomaban el café o esperaban el turno en la peluquería.

Esa lectura compartida, en la que los materiales de lectura pasaban de mano en mano, habla de todo un circuito de sociabilidad en el que las revistas, diarios y libros se convirtieron en mediadores de toda una red de relaciones sociales y en una excusa para trazar nuevos lazos. Otra función de la lectura se hallaba asociada, en los sec-

tores de clase media, al deseo de obtener cierto prestigio social por el solo hecho de portar un libro, lo que de todos modos parece demostrar que sus portadores, a pesar de no leerlos, sabían perfectamente cuáles eran los libros que permitían cierto reconocimiento por parte de la alta cultura.

Desde comienzos de siglo fueron los kioscos de revistas los que pusieron al servicio del lector una multitud de publicaciones, a las que de otro modo les hubiera resultado dificultoso acceder. La librería formaba parte de aquellos espacios destinados a un público más selecto que compartía los mismos gustos y hábitos de lectura, además de los conocimientos necesarios para poder reconocer en la librería o en la biblioteca el material que estaba buscando o la temática que le interesaba[21]. Si el kiosco se presentaba como un medio más apto para acceder a las lecturas, es precisamente porque no le exigía ningún saber especial para adquirir la revista que buscaba, además de contar con la ventaja de que el puesto de venta se encontraba más cerca del lugar en el que vivía.

Los barrios que progresivamente se fueron conformando en los alrededores de la capital estaban relativamente aislados, separados entre ellos por terrenos deshabitados y por un largo camino hacia el centro, por lo cual las compras se desarrollaban esencialmente en el centro barrial. Por otro lado, el acceso a los tranvías y subterráneos tampoco era sencillo. La ausencia de empedrado y luz eléctrica, en-

tre otras carencias, obligaba a las personas a movilizarse a veces en un coche a caballo para acceder a los medios de transporte. Recién en 1929, con la irrupción de los colectivos, el transporte comenzó a adecuarse a los requerimientos de los sectores periféricos, que habitaban las barriadas de los suburbios de la ciudad[22].

Por este motivo, el kiosco se transformó en un ámbito más adecuado para el acceso a las publicaciones. Pero, ¿qué material se podía comprar allí?. El libro no se hallaba en los kioscos de comienzos de siglo, pero además, por su costo, se hacía menos accesible y, en general, estaba alejado de las preferencias de estos lectores por encontrarse subordinado aún a los cánones de lectura impuestos por la élite cultural. El periódico sin duda era uno de los materiales que podían adquirir allí y, tal vez junto con él, por sólo 20 centavos más, se podían llevar a su casa una revista que le ofrecía una variedad de temas e informaciones más amplias que las del periódico, y a un precio apenas superior.

Los canillitas: de la imprenta al lector

Otro modo de acceder a las publicaciones, era a través del canillita. El voceo callejero que inaugura el diario *La República* en 1867, había constituído el primer paso para fundar nuevos espacios

de circulación de las publicaciones, alejados de los mecanismos más selectos como el circuito de las librerías, integrado en parte a la biblioteca. Al mismo tiempo, el voceo callejero, reemplazará progresivamente al sistema de las suscripciones, privilegiado por los periódicos y revistas del siglo XIX como el medio a través del cual sus lectores accedían a las publicaciones. Sistema que si bien aseguraba a los editores un público relativamente cautivo, era escasamente flexible en cuanto a las posibilidades que le ofrecía a las revistas de ampliar sus mercados.

Daireaux, uno de los viajeros que recorría el país en el siglo pasado, recuerda a los vendedores ambulantes de periódicos como niños, cuyas edades iban de los 7 a los 15 años, que se paseaban vendiendo sus diarios con los pies desnudos y andrajosos[23]. Pero el nombre de "canillita", parece haberlo adquirido del sainete que estrenó Florencio Sánchez en Rosario con ese nombre, el 2 de octubre de 1902, representado por la compañía de Lloret. Posteriormente, el 4 de enero de 1904, fue presentado en el teatro La Comedia de Buenos Aires por el elenco de la Compañía de Jerónimo Podestá. A su vez, el dramaturgo había tomado el nombre del apodo puesto a un vendedor de diarios que había conocido mientras ejercía el oficio de periodista.

Años más tarde, Ezequiel Martínez Estrada lo recordaría con un aire más romántico:

"Con agilidad simiesca se trepan y se cuelgan de los omnibus y tranvías a toda velocidad. Debajo del brazo llevan la mercancía con que se ganan el pan, como los otros chicos llevan la cartera escolar. Sin embargo, nada más distinto que una y otra carga[...]Su voz es la voz de la ciudad, la voz callejera de los diarios y revistas, equivalente a los títulos que llevan impresos bajo el brazo[...]Todos los días cambia el mundo y todos los días ellos conducen las rectificaciones y modificaciones que el tiempo produce en los hechos, cual si fuera la misma carga de años atrás. El movimiento, la vida, los dramas y descubrimientos, las epidemias, guerras y terremotos, todas las palpitaciones de las ciudades y los países pasan bajo su brazo[...]"[24].

Esta imagen romántica contrasta con la ofrecida por Daireaux, pero también con aquella que a comienzos de siglo alternaba la simpatía con el fastidio frente a un niño cuyo régimen de trabajo lo colocaba más de una vez en los bordes de la delincuencia y que, por ello, había comenzado a provocar un notable malestar social.

Una revista como *Caras y Caretas*; que como veremos más adelante es de las primeras en reconocer a los niños como parte de su mercado, y que, por lo tanto comenzaba a llevar adelante propuestas para que se sintieran incluídos en las páginas de la revista; publicaba un artículo en 1901 en el que planteaba, con alarma y también con cierta dramaticidad socarrona, la relación inevitable entre el canillita y la delincuencia:

"Pocas veces ocurrirá en Buenos Aires que la policía tenga que ver un preso menor de edad que éste a quien presenta nuestra instantánea fotográfica y que marcha hacia la comisaría gimoteando y alzándose los pantalones con una mano, mientras que con la otra sujeta los diarios que le sobraron de la venta del día: el charque que se dice en la jerga callejera. Ya más chico, sería establecer que los desordenados callejeros de Buenos Aires salen de la cuna a dar que hacer a los vigilantes [...] Pronto comienzan las andadas por las comisarias estos valientes colaboradores de la prensa diaria, y la verdad es que algunas veces la fama injusta hace interpretar como malas sus buenas acciones y van a dormir entre rejas por la denuncia de cualquier transeúnte. Son los gajes del oficio de pillete!"[25].

El comentarista se preocupaba por la suerte de los chicos que vagaban durante todo el día por la calles con el objetivo de ganarse su comida, pero no duda en calificarlos de delincuentes, e incluso agrega: "También, si la policía no fuese temida por los pilletes, pobres de nosotros". Esa dualidad entre la compasión y la admiración, tanto por sus proezas físicas como por su habilidad para ganarse la vida, y la preocupación por el destino de inevitable delincuencia que les esperaba, es una de las zonas más comunes en la reflexión sobre el canillita y los niños de la calle en el período.

Esta preocupación promovió por parte de la Comisión Directi-

va del Círculo de la Prensa, una investigación encargada a José Ingenieros en la que le reclamaba que investigara sobre los beneficios que podía traer el hecho de ocupar a los niños en la venta de periódicos o, por el contrario, los efectos negativos si se concluyese que dicha venta acercaba a los niños a la criminalidad[26]. En sus conclusiones, Ingenieros distinguía tres grupos entre los canillitas. En primer lugar, se hallan los que denominaba "industriales", que en su mayoría son argentinos hijos de padres italianos, más de la tercera parte son analfabetos y sólo la tercera parte ha cursado los tres primeros grados del sistema escolar.

Estos chicos eran los que ejercían el oficio de manera permanente, y que por ello ganaban por día entre 0,5 pesos m/n "los más pequeños y tontos" y 1,5 pesos m/n, "los mayores y más astutos".

El segundo grupo lo forman los "adventicios", que tenían un mayor índice de analfabetismo, pero también, una mayor proporción de niños que habían cursado dos y tres grados. Consideraba que estos niños formaban parte de los aproximadamente 10.000 que pululaban por las calles de Buenos Aires sin empleo ni domicilio fijo.

El último grupo estaba formado por los "delincuentes", que, en general, de pequeños habían sido vendedores y cuyas familias estaban constituídas por los miembros de su mismo grupo. Por no ser éste el lugar propicio, vamos a dejar de lado las caracterizaciones filogenéticas y sociológicas que hace de cada grupo atendiendo a su

sexualidad, higiene, moralidad y precencia de patologías hereditarias. Llegando a la conclusión, Ingenieros recomendaba, como cabía esperar, la supresión de la venta de diarios a cargo de los niños ya que esa actividad constituía un puente al delito.

Imagen desoladora para evocar a una de las figuras más fuertemente relacionadas con este período de auge de la venta de diarios y revistas. Los canillitas fueron los responsables de llevar estos medios de la imprenta al lector, y también fueron los expulsados del paraíso de la lectura, condenados a llevar noticias y aventuras que, en su mayoría, no podrían leer jamás.

A lo largo del período estudiado, el tema de la infancia va a recorrer muchas de las publicaciones que se editaron en la Argentina. Particularmente cuando, a comienzos de la década de 1920, comiencen a publicarse revistas especializadas en ese público como es el caso de *Billiken*.

Escritores, editores y revistas

Ningún otro espacio de producción cultural contribuyó tanto como los periódicos y las revistas al surgimiento de un escritor profesional. Incluso aquellos que eran literatos y publicaban un libro cuya tirada en general no superaba los quinientos ejemplares, encontraron en la prensa escrita una alternativa para vivir como escritores[27].

Entre fines del siglo XIX y los años del centenario, a partir del surgimiento de un público ampliado por el crecimiento de la escolarización y el desarrollo de una industria cultural, se dieron las condiciones de posibilidad para la emergencia de un tipo de escritor parcialmente autonomizado del poder político. La función de la escritura y de los medios de prensa ya no se reducía a su capacidad para intervenir en la lucha política o como trampolín para disputar un cargo público, sino que tenía un fin específico que trascendía los intereses y la lógica de funcionamiento del poder político.

Si ello fue así, es porque en la primera década del siglo se conformó en la Argentina un mercado consumidor de bienes culturales en relación al cual los medios de prensa se constituyeron y asumieron su fisonomía. Ya no dependían de satisfacer con sus escritos los intereses del poder político o del Estado, que en más de una situación subvencionaba la obra, sino de su capacidad para despertar el interés de los lectores que serían quienes, en definitiva, decidirían el futuro de la empresa.

Por lo tanto, fue la conformación de ese público la que le otorgó dinamismo al proceso editorial, en la medida en que las revistas dependían para su subsistencia de ofrecer a sus lectores una gama suficientemente atrayente de temas y alternativas de lectura. Al calor de estas transformaciones comenzó a conformarse en la Argentina un campo intelectual, con sus espacios de sociabilidad y mecanismos de

consagración y legitimación autónomos del poder político, convirtiéndose el ejercicio de la escritura en una práctica profesionalizada.

Paralelamente, en en el 900 aparecieron nuevos actores en el quehacer literario. Escritores que provenían en su mayoría de la clase media y que en más de una ocasión pertenecian a una primera generación de argentinos hijos de inmigrantes, desplazarían, al menos como figura dominante del literato, a los "gentleman escritores" característicos de la Argentina de los ochenta[28]. Intelectuales fuertemente imbricados en el poder político y a quienes la fortuna familiar les aseguraba un sustento que les permitía gozar de la literatura, sin la preocupación relativa a todo aquel que pretendiera vivir como un profesional de la escritura. También las mujeres comenzaron a asumir un rol más importante en el debate y la difusión cultural, ya como generadoras de espacios propios por medio de revistas que las tenían como protagonistas centrales, ya como lectoras demandando un tipo de literatura acorde a sus expectativas. Del mismo modo que la lectura ya no era un placer ni un arma privilegiada de la élite cultural, tampoco podía serlo la escritura.

Las revistas fueron el vehículo a través del cual los escritores redefinieron el tipo de relación que hasta el momento habían mantenido con el mercado. Sin embargo, a comienzos del siglo XX, las condiciones todavía no se habían consolidado plenamente, si nos atenemos a los recuerdos que de aquella etapa dejó Roberto Giusti en sus memorias:

"La producción argentina era pobre. Casi no teníamos novela; el cuento no tentaba a los escritores, sin otras revistas que *Caras y Caretas* y *El Gladiador*, y algo más tarde, *P.B.T.*, *Fray Mocho* y alguna otra efímera, que lo acogieran, y breve y mal pago; crítica y ensayos, eran poco menos que desconocidos, salvo la crónica teatral. Las correspondencias de actualidad, en los suplementos literarios de *La Prensa* y *La Nación*, solían ser un ciento por ciento extranjeras. Los libros impresos en el país eran escasos."[29]

Con el impulso que cobran las revistas, a los pocos años esas condiciones comenzarían a mofidicarse. Horacio Quiroga, uno de los protagonistas paradigmáticos de esta nueva relación del escritor con el mercado, se convirtió en uno de los artistas mimados de este nuevo proceso cultural. Quiroga daba cuenta de esta nueva situación hacia 1907, cuando comenzaba su participación en *Caras y Caretas*, en una carta que le escribe a un amigo contándole sobre la demanda que la revista le hacía de sus trabajos:

"Por otro lado, en Caras y Caretas me han hablado efusivamente, pidiéndome mucho más frecuente colaboración. El 3 lleve un cuento, ayer otro, y me han comprometido en otro para el lunes próximo. A más, pídenme notas para ilustración callejera, tipo Hipnotismo, Curiosidades del Zoo, etc."[30].

Quiroga expresaba el cambio que se había producido en la actividad de los escritores en lo que respecta a la posibilidad real de vivir de su oficio, como también de los inicios de la relación traumática del escritor con el mercado y de una nueva práctica y moral de la escritura, que se explicitaba particularmente en la tensión con quienes se constituían en sus dos interlocutores principales: el editor y el público. Cerrando el círculo de su trayectoria como escritor, el mismo Quiroga sería, a mediados de los años '30, una de las víctimas de las transformaciones que se fueron produciendo tanto en el tipo de revistas en las que colaboraba, como en las expectativas del público al que ellas iban dirigidas. En una carta de 1935, que le envió a Ezequiel Martínez Estrada, expresaba las dificultades económicas que en esos momento estaba viviendo producto del rechazo de algunos de sus trabajos en medios en los que colaboró durante años:

"Con esto de la pluma anduve también con quebrantos nutridos. También en este renglón sufrí una merma semejante a la del gobierno Uruguayo, pues de $350 bajé a 100 por relato. Más: *Crítica* se hartó de mi colaboración con la tercera enviada, que no publicó y tuve que rescatar con dificultad. Pasé a *El Hogar*, que temo se harte también a la brevedad. Es digno de notar el carácter feminista -femenino mejor- de nuestras revistas. Queda por suerte el inconmovible, constante y tenaz tonel de *La Prensa*, donde parece que no se cansan jamás de uno."[31]

El escritor profesional que pretendía vivir de su oficio se sometía a un régimen de trabajo que lo obligaba a una práctica de escritura constante y particularmente versátil en cuanto a los géneros con los que trabajaba y las temáticas que abordaba. Ésto le había permitido a Horacio Quiroga vivir de su trabajo durante décadas. En 1911, *Caras y Caretas* le pagaba 40 pesos por página y él enviaba un promedio de tres páginas por mes. A esos 120 pesos agregaba para su sustento 400 pesos anuales que eran el beneficio que obtenía de la venta de sus folletines, suma global con la que podía estar satisfecho y que consideraba que le alcanzaba para vivir bien.

Otro caso es el de Manuel Gálvez, quien compartió durante mucho tiempo su profesión de escritor con el empleo público como inspector de enseñanza. Del mismo modo, autores prestigiosos escribieron algunas de sus obras por encargo del gobierno, como Leopoldo Lugones en *El imperio jesuítico* (1904) y *La historia de Sarmiento* (1911); quien al mismo tiempo, fue uno de los más prolíficos articulistas de diarios y revistas. Esta dualidad entre empleo público y mercado, parece ser una de las características propias del posicionamiento del escritor en el campo cultural. En la medida, y ésto en el caso de Gálvez y Lugones es particularmente visible, en que su relación con el Estado deviene no ya solamente de la posibilidad de obtener a sus expensas un recurso que le asegure el sustento, sino primordialmente, de la convicción de que es desde el Estado desde donde se puede realizar una acción nacionalizadora en una sociedad que, desde diversas perspectivas comienzan a percibir en peligro de disolución[32].

En cualquier caso, la relación del escritor con el mercado, generó también un conjunto de cuestionamientos provenientes de sectores del campo cultural que acusaban a esos escritores de ser víctimas del filiteísmo y del mercantilismo propios de una sociedad burguesa. Desde la revista *Ideas*, en 1898, Luis Berisso, uno de los jóvenes modernistas más cercano a Rubén Darío, se quejaba contra esta nueva dependencia del escritor respecto del mercado, culpando de ello al público que no le otorgaba a los escritores el reconocimiento que se merecían: "...el público, no responde a estos esfuerzos desinteresados de la juventud, que vive todavía de sus sueños e ideales, en esta época práctica y materialista, donde cualquier especulador en tierras o invernador de puercos es estimado, socialmente, más que todos los talentos juntos"[33].

Esta tensión entre el escritor y el mercado se verifica, como veremos más adelante, en el caso de las revistas literarias, en las cuales la relación con el público fue aún más ambigua. Aquellos que aspiraban a una consagración como escritores no dudaban, una y otra vez, en alternar la crítica a un público que no reconocía sus méritos y en cambio se satisfacía con lecturas de dudosa calidad, y la reivindicación de la calidad de su obra por el solo hecho de haber

sido leída por un grupo restringido.

Del otro lado, los escritores que sí gozaban de dicho reconocimiento, respondían a veces con la burla, como sucedió en la obra de Gregorio de Laferrère *Locos de Verano*, en cuyo segundo acto ridiculizaba a los jóvenes escritores que desdeñaban al público y se encerraban en su pequeña cofradía.

Esa pequeña cofradía, es una de las características de este campo cultural que además de generar espacios destinados a la consagración de su obra, generó otros, cuyo rol estaba asociado a la confraternidad. La tertulia típica del siglo XIX que se desarrollaba en los salones de la casa de una familia de la élite o en la trastienda de librerías como las de Carlos Casavalle o Etchepareborda, dejó paso en esta época a los cafés y restaurantes, en los que se gestaron varios de los proyectos editoriales del período.

Roberto Giusti, uno de los fundadores, junto a Alfredo Bianchi, de la revista *Nosotros*, recuerda su ingreso a la bohemia porteña y a la sociabilidad literaria en el café La Brasileña, situado en la calle Maipú entre Cangallo y Sarmiento:

> "Allí trabé relación con Roberto Payró, Joaquín de Vedia, Florencio Sánchez, Emilio Becher, Carlos de Soussens, Atilio Chiapori, Alberto Gerchunoff, Ricardo Rojas, el escultor Arturo Dresco y algún otro. Bianchi me llevaba cinco años y participaba en ella como comprovinciano y amigo de Emilio Becher y Emilio Ortíz Grognet; yo lo seguí. Acercarme a esa mesa y tener el honor de sentarme, callado y admirando, era el secreto orgullo que me infundía aliento para confiar en el porvenir en la ciudad donde me sabía solo y desamparado"[34].

La bohemia era entonces ese circuito de sociabilidad que se constituía en un refugio para aquellos que se dedicaban a la labor literaria. Allí se tramaban relaciones de cuya suerte dependía, en muchos casos, la carrera que cada uno pretendía para sí. Allí también se conseguían puestos en las redacciones de revistas y diarios. Allí, finalmente, se decidía correr el riesgo de editar una revista y se definía el nombre que iba llevar durante años, o con el cual ni siquiera iba a conocer la calle.

En un pequeño tramo de la ciudad, se ubicaban el Americano, Rebecchino, Charpentier, el Sportman, el petit Salon, el Águila de la calle Florida, La Perla, el Café de Lucio y Monti, el Aue's Keller, el Royal, el Café de Los Inmortales y el Café Ferrari. En este último, recuerda Giusti, la revista *Nosotros* organizaba sus famosos banquetes en cuya camaradería se reunía un distinguido grupo de escritores nacionales y extranjeros. Sesenta de ellos se juntaron para homenajear a Blasco Ibáñez en 1909 y ciento cincuenta para tributar admiración a Amado Nervo en 1919[35].

El espacio así conformado fue constitutivo de ese grupo de intelec-

tuales que, por encima de las competencias naturales, de las diferentes nociones de arte y posturas ideológicas, se sintió formando parte de una especie de "República de las Letras", de un mismo universo cultural. De ese modo, se fue tramando una conciencia de escritor, a través de la cual se reconocieron intereses y problemas comunes.

Como resultado de esta nueva conciencia nacen las primeras asociaciones de escritores. En 1906, se crea la Sociedad de Escritores, presidida por Payró y en la que participaban también Gerchunoff y Lugones, entre otros. En 1907, se crea la Sociedad de Autores Dramáticos y Líricos. Estas asociaciones consiguen la aplicación, en 1910, de la Ley de Propiedad Intelectual, y la Sociedad de Autores Dramáticos logra que se aplique un arancel del 10 por ciento sobre las entradas en concepto de derecho de autor[36].

Roberto J. Payró concentró en sus actividades dos roles propios del escritor profesional. El autor de la popular *Divertidas aventuras del nieto de Juan Moreira* (1910) y activo colaborador de *Caras y Caretas*, fue uno de los principales impulsores de la dinámica asociacionista a la que se abocaron los hombres de letras en las primeras décadas del siglo, y habitué de los espacios propios de la bohemia porteña.

Desde los primeros años del siglo se produjo una tranformación en la figura del escritor, conciente de su función social y de los derechos que le asistían o debía reclamar. Proceso paralelo y mutuamente implicado con el del desarrollo de una industria cultural; con el surgimiento de revistas que reconocieron al trabajador intelectual como un profesional y le asignaron un valor al ejercicio de su pluma; y con la conformación de un público que fue el sujeto a partir del cual el escritor se constituyó en la primera mitad del siglo XX, ya por intentar adecuarse a sus demandas o por ser refractario de sus gustos.

Notas

1 Prieto, Adolfo: *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*, Sudamericana, Buenos Aires, 1988, pág. 60.

2 Respecto a los debates en el Congreso Pedagógico se pueden consultar: Tedesco, Juan Carlos, *Educación y sociedad en Argentina (1880-1945)*, Solar, Bs. As., 1993, págs. 121 y sigs.; Iglesias, Ricardo H., "Los católicos liberales durante la década del '80", en Puiggrós, Adriana, *Sociedad Civil y Estado en los orígenes del sistema educativo argentino*, Galerna, Bs. As., 1991, págs. 257 a 279.

3 Tedesco, Juan Carlos, *op. cit.*, pág. 251.

4 Tedesco, J. C., *op. cit.*, pág. 252.

5 Rodríguez, Lidia, "La educación de adultos en la Argentina" en Puiggrós, Adriana, *op. cit.* págs. 194 y 195.

6 El uso de la ficción en las crónicas policiales de *Crítica* es analizado por Saitta, Sylvia: "Prensa, política y crímen. La invención de un género", en *Espacios de crítica y producción*, n° 14, Fac. de Filosofía y Letras, Bs. As., agosto de 1994. Un estudio más amplio del diario *Crítica* se puede consultar en Saitta, Sylvia, *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*, Sudamericana, Bs. As., 1998.

7 Rivera, Jorge, "Los juegos de un tímido: Borges en el suplemento de Crítica", en Ford, A., Ribera, J.B., Romano, E., *Medios de comunicación y cultura popular*, Legasa, Bs. As., 1990, pág. 183.

8 Sarlo, Beatriz, *La imaginación técnica. Sueños modernos de la cultura argentina*, Nueva Visión, Bs. As., 1977, pág. 68.

9 García, Eustacio A.: *Desarrollo de la industria editorial argentina*, Fundación Interamericana de Bibliotecología Franklin, Bs. As., 1965, pág. 58; También pueden consultarse, Rivera, Jorge, "El escritor y la industria cultural", en *Capítulo. 3. Cuadernos de literatura argentina*, en CEAL, Bs. As., 1985; y Bottaro, Raúl H., *La edición de libros*

en Argentina, Troquel, Bs. As., 1964.

10 García, *op. cit.*, pág. 78.

11 García, *op. cit.*, pág. 132.

12 Corregimos en este punto las cifras totales que proporciona Botaro, Raúl, en *op. cit.*, pág. 58, de exportación de libros y folletos en Argentina. Allí, los totales de aduana en lugar de ser sumados se acoplan dando cifras extraordinarias. Por ejemplo: Los 11.000 ejemplares que salen por aduana más los 280.000 por vía postal dan una cifra total de 11.280.000 para 1933.

13 Prieto, Adolfo, op. cit., pág. 38.

14 *Caras y Caretas*, Nº 243, Bs. As., 30 de mayo de 1903.

15 Prieto, *op. cit.* pág. 42

16 Fernández, Juan Rómulo, *Historia del periodismo argentino*, Librería Perlado, Bs. As., 1943.

17 Rivera, Jorge, "Los juegos de un tímido", en *op. cit.*, págs. 182 y 183.

18 Sobre los cambios que se producen en los hábitos de lectura del nuevo público ver, Sarlo, Beatriz, *El imperio de los sentimientos*, Catálogo, Bs. As., 1985, págs. 19 y sigs.

19 Instituto Argentino de Opinión Pública, *La Opinión pública y la prensa de Buenos Aires*, Bs. As., 1957. Mimeo

20 *Ibidem*

21 Sarlo, Beatríz, *El imperio de los sentimientos*, cit., págs. 20 y 21.

22 Gutiérrez, Leandro y Romero, Luis Alberto, *Sectores populares, cultura y política. Buenos Aires en la entreguerra, Sudamerica*, Bs. As., 1995, pág. 75. También puede consultarse Scobie, James, *Buenos Aires del centro a los barrios: 1870-1910*, Bs. As., Solar, 1977.

23 Daireaux, *Vida y Costumbres*, T.I, pág. 148.

24 Martínez Estrada, Ezequiel, "Retrato del canillita", en *La cabeza de Goliath*, Bs. As., 1940.

25 *Caras y Caretas*, "Escenas callejeras. Un preso minúsculo", nº 165, año IV, 30-11-1901.

26 Ingenieros, José, "Los niños vendedores de diarios en nuestra delincuencia precoz", en *Anales del Patronato de la Infancia*, Año XIII, T. XIII, nº 4-5, abril mayo de 1905, págs. 53 a 61. Para un análisis pormenorizado de este problema se puede consultar el estudio de cuyo apéndice hemos sacado el trabajo de Ingenieros: Ciafardo, Eduardo, *Los niños en la ciudad de Buenos Aires (1890-1910)*, CEAL, Bs. As., 1992.

27 Sobre el tema de la profesionalización del escritor y conformación de un campo intelectual en Argentina a comienzas de siglo, Sarlo, Beatriz y Altamirano, Carlos, "La Argentina del centenario: campo intelectual, vida literaria y temas ideológicos, en *Ensayos Argentinos. De Sarmiento a la vanguardia*, CEAL, Bs. As., 1983; y Gramuglio, María Teresa: "La construcción de una imagen", en Tizón, Hector; Rabanal, Rodolfo y Gramuglio, María Teresa, *La escritura argentina*, Universidad Nacional del Litoral, Santa Fe, 1992.

28 David Viñas a puntualizado las diferencias existentes entre los "Gentleman escritores" y el escritor profesional a través de las relaciones que cada uno de ellos establecieron con la prensa y el público, junto a los diferentes modos de consagración a los que estaban sometidos. Viñas, David, *Literatura argentina y realidad política*, Jorge Alvarez, Bs. As., 1964.

29 Giusti, Roberto, *Visto y vivido*, Losada, Bs. As., 1965, pág. 93.

30 Quiroga, Horacio, "Carta a José María Fernández Saldaña", citado por Rivera, Jorge, en *op. cit.*, pág. 349-350.

31 Quiroga, Horacio, "Carta a Ezequiel Martínez Estrada", 24 de abril de 1935.

32 Miguel Dalmaroni, señala que el vínculo de los escritores con el mercado no clausuró en absoluto la mas tradicional articulación con el Estado, en "El nacimiento del escritor argentino. De Lugones al caso Becher", Cuadernos Angers-La Plata, nº 1, Universidad de Angers-Universidad de La Plata, 1996, págs. 69-92.

33 Berisso, Luis, *Ideas*, nº 1, 20 de julio de 1898.

34 Giusti, Roberto, *Visto y vivido*, Losada, Bs. As., 1965, pág. 102

35 Giusti, Roberto, en *op. cit*, pág. 119 y 120.

36 Rivera, "El escritor y la industria cultural", en *op. cit.*, pág. 352 y 353.

Capítulo II

LAS REVISTAS LITERARIAS: DE *NOSOTROS* A *SUR*

Las revistas literarias, a diferencia de otros productos culturales que vamos a analizar en este libro, se mueven en una zona gris en cuanto al modo en el que se relacionan con la sociedad y el mercado. Desean ser leídas y conocidas. Pretenden circular y trascender. Pero, al mismo tiempo, rehuyen la masividad, aunque no dudan en invocar, en más de una ocasión, al público como responsable de su efímera vida[1].

Una de las particularidades de este tipo de revistas es que sus lectores son esencialmente los miembros de la corporación a la que pertenecen los escritores, intelectuales y artistas que en ellas escriben. Lectores que también son sus competidores en la búsqueda del reconocimiento público y en la lucha por el posicionamiento dentro del campo intelectual. Por ese motivo, cada revista es tanto un espacio para la difusión y constitución de un grupo por medio de la promoción de sus obras e ideas, como un lugar de batalla desde el cual se lucha en pos de conquistar un sitio de poder en ese ámbito; particularmente en un momento en el que se está constituyendo un campo intelectual y en cuyo interior se están dirimiendo las posiciones que sus miembros pretenden para sí[2].

Algunas de estas revistas, como en el caso de *Nosotros* y *Sur*,

llegaron a convertirse en virtuales instituciones, si no antagónicas respecto de aquellas vinculadas al mundo académico y al Estado, sí paralelas y a veces en conflicto con éstas en cuanto a su autoridad como instancias de legitimación de la labor intelectual. Es ésta, probablemente, una de las principales funciónes que cumplen las revistas. Sus colaboradores no esperan obtener por sus trabajos una retribución económica sino un beneficio que se mide en valores simbólicos, de acuerdo a lo que su participación les puede traer aparejado en términos de prestigio.

Entendidas como un espacio social, las revistas literarias expresan la necesidad de sus organizadores de pertenecer a un grupo, que no siempre se halla constituído por coincidencias en su concepción de la literatura o por acuerdos estéticos o idelógicos. En más de una ocasión, son sólo un refugio desde el cual sus miembros pueden canalizar sus deseos de trascender los límites del espacio que han conformado. Por ello, son escasas las publicaciones en las que uno puede hallar homogeneidad entre sus miembros, si por homogeneidad entendemos algo más que coincidencias generacionales, aunque sin duda sea éste también un dato relevante.

En cuanto a sus lectores, las revistas literarias les ofrecen una biblioteca recortada y seleccionada de acuerdo a los criterios estéticos -y en algunos caso políticos e ideológicos-, que guían las lecturas y escritos de las personas que participan en ellas. Por una parte,

organizan una biblioteca que informa sobre el estado de la literatura en un momento dado, a la vez que, como toda biblioteca, propone una relectura de la literatura del pasado y traza una genealogía en la cual se inscribe o respecto de la cual se va a diferenciar señalando un corte o una ruptura. Por otra parte, se convierte en un archivo que cataloga las experiencias de escritura a las que sus miembros adscriben más o menos organicamente[3].

Así concebidas, debemos entender a las revistas literarias como instancias a partir de las cuales se lleva a cabo una acción política, aun en el caso de aquellas que pretenden diferenciar la literatura de las prácticas políticas propiamente dichas. En este tipo de revistas, la política se expresa en la interpretación que promueven de los fenómenos literarios y en el posicionamiento que asumen al interior del campo intelectual[4].

El nosotros de *Nosotros*

La revista *Nosotros*, que junto con *Sur* será la publicación literaria de mayor duración en la Argentina, tiene como antecedente inmediato a la revista *Ideas*, creada por Manuel Gálvez y Ricardo Olivera, condiscípulos en el Instituto Nacional dirigido por Pablo Pizzurno[5]. Empresa cuya brevedad -aparece el 1° de mayo de 1903

y se extiende hasta la publicación del número 23-24 de marzo-abril de 1905-, no fue un obstáculo en cuanto al impácto que generó su aparición en el campo cultural argentino de principios de siglo.

Desde el propio nombre, *Ideas* diseñaba un criterio de intervención amplio en el campo político y cultural, tanto desde el punto de vista del arco ideológico que describían sus colaboradores -desde el anarquismo de Rafael Barret y Alberto Ghiraldo al nacionalismo atemperado de Ricardo Rojas-, como por el campo temático que decidieron abordar. Si bien la nota dominante estuvo dada por las letras, había lugar para la actividad teatral, las artes plásticas y el teatro, con aportes, entre otros, de Ricardo Rojas, Juan Pablo Echagüe, Alberto Gerchunoff, Manuel Gálvez, Abel Chanetón y Atilio Chiapori.

Ese eclecticismo, marcado por la amplitud de criterio estético y político, pasará luego a *Nosotros* junto con gran parte de sus colaboradores. *Nosotros* también expresó esa misma concepción totalizadora de los fenómenos culturales. Como en el caso de la revista *Ideas*, *Nosotros* sería el resultado de la relación originada entre sus fundadores en las aulas. Pero aquí, fue la Facultad de Filosofía y Letras de Buenos Aires el escenario en donde Roberto Giusti y Alfredo Bianchi anudaron los lazos a partir de los cuales nacería posteriormente la revista. Roberto Giusti, recordaría más tarde esos orígenes:

> "La revista nació en 1907 de la iniciativa de dos muchachos inexpertos pero animosos, quienes tuvieron más voluntad, más acierto o más suerte que otros, pues supieron prolongar su existencia a través de varios decenios, duración no igualada hasta hoy en la historia de las publicaciones literarias hispano-americanas; pero se incubó al calor intelectual del saloncito de Emilio Becher en La Nación y allí fue bautizada. Sugirió el nombre Alberto Gerchunoff, tomándolo, según creyó, de la inconclusa novela de Payró que antes cité"[6].

La revista fue el resultado más acabado de las expectativas de un grupo de intelectuales, que se movía en un circuito formado por los encuentros en el Café La Brasileña -en el que Giusti y Bianchi se relacionaron con varios de sus posteriores colaboradores-, las visitas a la librería de Moen -que era una de las condiciones de la iniciación en el cenáculo-, y las reuniones en la redacción de *La Nación*, en la que Emilio Becher ejercía el rol del admirado guía intelectual.

El primer número salió a la calle en agosto de 1907, se interrumpió un año en 1910, y en 1912 se creó La Sociedad Cooperativa Nosotros presidida por Rafael Obligado, como una iniciativa destinada a sostener la revista. A partir de ese momento se amplió el formato, y aumentaron el número de páginas y las colaboraciones[7].

Ese "nosotros" inclusivo que la revista llevaba por título, respondía a un esfuerzo de posicionamiento no sólo hacia el interior

del campo intelectual sino tambien de intervención en la esfera pública. Reflejaba una manifestación de fe en sus condiciones personales, que expresaba la autonomía de estos intelectuales respecto del poder político. Por ese motivo, desde el inicio, se fortalece en la decisión de no ser excluyente, ni respecto de los consagrados ni de los jóvenes desconocidos[8].

Dos estrategias de legitimación diseña la revista a partir de esta posición que prioriza la inclusión. Por un lado, se legitima por la incorporación de firmas de prestigio. Por el otro, refuerza su autoridad al constituirse en espacio de consagración de los jóvenes que aún no han accedido al ansiado reconocimiento por parte de sus pares y del público. Entre sus colaboradores estuvieron Rubén Darío, Roberto J. Payró, Emilio Becher, Enrique Banchs, Luis María Jordán, Atilio Chiappori, Evar Méndez, Evaristo Carriego, Coroliano Alberini, Carlos Octavio Bunge, Juan Pablo Echagüe, Alberto Gerchunoff, José Ingenieros, Roberto Levillier y, en los '20, se sumaron los nombres de algunos jóvenes de la nueva generación entre los que se encontró Jorge Luis Borges.

En cuanto a la recepción de los consagrados, a pesar de la juventud de sus directores, no representaba ningún esfuerzo. En parte, porque su concepción de la literatura no difería de la de los mayores a quienen admiraban. En parte también, porque la revista no se diferenciaba demasiado de empresas culturales previas, como *La Biblioteca*

dirigida por Paul Groussac entre 1896 y 1898. Ambas a su tiempo, habían hallado en la francesa *Revue de Deux Mondes* un modelo a partir del cual desarrollar su propia experiencia. Por estos motivos, cuando comenzaron a surgir los enfrentamientos generacionales, la revista buscó y logró ubicarse en una posición equidistante[9].

Un ejemplo de ésta actitud fué el lugar que asumió en la polémica que, desde las páginas de la revista, entablaron los jóvenes de la "nueva escuela histórica" con Paul Groussac. Entre 1914 y 1916, Rómulo Carbia, Ricardo Molinari y Roberto Levillier, escribieron una serie de artículos en los que cuestionaban a Groussac su lugar de autoridad en materia historiográfica. La utilización de la revista como el lugar desde donde lanzar sus dardos contra el autor de *Mendoza y Garay*, refiere a la intención de instalarla en un espacio en el que Groussac continuaba gozando de cierto prestigio. Sin embargo, cuando Roberto Levillier pasa ciertos límites que la revista consideraba tolerables, utilizando la imagen nietzscheana del "mal sabio" para definir al célebre bibliotecario, la dirección de *Nosotros* decidió agregar, a la nota publicada, una aclaración de los editores en la que se desentendía de los términos utilizados por el polemista, aclarando, por otro lado, no compatirlos[10].

Dos conclusiones se pueden sacar de este conflicto. En primer lugar, que la convivencia que en el campo de las letras prevalecía en esos años no coincidía con lo que pasaba en otras esferas de la

producción intelectual. El proceso de profesionalización protagonizado por los jóvenes historiadores, los obligaba a asumir posiciones más beligerantes contra quienes no estaban dispuestos a reconocer como sus padres fundadores.

En segundo lugar, que la revista buscó instalarse por encima de los conflictos que enfrentaban a los jóvenes y los consagrados. *Nosotros* le organizó a Groussac un banquete de homenaje en 1919, y le dedicó íntegramente un número en 1929, a raíz de su reciente fallecimiento. La revista intentó mantenerse permanentemente en este lugar inexpugnable, que le permitía integrar todas las voces en sus páginas. Desde la publicación en 1921 del manifiesto "ultraísta" de Borges, a los homenajes y banquetes que brindó a Roberto Payró, Rubén Darío y Manuel Gleizer, y las necrológicas a Carriego, Mansilla, Roque Sáenz Peña y al mismo Payró, *Nosotros* realizó un notable esfuerzo por convertirse en el lugar de recepción de todas las voces.

Sin embargo, una de esas necrológicas, la que destinó a Jean Jeurés en la sección "Los que se van" de 1914, generó en la revista otro conflicto que puso de manifiesto otro punto de tensión, el que se refiere a la política, un escenario en relación al cual *Nosotros* intentó mantener cierta distancia[11]. El incidente se inició con una reacción de Manuel Gálvez, miembro de la Sociedad Cooperativa *Nosotros* y asiduo colaborador en la revista, protestando contra los directores por incluir una nota en la cual, haciendo referencia a

la muerte del líder socialista francés, expresaba: "[...]y hoy muere uno de nuestro bando".

Esas palabras hirieron la suceptibilidad de Gálvez, por considerar que se habían violado, por su intermedio, los estatutos de la Sociedad que establecían que la revista debía mantenerse alejada de todo embanderamiento político. En su respuesta, los directores pretendieron eludir el compromiso político por medio de un eufemismo. Para ellos Jaurés era, antes que un socialista, "un luchador incansable de la paz, la justicia y la libertad", que en definitiva eran los mismos valores que sustentaba la Nación Argentina.

De todos modos, no le sería sencillo evadir su intervención en el plano político nacional e internacional. Pasaron por sus páginas notas editoriales en las que la revista tomaba posición frente a la Reforma Electoral de 1912; la Primera Guerra Mundial; el apoyo a la Revolución Rusa; el movimiento reformista cordobés del '18; la huelga en los talleres Vasena y la intervención norteamericana en Nicaragua. También asumió una posición a favor del golpe uriburista que derrocó a Hipólito Yrigoyen en 1930, enmascarando esa intervención con argumentos similares a los que había utilizado en el caso Jaurés. Según Giusti, la toma de posición en este caso se hallaba avalada porque la situación "[...]supera la política circunstancial a la cual *Nosotros* nunca se ha mezclado."[12].

Lejos de esta zona de tensión con la política, las encuestras for-

maron parte de la estrategia utilizada por *Nosotros* con el fin de registrar e informar sobre la recepción de la cual era objeto en el ambiente, y como un medio para pulsar los intereses de sus lectores. La primera se llevó a cabo en 1912 con el improbable interrogante "¿Es más culta la mujer que el hombre en nuestra sociedad?. Un año después, realizó otra sobre el *Martín Fierro* de Hernández, recogiendo una tendencia hacia la revalorización del poema gauchesco, que se relacionaba con las disertaciones de Leopoldo Lugones sobre *El payador* en el teatro Odeón. En 1923, confecciona otra en la que contestan los jóvenes de la nueva generación, que se extiende entre el número 168 y 171 de la revista.

Sin embargo, la actitud que tendía a la integración, como lo ponía de manifiesto esta última iniciativa, tenía sus límites. Sin considerar los choques que entabló ocasionalmente con los miembros de la revista *Martín Fierro* o con los de *Claridad*, frente a los cuales reaccionaba como el padre traicionado por quienes había sabido cobijar. La zona de conflicto que privilegió la revista fue contra los organismos del Estado vinculados al ámbito de la cultura. En dos casos, Hugo Wast (Gustavo Martínez Zuviría) estuvo en el centro de la polémica. Primero, cuando se le otorgó el primer premio en el Certamen Nacional de Literatura en detrimento de Payró, que fue desplazado al segundo lugar. Posteriomente, cuando le fue dado el cargo de Director de la Biblioteca Nacional. En ambos casos, descalificaba a Wast por ser un escritor de novelería popular, poniendo en discusión no sólo las obras del exitoso escritor, sino también los mecanismos, criterios y autoridad del Estado como agente de consagración en el campo intelectual.

Por otro lado, si *Nosotros* prefería la disputa con el Estado en los años '20, era porque gozaba de cierta hegemonía en el campo cultural que, desde comienzos de la década, sería disputada por los jóvenes de la nueva generación a la cual había contribuído a promocionar.

Martin Fierro y la vanguardia de los años '20

La publicación del manifiesto "ultraísta" de Borges en 1921, la antología de 1922 dedicada a los miembros del grupo, junto con la encuesta a la nueva generación de 1923, aparecidas en *Nosotros*, constituyen el síntoma del reconocimiento de un movimiento generacional que ya había salido a la escena pública con algunas revistas aparecidas a comienzos de la década. Publicaciones que representaban a grupos cuya homogeneidad derivaba más de sus horizontes generacionales que de las posiciones estéticas, políticas e ideológicas de las cuales eran portadores. Fueron, sin duda, expresión de los cambios que la Reforma Universitaria de 1918 había introducido y, a la vez, había puesto en evidencia[13].

Algunas de estas revistas se presentan en sociedad de modo relativamente provocativo y original. Este es el caso de *Prisma*, dirigida por Eduardo González Lanuza, con la que se da a conocer el grupo ultraísta. Era una revista mural que apareció en diciembre de 1921 conteniendo versos de Norah Lange, J. L. Borges, González Lanuza y Francisco Piñero. Su segundo y último número apareció en marzo de 1922. A pesar de su efímera existencia, *Prisma* sirvió como carta de presentación de un grupo y de una generación.

En 1922, apareció el primer número de *Proa*, que publicó tres números hasta julio de 1923. En ella se recuperaba a un escritor que sería un referente de varios de los escritores jóvenes, Macedonio Fernández. Junto a él, escribieron en *Proa* Helena Martínez, Norah Lange, J. L. Borges, E. González Lanuza, Guillermo de Torre, Roberto Ortelli, Sergio Piñero, entre otros.

La tercera revista que formó parte del tríptico que anticipa a *Martín Fierro*, como laboratorios literarios y espacios de nucleamiento generacionales, es *Inicial*[14] . El primer número apareció en octubre de 1923 y el último en mayo de 1926, llegando a publicar 11 números. Su grupo de redactores y gestores estaba conformado por Roberto Ortelli, Brandán Caraffa, Roberto Smith y Homero Guglielmini. *Inicial*, a diferencia de las anteriores, evidencia una más clara intención de trascender las letras para intervenir políticamente desde el campo cultural rompiendo, en gran parte, con las

certezas e imágenes heredadas del pasado y contra las que en el presente representaban un conjunto de opciones estéticas, políticas e ideológicas que estaban dispuestos a combatir.

Con notable eclecticismo, asumieron posiciones antiburguesas, americanistas, antidemocráticas, antimperialistas, xenófobas y antisemitas. Diseñaron un campo de conflicto lo suficientemente amplio como para dejar toda herencia del pasado en ruinas, pero sin tener demasiado claro qué deseaban construir. Ese epíritu iconoclasta, revelaba que ya antes de desatarse la crisis política y económica de los años '30, se había abierto en la Argentina una brecha ideológica respecto del pasado y contra sus herederos del presente, que parecía prácticamente imposible de salvar. Los jóvenes de *Inicial* expresaban una desconfianza visceral respecto de los valores y expectativas que se encontraban en la base de la construcción de la Argentina moderna desde hacía más de cincuenta años.

Sin embargo, la encuesta de *Nosotros* hecha a estos jóvenes, ponía de manifiesto cuán exagerado era el parricidio que habían emprendido contra la generación precedente. La mayoría de ellos, cuando se les preguntó por cuáles de los escritores mayores de treinta años sentía más respeto, no dudó en mencionar a Fernández Moreno, Enrique Banchs o Leopoldo Lugones. Tomemos el caso de Brandán Caraffa. Él menciona sin titubear a Ricardo Rojas, Horacio Quiroga, Coroliano Alberini, Arturo Capdevila, Benito Lynch y, como maes-

tro, a Joaquín V. González. Los otros tres, a pesar de intentar eludir la respuesta o, como R. Smith, ironizar sobre sus supuestos, igualmente mencionan a algunos. Roberto Ortelli a Banchs y Capdevila; R. Smith a Benito Lynch y Arturo Capdevila. Por su parte, Homero Guglielmini, luego de varios rodeos, menciona a Capdevila, Quiroga, Lugones, Arturo Cancela y Alfonsina Storni.

Estas revistas y la generación que las encarnó, se disolvieron en la indecisión que provocaba el rechazo de las glorias pasadas y el reconocimiento de esos autores como protagonistas de sus lecturas formativas. Del mismo modo que vimos más arriba en la disputa entre los modernos historiógrafos y Groussac, el enfrentamiento se debía más a la necesidad de posicionarse en el campo, trazando para ello una frontera generacional contra los consagrados, que a la posesión de una alternativa estética y una moral de la escritura esencialmente renovadora.

De este mismo clima intelectual, y diseñando una similar zona de conflicto nace *Martín Fierro*, que se publica entre 1924 y 1927[15]. Su nombre nos remite a dos experiencias anteriores. Respecto a la primera, la revista homónima cuyos 48 números dirigió Alberto Ghiraldo entre 1904 y 1905, las diferencias son extremas. Particularmente por el tono anarquista doctrinario que prevalecía en aquella revista[16].

En cuanto a la segunda *Martín Fierro*, que apareció en 1919, la

conexión debe hallarse en un similar desenfado y en el sentido que le atribuyeron al poema gauchesco: cantar "con toda la voz", "opinando", en "cosas con fundamento". Su primer número estuvo compuesto por ocho páginas de papel de diario en tamaño *tabloid,* la misma medida que luego utilizaría el diario *El Mundo*. Junto a Evar Méndez, su director -que había colaborado en *Nosotros* desde la primera época de la revista- participaron de manera activa en la empresa: Oliverio Girondo, Alberto Prebisch, Eduardo Bullrich y Sergio Piñero, a los que se agregaron entre otros: Córdoba Iturburu, Luis L. Franco, Ernesto Palacio, Ricardo Güiraldes, Emilio Pettoruti, Xul Solar, Pablo Rojas Paz, J. L. Borges, Brandán Caraffa y González Lanuza. Había nacido en un clima de bohemia similar al que ya hacía casi veinte años había conocido *Nosotros*, vinculado a los cafés de la Avenida de Mayo y al Richmond de Florida[17].

Su primer número estaba compuesto por notas de clara intervención politica, con artículos en los que se cuestionaba al Arzobispado de Buenos Aires, y a la presencia de representantes del zarismo en la delegación diplomática rusa en la Argentina; al mismo tiempo que asumía la defensa del líder aprista peruano Haya de La Torre víctima del exilio al que fue sometido por la dictadura de Leguia. Nutrido también con notas sobre Apollinaire y, de Girondo, sobre arte y literatura extranjera, se agregaban además los ácidos epitafios y epigramas cuyas víctimas principales eran las personali-

dades literarias y que imitaban, tal vez sin saberlo, los remates versificados que acompañaban las ilustraciones burlescas de Cao en *Caras y Caretas*.

El tono desenfadado, irónico e iconoclasta dominante en la revista le propició una notable adhesión por parte del público, llegando a una tirada de 20.000 ejemplares. Había logrado trascender los límites que tradicionalmente existieron entre las revistas literarias y el mercado.

El momento clave en la historia de la revista desde el momento de su nacimiento fue la aparición del "Manifiesto de *Martín Fierro*", que se publicó en el número 4, del 15 de mayo de 1924:

> "Frente a la impermeabilidad hipopotámica del "honorable público". Frente a la funeraria solemnidad del historiador y del catedrático, que momifica cuanto toca.
>
> Frente al recetario que inspira las elucubraciones de nuestros más "bellos" espíritus y a la aficion al ANACRONISMO y al MIMETISMO que demuestran.
>
> Frente a la ridícula necesidad de fundamentar nuestro nacionalismo intelectual, hinchando valores falsos que al primer pinchazo se desinflan como chanchitos.
>
> Frente a la incapacidad de contemplar la vida sin escalar las estanterías de las bibliotecas.
>
> Y, sobre todo, frente al pavoroso temor de equivocarse que paraliza el mismo ímpetu de la juventud, más anquilosada que cualquier burócrata jubilado:[...]"

Este fragmento ilustra la frontera que trazó la revista contra todo lo antiguo, gastado, perimido, que se sostenía por su sola inercia. El conjunto del manifiesto es una apuesta fuerte a la modernidad en todos los planos: la arquitectura, el arte, la técnica, la literatura. Es en sí misma un punto de condensación a partir del cual el grupo, si no tenía un programa, al menos logró sintetizar un conjunto de impresiones compartidas y un horizonte en común.

Horizonte que no alcanzaba al terreno de la política y, menos aún, al papel que desde una revista literaria se debía jugar en ella. La decisión de algunos miembros de apoyar la candidatura de Yrigoyen para las elecciones presidenciales de 1928, llevó a Evar Méndez a decidir su clausura antes de verla embanderada en alguna opción política. Si hubiera sido sólo una revista literaria, esa opción no debió haberse planteado. Pero era más que ésto. Su decidida intervención pública en el debate político cultural no resistió el embate de un momento histórico en el que comenzaba a tornarse dificultoso carecer de orientación.

Sin embargo, durante esos tres años y aún después de desaparecer, había quedado identificada y convertida en uno de los polos de un enfrentamiento político cultural cuya otra cara era Boedo.

Boedo y la revista *Claridad*

En 1924, Evar Méndez publicó en la revista *Martín Fierro* una nota donde reaccionaba duramente por la edición, en la colección "Los pensadores" de la Editorial Claridad, del libro *Prosas Profanas* de Ruben Darío. Esa crítica temprana, fue el síntoma de un cambio profundo en la cultura argentina de los años '20:

> "Ahora, con análoga procedencia, allá por la calle Boedo, lejano rincón, característico, por cierto, de Buenos Aires, ve la luz una popularísima edición de las "Prosas Profanas", en vulgar papel de diario, 32 páginas que contiene la obra en apeñuscada tipografía, sin omitir, excepto el estudio de Rodó, ni esas admirables y no igualadas Ánforas de Epicuro"[18].

Así se iniciaba algo más que una confrontación, cuyos ecos del algún modo hoy perduran. No era sólo un llamado de atención por el mal gusto y calidad de la edición, sino que expresaba el malestar y desconcierto por la apropiación por parte de sectores ajenos a esa aristocracia del espíritu, de la cual Darío era una figura paradigmática, de una obra que ahora se hallaba destinada a un público diverso al que por su naturaleza -parecía entender Méndez- debió estar reservada:

> "[...]de todos los poemas de tu libro delicioso y predilecto, que las Milonguitas del barrio de Boedo y Chiclana, los malevos y los verduleros en las pringosas "pizzerías" locales recitarán, acaso, en sus fábricas o cabarets, en el pescante de sus carteleras y en las sobremesas rociadas con "Barbera." [19]

Todo un testimonio del momento en el que los sectores letrados de la sociedad porteña comienzan a percibir la pérdida del monopolio y el control sobre la producción y el consumo de bienes culturales en la Argentina. Es cierto que, desde la primera edición del Martín Fierro en 1872, los lectores populares habían consagrado una literatura considerada "menor" por la elíte intelectual y por ello,durante mucho tiempo despreciada. Pero a partir de la política editorial de Claridad, era la "alta literatura", la que corría el riesgo de ser apropiada por la cultura de masas. En el imaginario de escritores como Evar Méndez, Boedo era el barrio que invadía el campo de la cultura argentina como años después lo haría con el de la política, generando expresiones igualmente aterradas.

La colección *Los Pensadores*, había sido inciada en 1922 por Antonio Zamora, inmigrante de origen español que había pasado por el diario *Crítica* como corrector de pruebas. Era una publicación semanal que editaba un cuadernillo de unas 70 páginas a un valor de 20 centavos -lo que equivalía en la época a dos boletos de

tranvía o a un completo, café con leche y medialuna-, en la que se podían leer clásicos de la literatura realista y de la biblioteca socialista, junto a antologías de poetas argentinos y clásicos del pensamiento nacional y extranjero.

Allí, hasta 1924, se publicaron a muy bajo costo cien números en los que sus lectores podían acceder a obras de Fedor Dostoievski, Alexei Tolstoi, Anatole France, Gorki, Almafuerte, Lenín y Bujarín. Zamora había concebido la publicación como el soporte material de una universidad popular que permitiría, a quienes compraban los libros, apropiarse de una tradición de pensamiento que cumpliría, a su juicio, una función formativa y esclarecedora, destinada fundamentalmente a crear conciencia en los sectores populares[20].

La tarea de difusión se complementaba con el envío de ejemplares en forma gratuita a las bibliotecas populares que lo solicitasen y, de modo indirecto, con las tareas desarrolladas por instituciones como la Sociedad Luz, también socialista, entre los sectores barriales[21]. Por sus características, se asemejaba en parte a colecciones como "La Biblioteca de La Nación", que publicó con éxito 875 títulos entre 1901 y 1920; la "Biblioteca Argentina" que aparece en 1915, dirigida por Ricardo Rojas; y "La Cultura Argentina", que dirigió José Ingenieros.

Sin embargo, por su concepción, pretendía ser más que un archivo a través del cual recuperar lo mejor de la cultura burguesa. Tampoco era sólo una biblioteca, cuyos anaqueles son más un símbolo de prestigio que instrumentos para ser apropiados. Fue pensada como un vehículo de formación, una universidad alternativa destinada a aquellos sectores que tenían obturados los canales tradicionales de instrucción, y que podían ver en la lectura de esos textos una posibilidad de ascenso por medio del prestigio adquirido en la lectura de obras consagradas.

De *Los Pensadores*, nacerá una revista con el mismo título, que en 1926, por parecerle a su director demasiado soberbio su nombre, cambia por el de *Claridad, Revista de Arte, Crítica y Letras*. Subtítulo que irá variando, hasta 1941 en que termina su publicación, siguiendo el ritmo de los diversos posicionamientos que tuvo la revista, especialmente en relación a las coyunturas internacionales: "Tribuna de pensamiento izquierdista" para la primera mitad de los años '30 y "Revista Americana de los Hombres Libres" a partir de 1936[22].

La dirección fue ejercida por Antonio Zamora, acompañado en calidad de secretarios por César Tiempo y Leónidas Barletta, hasta que en 1929 la secretaría quedó a cargo de Edmundo Barthelemy[23]. Hasta 1932 tuvo una periodicidad quincenal, pero luego fue bastante irregular. Entre sus colaboradores estaban aquellos jóvenes realistas vinculados al grupo de Boedo: Juan Sebastián Tallón, Nydia Lamarque, Carlos Mastronardi, Raquel Adler, Marcos Fingerit,

Luis Emilio Soto, Alvaro Yunque, Saúl Bagú, Elías Castelnuovo, Ernesto Giudicci, Liborio Justo, entre muchos otros, a los que se sumarían los lectores que espontáneamente enviaban artículos para ser publicados en la revista.

Desde sus comienzos, estuvo inspirada en una voluntad y una fe propias del iluminismo, en relación a la capacidad transformadora de la sociedad que tenía la lectura y, principalmente, en el rol que le cabía como develadora de una realidad que se suponía oculta para los ojos de los sectores populares. Actitud que se expresaba en la iconografía característica de sus tapas, en las cuales reflejó esta perspectiva desde su primer número. En la tapa de ese número inicial, se elevaba por encima de la ciudad un brazo r musculoso y firme, cuya mano sostenía una antorcha rematada por una potente luz que irradiaba claridad hacia todos los confines. En la de su número 200, se hallaba "El pensador" de Rodin sentado de frente sobre una gran pila de libros, mientras a sus espaldas una fuerte luz se expandía como producto de un estallido.

Esta iconografía, que se inspiraba en las representaciones del realismo socialista, se hallaba también arraigada, no en su estética pero sí en sus presupuestos, en el pensamiento liberal decimonónico; paradigma, en más de un sentido, de los proyectos culturales y políticos de la izquierda argentina del período. La misma fe civilizadora depositada en la lectura había sido el motor de las campañas de es-

colarización y de la fundación de las Bibliotecas Populares.

Por otro lado, desde el primer número de *Claridad*, la revista circunscribía su campo de acción y su propia identidad, definiéndose como una revista de izquierda:

> "Claridad aspira a ser una revista en cuyas páginas se reflejen todas las inquietudes del pensamiento izquierdista en todas sus manifestaciones. Deseamos estar más cerca de las luchas sociales que de las manifestaciones puramente literarias. Creemos de más utilidad para la humanidad del porvenir las luchas sociales que las grescas literarias, sin dejar de reconocer que de una gresca literaria puede también volver a surgir una nueva escuela que interprete las manifestaciones humanas en forma que estén más de acuerdo con la realidad de la época en que vivimos."[24]

Pero a pesar de autodefinirse como una revista de izquierda y de que varios de sus colaboradores pertenecieran al partido socialista, incluído su director, mantuvo una posición no partidaria que era funcional a su proyecto de construir un gran frente de izquierda, en el que además del socialismo estuvieran presentes el trosquismo, el anarquismo y el comunismo. Al mismo tiempo, se proponía trascender las fronteras nacionales en pos de la construcción de una izquierda latinoamericana. Para ello, estableció lazos con distintos

grupos vinculados a la izquierda del subcontinente, entre los que se encontraba, por su clara presencia a través de las colaboraciones, el aprismo peruano representado por Haya de La Torre, Luis Heysen y Manuel Seoane. También realizó una tarea de difusión de sus publicaciones, creando una amplia red de puestos de venta formada por libreros de diversos países americanos.

A lo largo de los años '30, lo literario iría perdiendo espacio en la revista en favor de los artículos que se proponían una intervención eminentemente política, sin desaparecer la idea de que el rol principal de los intelectuales de izquierda era trabajar por el esclarecimiento de la conciencia de los trabajadores. En esa década, una serie de acontecimientos nacionales y externos sacudió el clima de convivencia que había caracterizado el funcionamiento del campo intelectual en los años '20, en virtud del inevitable posicionamiento tanto entre los sectores liberales como en la izquierda, frente a un panorama en el que se percibía que el mundo se estaba transformando radicalmente.

No era la situación nacional, en la que imperaba una restauración conservadora que se perpetuaría en el poder por medio del fraude electoral, la que impulsaba el ritmo de los acontecimientos. Era, en cambio, una coyuntura internacional tramada por el ascenso del nazismo en Alemania, el triunfo del frente popular y el desenlace de la guerra civil en España, junto a la inminencia de una

conflagración mundial cuyos prolegómenos comenzaban a tornarla previsible.

Estos hechos comenzarán a impulsar nuevos posicionamientos y recolocaciones entre los intelectuales, posicionamientos a los cuales las revistas de izquierda no podrían ser ajenas. Clima en relación al cual tampoco *Sur* -la revista de Victoria Ocampo que alentaba una prescindencia de los intelectuales respecto de la política-, lograría permanecer indiferente.

Cultura y política en la revista *Sur*

Sur ocupa, apartir de 1931, el lugar hegemónico que le había correspondido a la revista *Nosotros* hasta pocos años antes, cuando ese predominio como espacio de legitimación y consagración en el campo intelectual argentino había comenzado a verse cuestionado, con la emergencia de jóvenes agrupados generacionalmente, que habían demostrado su capacidad para desarrollar nuevos proyectos culturales.

Sin embargo, esta sucesión no es lineal. La revista de Victoria Ocampo se diferencia de las anteriores por un programa que remite a las revistas del siglo XIX, en cuanto al deseo de restituir a las capas intelectuales ese lugar, a la vez más privilegiado y selecto, que

las ubicaba en un universo más cercano a una concepción de la esfera pública clásica que a la intervención en una sociedad de masas[25].

Ese estilo selecto de *Sur* se reflejaría, a pesar de los cambios que le sucedieron, desde el primer número. Nacía acompañada por una edición de lujo, impresa en un papel especialmente fabricado para ella, con 199 páginas, de las cuales 24 estaban ilustradas con fotografías y obras de Anjart, Picasso, Spilimbergo, Basaldúa y Pettoruti. A partir del número 10, comenzó a publicarse mensualmente y se redujo su valor. También la publicidad refería a un público ilustrado: Compañía Iberoamericana de Publicaciones, España Calpe, El Ateneo, Le Boutique, El Bibliófilo y la Casa Bechstein de pianos.

Desde su origen, la revista estuvo orientada por la voluntad personal de su directora, y por las relaciones trabadas en un mundo privado antes que en el clima de bohemia propio de una sociabilidad de café, que era el que había caracterizado al nacimiento de las revistas que la antecedieron. El salón de Victoria, en el que recibía a prestigiosos intelectuales extranjeros y a los jóvenes consagrados en la década anterior, remitía a las tertulias propias de la sociedad patricia porteña del siglo XIX, y a esa intimidad aristocrática que los lectores de *Caras y Caretas* y *El Hogar* habían conocido a través de sus notas sociales y de las fotografías que las ilustraban[26].

Victoria Ocampo, miembro conspicuo de la alta sociedad porteña, que había aprendido el francés como lengua materna y que, desde muy joven, alternó sus días en Buenos Aires con prolongados períodos en París, hizo las veces de promotora y organizadora de un nuevo cenáculo, conformado por una red en la que se cruzaban las amistades personales y los lazos familiares. Allí dió origen a una empresa selecta, parcialmente endogámica y matriarcal.

En su revista, la separación entre la vida privada de la directora y el carácter público de *Sur* se suspendían. Su correspondencia mereció más de una vez estar presente en sus páginas, como si su intimidad fuese una proyección de la empresa, o más precisamente, como si *Sur* fuese una proyección de su mundo íntimo[27]. Sus cartas, por otro lado, estaban escritas como si esperaran ese destino público, su escritura tenía la marca de un devenir cuyo horizonte implícito era la publicación.

También el consejo de redacción de la revista parecía tramado a partir de esos lazos. En el consejo de asesores extranjeros estaban: Ernest Ansermet, Pierre Drieu la Rochelle, Jules Supervielle, Leo Ferrero, Ortega y Gasset, Waldo Frank , el dominicano Pedro Henríquez Ureña y el mexicano Alfonso Reyes, todos amigos personales de la directora, como quienes formaban el consejo nacional: J. L. Borges, Eduardo Bullrich, Oliverio Girondo, Alfredo González Garano, Eduardo Mallea, María Rosa Oliver y Guillermo de Torre.

Junto a ellos colaboraron en la revista Silvina Ocampo, Norah Borges, Eduardo Gonzalez Lanuza, Leopoldo Marechal, Bernardo

Canal Feijóo, Carlos Alberto Erro, Ezequiel Martínez Estrada, José Bianco; y en los años '40 ingresaron con diverso grado de pertenencia: Hector Murena y Julio Cortázar, entre otros.

Los orígenes de *Sur* se remontan a 1929, cuando Waldo Frank -el intelectual norteamericano que se hallaba en la Argentina como una etapa de la gira de conferencias que lo había llevado a diversos países de América Central y América del Sur-, le propuso a Victoria Ocampo crear una revista de tendencia americanista en asociación con Samuel Glusberg. Este último quedaría finalmente en el camino, así como después de los primeros números quedaría en el camino aquel espíritu americanista.

Para la realización de la revista, Victoria Ocampo se había inspirado en el modelo de la *Nouvelle Revue Francaise*, con cuyos miembros entabló un contacto estrecho por intermedio de Drieu de Rochelle -el malogrado intelectual francés cuyo apoyo al nazismo lo llevó al suicidio-, que acercó a Malraux y Haldous Huxley a las páginas de *Sur*. También la *Revista de Occidente* que dirigía Ortega y Gasset, sería un referente central para la empresa. *La Revista de Occidente*, como lo haría *Sur*, sirvió de enlace, entre 1923 y 1936, entre lo mejor de la literatura europea de entreguerra y la intelectualidad de habla hispana.

Por consejo de Ortega y como un modo de salvar la revista de la penuria económica, al poco tiempo se expandiría al campo de la publicación de libros, cuya selección sería resultado del gusto de su directora y sus más estrechos colaboradores, y también de los vínculos previos mantenidos con los escritores cuyas obras serían posteriomente publicadas por la Editorial Sur. A través de la editorial y de la revista, Victoria ofreció un repertorio actualizado de la producción europea y americana que le era contemporánea.

Este espíritu llevaría a la propia Victoria a traducir a Camus, T. E. Lawrence, John Osborne, Dylan Thomas y Graham Greene. Entre otras obras y autores, dió a conocer por primera vez en castellano, y en muchos casos inmediatamente después de ser publicados en su idioma original: *Contrapunto* de Aldous Huxley; el Joyce de *Los exiliados*; *Un cuarto Propio*, *Orlando* y *Al faro* de Virginia Woolf; *Los siete pilares de la sabiduría* de T. H. Lawrence; *Luz de Agosto* de Faulkner; *La Peste* de Camus; *Perséfona y Teseo* de Gide, junto a una importante cantidad de autores nacionales vinculados a su grupo íntimo[28].

Distintos escritores de habla hispana, reconocieron haber accedido a esos referentes de la literatura europea y norteamericana a través de las publicaciones de la editorial y las páginas de la revista. García Márquez leyó allí a Faulkner por primera vez, del mismo modo que Octavio Paz había conocido en sus páginas a Breton[29]. Por su parte, Julio Cortázar hizo referencia al papel que cumplió *Sur* para su generación:

"Si la llamo Victoria es porque así se la llama entre nosotros [...] desde hace tantos años, desde que Sur nos ayudó a los estudiantes que en la década del '30 al '40 tentábamos un camino titubeando entre tantos errores, tantas abyectas facilidades y mentiras; un instinto lleno de poesía nos llevó a muchos, tímidos y distantes, a hablar siempre de ella como Victoria, seguros de que ' ɔ le hubiera molestado [...]"[30]

Sur fue ese escenario en que los intelectuales podían acceder al prestigio, pero también a una actualización de las lecturas, que permitiría a sus lectores ponerse al tanto de las corrientes europeas y de las novedades que en materia de literatura se gestaban en el país, todo por intermedio de la voluntad traductora y la capacidad de organizadora cultural de Victoria Ocampo.

Como en *Nosotros*, la política generaría una particular tensión en la revista, paralela al reacomodamiento que se producía en el conjunto del campo cultural y político argentino. Esta tensión, era producto de una concepción de la literatura y de los intelectuales como agentes que se hallaban por encima de la política, asignándole, a la cultura, un rol trascendente respeto de los hechos y acontecimientos acaecidos en ese campo.

Del mismo modo que para los intelectuales de izquierda, la política pasaba fundamentalmente por el plano internacional. Pero, a

diferencia de aquellos, para *Sur* su intervención se hallaba justificada por entender que estos acontecimientos estaban por encima de la política coyuntural, al poner en riesgo un conjunto de valores universales de cuya defensa dependía el futuro de la civilización occidental. Al propio tiempo, el aparente desinterés por la cuestión nacional, no se debió tanto al desprecio por lo nativo, sino en cambio a su cosmopolitismo y a la dificultad de pensar los problemas locales en el marco de un contexto internacional avasallador.

La presencia y el avance del fascismo en Europa, la Guerra Civil en España y el estallido de la Segunda Guerra Mundial, fueron sucesos frente a los cuales la comunidad intelectual a nivel internacional debió reaccionar, y en relación a los cuales *Sur* no podía mantenerse al margen, aún con su particular eclecticismo político[31]. Intervención que se movía en aguas borrascosas, en la medida que la acercaba, en más de una ocasión, a una izquierda marxista cuya admiración respecto de la U.R.S.S., no podía dejar de crear en la mayor parte de sus redactores cierta incomodidad. Una incomodidad que, por otro lado, no hallaría total sosiego siquiera en la rápida y calurosa acogida que recibió el libro de Gide, *Retour de L' URSS*, en el que expresaba la desilusión un referente del grupo frente al stalinismo.

Sur no se halla sola entre las revistas literarias de los años '30 y '40. Revistas de derecha como *Número* y *Sol y Luna*; publicaciones

de izquierda como *Columna*, *Conducta*, *Nervio*, *Contra* y *Claridad*, convivirían en diversos momentos con la revista de Victoria[32]. Hacia 1940, aparecen *Canto* (1941); *Huella* (1941); *Verde Memoria* (1943); *Ángel* (1943); *Arturo* (1944); y *Contemporánea* (1948), entre otras.

Pero no es en relación a éstas experiencias culturales que la revista de Victoria Ocampo trazaría una zona de conflicto, sino respecto a otra, de raigambre nacionalista y católica. Para la revista *Criterio*, fue precisamente el dudoso posicionamiento de *Sur* en el plano internacional lo que la llevó a protagonizar una polémica, que nacía con la acusación a *Sur* de tener una tendencia izquierdista.

La respuesta de Victoria eludió en parte la acusación, remitiendo su accionar y su concepción de la política a esos valores universales de los cuales se consideraba portadora y cuya vigencia veía en peligro:

> "No sabemos lo que significa ser una *revista de izquierda.*
> No nos interesa la cosa política sino cuando está vinculada con lo espiritual. Cuando los principios cristianos, los fundamentos mismos de espíritu aparecen amenazados por una política, entonces levantamos nuestra voz.
> Esta revista no tiene color político, como no sea el color que impone a una inteligencia la defensa de esos principios, de esos fundamentos."[33]

Este lugar, a la vez equidistante y comprometido, es el que mantendrá durante la vigencia del peronismo, momento en el que su posición sería aún más oblicua a pesar de considerarlo, como al fascismo y al stalinismo, un fenómeno monstruoso que amenazaba la cultura argentina. Tal vez como parte de una estrategia destinada a asegurar su supervivencia, o como resultado de su incapacidad para abordar con decisión el análisis de los sucesos nacionales, *Sur* mantuvo en ese terreno una posición que privilegió resguardar la revista en la seguridad que le proporcionaba la distancia.

Notas

1 Definimos estas revistas como literarias por entender que en ellas, a pesar de que abordan otras áreas de la cultura, la literatura se halla en el centro de sus intereses y en la práctica de la mayor parte de sus miembros; y para diferenciarlas de otras revistas culturales cuyo objetivo central está puesto en conquistar el mercado, como por ejemplo *El Hogar* o *La Novela Semanal*.

2 Sarlo, Beatriz y Altamirano, Carlos, en *op. cit.*

3 Esta idea la tomamos del debate sobre revistas culturales publicado por la revista *Espacios de producción y crítica*, nº 12, junio-julio de 1993. Allí, Nicolás Rosa propone ver las revistas culturales como una autobiografía de la historia de la literatura, pág. VII. Por su parte, Beatriz Sarlo, señala que, a partir de ellas se puede hacer una historia de la lectura de la literatura argentina y extranjera, pág. XIII.

4 Aunque referida al campo historiográfico nos parece pertinente para este caso la noción de "política de la interpretación" propuesta por White, Hayden, "La política de la interpretación histórica: disciplina y desublimación", en *El contenido de la forma*, Paidós, Barcelona, 1992.

5 Lafleur, Héctor, Provenzano, Sergio y Alonso, Fernando, *Las revistas literarias argentinas (1893-1967)*, CEAL, Bs. As., 1968, pág. 40.

6 Giusti, Roberto, *op. cit.*, pág. 104-105.

7 Lafleur, Provenzano y Alonso, *op. cit.*, pág. 42.
8 *Nosotros*, Presentación, nº 1, 1907.
9 Eujanian, Alejandro, "Paul Groussac y una empresa cultural de fines del siglo XIX, La Biblioteca (1896-1898)", en *Historia de Revistas Argentinas*, T. II, AAER, Bs. As., 1997.
10 Nos referimos a los artículos publicados en *Nosotros* por: Carbia, Rómulo, "El señor Groussac historiógrafo. A propósito de crítica moderna", en *Nosotros*, año VIII, 1914; Levillier, Roberto, "El aspecto moral de la obra del señor Pablo Groussac", en *Nosotros*, nº 86, año X, junio de 1916; Molinari, Roberto, "Groussac y el método", en *Nosotros*, nº 89, año X, set. de 1916.
11 *Nosotros*, nº 64, 1914.
12 Giusti, Roberto, "El 6 de setiembre", en *Nosotros*, nº 256 1930.
13 Además del libro ya citado de Lafleur, Provenzano y Alonso, otros trabajos referidos a revistas literarias durante la entreguerra son: Sarlo, Beatriz, *Una modernidad periférica, Buenos Aires 1920 y 1930*, Nueva Visión, Bs. As., 1988; Masiello, Francine, *Lenguaje e ideología. Las escuelas argentinas de vanfuardia*, Hachette, Bs. As., 1986; Romano, Eduardo, "Las revistas argentinas de vanguardia en la década de 1920", en *Cuadernos Hispanoamericanos*, nº 411, set. de 1984, págs. 177 a 200.
14 Fernando Rodríguez señala que *Proa*, *Inicial* y *Valoraciones* forman una red con *Martín Fierro*. ver: "*INICIAL, SAGITARIO y VALORACIONES*. Entre las letras y la política. Juvenilismo y americanismo en la década del '20", mimeo. También puede consultarse: Giordano, Carlos, "La revista Inicial: Buenos Aires, 1923-1926", en *América. Cahiers du CRICCAL*, París, 1er trimestre, 1990, nº 4/5, págs. 347-357; en el mismo volumen, Díaz, Nilda, "Campana de Palo-Primera Época", págs. 359-367.
15 ver al respecto como estudios específicos sobre la revista: Prieto, Adolfo, *El periódico Martín Fierro*, Galerna, Bs. As., 1968; Sarlo, Beatriz, "Vanguardia y criollismo: la aventura de Martín Fierro", en Sarlo, B. y Altamirano, C., *op. cit.* y "Prólogo" en *Revista Martín Fierro (1924-1927)*, Carlos Pérez Editor, Bs. As., 1969.
16 En relación a la revista de Alberto Ghiraldo puede consultarse el trabajo de Rey, Ana Lía, "La revista *Martín Fierro* como suplemento cultural de *La Protesta*. Proyecto político y proyecto cultural del anarquismo de principios de siglo", ponencia presentada en las Vtas. Jornadas Inter Escuelas-Departamentos de Historia, Universidad Nacional de La Pampa, 1997, Mimeo.
17 González Lanusa, Eduardo, *Los martinfierristas*, Ediciones Culturales Argentinas, Bs. As., 1961, pág. 26.
18 Evar Méndez, "Rubén Darío poeta plebeyo", en *Martín Fierro*, año 1, nº 1, febrero de 1924. Extractado de la selección hecha por Sarlo Sabajanes, Beatriz, *Revista Martín Fierro (1924-1927)*, cit., pág. 18-19.
19 Ibidem
20 Zamora, Antonio, "Recuerdos de Antonio Zamora", en *Todo es Historia*, nº 172, set. 1981, pág. 38 y 39.

21 Con respecto a la difusión de proyectos culturales como el de *Claridad* entre los sectores populares nos basamos en: Romero, Luis Alberto, "Una empresa cultural: los libros baratos", en Gutiérrez, Leandro y Romero, L. A., *op. cit*, págs 45-67.
22 Cattaneo, Liliana, " La revista Claridad: una tribuna latinoamericana de la izquierda argentina", en *Historia de Revistas Argentinas*, T. II, op. cit., págs. 179 y 193. También pueden consultarse: Montaldo, Graciela, "Literatura de izquierda: humanitarismo y pedagogía", en Graciela Montaldo (Dir.), *Historia social de la literatura argentina. Yrigoyen entre Borges y Arlt*, T. VII, Contrapunto, Bs. As. 1989.
23 Liliana Cattaneo, sugiere que el alejamiento de Barletta era un síntoma de la dispersión del grupo luego que la polémica con Florida deja de ser un factor aglutinante, en *op. cit.*, pág. 171.
24 *Claridad*, nº 1, diciembre de 1926.
25 Masiello, Francine, *Civilización y barbarie. Mujeres, Nación y Cultura literaria en la Argentina moderna*, Beatriz Viterbo Editora, Rosario, 1997, pág. 205.
26 John King, en el estudio más profundo que existe al momento sobre la revista *Sur*, diferencia la sociabilidad del salón- café de la bohemia porteña desde comienzos de siglo, de lo que en el caso de *Sur* sería un salón-capilla en el que V. Ocampo ejercía el rol de anfitriona, en King, John, *Sur. Estudio de la revista argentina y de su papel en el desarrollo de una cultura, 1931-1970,* FCE, Bs. As., 1989, pág. 28.
27 Romano, Eduardo, "Nace *Sur*, entre el final de Síntesis y las elecciones de abril de 1930", en *Tramas para leer la literatura argentina, vol. II, nº 5, 1996*, pág. 38.
28 Ocampo Victoria, "Vida de la revista *Sur*, 35 años de una labor", en *Índice Sur*, 1931-1936, Sur, Bs. As., 1966, pág. 19-20.
29 King, John, *cit.* pág. 100.
30 *Sur*, 192/194, *oct./dic.* de 1950.
31 La relación entre la revista *Sur* y la política en los años '30 es señalada por Gramuglio María Teresa, "Sur en la década del '30: una revista política", en *Punto de Vista*, nº 28, año IX, noviembre de 1986, págs. 32-39. Por otro lado, Eduardo Hourcade ha analizado las repercusiones provocadas en *Sur* en una coyuntura muy precisa, la que va desde la liberación de París al triunfo del peronismo en las elecciones del '46, en Hourcade, Eduardo, "*Sur* en la encrucijada. Un observatorio de Francia en el Plata (1944-1946)", mimeo.
32 Para un estudio más atento de estas revistas, ver: Warley, Jorge, *Vida cultural e intelectuales en la década de 1930*, CEAL, Bs. As., 1985; Sarlo, Beatriz, "*Contra*: La modernidad de izquierda", *América. Cahiers du CRICCIC*, París, 1er. trimestre de 1990, nº 4/5; Saitta, Sylvia, "*Contra*. La revista de los francotiradores de Raúl González Tuñón: un debate sobre la función política y revolucionaria de la literatura en la década del treinta", ponencia presentada en las *Vitas. Jornadas Inter-Escuelas/Departamentos de Historia*, Univ. Nac. de La Pampa, 1997.
33 Ocampo, Victoria, "Posición de *Sur*", en Sur, nº 35, Bs. As., agosto de 1937.

Capítulo III

Del gran público al lector especializado

Las revistas de circulación masiva que desde fines del siglo XIX comienzan a venderse en la ciudad de Buenos Aires, encuentran las razones de su éxito en la capacidad que demuestran para interpelar a diversos lectores desde sus páginas; jóvenes y adultos, hombres y mujeres, la clase media y la alta sociedad, tienen la posibilidad de encontrar en dichas páginas la nota de interés. La revista como objeto formal presenta en ese sentido una mayor flexibilidad que el periódico para adaptarse rápidamente al gusto de sus consumidores, para adoptar mejoras técnicas en favor de una mayor definición en las impresiones gráficas, y para abordar una variedad de temas que se desprenden de lo cotidiano pero que adolecen de lo efímero de la noticia periodística. Presenta una notable capacidad para intentar diversos lenguajes y estrategias comunicativas con el lector, así como diversidad de discursos de acuerdo al público al que se dirige y al tema que trate.

Por estas características las revistas de interés general fueron, más que el libro e, incluso, que las revistas literarias, el tamiz a través del cual ciertos tópicos propios de la cultura letrada llegaron a los sectores populares. Fueron uno de los grandes difusores de saberes y prácticas que, articulados con la experiencia propia de los sectores a los cuales iban dirigidas, contribuyeron a la cristalización

de ciertos criterios de gusto, hábitos y costumbres.

Esta diversidad confirma la definición propuesta por Beatriz Sarlo para estas revistas, como un "sistema misceláneo" propio del magazine en el que ningún tema quedaba afuera[1] *Caras y Caretas* fue una de las iniciadoras de este tipo de periodismo de amplio impacto en la Argentina.

Una de las novelas de Hugo Wast, cuyo título es *Bombarda*, cuenta la historia de un muchacho vendedor de diarios que, como una muestra de su cariño, le llevaba todos los viernes a su amada el número de *Caras y Caretas*. Típica historia de un amor imposible que culminó con la separación sin que la dama de su ensueño se enterase de los sentimientos del humilde canillita[2]. La revista atravesaba las diferencias sociales para constituirse en mediadora del lazo que existía entre los dos jóvenes y, a la vez, en su inexpugnable frontera.

Política y sociedad en *Caras y Caretas*

Voceada por los vendedores de diarios como el "caricareta", la revista sale a la calle los días sábados a partir del 8 de octubre de 1898[3]. Recorrió hasta 1939, cuando apareció su último número, gran parte de la historia social, cultural y política argentina, definiendose desde el subtítulo como un "Semanario festivo, literario,

artístico y de actualidad".

Fue homónima y en parte inspirada por un proyecto anterior, impulsado por Eustaquio Pellicer en Montevideo. El mismo Pellicer, junto a Bartolomé Mitre y Vedia, fue el promotor de esta revista porteña cuya dirección recayó finalmente en José S. Alvarez, el popular Fray Mocho, hasta su muerte, cuando se hizo cargo de la publicación Carlos Correa Luna.

Fray Mocho había recorrido gran parte del periodismo argentino desde *El Nacional*, pasando por *La Pampa* y *La Patria Argentina*, en la que junto a Eduardo Gutiérrez, se reveló como uno de los primeros folletinistas especializados del país. También fue colaborador de *Don Quijote,* una de las revistas que por su estilo se instala como precursora de *Caras y Caretas*, particularmente en sus tapas, en las que se siguió cultivando el humor político que había caracterizado años atrás a la mencionada *Don Quijote* y a *El Mosquito.* Cultor del costumbrismo, lo aderezó con el humor y las acciones picarescas propias de la literatura gauchesca de Ascasubi que parecía haberse clausurado con el *Martín Fierro* de Hernández.

Por su estilo, en el que tenía un rol central la saturación de arquetipos que recogía de la vida cotidiana -como el verdulero italiano o el malevo-, creó íconos de la cultura popular que de ser el referente caricaturizado de un personaje real, se terminó convirtiendo en una imagen a imitar, especialmente en el caso de aquellos inmi-

grantes que veían en la figura del malevo un modo de integrarse rápidamente a la sociedad que los había recibido.

Dos dibujantes que compartieran la experiencia de *Don Quijote* tuvieron a su cargo la ilustración en la primera etapa de la revista: Cao y Mayol; posteriormente se incorporaron nuevos dibujantes entre los que se contó Ramón Columba, que se transformaría en uno de los principales impulsores de revistas de historietas durante décadas en la Argentina. Entre sus redactores, contó con Pellicer que tuvo a su cargo la sección editorialista de la revista, cuyo título era "Sucesos", hasta que en 1904 se alejó para crear *PBT*. Además contó con escritores del prestigio de Enrique Banchs, Cané, J. V. González, Julio Payró, Enrique Rodó, Leopoldo Lugones y Horacio Quiroga.

En los años '20 se cruzaron en ella escritores vinculados a la vanguardia, como Córdoba Iturburu y González Tuñón, con autores del grupo de Boedo como Leónidas Barletta y Álvaro Yunque. A Jorge Luis Borges lo evoca en su número de del 8 de noviembre de 1930, con una caricatura y un epígrafe definidamente irónico: "Es un crítico de espíritu poético. Evoca las casas viejas, los matices desvanecidos de la vida porteña. Lo hace siempre con gusto personal"[4].

Entre los colaboradores extranjeros se destacan Ramón del Valle Inclán, Rafael Altamira, Ramón Gómez de la Serna, Unamuno, Mark Twain, Gustavo Adolfo Bécquer y Anatole France. Una plé-

yade de escritores nacionales y extranjeros que le daban a la revista un tono culto, apreciable tanto para quienes eran habituales lectores de ese tipo de obras como para quienes aspiraban a acceder, a través de ella, a los cánones de la alta cultura.

El empleo de cromos y fotograbados permitió mejorar el nivel técnico de la publicación, logrando la calidad necesaria para la edición de fotos e ilustraciones que formaban una de las zonas más sugerentes de *Caras y Caretas*. En sus páginas se conoció una de las primeras historietas cómicas, "Don Goyo Sarrasqueta y Obes", de Manuel Redondo.

Pero además de la expresión humorística con fines políticos a la manera de Mayol y de Cao, la ilustración fue uno de los recursos más utilizados para la publicidad. El aviso remitía a un mercado en proceso de expansión y a la vez posibilitaba a la revista contar con una fuente de recursos elemental para lograr su independencia económica. La publicidad irá ocupando cada vez mayor espacio en la revista. Mientras que en los primeros números representaba el 25 por ciento del total de páginas, en la década del '20 llegaba a su pico con el 50 por ciento. A partir de allí comenzará a descender con un ritmo paralelo a la decadencia de la revista en la consideración del público. En 1931, el porcentaje de publicidad en la totalidad de páginas del semanario bajaba al 36 por ciento, para agonizar luego en el 10 por ciento de su último año de salida a la calle[5].

Los avisos, por otro lado, no eran ubicados sumariamente y sin plan, ya a partir de 1899 comenzaba a diseñar una clara estrategia que tenía como fin captar al lector y seducir a lo anunciantes:

> "La innovación de las actualidades europeas intercaladas en las páginas de avisos ha sido bien recibida por el público, que tiene ese interesante servicio de información más, y por los avisadores que ven así empleando su dinero con mayor eficacia, pues el anuncio se ve leído un 50 por ciento más que si esas páginas estuviesen destinadas meramente a anunciar[...] El aviso en Caras y Caretas ha evolucionado naturalmente con el auge y notoriedad de la publicación: antes el periódico buscaba al avisador; ahora el avisador busca al periódico."[6]

Toda una serie de cambios parecen sugerirse en esta nota, desde el lugar que ahora pasaban a ocupar las publicaciones en el mercado, a la centralidad que tenían los avisos en el diseño de su estrategia comercial. Ya no eran los avisos los que debían acomodarse al lugar que las notas le dejaban en la publicación, sino que era el contenido de la revista, artículos, fotos e ilustraciones, el que iba a ocupar el lugar que mejor garantizara la venta del producto.

El tipo de publicidad que aparecía en *Caras y Caretas* remitía a un lector de clase media e incluso obrero, si nos atenemos a anun-

cios como los de la Casa Róveda que ofrece ropa para los trabajadores. Pero los pianos de Casa Brejer parecían en cambio apelar a las familias de clase media, en las que la muchacha de la casa encontraba en el teclado tal vez una ocupación para sus tardes de ocio, y a la vez la posesión de un saber con prestigio social.

Publicidades de cosmética, en las que se ofrecían productos para embellecer el cutis -que parecía ser una de las principales preocupaciones en cuanto a la estética de las mujeres-, junto a notas dirigidas al público femenino, confirman la presencia de este tipo de lector y el reconocimiento por parte del semanario de que debía nutrirse con materiales en los que la mujer pudiera reconocerse y, a partir de los cuales, lograra interesarse en su compra. Junto al piano y la belleza están la costura y la elegancia.

Otro aviso dirigido a las mujeres, en cuyo centro se recorta la imagen de una jovencita elegantemente vestida a la usanza de principios de siglo, pregunta a la lectora "¿Ha probado usted Featherbone?". En él se le ofrece un producto cuya seducción se encontraba en la posibilidad de acceder a la elegancia ahorrando tiempo y dinero. Piano, belleza, elegancia, costura y ahorro conformaban un abanico de acciones y conductas, que hacían a lo que en la revista se consideraba como atributos de la mujer ideal.

Otras publicidades como las de ginebra Bols; los cigarrillos Reina Victoria y el vermouth Claudia, también resaltaban, al menos en

la percepción de sus anunciantes, que la revista tenía una amplia gama de lectores en los sectores de clase media.

Los niños son otros de los sujetos en los que *Caras y Caretas* pone su atención particularmente por medio de concursos, como el que, en 1904, organiza para niños menores de doce años, teniendo como motivo el dibujo de algunos de los líderes políticos del momento; Mitre, Quintana, Roca, Ricchieri y Uriburu, entre otros. Los personajes elegidos, muchos de ellos sometidos a la ilustración satírica, dan cuenta del compromiso de la revista con el Estado por intermedio del homenaje a los hombres responsables de su creación.

Esta acción se complementaba con el despliegue que la publicación hizo para el número del 25 de mayo de 1910. En esta fecha, cuando asume la presidencia Roque Sáenz Peña y comienza el proceso que, vía la reforma electoral de 1912, llevará al radicalismo al poder, la revista abandonaba la crítica permanente al funcionamiento del sistema político que durante años había llevado a cabo en términos similares al que utilizaba la UCR. Paralelamente, se profundizaría el tono totalizador y homogeneizador que expresaba una adhesión y un compromiso con los valores que, desde distintos ámbitos, el Estado desplegaba con el fin de crear un sentimiento patrio en la población y particularmente en el público infantil.

Inaugura además un recurso habitual en la actualidad, al comprometer en el concurso a un comercio que era el que, en definitiva, se hacía cargo de los premios. En este caso, se trataba de cien juguetes que serían entregados por la casa A la Ciudad de México. No necesariamente esto implicaba que los niños fueran consumidores directos de la revista, pero revelaba que *Caras y Caretas* reconocía en ellos a alguien a partir del cual podía seducir a los lectores adultos de su familia. Revelaba también, como veremos cuando analicemos las revistas para niños, que los pequeños estaban ocupando un lugar reconocido y diferenciado en el seno de la familia, como no lo habían tenido en otras publicaciones hasta el momento.

Sus concursos fueron el testimonio de una amplia estrategia de marketing a través de la cual se convocaba a los lectores: a hacer la tapa del 25 de mayo para el número del Centenario de la revolución, a escribir novelas cortas, a redactar sonetos dedicados a Rubén Darío como homenaje por su fallecimiento, a participar en concursos de belleza infantil, etc. Un amplio abanico de registros que se relacionaban con el amplio público al que iba dirigida.

Ese estilo en el que se reconocía la fragmentación de su público según edades, sexos, grupo social, etc., era sin embargo totalizador, es decir, contenedor de las diferencias. Las diversas secciones con sus comentarios de actualidad, política, arte, espectáculos; las deportivas y sociales; los pasatiempos y consejos para la mujer y la familia, pretendían contener entre sus páginas a una amplia gama de lectores, pero preponderantemente a la familia. Cuando nos

acerquemos a los años '20, veremos que las revistas comenzarán a fragmentar ese público haciéndose cargo más plenamente de las identidades que en cada uno de ellos percibía.

En cambio, la nota editorial que festejaba su primer año en la calle, reflejaba la conciencia por parte de sus editores respecto a encontrarse dirigida a un público percibido como homogeneo -en sus aspectos sociales y raciales- pero, a la vez portador de intereses variados.

> "Nada nos permitía, entre tanto, echar cuentas sobre el resultado, más que el conocimiento del público bonaerense y la adivinación de sus gustos, de sus refinamientos instintivos, de su capacidad para recibir y prohijar cualquier bizzarría artística, si acertaba a producirse con bastante corrección (sic) y malicia para merecer su agrado [...]Era preciso hermanar la actualidad que interesa, la verdad que atrae la atención, con la caricatura que esboza sonrisas. Pero todo del día, todo de la vida, a fin que de nota seria o en el pellizco irónico, sintiera el público que iba alguna cosa suya, recién gozada o sufrida, y recién vista u oída."[7]

Esta pretensión y concepción del público parece haber tenido en *Caras y Caretas* cierta eficacia. De acuerdo al promedio del tiraje anual que suministraba la revista, la venta tuvo una evolución constante hasta 1915. Sus picos coinciden con aquellos años en los que

se produjo un hecho trascendente a nivel nacional o internacional. En 1904, tiró 80.760 ejemplares en promedio y tuvo un primer pico en el año de los festejos del centenario, llegando a 109.700 ejemplares. Descendió a 108.000 en 1911, para trepar en el año de la reforma electoral de 1912 a 111.000 ejemplares. Nuevo descenso en 1913 (100.000 ejemplares) para alcanzar en 1914, año en que estallaba la Gran Guerra, los 110.000 ejemplares[8].

Caras y Caretas siguió el ritmo del país hasta donde pudo, reconoció los intereses de su público mientras éste se sintió contenido por ese espíriru totalizador. Pero a medida que los sujetos a los que interpelaba comenzaron a adquirir características cada vez más definidas, se inclinaron por otro tipo de publicaciones en las cuales no tuvieran que recorrer páginas y páginas para encontrar la nota de su interés. La mujer, el curioso con afán de inventor, el niño y la niña, el amante del deporte, o el que buscaba sólo diversión y entretenimiento, fueron reconocidos a partir del '20 por otras revistas que no le exigían el pesado ejercicio de la búsqueda o la selección. En esas revistas, la selección, desde ya más fina y parcializada, corría por cuenta de los editores.

Pero *Caras y Caretas* combinó una serie de elementos caracterizadores de las revistas de su tipo. El pago a los escritores, que de ese modo comenzaban a ser reconocidos por su trabajo; la elaboración de un programa antes comercial que político; la combinación

de literatos prestigiosos con aquellos menos lujosos, pero eficaces para determinado tipo de tarea. Describió una zona de cruce que caracterizó a la cultura argentina de las primeras décadas: moderna y tradicional, elevada y culta, crítica y comprometida con la nación. Una *summa*, a la manera de las enciclopedias, cuya ambición no era contener todo el saber universal, sino todo aquello de la actualidad que mereciese ser contado.

Entre la modernidad y *El Hogar*

Caras y Caretas, por el estilo que había impuesto como revista de interés general, se convirtió en el modelo de un conjunto de iniciativas que salieron a disputarle el mercado[9]. La más importante de ellas fue *El Consejero del Hogar*, de la Editorial de Alberto M. Haynes compuesta por capitales ingleses, a partir de 1904. Este inglés que había llegado al país en 1887 como empleado del Ferrocarril Gran Oeste Argentino, concibió la necesidad de hacer una revista que retratara la vida lo más fielmente posible. La empresa Haynes fue de las primeras en su tipo en transformarse en generadora de publicaciones destinadas al gran público por intermedio de revistas como *Mundo Argentino*, que comenzó a salir en 1911, y el diario *El Mundo*, entre otras publicaciones, que salió a la calle en 1928.

Como su predecesora, la revista que posteriormente abreviaría su nombre para llamarse sólo *El Hogar*, estaba dirigida a la familia intercalando notas de interés para sus diversos miembros. Desde el propio título se definía en relación a ese espacio familiar en el que la publicación pretendió intervenir informando sobre gustos, costumbres, vestimentas y hábitos propios de una sociedad moderna.

Comenzó siendo, como lo expresaba el subtítulo, una "revista quincenal literaria, recreativa, de moda y humorística", un producto creado a la imagen de su precedente, para luego transformarse, más plenamente, en una publicación destinada especialmente a un público femenino preocupado por las novedades que, en materia de moda y belleza, se registraban en el país y en el mundo.

Desde notas sobre el teatro en París firmadas por Nicolás Coronado, a otras que alertaban sobre las estatuas mutiladas en la ciudad de Buenos Aires, cuentos, sonetos de Enrique Banchs, moda, consejos útiles para la familia en general, consultoría de belleza femenina e, incluso, notas sociales referidas a Chile y Montevideo, que expresaban su expansión hacia otros mercados de habla hispana. También aparecieron allí algunas historietas pioneras como "Don Pancho Talero" que firmaba Lanteri.

En las páginas con tapas en tricomía de lo que luego sería un semanario, escribió un conjunto de escritores que, en su mayoría, habían pasado por otros medios: Vicente Martínez Cuitiño, Conrado

Nalé Roxlo, Horacio Quiroga, Josué Quesada, Pablo Rojas Paz, Baldomero Fernández Moreno, Paul Groussac, Aníbal Ponce, Eduardo González Lanuza, Enrique Larreta, entre otros. Amplia gama de colaboradores de diversas corrientes estéticas e incluso ideológicas, que hallaban en *El Hogar* tanto la posibilidad de obtener una retribución económica por sus escritos como la de lograr cierto prestigio y difusión social.

Pero lo que caracterizó a revistas como *El Hogar* es haber percibido y haber contribuído a desarrollar las expectativas de dos sectores de la sociedad en apariencia equidistantes. Logró constituir su público en el punto exacto en el que convergían las expectativas de ascenso social de la clase media y los deseos de la sociedad patricia, que pretendía ver reflejadas sus actividades sociales en las fotografías y notas que allí se publicaban. Fue para la clase media una ventana a través de la cual se podía seguir el pulso de vida de la élite y, para esta última, el refugio de su vanidad.

Una de las zonas más representativas en este sentido fueron las notas firmadas por Josué Quesada en las cuales, como un intruso en los hogares de la alta sociedad, contaba a su público de clase media las intimidades propias de la vida de ese sector al que, de otro modo, los lectores estaban condenados a observar detrás de los muros. Pero mientras para la clase media era una ventana, para la alta sociedad era un espejo en el que esperaba ansiosamente verse reflejada como un

testimonio de su prestigio, no sólo frente a los sectores populares lectores del magazine, sino también dirigido a los miembros de su mismo grupo social. Estar allí era todo un símbolo de pertenencia.

No había acontecimientos, viajes, fiestas, bodas, modas y lugares de esparcimiento que no hallasen en la sección de fotos de la revista un lugar destacado. De ese modo se transformó, con mayor fidelidad que otras publicaciones de su tipo, en un vehículo de las normas y valores propios de la aristocracia argentina y, por su intermedio, de la nacionalidad.

A partir de fines de los años '20 y particularmente en los '30, ese lugar que había ocupado la aristocracia argentina, sin ser desplazada totalmente, fue transitado por los actores y actrices que formaban el mundo del espectáculo nacional y extranjero, potenciados por el éxito de la radio y el cine, y las crónicas del espectáculo[10]. Hacia 1930, preanunciando y continuando los cambios que se estaban produciendo en otras esferas, la aristocracia perdía su lugar en el centro de la escena. Lugar que sólo en el campo de la política, por medio de un golpe de Estado, podría proyectar por un tiempo más.

Pero, tal vez por ello, *El Hogar* era el lugar en donde se expresaban más fielmente los cambios de la modernidad, y a la vez un baluarte de los valores que, en la mayor parte de los casos, no se resignaba a que se fuesen perdiendo. Particularmente en el caso de las costumbres provincianas, esa región que se suponía más reticente a

los cambios. Un artículo firmado por Pablo Rojas Paz en 1929, registraba con nostalgia la pérdida de algunas costumbres en Tucumán. La retreta, la pasada y los juegos florales que se desarrollaban en la plaza, eran descriptos como la quintaesencia del enamoramiento provinciano y como reflejo de un tipo de sociabilidad que reflejaba "la democratización del salón". Responsable de esos cambios era, para este intelectual provinciano que militó en el movimiento "martinfierrista", el avance del progreso:

> "El avance del progreso, así como el aumento de la población, van quitando paulatinamente a la vida provinciana algunas de sus modalidades más atrayentes. Pequeños detalles que han constituído en otras épocas las demostrasiones de la alta cultura, son actualmente costumbres anticuadas. Las que aún quedan, demuestran cuanta ingenuidad y encanto guardan en ello[...]Estas costumbres van desapareciendo poco a poco. La vida provinciana, la verdadera vida argentina, se simplifica en cuanto a modalidades se refiere. La rapidez de las comunicaciones, la sencillez de la indumentaria, la pasión por los viajes, han influído decididamente en ello."[11]

Sin embargo mientras que en este artículo de 1929 el ritmo propio de la vida moderna era juzgado como el responsable de cambios en costumbres que nunca debieron haberse perdido, pocos meses

antes (pero en este caso referido a la estética femenina), se felicitaba a la mujer por haberse adaptado a la velocidad que esa misma modernidad imponía a sus actos cotidianos. La mujer, según el autor de la nota, había comprendido esos cambios y se había adaptado a ellos en lo que se refería a la estética y a la belleza femeninas:

> "Ahora ya nadie se extraña de ver, en el teatro o en el subterráneo, en el salón de baile o en la playa que, con dos toques como de espátula, se ensangrienta la boca o se vampiriza los ojos[...] Un toque de Grecia hay en el ambiente. Y ello, entre los rascacielos que se apiñan y las avenidas que se ensanchan, tiene que dar resultados desenfadados y graciosos. La mujer ha comprendido, se ha puesto a la vanguardia de la época. Ha simplificado de acuerdo a la necesidad su quehacer preferido."[12]

El cúmulo de imágenes contradictorias que se expresaba esta nota, desde la Grecia antigua a la ciudad de los rascacielos, parece sintetizar esa tensión existente entre modernidad y tradición que circulaba constantemente en las páginas de *El Hogar*. Pero, en el caso de las mujeres, dicha tensión no se podía resolver de ningún modo en una conclusión que apelara a un supuesto paraíso perdido, porque es precisamente el lector privilegiado por la revista el que, en este caso, es el protagonista de esos cambios. La fotografía que encabeza-

ba la nota: una mujer mirándose seductoramente al espejo en ropa de cama y con pose hollywoodense, reflejaba las transformaciones que se habían producido en la representación de la belleza femenina. Cambios que la revista y las propias mujeres habían adoptado.

Para competir con *El Mundo Argentino* y *El Hogar* de Haynes, *Caras y Caretas* comenzó a publicar, a partir de 1916, la revista mensual *Plus Ultra*, con una edición más lujosa y con un valor de 1 peso, precio muy superior a los 20 centavos que costaba el semanario. En esta revista, la imagen superaba notablemente en importancia y centralidad a las notas. Ambas combinadas, como en el caso de *El Hogar*, privilegiaban las notas sociales en las que se reflejaba la vida de la alta sociedad porteña. En este caso, como lo fue Josué Quesada en su competidor, era "La dama Duende" la encargada de inmiscuirse en las casas de la aristocracia para llevar a las lectoras imágenes de primera mano de su cotidianeidad que, por cierto, se alejaba lo suficientemente de la que vivían las lectoras de clase media, como para dotarlas de cierto encanto y representar el horizonte de sus aspiraciones.

La casa Witcomb fotografiaba a "Las mujeres argentinas", título que se emparentaba con el prestigio social antes que con el mérito obtenido en alguna otra esfera. Fotografías que podían mirarse luego de haber leído los poemas en francés que publicaba Delfina Bunge. Lectura que se acompañaba con notas referidas al teatro, actores y curiosidades, cuya condición para aparecer en la revista era participar del criterio de buen gusto de la alta sociedad[13].

La publicidad, a diferencia de *Caras y Caretas*, representaba fielmente las características de ese público, más restringido y selecto, al que iba dirigido el mensuario. Coches Pakard, la tienda Harrod's, la Joyería Escassany, casas de modas y arte europeas, parecían descartar en primera instancia a las lectoras que debían conformarse con reductos más acordes a su presupuesto. Pero a pesar de no poder acceder a ese nivel de consumo, podían mantenerse al tanto de las novedades que en materia de arte, literatura, moda y entretenimiento se estaban produciendo. Disponiendo, de ese modo, de la información necesaria para formarse una biblioteca de los cánones de gusto y refinamiento adoptados por las mujeres de la élite.

A partir de 1920, las revistas de interés general, si bien no iban a desaparecer, comenzaron a transformarse en excesivamente amplias para un público que lentamente prefiguraba con mayor especificidad cuáles eran su gustos e intereses. Una de las últimas en su género, por el momento, fue la revista *Atlántida*, de Costancio C. Vigil. El fundador de la editorial del mismo nombre, sería también el primero en comprender esas variaciones que se estaban produciendo en los lectores. Como Pellicer, el creador de *Caras y Caretas*, venía de Uruguay, de una familia de periodistas. Ya en la Argentina se había formado en la editorial Haynes, donde llegó a ejer-

cer el cargo de director de publicaciones, para convertirse luego en su principal competidor, nutriéndose de escritores que, como Gerchunoff, Horacio Quiroga y Lugones, tenían una larga práctica como articulistas de revistas.

Recien con *¡Aquí Está!*, de editorial Sopena, el género tendría su rehabilitación[14]. Pero ya con el formato y el estilo del magazine americano, más dispuesto a la selección y recopilación de notas que a la producción y, por ello, menos proyectada para la formación un público lector, que para su distracción. Posteriormente, en 1945, con la dirección de José A. Vecino, Jerónimo Jutrovich y Norberto Firpo, comenzó a publicarse *Vea y Lea*, que volvía a cultivar esa combinación entre notas bien escritas e ilustraciones de buena calidad propia de las primeras revistas de su tipo. Sin embargo, como veremos más adelante, estas últimas publicaciones competían en un mercado notablemente ampliado en la producción de revistas y controlado por grandes empresas editoriales. En 1941 se instala la Editorial Abril, que competía con una gran variedad de ofertas tendientes a captar lectores que requerían una información más especializada.

Por su parte la política, que había desaparecido como centro de interés desde las primeras épocas de *Caras y Caretas* y *Fray Mocho* en las revistas que brindaban informaciones generales, reaparece en 1946 en la publicación *Qué sucedió en siete días* -posteriormente clausurada durante el gobierno peronista-, que llegó a vender

100. 000 ejemplares. Su estrategia consistía en alejarse de la pura información resaltada en el relato de los hechos, para pasar a explicar las causas, proyecciones, significado y trascendencia de los acontecimientos sucedidos durante la semana. Sin embargo, sólo después de la caída del peronismo las revistas de circulación masiva volverían a poner la política en primera plana.

Las mujeres de *Para Ti*

Aunque conservaba la pespectiva de una revista que ofrecía una información general, *Para Ti*, que la Editorial Atlántida comenzó a publicar el 16 de mayo de 1922 dirigida por Matilde Velaz Palacios, se presentó como una publicación destinada específicamente al público femenino. De acuerdo a la información que suministraba la propia revista, su circulación rondaba los 137.000 ejemplares a fines de 1927. En el nº 292 del 13 de diciembre de 1927, su tiraje ascendía a 137.000 ejemplares; 137.086, en el del 20 de diciembre; 135.941, en el del 27 de diciembre; 134.147, en el del 3 de enero; 134.982, en el del 10 de enero y 135.139, en el del 17 de enero de 1928.

El registro del tiraje tenía la intención manifiesta de convocar a los anunciantes para publicar en la revista, comprometiéndose incluso a devolver diez mil veces el importe gastado en avisos desde la funda-

ción del semanario "siempre que las cifras que publicamos no sean exactamente las que registran nuestros libros comerciales[...]."[15]

Estaba compuesta por diversas secciones: "Notas sociales" dedicadas a reflejar a la alta sociedad nacional y europea, que firmaba la Condesa de Lis; lecciones de pastelería, remiendo y zurcido "Para la dueña de casa"; "El A.B.C. de las madres"; "Para el menú"; consejos médicos "El médico en casa"; una historieta "Media y su sombra", novelas sentimentales, etc. Todas remitían a la mujer y fundamentalmente a la señora en el hogar.

De todos modos, en este tipo de revistas era notable el contraste entre las publicidades y las notas, en cuanto a la imagen que brindaban respecto de la mujer moderna. En la publicidad la tendencia era valorar los productos de acuerdo a las comodidades que éstos pueden aportar en su vida cotidiana, por ejemplo, el talco Williams evita que al jugar al tenis la transpiración "...se pegue al cuerpo, lo que dificulta el juego, aumentando el cansancio"; o la faja Poupée que mejora el cuerpo "...oprimiéndolo sin molestias y dejando libertad a los órganos que la necesiten".

Mientras que en las notas, la tendencia era reflejar a la mujer como señora del hogar. Tomamos tres ejemplos. En una nota firmada por Dorotea Mills, titulada "Errores que cometemos con los hombres", juzgaba a las mujeres como responsables del abandono del cual eran víctimas por parte de sus maridos. Para evitarlo, recomendaba a la mujer que le demostrara al varón permanentemente su interés, usando las mismas armas que la "vampiresa" utilizaría para arrebatárselo. La lisonja al marido sería el instrumento principal en esta batalla y útil, además, para ocultar pequeñas falencias como un mal planchado o una comida detestable: "Todas las faltas le son perdonadas a estas esposas por el hombre que se siente hombre ante ellas y no un simple artículo de catálogo."[16]

Sin embargo, en el mismo número de la revista, en la sección de consulta de lectores titulada "Las abejas del corazón", le recomendaba a "Abeja desilusionada":

> "Usted no tiene por qué salir de su dignidad de esposa y madre para ponerse a rivalizar con la otra en vampirismo. Deje esos recursos a menudo estériles y contraproducentes, a las mujeres que tienen inclinación para tornarse en vampiresa y confíe usted sobre todo en la superioridad de su conducta moral [...]"[17]

En el tercer ejemplo, el tema es la tendencia de las mujeres a masculinizarse, la nota se titula "¿Cuál será el futuro de las mujeres?" y la firma Diana Bombón. En la nota se analizan el cambio en la vestimenta de las mujeres, acompañando algunas de las conclusiones con ilustraciones que representaban las situaciones anticipadas en el texto. En una de ellas, se ve al jefe recriminando a una empleada con

un trajecito masculino, y al pie de la misma se lee: "A una mujer siempre le resulta más provechoso permanecer siendo femenina, aún desempeñando la labor de un hombre". Un discurso que se emparentaba con el de la escritora socialista Herminia Brumana, que abogaba por una femeinización de los valores en la sociedad argentina[18].

Las representaciones de la mujer que aparecen en las notas de la revista, si bien no son homogéneas y presentan contradicciones, refieren en su conjunto a un universo compartido en el que se tiende a que las mujeres arrebatadas de su hogar por la modernidad, se mantengan firmes defendiendo los valores, hábitos y conductas propios de la esposa, madre y ama de casa. En cambio, la publicidad tiende a reflejar a la mujer fuera del hogar, dueña de su tiempo y ávida por adaptarse al ritmo de la vida moderna. En este panorama contradictorio de discursos cruzados a veces en la misma página, en la que ambos convivían en tensión, admonitorio uno, dispuesto a exaltar los sentidos el otro, la lectora tendría la opción de tomar de ellos aquello que se adecuara mejor a su propia experiencia.

Sin embargo, no es el único discurso que tiene como destino a la mujer. Otras revistas, desde fines del siglo XIX, proponían una mirada diversa del mundo femenino. Algunas de ellas son las anarquistas como *La voz de la mujer* (1896-1897) y *Nuestra Tribuna* (1925-1927), creada por Juana Rouco Buela; *Nosotras* (1903) de tendencia socialista proponía una salida divorcista al conflicto matrimonial; *Unión y labor* (1909-1913), dirigida por Matilde Filabato, tenía por objetivo trabajar por la educación femenina; *Tribuna femenina* (1915-1916) de orientación socialista, dirigida por Carolina Muzzilli; *Nuestra Causa* (1919) vinculada a la Unión Feminista Nacional; "Doña Juana Pueblo" el seudónimo de Alicia Moureau de justo en *Claridad* y otras revistas en las que se proponía la defensa de los derechos de la mujer; la revista feminista *Mujeres de América* en los años '30, que propiciaba una alianza entre las mujeres de Sudamérica para luchar a favor de la causa de los sectores subalternos y, también en los '30, *Vida Femenina. Revista de la Mujer inteligente*, dirigida por M. L. Berrondo[19].

Andrés Muñoz, de autodidacta a periodista cultural

Andrés Muñoz es un paradigma de los escritores que nutrían las revistas con sus notas y biografías noveladas sobre actores, bailarines, escritores, dramaturgos, pintores y directores de orquesta. Recorrió casi todas las publicaciones de interés general que hemos tratado. Ese recorrido ilustra la formación de un periodista profesional que carecía de los títulos obtenidos por escritores como Quiroga, Gerchunoff y Payró en un terreno que no era propiamente el de las revistas sino el de la producción de obras literarias[20].

Había nacido a fines del siglo XIX en Coca, cerca de Segovia, lugar donde cursó sus estudios primarios. Adolescente, inició la travesía que muchos otros habían intentado y lo seguirían haciéndo rumbo a América. Fue a La Habana en busca de un tío que según sabía vivía allí, pero al no encontrarlo y por carecer del dinero necesario para seguir buscándolo, se ubicó como empleado en una farmacia. Cuando juntó el dinero necesario se embarcó hacia México con la ilusión de encontrar a su tío. Nueva frustración, su tío aparentemente había viajado a Yucatán, por lo cual Andrés se quedó en México para trabajar como comisionista y luego como ayudante de rayero en la hacienda Aragón.

Cuando estalló la guerra regresó a España pero, ya desesperanzado de encontrar a su pariente se embarcó a los pocos meses hacia Buenos Aires, en donde se desempeño en una serie de trabajos alejados del periodismo: empleado de un almacén, corredor de un antisárnico, inspector de medidores de gas y empleado en los talleres metalúrgicos de la casa Tornquist.

Lector de las novelas de Blazco Ibáñez y Benito Pérez Galdós, y con cierta habilidad para la escritura, comenzó a enviar colaboraciones sueltas a *P.B.T.*, la revista creada por Pellicer en 1904. Aquí aparece uno de los tópicos característicos de los escritores de revistas: el uso del seudónimo. Mientras que las colaboraciones humorísticas las firmaba como Andrés Muñoz, para las serias agregaba su segundo apellido, Andrés Muñoz Sobrino. En tanto que a los epigramas políticos los firmaba solo con las iniciales A.M. Toda una estrategia de ocultamiento diseñada como si quisiera preservar de algún modo el apellido familiar y su propia reputación, esperanzado en que en algún momento las letras le depararan un destino más ilustre.

En una bohemia diversa a la que se hallaba en la base de las revistas literarias, en la sociabilidad de "Los 36 billares", donde concurrían personas del ambiente teatral, comenzó a relacionarse con autores y músicos vinculados al varieté y al teatro, que constituirían la trama de las relaciones que lo ayudaron a convertirse en biógrafo de artistas e, incluso, compositor de letras de tango. Por medio de esos contactos comenzó a colaborar en una revista de espectáculos que se llamaba *Bombos y Palos,* dirigida por Font y Llombart, y en la revista literaria y teatral *Carátula*, dirigida por Hipólito Carambat, en la que su colaboración era gratuita.

Estuvo en *La Nación* hasta 1929, para luego dedicarse a la crítica de teatro en *La República, Última Hora, Noticias Gráficas, La Razón, Ahora* y *Clarín*, entre otros diarios y revistas. En 1926 comenzó con los reportajes biográficos en *Mundo Argentino*, que serían los que definirían su estilo, enviando uno por semana durante diez años. Actividad que luego continuó en *Leoplán* y *!Aquí Está!*. Posteriormente llegó al libro publicando esos reportajes con títulos como *Veinte Vidas de Artistas* y *Vida novelesca de Benito Quinquela Martín.*

El recorrido de Andrés Muñoz refleja en muchos sentidos las características de la labor periodística, en los medios gráficos de la Argentina durante las primeras décadas de nuestro siglo. Desde el papel que juega la bohemia, como un espacio a partir del cual se traban lazos que permitirán acceder a un puesto en alguna redacción, al proceso de profesionalización del escritor -adquirido en la práctica cotidiana del oficio y en el aprendizaje de un conjunto de fórmulas que debía seguir para escribir una nota-, la trayectoria de Andrés Muñoz describe un arco que va del autodidactismo al periodista especializado.

Entre estos dos polos -la iniciación en la actividad a través de la incorporación a un espacio de sociabilidad formado por miembros de la corporación, y la adquisición de las reglas y procedimientos de la práctica del oficio-, la especialización en una de las ramas de la actividad sería en muchas casos producto de la combinación de situaciones casuales, antes que el natural epílogo de una formación previa. De todos modos, a pesar de ese autodidactismo producto de una iniciación azarosa, el escritor portaba expectativas lógicas de trascender con su pluma los límites de las notas enviadas a las revistas. Algunos efectivamente lo lograron, como Roberto Arlt y Horacio Quiroga; para muchos esas expectativas se agotarían junto a la vida de las revistas en las que participaron.

Notas

1 La noción de "sistema misceláneo del magazine" es utilizada por Beatriz Sarlo para definir a revistas como *Caras y Caretas*, en las cuales predomina una yuxtaposición de textos que responden a retóricas, poéticas y objetivos diferentes. En Sarlo, Beatriz, *El imperio de los sentimientos*, cit. pág. 22.

2 Tomo esta referencia de Sarlo, Beatriz, *El imperio de los sentimientos*, cit., pág. 89.

3 Para la historia de *Caras y Caretas* nos basamos en el estudio de Rufinelli, Jorge, "Prólogo", en *La revista Caras y Caretas*, Galerna, Bs. As., 1968 y Pignatelli, Adrián: "Caras y Caretas", en *Historia de Revistas Argentinas*, T.II, pág. 271 a 248.

4 *Caras y Caretas*, nº 1675, 8 de noviembre de 1930, citado por Pignatelli, en *op. cit.*, pág. 309.

5 Los datos sobre publicidad fueron recogidos de Pignatelli, A., en *op. cit.*, pág. 313.

6 La Redacción, "Caras", en *Caras y Caretas*, 7/X/1899.

7 La Redacción, "Caras", en *Caras y Caretas*, 7/X/1899.

8 Los promedios de tiraje anuales son suministrados por Pignatelli, A., en *op. cit.*, pág. 319.

9 La idea de que *Caras y Caretas* habría servido como modelo de otras revistas del género es sugerida en Ford, A. y Rivera, J., "Los medios masivos de comunicación en la Argentina", en *Medios de comunicación y cultura popular*, cit., pág. 33.

10 Sebrelli, Juan José en *Buenos Aires, vida cotidiana y alienación*, siglo XX, Bs. As., 1964.

11 Rojas Paz, Pablo, "Algunas costumbres provincianas que desaparecen", en *El Hogar*, nº 1029, año XXV, Julio 5 de 1929.

12 Merediz, Pablo, "Rouge y Rimel" en *El Hogar*, 14 de diciembre de 1928, citado por Mendelevich, Pablo, *op. cit.*, pág. 4.

13 Ver al respecto, Mangone, Carlos, "La República Radical entre Crítica y El mundo" en Montaldo, Graciela, *op. cit.*, pág. 104 y 105.

14 Mendelevich, P., en *op. cit.*, pág. 6.

15 *Para Ti*, nº 298 del 24 de enero de 1928.

16 *Ibidem*

17 *Ibidem*, pág. 62.

18 Para un análisis de la ideas en torno al rol de la mujer en Herminia Brumana, ver: Massiello, Francine, *Entre civilización y barbarie. Mujeres Nación y cultura literaria en la Argentina Moderna*, cit., pág. 234.

19 Respecto al discurso feminista en algunas revistas argentinas pueden consultarse: Masiello, Francine, *Entre civilización y barbarie. Mujeres Nación y cultura literaria en la Argentina Moderna*, cit., para el caso de las revista anarquistas: Barranco, Dora, "Anarquismo y sexualidad", en Armus, Diego (comp.), *Mundo urbano y cultura popular*, Sudamericana, Bs. As., 1990, págs. 19 a 37; una imagen mas global puede encontrarse en Bellucchi, Mabel, "De la pluma a la imprenta", en Fletcher, Lea (comp.), *Mujeres y cultura en la Argentina del siglo XIX*, Feminaria, Bs. As., 1994, págs. 252 a 263; Muschietti, Delfina, "Mujeres: feminismo y literatura", en Montaldo, Graciela, *op. cit.*, págs. 130 a 160.

20 La biografía de Andrés Muñoz la reconstruimos a partir de un reportaje que le fue realizado en la revista *¡Aquí Está!* de 1950.

Capítulo IV

El público fragmentado

El crecimiento poblacional, la expansión del público, el desarrollo de las empresas editoriales, la bonanza económica y la estabilidad social y política durante el período alvearista, junto a la modernización en diferentes planos de la vida social, y la definitiva estabilización de la clase media argentina en los años '20; promoverán una paulatina transformación, tanto en lo que respecta a las ofertas que las editoriales proponían a sus lectores, como en los intereses y las demandas que esos mismos lectores dirigían al mercado. Una mayor segmentación y especialización en los gustos del público provocará, en forma casi simultánea, una mayor fragmentación y especialización de las revistas y de los escritores que trabajaban en ellas.

Estos cambios estuvieron vinculados a ese proceso que describen muy bien Luis Alberto Romero y Leandro Gutiérrez, a lo largo del cual, durante el período de entreguerra, los sectores populares se desplazaron de posiciones críticas y contestarias a actitudes conformistas y reformistas[1]. Ello se debió, en primer lugar, a la escolarización y argentinización de los inmigrantes, y en segundo lugar, a la percepción por parte de estos sectores de que la Argentina era una sociedad abierta y móvil, en la que las expectativas de ascenso social tenían altas posibilidades de verse satisfechas.

Las publicaciones contribuirán a dotar a los lectores de una am-

plia gama de representaciones en las que esa imagen pudiera nutrirse, pero también, propondrán al público, desde sus notas y publicidades, caminos probables para encontrar el mejor rumbo para la conquista del éxito. De un modo u otro, las revistas que vamos a analizar canalizaron esos sueños.

Surgió a partir de la década del '10 una gran cantidad de publicaciones dedicadas específicamente a la mujer, a los niños, a los hombres interesados en el deporte, a los que perseguían una información técnica y profesional, o a los interesados por lo que sucedía en el espectáculo.

Uno de los primeros síntomas de esos cambios se materializó con la publicación, en mayo de 1919, de *El Gráfico*, publicada por Atlántida, la editorial que visualizó más rápidamente las nuevas tendencias del público. Fue también de las primeras en estar dirigida a un público exclusivamente masculino. Como la contracara de las revistas femeninas, *El Gráfico* apeló al imaginario masculino de clase media[2].

En un comienzo no era precisamente una revista deportiva, sino que esa actividad compartía el espacio con la política y demás notas de actualidad. En 1921 comenzó a transformarse en una revista deportiva, sin que las fotos de artistas y desnudos femeninos desaparecieran hasta finales de la década. Con los 100.000 ejemplares de tirada en los '20 y cerca de 200.000 entre mediados de los '40 y '50,

la fórmula se había convertido en un éxito. Para ello colaboraron la difusión que la radio dio a las actividades deportivas; la sucesión de éxitos importantes del deporte argentino en los '20 -como la gesta de Firpo en Nueva York de 1923- ; y la incorporación de colaboradores que lograron combinar la información deportiva con el ensayo sobre el ser nacional a la manera de Borocotó (Ricardo Lorenzo); Chantecler (Alfredo Rossi) y Félix Grabriel Frascara.

De ese modo, el deporte podía ser percibido como un vehículo para la redención de la nación en un plano internacional en el que, por otro lado, la Argentina no jugaba ningún rol trascedente:

> "El futbol rioplatense es el más apreciado del mundo, y la inteligencia puesta al servicio del deporte por un puñado de muchachos jóvenes y viriles ha hecho más por la despreciada América del Sur que todos los diplomáticos juntos. Ahora se nos considera y alaba: ahora somo algo."[3]

Es interesante reconocer el modo en el que a partir de los '20, e impulsado en gran parte por los medios, el deporte se convirtió no sólo en una vía de escape frente a las frustraciones cotidianas, sino también en el lugar donde se podían depositar los ímpetus triunfalistas de una población en proceso de afirmación de sus sentimientos nacionales.

Las revistas del espectáculo

Desde fines del siglo XIX y hasta comienzos de los años '20, cuando comenzaron a ganar terreno la radio y el cine, las revistas dedicadas al espectáculo estaban centradas fundamentalmente en la actividad teatral. Entre 1910 y 1934 más de cuarenta revistas de este género surgieron en el país[4].

Su origen se hallaba vinculado al éxito que las funciones teatrales, dentro del marco del circo criollo, habían demostrado tener en el público de los sectores populares desde el estreno de "Juan Moreira" representado como pantomima en Buenos aires en 1884, y posteriormente en forma hablada, en Chivilcoy, en 1886. El protagonista de esta presentación fue Jerónimo Podestá, que encarnó al personaje del gaucho caído en desgracia por la injusticia del sistema. El momento de auge del teatro argentino se hallaba íntimamente ligado al éxito de ese otro gran género popular que fue el folletín.

A partir de las representaciones teatrales, se fueron incorporando a la obra de Gutiérrez personajes arquetípicos del mundo urbano como el malevo y el canfinflero, pero el más popular de todos ellos fue Cocoliche, que expresaba con su perfil grotesco los deseos de asimilación del inmigrante italiano[5]. Al calor de este suceso comenzaron a surgir en el país salas teatrales, autores de teatro y de folletín, y empresarios, que reproducían en gran parte la fórmula

que ya demostrara su efectividad en los escritos de Eduardo Gutiérrez y en las representaciones de los Podestá.

A esta consagración del teatro criollo se agregaron otros géneros, como el sainete y las zarzuelas que también alcanzaron un gran éxito popular. Poco a poco van apareciendo las salas teatrales en el centro y los barrios, que desplazarán al circo como el escenario privilegiado de las representaciones. Sesenta nuevas salas teatrales aparecen en Buenos Aires entre 1880 y 1930, con un promedio de asistencia de la población de la ciudad a las mismas de 2,3 veces anuales por habitante para 1910[6].

La popularidad del género en un público ávido por asistir a las representaciones, creó las condiciones para el surgimiento de una infraestructura adecuada, y también para la aparición de empresarios dispuestos a estrenar las obras y de autores y actores especializados. Algunos de esos autores fueron particularmente prolíficos, llegando a estrenar más de una obra por año. Alberto Vacarezza, uno de los más reconocidos, llegó a poner en cartel 120 obras.

La aparición de revistas interesadas en ofrecer al público que había ya visto la obra el texto íntegro de su representación, es la consecuencia directa de este fenómeno. Con impresiones de baja calidad, ofrecidas al precio de 20 centavos y con una periodicidad semanal o quincenal, se vendían en todo el país. Alcanzando algunas de ellas la popularidad necesaria para sobrevivir durante más de

una década. Probablemente una de las dos que tuvieron mayor éxito fue *Bambalinas*, que salió publicada entre marzo de 1918 y marzo de 1934 con una periodicidad primero quincenal y luego semanal. Fue dirigida en su primera época por Federico Martens, también autor teatral, pasando más tarde la dirección a Enzo Aloisi, Anibal Imperiali y Ferrari. La otra publicación que logró proyectarse por más de una década fue *La Escena*, que se extendió entre julio de 1918 hasta octubre de 1933. Precisamente, el año de aparición de estas revistas coincide con la etapa de mayor auge de las publicaciones dedicadas al teatro ya que, en el lapso que va desde esa fecha hasta 1923, diez revistas llegaron a coexistir en el mercado[7].

Bambalinas estaba centrada fundamentalmente en la publicación de una obra ya estrenada en teatro, pero incorporó otras secciones dedicadas a la lírica, a las actividades de grupos vocacionales de la Capital y el interior, y al teatro español e italiano. Sus diversas secciones diseñaban la apelación a un mercado que se nutría de inmigrantes y de aficionados del interior del país a los que, por otro lado, convocaba para la realización de críticas hechas por los lectores y a un concurso de autores dramáticos y de actores.

Pero el gran protagonista de *Bambalinas* fue el autor. Las tapas estaban dominadas, salvo exepciones, por los autores, cuyas fotos a color ilustraban la revista. Era una publicación hecha por ese sector de la actividad, y lo privilegiaba como protagonista esencial del tea-

tro, incluso en contraposición a los actores, a quienes acusaba de ser los responsables de arruinar sus obras por abuso de la improvisación. Es importante este enfrentamiento porque reflejaba la tensión entre un sector que se sentía formar parte de una corporación profesional, respecto de otro al que presentía como a un aficionado.

En los años '30, relacionadas con la actividad que llevaba adelante Leónidas Barletta con su grupo del Teatro del Pueblo, surgirán dos revistas. *Metrópolis*, que edita 15 números entre 1931 y 1932; y *Conducta*, que publica 48 números entre 1938 y 1943. De hecho, trascienden el ámbito teatral, fundamentalmente *Metrópolis*, que todavía en 1931 formaba parte de una zona de conflicto con los referentes de la ya desaparecida *Martín Fierro* y con los exponentes del teatro profesional[8].

En el rubro canción, también surgieron revistas como *El alma que canta* (1916) dirigida por Vicente Barbieri, que se ocupaba de reproducir las letras de las canciones ya conocidas, respetando la misma fómula de las revistas teatrales. Allí se publicaron desde cuplés y pasadobles hasta las letras de tangos como "Mi noche triste" de Pascual Contursi. En esta revista, a la que se sumará en 1926 *La canción moderna*, aparecen también textos de Dante Linyera (Francisco Rímolí), Belisario Roldán, Alfonsina Storni y Almafuerte.

A partir de los años '20, el desarrollo de la industria cinematográfica y de la radiodifusión desplazará el interés del público hacia es-

tos medios, y hacia las revistas que se encargaban de retratar la vida de los artistas nacionales y extranjeros que se admiraban en la pantalla, o cuya voz seducía desde el aparato de radio.

En cuanto al cine, desde el film *El fusilamiento de Dorrego* de 1908 y *La Guerra Gaucha* de 1915 -que se convirtió en un verdadero éxito comercial-, se inicia un notable proceso de desarrollo tanto a nivel técnico como empresarial y de solidez dramática, que se consolida en los '30 con la aparición del cine sonoro. También a partir de allí comienza su expansión al mercado latinoamericano. Un crecimiento que se confirma en el notable incremento de las producciones: 13 en 1935; 15 en 1936; 28 en 1937; 40 en 1938; 50 en 1939; 49 en 1940; 47 en 1941 y 56 en 1942[9]. Algunos éxitos de estos de esos años como *Los tres berretines*, *Tango Bar* y *Pelota de trapo* cimentan la fama de directores como Manuel Romero y Leopoldo Torre Ríos, junto a actores como Luis Sandrini, Pepe Arias y Mecha Ortíz.

Particularmente los artistas de cine y el interés que despiertan en sus admiradores, son los que hacen surgir las revistas especializadas en el rubro. Una de ellas fue *Cine Argentino*, dirigida por Antonio Ángel Díaz, que se comenzó a publicar el 12 de mayo de 1938. Escribían allí Julián Centella, La Peña, Máximo Kemp, Juan Alberto Hueyo, Carlos del Valle, Domínguez Riera y Yago Blass, entre otros. Las notas eran variadas pero se concentraban en la actividad cinematográfica a través de la opinión y reportajes, con alguna extensión al campo de la actividad radial y musical.

En sus tapas dominaban las fotos de artistas como Tito Lusiardo que, fotografiado por Annemmarie Henrich, ocupaba la que correspondió al número 76, que incluía también un poster de Niní Marshall fotografiada por la misma artista. Al mismo tiempo, los miembros del *star-system* nativo invadieron el campo de la publicidad. En un aviso de Geniol, la foto de Mecha Ortiz estaba acompañada de una frase que decía: "Yo lo tomo dice Mecha Ortiz, la genial actriz"; en otra se veía a Sabina Olmos protagonizando la publicidad de Jabón Lux.

Ambos casos demuestran que en los años '30 los artistas habían ocupado el centro del escenario, en cuanto a la representación de los ideales y expectativas de los lectores. De modo que la intimidad de las actrices, como en *Caras y Caretas* y en *El Hogar* era la de la aristocracia, se fue convirtiendo en una zona central de las revistas de su tipo, como lo expresa la nota en la que se entrevistaba a Elena Lucena mientras se daba un baño de espuma, capturada por el ojo indiscreto del fotógrafo.

En cuanto a la radio, desde la primera transmisión de la ópera *Parsifal* en 1920, que se presentaba en el Teatro Coliseo de Buenos Aires, tiene un fulminante ascenso que se confirma en los 60.000 receptores que hay funcionando en 1923[10]. Mientras que en 1936 hay un millón y medio de receptores, y en 1939 operan en el país veinticinco estaciones de radio[11]. El nuevo medio no sólo promo-

vió la expansión de empresas editoriales hacia esa área, atraídas por las posibilidades de desarrollo comercial que el medio presentaba en términos de publicidad -como Haynes que crea Radio El Mundo en 1935-, sino que contribuyó también a la difusión y popularización de actividades deportivas como el fútbol.

La popularización del medio y de los actores y actrices que habían adquirido notoriedad a través del radioteatro propiciará, el surgimiento de medios gráficos dispuestos a informar sobre la vida de los intérpretes del cine nacional y extranjero. Desde ya, no todos son particularmente benévolos con el género que le ha puesto sonido al folletín melodramático. Homero Manzi, desde la revista *Micrófono* (1934-1935), castigó duramente las radionovelas gauchescas de Andrés González Pulido, en las que la temática rosista se hacía presente en un tono descalificador, emparentado con las posiciones anti-rosistas que para esa época se habían cristalizado en la historiografía profesional[12].

Las críticas de Manzi permiten poner en evidencia de qué modo, en los años '30, se comenzaba a abrir una tendencia a la reinterpretación del pasado argentino, a partir del surgimiento de un grupo de intelectuales que encontraría en Juan Manuel de Rosas el referente de una sociedad ordenada y debidamente jerarquizada, movimiento que rematará en el revisionismo histórico.

Otra de las revistas del género, más dispuesta que la anterior a

hacer concesiones a la calidad de las representaciones radiales, fue *Sintonía*, que salía los sábados a un precio de 20 centavos desde el 29 de abril de 1933 hasta abril y mayo de 1926, llegando a publicar 589 números[13]. Fue dirigida por Emilio Karstulovic, que se había especializado en el mundo de la radio desde la sección que tenía a su cargo en El Mundo. Esta formación inicial en el periódico de la Editorial Haynes lo impulsaría a desarrollar su propio proyecto dedicado a la actividad radial, el teatro y el cine, que se sumaba, por otra parte, a las revistas que ya se hallaban en circulación como *Antena* (1931), en la misma década absorbida por *Radiolandia*.

El tiraje de *Sintonía* creció rápidamente, desde los 30.500 ejemplares del primer número a los 35.000 del nº 2, hasta llegar a los 100.000 ejemplares en el momento de su mayor apogeo. Con un espíritu claramente totalizador de la actividad artística cubre eventos que incluyen, junto a las actividades radiales, la música, el arte, el teatro y el cine, en este caso con enviados especiales a Estados Unidos que realizaban entrevistas y contaban intimidades de las estrellas. Sección, ésta última, que estuvo primero a cargo de Carlos Borcosque y luego de Alberto Soria. Además, colaboraron Chaz de Cruz, Borocotó, Mariofelia y Andrés Muñoz, entre otros. Junto a estos profesionales de los medios gráficos, aparecían ocasionalmente las firmas de Roberto Arlt, Ulises Petit de Murat, Gabriela Mistral y Nicolás Olivari.

Esta participación revela el cruce entre autores consagrados y

periodismo profesional, y el rol de las revistas como un espacio que se permitía cobijar en su seno toda una gama de escritores que representaban corrientes estéticas y políticas antagónicas. Da cuenta también de las reglas de funcionamiento de un campo intelectual en el que los enfrentamientos todavía no habían adquirido características excluyentes, en gran parte porque, independientemente de las diferencias, las revistas ofrecían una retribución económica y la posibilidad de difusión y consagración pública de los escritores, por encima de las reyertas personales, políticas o estéticas.

La decadencia de *Sintonía* coincidirá con la crisis del gobierno peronista a la cual fue adicta. Karstulovic había propiciado el ingreso de Eva Duarte a la radiofonía y su revista le había dedicado una tapa en 1939[14]. Por otra parte, antes de la llegada de Perón al poder, se había ocupado de retratar en su tapa de enero del '44 a Ramírez junto a Perón y al Secretario de Prensa y propaganda de la Nación, el Teniente Coronel Hector J. Ladovocat, iniciando allí lo que luego sería un explícito apoyo al peronismo[15].

Por otro lado, asociado en parte al fervor nacido por el progreso de los medios técnicos vinculados al cine y la televisión, y a la posibilidad de hallar en el terreno de la invención técnica una vía de ascenso social, tal como para la misma época lo comenzarían a popularizar las biografías publicadas en *Billiken*, surge a partir de los años '20 una serie de revistas dedicadas a la técnica en radio, fotografía, cine y demás

hobbies relacionados con el amateurismo. En 1922 aparecen cinco publicaciones; en 1923 siete; en 1924 seis; tres en 1925 y seis en 1926[16]. Entre las más importantes se encuentran *Radio Cultura*, *ICARM*, *RCA*, *Revista Ondas*, *Guía del inventor*, *Radio Revista* y *Ciencia Popular*, de la misma empresa que la anterior, que a lo largo de la década se consolida como la más popular de su tipo.

El cine y la radio, ya desde los años '20 y tanto en su aspecto técnico como en su faz recreativa, materializan en el imaginario de los sectores populares los sueños de progreso material y social de esa capa de la sociedad. Las revistas dedicadas a esas dos áreas de la comunicación contribuyeron a potenciar y naturalizar ese imaginario, difundiendo dos imágenes superpuestas. La primera, que él exito es el resultado de la posesión de habilidades, destrezas, belleza y trabajo. La segunda, que por medio de las revistas esa carrera podía ser realizada por el propio lector[17].

El público infantil

El surgimiento de los niños como un sujeto diferenciado de la sociedad y, por lo tanto, pasible de ser interpelado desde las páginas de las revistas, no era un fenómeno nuevo para los años '20 cuando aparecieron revistas *como Billiken*, *Colorín Colorado* y

posteriormente *Figuritas*, entre otras. Ya a comienzos de siglo, los niños habían adquirido cierta identidad en la sociedad y se recortaban con especificidad en el seno de la familia.

En 1904, un veinte por ciento de la población de la ciudad de Buenos Aires estaba conformada por niños y no todos, por supuesto, contaban dentro de sus familias con los recursos como para formarse un porvenir[18]. Esos niños, que vagaban por las calles ejerciendo diversos oficios, se sumaban a las preocupaciones que la cuestión social generaba en la élite social y política del país, constituyendo uno de los rasgos centrales de la tematización de la niñez por parte de las revistas, y que sería el motor de un conjunto de asociaciones y disposiciones oficiales cuyo objetivo central era sacar a los niños de la calle:

> "El menor entregado a la vida callejera, dueño de su albedrío, de su conciencia y su libertad, se hace forzosamente al principio un jugador empedernido; poco a poco se convierte en ratero y de allí a la ebriedad no hay más que un paso."[19]

Esta preocupación, que provenía de una publicación de la Sociedad Protectora de Niños Desvalidos, tenía el mismo tenor que la que expresaba José Ingenieros cuando recomendaba suprimir el trabajo de los niños como vendedores de diarios.

Mientras tanto otras asociaciones, creadas por militantes socialistas y anarquistas, por inmigrantes, por grupos de vecinos, por docentes y padres de alguna escuela o por el mismo Consejo Nacional de Educación, se proponían fomentar la escolarización masiva y atender a las necesidades de los niños con el fin de sacarlos de la calle[20].

En tanto, las revistas como *Caras y Caretas* o *PBT*, si bien recogían en sus notas la misma preocupación, proponían una imagen diversa según la cual la vida del niño se incorporaba como un aspecto más de las reuniones de la alta sociedad. Las matinés infantiles en la casa de los Palacios, Escobedo y Cambaceres, junto a las fiestas y los onomásticos, incorporaban la vida social del niño a las páginas de la revista como un sujeto que adquiría cierta identidad en el contexto familiar.

Ello estaba acompañado de los cambios en la vida familiar que en los semanarios se percibían[21]. En una nota de *Caras y Caretas* de 1901, se hacía referencia a los paseos que se desarrollaban los jueves en la Recoleta, en los que los niños eran llevados por sus madres e institutrices a divertirse con sus amigos, e incluso a participar de juegos con ellos. El articulista no podía evitar señalar los cambios que se habían producido desde que él era niño:

> "Hay diferencias grandes entre las diversiones de los niños de hoy y las que tuvieron sus papás, que debían buscarse por sí mismos los puntos apropiados para sus correrías domingueras, que lo era, generalmente, la plaza de cada barrio." [22]

A lo largo de las dos primeras décadas del siglo, se percibe el cambio hacia una nueva sensibilidad en relación con el niño, cuyo ideal se hallaba vinculado a la relación del pequeño con la escuela y como hijo de una familia nuclear[23]. La combinación de estos tópicos: los niños convertidos en temas de interés por parte de las revistas; la percepción respecto a que se habían producido cambios en la sociedad y la organización de la familia, que propiciaban una mayor atención por parte de ésta a las necesidades infantiles; y la noción de que el niño adquiría identidad en tanto miembro de una familia y alumno de una escuela; se encontraba en la base de los proyectos editoriales dedicados a ese público.

Con *Billiken*, que sale por primera vez a la calle el 19 de noviembre de 1919, editada por la editorial Atlántida, aparece la primera revista en castellano dirigida específicamente a los niños. El único antecedente en otro idioma era la italiana *Corrieri dei Piccoli*, editada hasta el estallido de la Primera Guerra Mundial en 1914. Única en su género, *Billiken* se extendió rápidamente al mercado hispanoamericano, llegando a enviar miles de ejemplares a España, México, Venezuela, Colombia y Perú, y llegando a tocar picos de tirada de 500.000 ejemplares[24].

Ese éxito sin duda se debía no sólo a su tendencia a seguir el ritmo escolar transformándose en un útil escolar más, sino también a un conjunto de estrategias formales y discursivas que le permitieron acceder

al interés de los niños, y a ganarse el respeto de padres y docentes.

Ya en el subtítulo profundiza la relación que pretendía entablar con los niños, definiéndose como una revista no "para" sino "de los niños". La tapa del primer número lo tiene como su protagonista central. Junto al epígrafe que lo define como "El campeón de la temporada", aparece ilustrado un niño despeinado y desharrapado con una mano en jarra y la otra sosteniendo una pelota. De ese modo, la revista que comenzaba a salir cuando principiaban las vacaciones, apelaba más a la distracción y al entretenimiento que a la escuela.

Su valor era de 20 centavos, precio similar al de las otras publicaciones de circulación masiva. Se destacaba principalmente por su calidad gráfica y por su capacidad para comprometer al niño a que sugiriera propuestas para la revista, y para interesarlo con notas que no estaban solamente relacionadas con la escuela, sino también con la información de su interés y con actividades para el entretenimiento. Desde las instrucciones necesarias para la construcción de un periscopio, a la vida de hombres célebres, una amplia gama de temas aparecían allí reunidos junto a los cuentos, historietas y biografías que la harían famosa.

Con el tiempo, se incorporó una sección en la que aparecían figuritas recortables con el fin de ser usadas en la escuela, tomando una iniciativa que ya había sido propuesta por el Consejo Nacional de Educación, que desde comienzos de siglo, comenzará a incenti-

var la colección de figuritas con los fines de promover, a través de estrategias recreativas, la identificación de los niños con valores patrios. Esto se hacía en distintos festejos, donde el Consejo hacía repartir entre los escolares tarjetas alusivas al acto evocado, para que fueran utilizadas como postales intercambiables con niños de las escuelas del resto del país[25].

Pero fueron las biografías y las láminas de hombres célebres, dibujadas por Manteola en su primera época, las que definieron cabalmente cuál era el lugar de *Billiken* en la cultura argentina. Fue complementario y funcional a la labor nacionalizadora desarrollada por el Estado, formando su propio panteón de héroes, cuando éste todavía no se había estabilizado plenamente en la historiografía profesional.

La revista cristaliza, ya desde el primer número, la que se conoce como "línea Mayo-Caseros", alternativa al rosismo. Allí están San Martín, Belgrano, Alberdi, Rivadavia y Sarmiento; junto a una pléyade conformada por héroes de la revolución americana como Franklin y Washington; científicos como Linneo; escritores de la altura de Víctor Hugo, Zola y Cervantes; héroes de las revoluciones latinoamericanas como Simón Bolívar; músicos de la talla de Wagner y Rossini; entre muchos otros. A través de la biografía se difundían un conjunto de valores de los cuales sus protagonistas eran portadores, y que los niños debían imitar si querían ser hombres de bien y exitosos cuando fuesen adultos[26].

La revista no hacía más que retomar ciertos preceptos inspirados en el siglo XIX. En *Recuerdos de provincia*, Sarmiento relataba su propia vida como el resultado de una herencia que él mismo se había forjado desde la niñez, en la que ya se encontraban los valores que en 1850 lo prefiguraban como uno de los hombres destinados a dirigir los destinos de la nación[27]. En ese mismo libro dedicaba un capítulo a recomendar, como material de lectura para las escuelas primarias, la Biografía de Franklin -que él mismo se había ocupado de hacer traducir al castellano-, entendiendo que era el mejor manual de vida cívica que se podía hallar[28].

En rigor, la imagen del niño que crea Billiken está estrechamente vinculada con su devenir adulto, reconociendo las particularidades de su edad. Cada una de las biografías escritas con toques románticos propios del folletín decimonónico, se inicia con la niñez del personaje, etapa en la que se desenvuelven los valores que va a llevar adelante cuando sea mayor de edad. Este es el caso de San Martín:

> "En Yapeyú, mientas fue niño, residió poco tiempo; sin embargo, parece que la aldea natal y el ambiente que le rodeaba dejaron en su infantil imaginación tan naturales como hondas huellas, pues años más tarde, mientras dormía, poblaban sus sueños las imágenes de aquella pintoresca región y sus pesadillas consistían en ver a los indios acometiendo su casa."[29]

Si la niñez es el momento en el que se constituyen los rasgos propios del héroe y el genio, también es durante la niñez cuando comienza a forjarse el carácter y a incorporarse los valores morales y éticos propios del ciudadano. Es en el devenir ciudadano del niño cuando la revista intenta capturarlo, apropiándose de modo más sistemático y orgánico de los proyectos civilizatorios y nacionalizadores que el Estado había diseñado desde el siglo XIX.

Para esa tarea, *Billiken* no está sola en el mercado. En 1921 comienza a publicarse, dirigida por Luis Ricur y Mario Flores, la revista *Colorín Colorado*, pero en su caso, de escaso éxito, el material estaba constituído fundamentalmente por cuentos acompañados de ilustraciones. Más en relación con ella y más competitiva respecto de *Billiken*, se halla la revista *Figuritas,* que comenzó a publicarse el 17 de setiembre de 1936.

En Figuritas, como su nombre lo indica, también aparecen ilustraciones recortables relativas a los temas que trata, que por otra parte, se encuentran directamente relacionados con el programa escolar. Su propuesta consistía en ofrecer a los maestros y los alumnos el desarrollo de un mismo tema, que va elevando su nivel de complejidad a medida que pasa de un curso a otro.

En uno de sus números el tema es el descubrimiento de América. El relato para los niños del primer grado inferior es sencillo y sin mayores conflictos, el viaje de Colón se presenta como un recorrido sin tropiezos con el lenguaje propio de un cuento infantil. En el destinado a primer grado aparecen los primeros problemas: anduvo mucho pidiendo dinero para que lo ayudasen y le costó formar la tripulación, que por otro lado comenzó a inquietarse al no ver tierra; sin embargo, el encuentro con los indios fue de mutuo respeto y regresó a España "con algunos indios que quisieron acompañarlo".

En la sección destinada al segundo grado, los cambios son más drásticos. El relato es decididamente histórico y en algunos casos se rompe el eje cronológico. Los conflictos con la tripulación y las dificultades para conseguir dinero son explicados más detalladamente, pero el corte más dramático se constata en el momento del contacto con los indios a quienes define del siguiente modo: "Los indios salvajes que mataron a Solís y a Magallanes eran los primitivos habitantes del país" .

Figuritas no sólo se colocaba en paralelo al sistema escolar, sino también reconocía, a su modo, las diferencias que existían entre los alumnos de los distintos cursos, adaptando a ellos su lenguaje, discurso y grado de complejidad, tanto en la historia en sí como en la estructura del relato. De este modo, junto a *Billiken*, revistas como *Figuritas* tendieron un puente entre el Estado y la sociedad. Contribuyeron a crear imágenes del pasado mucho más sólidas que las que provenían de otros espacios, y formaron parte, por ello, del

conjunto de dispositivos que, junto a la escuela, ese Estado puso en funcionamiento con el objetivo de integrar a la sociedad y formar ciudadanos aptos para el ejercicio de sus funciones cívicas, en el contexto de la década del '30, cuando esos derechos se hallaban limitados por el fraude.

Las revistas y el folletín

En 1914, la Editorial Haynes comienza a publicar una revista que tiene por título *Santos Vega*, en cuyo primer número parece haber colaborado el mismo Rafael Obligado[30]. Apesar de lo que su nombre parece sugerir el temario criollo no tenía un lugar central en la revista. Era en todo caso una publicación de interés general que incluía deportes, notas sociales y demás artículos del tipo de los que circulaban en otros medios de la editorial. Sin embargo el título y las ilustraciones de tapa, más algún poema o relato gauchesco, ponían de manifiesto que la editorial había localizado en la población urbana un segmento interesado en las temáticas propias del criollismo.

Por otro lado, su publicación coincidía con un momento de auge del nacionalismo, más popular y menos xenófobo que el de los años '20, y con las conferencias de Lugones sobre *El Payador* en las que consagraba la obra de Hernández.

Lehmann-Nietsche logró reunir 30 revistas criollistas en su colección. Algunas de ellas se prolongaron por más tiempo, como *El fogón*, editada en Montevideo, que tuvo una duración de 14 años. Otra es *La Pampa Argentina*, creada por Silverio Manco, quien también impulsó publicaciones dedicadas al cancionero popular como *El Alma que canta* y *La canción Moderna*. *La Pampa Argentina* se presenta desde su nota editorial como un baluarte de la tradición:

> "La Pampa Argentina fué y continuará siendo siempre, el árbol corpulento y hospitalario del gaucho trovador que a usanza del inmortal Santos Vega llegue a templar su guitarra para cantar las décimas más sentidas. Nuestros lectores juzgarán complacidos la promesa, para luego repetirnos la dulcecita frase del querido y laureado vate Carlos Guido y Spano: 'Nunca es triste el viaje cuando se oyen los arpegios de la guitarra criolla.'"[31]

Herederas de los folletines de Gutiérrez y de la literatura gauchesca de Rafael Obligado, surgían entre fines del siglo XIX y 1914, un tipo de publicaciones editadas en papel barato y con una impresión deficiente, pero con tapas y títulos llamativos. Una multitud de revistas criollistas que apelaban al lector de los sectores populares, particularmente inmigrantes, con deseos de encontrar en ellas un conjunto de valores, símbolos y costumbres tradicionales

de la sociedad a la que habían arribado.

En ese momento, junto a dichas publicaciones aparecieron los espacios que servirían para trabar los lazos de esa nueva identidad. Al menos 268 "centros criollos", se levantaron en Buenos Aires durante esos años, cuyos nombres, en su mayoría, hacían referencia a la "patria", la "tradición", el "gaucho" y "la pampa"[32].

Tanto los centros como las revistas y folletines, fueron un vehículo de integración y una forma de asimilación a pautas culturales que ya habían desaparecido, en una época en que la Argentina vivía un proceso de acelerada modernización y en el que comenzaban a surgir ideas nacionalistas, que acusaban a los inmigrantes de ser los únicos responsables del clima de conflictividad social dominante en la primera década del siglo XX. Su auge se prolongó hasta 1914, cuando la identificación con el gaucho cedería a favor de la identificación con ese otro símbolo de la nación que fue el compadrito, a través del tango.

Por su parte, otro sector del público que aspiraba no a la integración sino a la lectura que le permitiera olvidar sus problemas, pero también donde encontrar la imagen consoladora de una salvación posible por el camino del ascenso social y el éxito, fue consumidor de revistas cuya mayor atracción se encontraba en la publicación de novelas románticas. Lecturas, por otro lado, que podían ser vistas como una vía de acceso, bastante limitada por cierto, a la alta cultura.

A partir de 1915, con la aparición de *Ediciones Mínimas* dirigida por Ernesto Morales y Leopoldo Durán, surge un género de publicaciones periódicas cuyo centro estaba puesto en la presentación de una novela que se daba a conocer de manera integral, y no ya como los folletines cuyo desarrollo había que seguir a lo largo de varios números. Posteriormente surgieron otras que continuaron el estilo de la pionera, llegando a tirar alguna de ellas hasta 200.000 ejemplares, en su período de mayor auge que se extendió hasta mediados de la década del '20[33].

En el libro que Lafleur, Provenzano y Alonso le dedican a las revistas literarias, consignan la presencia de una gran cantidad de ediciones de estas características, cuyas fechas de publicación se concentran en el período que va de 1917 a 1922: *La novela semanal* (1917), *La novela para todos* (1918), *El cuento ilustrado* (1918), *La novela de hoy* (1918), *La novela cordobesa* (1919), *La novela elegante* (1919), *Novela nacional* (1920), *Novela de la juventud* (1920), *Selección* (1921), *La novela Universitaria* (1921), *La novela femenina* (1920), *La novela de Bolsillo* (1921), *La novela argentina* (1921), *América Literaria* (1921), *La novela porteña* (1922), *Teatro y literatura* (1923), *Mi novela* (1924), *La mejor novela* (1928), *Selección* (1933), *Letras platenses* (1934), *La novela popular* (1938), *Nuestra novela* (1941)[34].

Entre todas ellas se destacaron las que se preocuparon por ofre-

cer novelas de cierta calidad literaria, como en el caso de la ya mencionada *Ediciones Mínimas*, *Ediciones Selectas América* dirigida por Samuel Glusberg, *Selección* de Atilio García Mellid y *Nuestra Novela* de Alberto Unsúa, por la cual pasaron autores como Roberto J. Payró, Benito Lynch, Arturo Cancela, Alfredo Dávalos, Horacio Quiroga, Ricardo Güiraldes, Roberto Gache, Mateo Booz y Hector P. Blomberg entre otros.

Pero fuera de estas revistas que intentaron seducir con obras y autores que gozaban de cierto prestigio literario, el resto de las producciones portaba un material que apelaba a un público que buscaba, una y otra vez, ver reiterados los tópicos de las historias románticas en las que la mujer pobre estaba condenada a sufrir por el amor no correspondido, o imposible por las diferencias de clase que la separaban de su amado.

La otra alternativa que presentaba la historia era la de caer en la tentación impulsada por el deseo, para luego sufrir la condena de una sociedad que no perdonaba a las mujeres haber perdido el rumbo que las llevaba al matrimonio[35]. Expresaban una moral y un rol femenino que no diferían, sino que se complementaban, con los principios y valores que al mismo tiempo circulaban en revistas como *El Hogar* o *Para Ti*. La proliferación de estas novelas y el éxito que tenían fundamentalmente en los sectores de clase media, provocó la reacción de algunos sectores de la élite letrada, que no veían con buenos ojos el

éxito de estos romances de barrio veladamente erotizados, que por 10 centavos sus lectores de clase media podían adquirir en el kiosco de la zona o en las paradas de subterráneo o ferrocarril. En 1920, la *Revista de El Círculo* de Rosario denunciaba que:

> "El género se está explotando de una manera escandalosa para indigesto alimento de modistillas, escolares, adolescentes ávidos de escenas filmadas en papel de imprenta por 0,10. Pequeña literatura con un poder análogo al de las diastasas, que produce morbosas fermentaciones en los espíritus desprevenidos, vírgenes de cultura, intoxicando en sus fuentes el alma colectiva."[36]

Lo interesante de esta nota es que describe con notable prejuicio no sólo la calidad de la novela sino al público que la consume. El desprecio es dirigido a los dos polos de la relación. A los escritores, por ofrecer al público una novela de mal gusto y hasta inmoral, a los segundos por carecer de la educación suficiente como para elegir una lectura más propia de una sociedad culta. Este tipo de crítica no se diferencia demasiado de la que años antes la élite criolla podía acometer contra las obras de Hernández o los folletines de Eduardo Gutiérrez, y que provocaba no sólo el desconocimiento y rechazo de esos productos literarios, sino también al público que los consumía.

Este tipo de novelas evolucionaría con el tiempo hacia la foto-

novela. En los '40 aparecieron las cinenovelas, en las que se cruzaban los recursos narrativos del folletín y el lenguaje visual del cine, con el fin de difundir películas extranjeras que ya habían demostrado su éxito en las pantallas[37]. Recién en los años '50 y '60, cuando consiguieron su mayor éxito entre los lectores, se realizaron producciones con estudios especialmente equipados y el aporte de actores que provenían del circuito profesional.

Leoplán ofrece una oportunidad para concluir este apartado, ya que se diferencia de las revistas anteriores tanto por las características de los trabajos que da a conocer, como por las disposiciones que el público al que se dirigía debía poseer para poder apreciarlas. El sistema de esta revista halla su lugar en un punto intermedio y a la vez equidistante, entre el magazine de actualidad y las revistas que ofrecen una novela semanal.

Pertenece al género del magazine, por ofrecer información de interés general en notas dedicadas a temas vinculados con la arquitectura, la cinematografía, la política internacional, la historieta -se publicaba "Créamelo, amigo", de Fantacio; además de una sección típica de autoayuda hogareña titulada: "si tiene un tiempito...bástese a sí mismo"; moda, y ajedrez, entre otras. Sin embargo, en esta revista de Editorial Sopena, cuyo primer número salió el 7 de noviembre de 1934, la publicación de cuentos y novelas tenía un rol central[38].

Analizando uno de sus números, podemos ver que casi el 40 por

ciento del índice de la revista está cubierto por lecturas que en su mayoría correspondían a autores extranjeros. La mayoría son cuentos, con excepción de dos novelas: "La novia del hereje", de Vicente Fidel López y "El vizconde de Bragelone", de Alejandro Dumas. En los dos casos pertenecientes al universo del folletín. En lo que respecta a los cuentos su horizonte es un poco más variado. Desde "El Fardo" de Rubén Darío al "Régimen carcelario" de Máximo Gorki y un relato policial, "F...M...R..." de Pierre Boileau[39].

A diferencia de otras publicaciones que incorporaban relatos, *Leoplán* sometía las obras publicadas al sistema propio del magazine. La misma variedad, idéntica pretensión de satisfacer todos los gustos, todas las expectativas. Por otra parte, la escasa presencia de escritores nacionales, remite a la disposición, por parte de la revista, de ofrecer obras de autores consagrados a nivel internacional, aunque, salvo excepciones, no demasiado actualizados, ofreciendo a sus lectores una biblioteca selecta y prestigiosa si se la compara con las obras que durante años publicó con éxito *La Novela Semanal*. Fue funcional a un público que contaba con cierto saber adquirido, a partir del cual podía discriminar entre autores reconocidos y autores noveles.

El plan de lectura que ofrecía *Leoplán* describía a un público que, a lo largo de los años, había llegado a formarse un criterio respecto a las obras y autores cuya lectura le proporcionaba cierto prestigio, y que había incorporado hábitos de lectura que le permi-

tían apreciar una oferta variada tanto desde el punto de vista temático y de género como en cuanto a la estructura del relato. Un público que se había especializado y que, a mediados de los años '30, sabía perfectamente qué tipo de obras gozaban de la legitimidad suficiente como para merecer ser acreedoras de su lectura.

Humor gráfico entre *Caras y Caretas* y *Rico Tipo*

Aunque varias de las características que adquiriría el humor gráfico en la Argentina serían ya atestiguadas en las páginas de *Caras y Caretas* a lo largo de su prolongada trayectoria, es notorio el desplazamiento que se produce en la función que se le otorga al humor, no sólo en las revistas sino también en los diarios, desde comienzos del siglo XX.

Caras y Caretas fue en su primera etapa heredera de una concepción que le otorgaba al humor una funcionalidad esencialmente política. Las portadas de *Caras y Caretas*, como las que anteriormente había realizado Stein para *El Mosquito* (1863-1893), tenían la manifiesta intención de cuestionar el accionar de los funcionarios públicos y al propio gobierno, en un momento caracterizado por una aguda crisis del sistema político. Cao fue el encargado de continuar esa receta en la que el epígrafe puesto al pie de la caricatura cerraba, por

el constraste, un círculo en el que sólo manejando los códigos y las referencias históricas y políticas podían ser comprendidos y provocar gracia en un lector que ponía a disposición su complicidad[40].

Esta concepción del humor iría desapareciendo en función del desarrollo de dos procesos paralelos de gran influencia. Por un lado, como ya hemos dicho, el desplazamiento del gran público hacia posiciones más reformistas, esperanzado en las expectativas de ascenso social que le ofrecía una sociedad abierta como la argentina. Por el otro, este tipo de humor excesivamente regionalista, sería poco apto para publicaciones que buscaban insertarse en un mercado hispanoamericano que, especialmente a partir de mediados de los '30, se había convertido en receptor de las revistas argentinas.

Otro tipo de humor, también presente en la tradición humorística nacional, sería recuperado con mayor fuerza. Aquel que se inspiraba en las caricaturas sociales propias del costumbrismo y del circo criollo. Un humor basado esencialmente en la observación de personajes y situaciones de la vida cotidiana, cuyos rasgos se extremaban creando una figura o situación arquetípica en la que la risa surgía de la saturación de los detalles más grotescos del personaje. Operación utilizada con gran éxito en Cocoliche, que se convirtió en uno de los personajes más populares del circo criollo y la folletinería popular.

De ese modo, tanto *Caras y Caretas* como *P.B.T.* y *Fray Mocho*, atestiguan al propio tiempo un perceptible desplazamiento del lugar

protagónico que había tenido el humor utilizado con fines políticos, y el nacimiento del humor basado en la observación de la vida cotidiana. La historieta "Don Goyo Sarrasqueta y Obes" del español Manuel Redondo, es una de las que señalan el inicio de ese cambio. Relatado en tercera persona es, más que un tipo, un observador de la vida cotidiana.

Con este estilo, la historieta pasa a formar parte de cuanta revista o periódico apareciera, desde *El Hogar* que publica "Las Aventuras de Don Pancho Talero" (1922-1943) de Lanteri, hasta "La familia de Don Sofanor"(1925), publicada por Rechain en *La Novela Semanal*. Paradigmáticas de los años '20, ya que se posan en uno de los tópicos más transitados por este tipo de revistas. Ambas tematizan las pretensiones de ascenso social de cierto sector de la burguesía porteña. Las historietas, con su incapacidad estructural para intentar un lenguaje más indirecto, explicitan lo que en las notas y novelas publicadas en las revistas se hallaba sugerido.

El reino de las historietas más exitosas se posará, de allí en más, en el terreno de la simulación, donde nada es lo que aparenta. Línea humorística explotada magistralmente por Divito. Pero en el plano de las revistas de historieta, el referente más importante lo constituye la aparición de *El Tony* -el suplemento infantil de *Páginas de Columba*- que se independiza en 1928 de la revista que Ramón Columba, el antiguo colaborador de *Caras y Caretas*, había creado en

1922. A ella se sumarán , *Rataplán* (1930), *El Gorrión* (1932) y *Pif-Paf* (1937). Esta última marca, de acuerdo a la interpretación de Jorge Rivera, un cambio de la historieta en relación a la dominante línea británica adoptada por *El Tony*, al suprimir los epígrafes en favor de la utilización del globo. En la década del '30, se inicia en el país la producción sindicada imitando el modelo del King Features Syndicate que, por otra parte, fue uno de los más importantes suministradores de historietas norteamericanas para diarios y revistas[41].

En otra línea, *Intervalo* (1945), de Editorial Columba, se juega directamente por el recurso del folletín, publicando en el estilo propio de la historieta formas que habían sido exitosas 20 años antes en revistas como *La Novela Semanal*, incluso llegando a ilustrar algunos sucesos del radioteatro como "El León de Francia".

En los años '30 la revista más importante del género fue, sin duda, *Patoruzú*, de Dante Quinterno, aparecida en 1936. Colaboraron allí Luís A. Reilly, José L. Salinas, Félix D. Frascara, Luis de la Plaza, Raúl Roux, Eduardo Ferro, Oscar Blota, Mariano Juliá, Divito y Borocotó, entre otros[42]. Revista que extrema el distanciamiento respecto a cualquier tipo de remisión a una realidad social y política conflictiva. Contrasta, en este sentido, con la reaparición de la política en revistas como *Cascabel*, cuyo título es casi una cita a *El Mosquito*.

Cascabel, desde el primer número, se hace cargo explícitamente de esa relación, al señalar que va a tomar la línea de humor polí-

tico de su antecesora. Nacida el 19 de noviembre de 1940, con la dirección del publicista Jorge Piacentini, asume rápidamente una posición aliadófila y de crítica contra el gobierno de Castillo.

Entre la gran cantidad de revistas que aparecen en los años '40, dedicadas al humor y a la historieta, sin duda es *Rico Tipo* la que marca la oportunidad para un balance. Nacida en 1944, aparecieron allí algunos de los personajes más famosos del humor gráfico argentino: "El otro yo del doctor Merengue", "Fúlmine", "Fallutelli", "Bómbolo" y "Pochita Morfoni" dibujados por Divito; "Afanancio" de Mazzone; "Amarotto" de Oski; "Bólido" de Ferro; "Avivato" de Lino Palacio; el "Buenos Aires en Camiseta" de Calé; "Juan Mondiola" de Bavío Esquiú[43]. Más experimentales fueron los collages fotográficos de Landrú, en los que jugaba con la contradicción entre el texto y la foto, y las composiciones también fotográficas de Fusco. También un estilo renovador en el lenguaje tuvieron las colaboraciones de Fantasio, Cotta y Liotta.

La popularidad de algunos de esos personajes los llevó al cine en una época en la que se hallaba en pleno auge. Este es el caso de las "Chicas" que inspiraron *Soy un infeliz* (1946) de Boris Hardy y *Fúlmine,* que Bayón Herrera llevó a la pantalla en 1949, entre otros.

La revista creada por Divito, que como la mayoría de los colaboradores había pasado por el *Patoruzú* de Dante Quinterno, llegó a tener una tirada cercana a los 300.000 ejemplares[44]. Entre la observación y caricaturización de la realidad y la creación de modelos a imitar, como el nombre de la revista lo indicaba, se encargó de crear tipos, personajes de conductas más o menos previsibles, cuya gracia consistía en la sorpresa que el remate podía generar en el lector.

A pesar que los personajes "tipo" no eran los únicos que habitaban la revista, fueron junto a las "chicas" los que proporcionaron a *Rico Tipo* su fisonomía. Lo interesante de esos personajes es que en su mayoría se caracterizaban por tener dos caras, casi todos remataban la historieta con su verdadero yo, desde el Doctor Merengue, que lograba mantener una compostura que su alter-ego violentaba sistemáticamente, hasta la simpática gordita Pochita Morfoni, que por la comida se podía convertir en un personaje mostruoso; ellos dramatizaban los fantasmas, hipocresías y necedades de la burguesía porteña.

Los otros personajes que definieron la revista fueron las famosas "chicas" de Divito. Se habían publicado originalmente en *Patoruzú*, creando un modelo femenino en el que prevalecían las cinturas de avispa, caderas anchas y pechos prominentes. Eran portadoras de una moda que se encontraba siempre a la vanguardia de lo que usaban las mujeres argentinas.

En ellas importaba fundamentalmente la imagen, pasando el diálogo a un segundo plano que, de todos modos, aportaba a la belleza un tono de malicia que acentuaba el carácter altamente seductor del conjunto. Llegaron a tener su propia revista y aparecieron publicida-

des dedicadas a ofrecer modeladores para tener una cintura similar a la de las "chicas", cursos para aprender a dibujarlas y hasta una pequeña muñeca, que al precio de 29,90 se ofrecía en tono de cabello rubio o morocho en tiendas del estilo de Harrod's y Gath y Chaves.

Rico Tipo cierra, aunque de ningún modo clausura, toda una etapa del humor gráfico argentino. Es la publicación que lleva a más alto grado de realización esa línea costumbrista, satírica, creadora de arquetipos en base a la observación de personajes y situaciones de la vida cotidiana. Divito pudo sintetizar a través de sus personajes los miedos, frustraciones, expectativas y pequeñas miserias de la sociedad argentina de los años '40 y '50.

Notas

1 Romero, Luis Alberto y Gutiérrez, Leandro, op. cit., pág. 11.
2 Archetti, Eduardo, "Estilo y virtudes masculinas en *El Gráfico*: la creación del imaginario del fútbol argentino", en *Desarrollo Económico*, vol. 35, nº 139, oct.-dic. 1995, pág. 420.
3 Chantecler, en *El Gráfico*, nº 467 de 1928, citado por Archetti, en *op. cit.*, pág. 434. Archetti, analiza el modo en que, en sus análisis sobre el fútbol, los colaboradores de la revista desarrollan una teoría sobre lo nacional a partir de las que serían las características propias del jugador argentino en contraposición al fútbol inglés en esta época.
4 Mazziotti, Nora, "*Bambalinas*, el auge de una modalidad teatral-periodística", en Diego Armus (comp.), *op. cit.* , pág. 71.
5 Prieto, Adolfo, *op. cit.*, pág. 66.
6 Mazziotti, N., en *op. cit.*, págs. 74 y 75,
7 *Ibidem*, pág. 82.
8 Al respecto puede consultarse el artículo de Sagaseta, Julia Elena, "*Conducta*, la revista del *Teatro del Pueblo*: una mirada a la modernidad", en *Espacios de crítica y producción*, Publicación de la Facultad de Filosofía y Letras, UBA, nº 12, junio-julio de 1993, págs. 71 y sigs.
9 Ford, A. y Rivera J., en *op. cit.*, pág. 39.
10 *Ibidem*, págs. 40 y 41.
11 Dosio, Patricia y Corsani, Patricia, "Revista *Radio Cultura*. La cultura de la radio en los años veinte en Buenos Aires", en *Historia de Revistas Argentinas*, T. II, cit., pág. 143.
12 Rivera, "El escritor y la industria cultural, en *op. cit.*, pág. 586.; También de Rivera, "Los avatares de una vieja pasión nacional: radio y teleteatro" y "¿Existió realmente el "escritor" de radioteatro", ambos en Ford, Rivera y Romano, *op. cit.*, 46 a 52 y 53 a 64 respectivamente. Con respecto a la presencia del rosismo en medios vinculados a la cultura popular, ver: Donato, Ada: "El rosismo como tema de impacto popular", en Prieto, Adolfo (Dir.), *Proyección del rosismo en la literatura argentina*, Seminario del Instituto de Letras de la Universidad Nacional del Litoral, Rosario, 1959.
13 Boyadgian, Carlos y Martínez, Jorge E., "*Sintonía*. Revista pionera en el periodismo de espectáculos", en *Historia de Revistas Argentinas*, T. I, AAER, Bs. As., 1995, págs. 156 a 169.
14 Sirvén, Pablo, *Perón y los medios de comunicación (1943-1955)*, CEAL, Bs. As., 1984, pág 41.
15 Esa adhesión le habría aparejado a *Sintonía* algunos beneficios, ya que logró seguir saliendo sin graves perjuicios durante la crisis del papel que afectó a la industria en la Segunda Guerra Mundial y, en la misma coyuntura, sacó la revista *Ondanía* (1944). Boyadgian, C. y Martínez, E., en *op. cit.*, pág. 168.
16 Sarlo, Beatriz, *La invención técnica. Sueños modernos de la cultura argentina*, cit., pág. 72.
17 Beatriz Sarlo, describe con precisión las ilusiones que en el público de las revistas técnicas despierta su lectura: "En la modernidad, el presente exhibe su fuerza y no su debilidad provisional, ya que en él están contenidas las promesas del futuro. Capturados por el torbellino de estas promesas, los inventores aficionados creen adivinar en el ensueño técnico que los obsesiona el llamado de la gloria, el giro favorable de la fortuna o un reconocido servicio a la humanidad", en *La invención técnica*, cit., pág. 87.
18 Ciafardo, Eduardo, *op. cit.*, pág. 8.
19 *El Boletín. Publicación de la Asociación protectora de niños desvalidos*, "Protección a la infancia", año XXVI, nº 346, 1-1-1914, pág. 1. Citado por Ciafardo, op. cit., pág.23.
20 Carli, Sandra, "Infancia y Sociedad: La mediación de las asociaciones, centros y sociedades populares de educación", en Puiggrós, A., *op. cit.*, pág. 15 y 16.
21 Algunas revistas como *Viva Cien Años*, se ocuparon especialmente de recoger los síntomas de estas transformaciones y sugerir consejos vinculados a la vida familiar en relación al rol de sus miembros y a la utilización del tiempo libre. Ver al respecto: Vezzetti, Hugo, "*Viva Cien Años*: algunas consideraciones sobre familia y matrimonio en la Argentina", en *Punto de Vista*, nº 27, año IX, agosto de 1986.
22 "Los jueves en Recoleta", en *Caras y Caretas*, año IV, nº 144, 6 de julio de 1901.
23 Carli, Sandra, en *op. cit.*, pág. 23 y 24.

24 Ulanovski, Carlos, *Paren las rotativas*, Espasa, Bs. As., 1996, pág. 34.
25 Carou R. y Louton, E., *Digesto de Instrucción Primaria*, Bs. As., 1920.
26 Ver al respecto el estudio dedicado a las biografías de *Billiken* por Varela, Mirta, *Los hombres ilustres del Billiken. Héroes en los medios y en la escuela*, Colihue, Bs. As., 1994, págs. 43 y sigs.
27 Sarlo, Beatriz y Altamirano, Carlos, "Una vida ejemplar: la estrategia de *Recuerdos de provincia*", en *Ensayos Argentinos*, op. cit. págs. 13 a 67.
28 Sarmiento, Domingo, *Recuerdos de provincia*, Tor, Bs. As., s/f, pág. 203.
29 Citado por Varela, Mirta, en *op. cit.*, pág 59. En su estudio sobre las biografías de *Billiken* la autora logra establecer los diversos valores que se atribuyen a cada personaje de acuerdo a su profesión de soldado, inventor, artista, etc.
30 Prieto, Adolfo, *op. cit.*, pág. 132.
31 *La Pampa Argentina*, nº 1 de la segunda serie, del 17 de julio de 1910, citado por Prieto en *op. cit.*, pág. 139.
32 *Ibidem*, pág. 130
33 Sarlo, Beatriz, *El imperio de los sentimientos*, cit., pág. 19.
34 Lafleur, Provenzano y Alonso, *op. cit.*, pág. 68.
35 Ver al respecto, Sarlo, Beatriz, *El imperio de los sentimientos*, op. cit., págs. 107 y sigs.
36 Citado por Lafleur, Provenzano y Alonso, *op. cit.*, pág. 68.
37 Flores, Roberto, *Fotonovela Argentina*, AAER, Bs. As., 1995, pág. 9 y sigs.
38 Para un análisis más detallado de *Leoplán*, ver: Rocco-Cuzzi, Renata, *Leoplán, Contrapunto de la biblioteca al Kiosco*, Hipótesis y Discusiones/12, Facultad de Filosofía y Letras, UBA, Bs. As., 1996.
39 *Leoplán*, nº 52, año IV, 6 de enero de 1937.
40 Romano, Eduardo, "Breve examen de la historieta", en Ford, Rivera y Romano, *op. cit.* pág. 89.
41 Rivera, Jorge, "Historia del humor gráfico argentino", en *Ibidem*, págs. 112 y 113. Respecto a la historia de la historieta pueden consultarse también: Trillo, Carlos y Saccomano, Guillermo, *Historia de la historieta argentina*, Ed. Record, Bs. As., 1980; y Vázquez Lucio, Carlos, *Historia del Humor Gráfico y escrito en Argentina*, T. 1 y 2, Eudeba, Bs. As., 1987.
42 Con respecto a Patoruzú puede consultarse el estudio que le ha dedicado Váquez Lucio, Oscar, *Los 60 años de Patoruzú*, Oficio Gráfico, Bs. As., 1988; y también, Roitberg, Gastón, "Patoruzú", en *Historia de Revistas Argentinas*, T. II, cit., págs. 87 a 112.
43 Ver Romano, Eduardo, "Inserción de 'Juan Mondiola' en la época inicial de Rico Tipo", en Ford, Rivera y Romano, *op. cit.*, págs. 197 a 217.
44 de Santis, Pablo, *Rico Tipo y las chicas de Divito,* Espasa, Bs. As., 1993, pág. 13.

A modo de conclusión

Desde comienzos del siglo XX se produjeron en la Argentina un conjunto de transformaciones sociales, políticas y económicas que propiciaron el surgimiento de revistas, destinadas a cautivar a un público ávido de información y de un tipo de lectura que contribuyera, al mismo tiempo, a cubrir las necesidades propias de sus momentos de ocio y que sirviera de canal para satisfacer sus perspectivas de ascenso social.

La expansión que conoció este tipo de publicaciones halló, en el crecimiento de los niveles de alfabetización una de las condiciones que lo hizo posible. Sin embargo, no era suficiente haber adquirido aptitudes de lectura para que esos nuevos lectores constituyesen un público apto para el consumo de revistas. Otras condiciones fueron necesarias: el abaratamiento de los costos favorecido por la incorporación de mejoras técnicas que permitieron aumentar las tiradas, el crecimiento de los niveles de consumo, y la mayor diversidad de ofertas dirigidas a un público que paulatinamente iría precisando con mayor especificidad sus intereses, gustos y expectativas.

Hacia fines de la década del '10, mientras la sociedad se adaptaba a los cambios propios de la vida moderna que afectaban tanto a cuestiones relativas a la organización familiar, como a la percepción que los sectores populares tenían de las transformaciones ne-

cesarias para mejorar sus condiciones sociales de existencia, surgieron publicaciones dirigidas a segmentos cada vez más específicos de consumidores. El reconocimiento por parte de algunas empresas editoriales, como Haynes y Vigil, de la fragmentación del público lector, auspició la aparición de revistas orientadas a lectores a quienes percibían diferenciados por sexos, edades, profesiones, habilidades, gustos y expectativas culturales.

En este proceso, las revistas adquirirán características formales y discursivas que comenzarían a distanciarlas de aquel estilo híbrido -entre el libro y el periódico- que había caracterizado a experiencias similares del siglo XIX. Por el contrario, generarán canales de circulación, experiencias gráficas, lenguajes y discursos, que en muchos casos fueron apropiados luego por otros medios como el cine, la radio y la prensa.

Constituyeron, de hecho, una zona de cruce mucho más compleja que aquella que remite al libro y al periódico. Conformaron un espacio de articulación entre alta cultura y cultura popular, tanto en cuanto a la procedencia de sus colaboradores, como en cuanto a los temas que se propusieron difundir y el tipo de literatura que pusieron a disposición de sus lectores.

Paralelamente, las revistas fueron uno de los vehículos a través de los cuales el escritor estrechó su relación con el mercado, e inició su proceso de profesionalización. No sólo como resultado de la retribución económica que algunas publicaciones aseguraron a los autores por su colaboración, sino también porque fueron -particularmente en el caso de las revistas literarias- el emergente o la continuidad natural de espacios de sociabilidad autonomizados del poder político y de los espacios académicos, que definieron sus propias reglas, prácticas, códigos y mecanismos de legitimación y consagración.

Efímeras algunas, más perdurables otras, las revistas asumieron a lo largo de estos cincuenta años una fisonomía que posteriormente sería reproducida, con matices, por las publicaciones que les sucedieron. Pero no es ésta la única razón que las hace merecedoras de contar con su propia historia. Fueron también testimonio de transformaciones profundas y, a la vez, síntoma y emergente de una sociedad que a tientas, buscaba orientar su destino.

Asociación Argentina de Editores de Revistas

Comisión de Asuntos Institucionales

Osvaldo Daniel Ripoll
Miguel Angel Diez
Marcelo Burman
Lidia Mercado
Enrique Pichon Riviere

Las revistas han constituído y constituyen, desde que la ARGENTINA asoma como entidad libre e independiente en el concierto mundial, un sólido aporte a la identidad nacional. Entre lā literatura y el periodismo han brindado siempre -y muy a menudo con un lúcido análisis crítico- el panorama político, social, económico y cultural del país. Entrevistas, notas, artículos, cuentos, poemas, reportajes, relatos de viaje y otros escritos diversos, enriquecidos con ilustraciones, viñetas y fotografías, han ido dando la pauta de aconteceres relativos tanto a asuntos de gobierno -nacionales e internacionales- como a temas comerciales, industriales, artísticos, policiales, etc. En fin: todo lo que hace a lo cotidiano bajo los múltiples enfoques de la vida.

La mujer, los niños, la salud, el humor, el agro, los automóviles, el turismo, la jardinería, el ocio.....Citamos algunos temas al azar para no entrar en la larguísima enumeración de asuntos que han dado origen a revistas especializadas o a secciones también especializadas dentro de revistas de interés general.

Si se considera que el tratamiento periodístico y publicitario de lo antedicho ha dado lugar a una intensa actividad económica con lógicas implicancias en el campo social, se comprenderá que el mundo de las revistas necesitaba y merecía, por su propio peso y por su dinamismo, unificarse en un organismo sólido y armoniosamente

representativo de todas ellas. Hace ya medio siglo, en 1948, un grupo de editores de revistas advirtió, además de lo antedicho, que se avecinaban cada vez con mayor rapidez enormes cambios en la industria; cambios que alterarían velozmente su actividad. Para no ser superados por dichas alteraciones, que ya empezaban a afectar a los grandes mercados mundiales, estos editores visionarios decidieron unirse y abordar en forma común los problemas que se fueran presentando. Así nació la ASOCIACIÓN ARGENTINA DE EDITORES DE REVISTAS.

Se ha asegurado desde la COMISIÓN DE ASUNTOS INSTITUCIONALES que hoy "nuestros fundadores pueden sentirse orgullosos de la institución porque la Asociación no sólo enfrenta el fin de siglo en pie, sino también fortalecida por el prestigio y reconocimiento de los que goza, y fiel a sus objetivos originales de defender los intereses del sector, la libertad de prensa y el derecho a la información".

"El camino que iniciaron nuestros predecesores y que entre todos recorrimos para concretar nuestros ideales fue largo y difícil. En el umbral del nuevo siglo, la ASOCIACIÓN ARGENTINA DE EDITORES DE REVISTAS puede sentirse satisfecha de sus logros y de haber acompañado el desarrollo de sus asociadas en una época de transformaciones". "En estos tiempos la revista -tal como lo vislumbraron nuestros fundadores- no es ya aquel simple medio impreso que conocimos. Es, en cambio, un medio claramente definido y cuyos rasgos comunes -la selectividad de públicos, la especialización, permanencia y posibilidad de un análisis detenido-, han sido potenciados por una siempre creciente apoyatura tecnológica e informática que ha ido suplantando poco a poco los sistemas tradicionales y que, en poco tiempo más, producirá cambios revolucionarios".

"Si bien todo cambio genera un alto costo en resistencia, las posibilidades digitalizadas se multiplican día a día, listas para ponerse al servicio de la creatividad de cada editor, de cuya energía e imaginación dependerá su pleno aprovechamiento para poder entregar a los lectores cada vez más y mejores productos".

Así pues, en los umbrales del tercer milenio, la ASOCIACIÓN ARGENTINA DE EDITORES DE REVISTAS se apresta a sostener sus principios originales, y a asumir el nuevo dinamismo de la época.

EL CONCURSO DE MONOGRAFÍAS SOBRE REVISTAS ARGENTINAS:

Desde 1993, la ASOCIACIÓN ARGENTINA DE EDITORES DE REVISTAS convoca, cada dos años, a un certamen de monografías sobre un tema específico: documentar la historia de las revistas que han dejado una impronta definida en la actividad nacional, entendida ésta en su acepción más amplia y generosa.

Las motivaciones de esta convocatoria son muchas y muy sólidas. Las revistas son producto del periodismo y hoy el periodismo refleja no sólo todas las actividades sociales sino también las tensiones, las crisis y las expectativas de la comunidad. Las revistas del pasado cumplieron ese rol, las del presente lo cumplen y, mediante una actualización constante, las del futuro lo cumplirán. Pero es necesario rescatar y difundir el pasado -mediato e inmediato, lejano o cercano- si pretendemos sostener el presente y proyectarnos al futuro.

Por eso la convocatoria, ciertamente no excluye a ningún tipo de revista. Todos los géneros cubiertos son susceptibles de ser analizados e historiados, como lo son también la vida y la obra de sus creadores y colaboradores. Por lo tanto los autores participantes pueden elegir como tema de sus monografías revistas de actualidad, femeninas, deportivas, humorísticas, didácticas, e ilustradas, técnicas, culturales o científicas, pues en cada uno de estos sectores se podrán hallar publicaciones de significativa trascendencia.

El certamen tiende, además, a llenar aunque sea parcialmente un vacío en la historia del periodismo argentino desde hace medio siglo, que a diferencia del de casi todos los países de Occidente no registra aportes bibliográficos en la materia. *Los trabajos premiados son luego publicados en volúmenes.* Se detallan más adelante los que circulan hasta la fecha.

Las bases del concurso están a disposición de los interesados en la sede de la Institución.

Títulos publicados de las convocatorias de monografía realizadas hasta la fecha:

HISTORIA DE REVISTAS ARGENTINAS:
TOMO I. (350 PÁGINAS). PRIMERA PLANA, RICO TIPO, CRISIS, LA MODA y otras revistas argentinas fundamentales, en un libro que reúne las monografías presentadas en el Primer Concurso de investigación de publicaciones periódicas en el país, organizado por la AAER.

HISTORIA DE REVISTAS ARGENTINAS:
TOMO II. (382 PÁGINAS). CARAS Y CARETAS, HORA CERO, LA NOTA, PATORUZÚ y otras revistas argentinas fundamentales, en un libro que reúne las monografías presentadas en el Segundo Concurso de investigación sobre publicaciones periódicas en el país, organizado por la AAER.

Otros títulos publicados por la Asociación Argentina de Editores de Revistas:

REVISTAS ARGENTINAS DEL SIGLO XIX, por Diana Cavalaro. La historia de las revistas argentinas es, en más de un aspecto, la historia del desarrollo social argentino, ya que "el periodismo habla de la sociedad que lo produce", como explica la autora de esta investigación.

FOTONOVELA ARGENTINA, por Roberto D. Flores.
Las intimidades del género y los pormenores de las revistas que supieron cautivar audiencias con su romanticismo, y que generaron importantes desarrollos en el campo de la producción, la fotografía y el diseño gráfico.

LOS INTEGRANTES DEL JURADO:

Los integrantes del Jurado que decide acerca de los trabajos presentados al CONCURSO DE MONOGRAFÍAS DE REVISTAS ARGENTINAS, son personalidades destacadas en el ámbito cultural del país. Sus respectivas trayectorias en el periodismo y en la literatura hablan a las claras de su idoneidad. Hasta la fecha han integrado dicho Jurado las siguientes personalidades:

VICTORIA PUEYRREDÓN: Escritora, periodista y editora argentina. Nació en Buenos Aires. Profesora de Literatura, traductora del francés al castellano, colaboradora de diversos diarios y revistas del país y del extranjero. Ha publicado varios libros de cuentos y poemas. Uno de ellos, "El Húsar desdichado", tiene prólogo de Pablo Neruda. Es socia de distintas instituciones literarias y culturales (SADE, PEN Club, etc.). Figura en antologías, ha participado en congresos literarios dentro y fuera de la Argentina. Es fundadora y actual directora de la revista LETRAS DE BUENOS AIRES, por la cual ha recibido el Primer Premio del Fondo Nacional de las Artes, el premio Publicación Literaria otorgado por la Asociación de Escritores Argentinos. Posee además otras importantes distinciones. Ha sido y es jurado en concursos literarios y periodísticos y es una de las principales difusoras de la cultura nacional.

RAÚL HÉCTOR CASTAGNINO: Es uno de los intelectuales argentinos más reputados nacional e internacionalmente. Presidente de la ACADEMIA ARGENTINA DE LETRAS, se ha destacado tanto por sus publicaciones como por su larga carrera docente en instituciones argentinas y extranjeras. Entre los muchos galardones que han jalonado justamente su trayectoria, figuran el Premio Nacional de Crítica por su libro "Teoría del Teatro", el Premio Ricardo Rojas de la Municipalidad de Buenos Aires en la categoría ensayo, la "Faja de Honor" de la Sociedad Argentina de Escritores y la "Pluma de Plata" del PEN Club, el Premio Esteban Echeverría otorgado por Gente de Letras y el PREMIO CONSAGRACIÓN NACIONAL en LETRAS de la Secretaría de Cultura de la Nación. Su amplísima bibliografía cubre temas esenciales como la educación, el idioma nacional, el teatro, la poesía, la literatura, el libro y el estudio de distintos autores trascendentes. También es autor de obras teatrales representadas. Ha desempeñado cargos relevantes en instituciones educativas y culturales del país y del extranjero; formó y forma parte de importantes jurados.

FÉLIX LUNA: Nacido en Buenos Aires aunque de origen familiar riojano, es uno de los intelectuales argentinos cuya obra sobre temas de la historia nacional tiene mayor difusión y penetración. Es autor de libros de historia ("Irigoyen", "Los Caudillos", "Perón y

su tiempo", y otros; de ensayo histórico "Diálogos con Frondizi", "Argentina de Perón a Lanusse", "Breve historia de los argentinos", "Sarmiento y sus fantasmas" y otros); y de ficción ("La última montonera" y "La noche de la Alianza"). Es fundador y director de la revista "TODO ES HISTORIA", editorialista en el diario "Clarín" y colaborador de distintas publicaciones argentinas y extranjeras. En colaboración con Ariel Ramírez, creó la "Misa Criolla", "Los Caudillos", "Mujeres Argentinas" y "Cantata Sudamericana". Ha actuado en diversos medios periodísticos. Se ha desempeñado y se desempeña como profesor de historia argentina en importantes universidades. Entre las numerosas distinciones recibidas se cuentan el Primer Premio de la Dirección de Cultura de la Nación al mejor cuento costumbrista; el premio del Instituto de la Opinión Pública por "El 45", el Premio Konex de Historia y Folclore. El premio CONSAGRACIÓN NACIONAL (1990) de la Secretaría de Cultura de la Nación, etc. Es Comendador de la Orden del Mérito de Francia y ha sido destacado con la Orden del Sol del Perú y con la Orden de la Embajada del Brasil. Es miembro de número de la Academia Nacional de la Historia y de la Academia Nacional de Ciencias Morales y Políticas.

EDUARDO GUDIÑO KIEFFER: Nació en Esperanza, provincia de Santa FE, Argentina. Escritor, abogado y periodista, es autor de

una numerosa obra narrativa en los géneros de cuento, novela, ensayo y teatro. Esta obra ha sido traducida a diversos idiomas, algunos de sus títulos fueron llevados al cine y a la escena teatral. Es traductor del francés al castellano. Ha dado conferencias y participado en distintos congresos culturales en el país y el extranjero. Entre las distinciones recibidas por su trayectoria literaria se cuentan la Faja de Honor de la Sociedad Argentina de Escritores, la Pluma de Plata del PEN Club, premio novela del Instituto Argentino Griego de Cultura, premio novela del Club de los 13 -Sigfrido Radaelli-, premio Municipal de novela de la Ciudad de Buenos Aires, etc. Fue becario del gobierno francés e invitado por los EE.UU de Norteamerica, Alemania e Israel. Colabora periodísticamente con distintos medios argentinos y extranjeros. Ha sido y es miembro de importantes jurados literarios y periodísticos.

Todas estas personas residen actualmente
en la ciudad de Buenos Aires.-