

XII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia, Facultad de Humanidades y Centro Regional Universitario Bariloche. Universidad Nacional del Comahue, San Carlos de Bariloche, 2009.

Lecturas e imágenes: entre la fascinación y la censura. Consumo literario y visual en las revistas bahienses de principios del siglo XX.

Agesta, María N.

Cita:

Agesta, María N. (2009). *Lecturas e imágenes: entre la fascinación y la censura. Consumo literario y visual en las revistas bahienses de principios del siglo XX. XII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia, Facultad de Humanidades y Centro Regional Universitario Bariloche. Universidad Nacional del Comahue, San Carlos de Bariloche.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-008/1359>

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

Lecturas e imágenes: entre la fascinación y la censura
Consumo literario y visual en las revistas bahienses de principios del siglo XX

María de las Nieves Agesta

Bahía Blanca. Primera década del siglo XX. Desde los últimos quince años de la centuria anterior la ciudad había crecido a pasos agigantados, protagonizando lo que Benigno Lugones denominó su “segunda fundación”¹. La llegada del ferrocarril en 1884 y la construcción del puerto en 1885 supusieron un proceso de modernización acelerado en el orden económico pero también en el político, social y cultural. El extraordinario crecimiento demográfico² junto con el notable desarrollo económico que se produjo como consecuencia de la inserción en el modelo agroexportador, transformaron el espacio urbano tanto como las prácticas de los habitantes de Bahía Blanca. La ciudad moderna, así modificada en su aspecto material y en su vida cotidiana, era también continuamente reformulada y reconfigurada a partir de los textos y las imágenes que comenzaron a circular con profusión gracias a la enorme expansión de la prensa diaria y periódica.³ La aparición de las revistas literarias primero y de las ilustradas hacia 1910, multiplicó y diversificó el material discursivo y visual generando la euforia y la fascinación tanto como la angustia y el temor de quienes se hallaban inmersos en estos cambios.

*

En el presente trabajo intentaré realizar una primera aproximación – sucinta y problemática – al proceso de conformación de una cultura visual bahiense a principios del siglo XX a partir de las revistas ilustradas que, desde las manos de los canillitas y los mostradores de los kioscos, seducían e interpelaban a los lectores. Por supuesto, no eran sólo las fotografías e ilustraciones de estas revistas las imágenes que facilitaba la ciudad moderna

¹ Véase Diana I. Ribas, *Del fuerte a la ciudad moderna. Imagen y autoimagen de Bahía Blanca* (tesis doctoral), Bahía Blanca, 2008, mimeo

² De acuerdo a la estadística realizada por la *Revista Comercial de Bahía Blanca* de Ricardo Ducós con motivo del Centenario (Bahía Blanca, año IX, n° 393, 21 de mayo de 1910, p. 20), la población del partido había aumentado en un 4600% entre 1869 y 1909 (fecha en que se recabaron los datos):

Población del Partido					
1869	1472	habitantes	1900	23194	habitantes
1881	3201	“	1901	24957	“
1888	5000	“	1906	37555	“
1890	12986	“	1908	61825	“
1895	14228	“	1909	69000	“

³ Tal como señala Eric Hobsbawm, este desarrollo periodístico en Europa significó también una transformación para los escritores y artistas que encontraron en este medio la posibilidad de acceder a una condición profesional y solventar, así, su obra creadora. Eric Hobsbawm, *La era del imperio, 1875-1914*, Buenos Aires, Crítica, 1998, pp. 232 y 233.

a los transeúntes. La profusión de publicidades gráficas en los muros de los edificios urbanos, la iluminación de las calles y tiendas, los cristales en ventanas y vidrieras y, por supuesto, las pantallas cinematográficas situadas en los más importantes espacios de sociabilidad, sorprendían y admiraban a los bahienses tal como sucedía cuando recorrían las páginas ilustradas de las publicaciones y encontraban en ellas la variedad de imágenes y colores que las nuevas tecnologías de impresión hacían posible. Las revistas se integraban, así, al mundo de las mercancías como objetos manipulables y coleccionables cuyo bajo precio y atractiva materialidad las tornaban deseables y accesibles para el público urbano. Ávidos de estas nuevas lecturas, los bahienses desplegaron diversas estrategias – “lectura de ojito” – que desafiaban los mecanismos del mercado y contribuían a la difusión del material alterando, a su vez, las prácticas de consumo de la población alfabetizada.

Sin embargo, y frente a la fascinación que ejercían sobre los lectores, las revistas con su heterogeneidad visual suscitaban las reservas y, a veces, la franca hostilidad de los grupos dirigentes que habían asumido la custodia de la moralidad y el orden público. El temor ante la sexualidad expresa o sugerida de algunos dibujos y fotografías considerados “pornográficos” así como las murmuraciones sobre jovencitas de la ciudad que solían aparecer en las columnas chismosas de ciertas publicaciones, generaron la rápida reacción de las autoridades municipales y la prensa conservadora, atemorizadas ante los posibles efectos disolventes de estos productos sobre la joven sociedad sureña. Como afirma Peter Gay, “las formas de contención y de control eran inestables, bajo el repetido ataque de la novedad y las pasiones, por una parte, y del ansia de reprimir deseos inadmisibles, ilícitos, por la otra”.⁴ Así, cuando los mecanismos de represión de las pulsiones no eran desplegados por los mismos individuos, al parecer obnubilados por los encantos de lo nuevo, era el Estado el que ejercía la censura en nombre de la virtud, la familia y la civilización.

La configuración de un campo periodístico bahiense

Desde finales del siglo XIX coexistieron en Bahía Blanca diversos medios de prensa que abarcaron desde la revista exclusivamente literaria dedicada a una minoría de intelectuales hasta los más modernos ejemplares plenos de imágenes y dirigidos a un público variado de intereses heterogéneos. Sin embargo, resultaba entonces un tanto aventurado sostener en esta época la existencia de un campo periodístico definido en tanto eran las circunstancias políticas la que condicionaban aún en gran medida el acontecer de la prensa local. A pesar de ello, es

⁴ Peter Gay, *La experiencia burguesa. De Victoria a Freud. I. La educación de los sentidos*, México-Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, t. 1, 1992, p. 59.

posible afirmar que los últimos dos años de la década de 1890 constituyeron una instancia decisiva en este proceso de configuración dado que, mientras la introducción de nuevos recursos técnicos y estéticos alteró la materialidad de los periódicos haciéndolos más atractivos para sus lectores, la moderación del lenguaje y la apelación a la independencia periodística supusieron la delimitación de un territorio específico gobernado por su propia lógica interna.

Hacia el Centenario encontramos ya un campo ciertamente más definido y estable. Las transformaciones en las prácticas y el consumo lectores, la conformación de las primeras empresas periodísticas y la paulatina profesionalización del trabajo periodístico coincidieron con el surgimiento de nuevos formatos que diversificaron las posibilidades y modalidades de intervención de los escritores y de otros trabajadores de la cultura contribuyeron, así, a la definición de un espacio específico de tensiones y consensos. Y, en efecto, el campo, tal como lo entiende Pierre Bourdieu, no será sino el resultado de estas luchas a partir de las cuales se instauraron criterios hegemónicos de funcionamiento y de legitimación que permitieron el surgimiento de instituciones y operadores específicos. Para ejemplificar la pluralidad de la prensa de entonces, bástenos con citar la breve enumeración que efectuó el *Bahía Blanca* en 1910:⁵ los diarios *Bahía Blanca*, *La Nueva Provincia*, *La Capital* y *El Censor*, así como las publicaciones periódicas *Revista comercial*, *Hoja del Pueblo*, *El Mensajero*, *Proyecciones*, *La Campana*, *El Amigo de los Niños*, *España moderna*, *Puerto comercial*, *El Independiente* y *L'Eco d'Italia*.

Esta profusión de discursos no puede sino resultarnos sumamente llamativa y estimulante a quienes conocemos la realidad periodística de nuestra ciudad en las últimas décadas. Más aún cuando advertimos que tal multiplicidad de títulos se correspondía también con una consecuente diversidad de contenidos y formatos. De hecho, en la lista del *Bahía Blanca* convivían las más modernas revistas ilustradas con los diarios y periódicos tradicionales donde lo textual mantenía una hegemonía absoluta por sobre el componente visual. Este territorio heterogéneo que configuraba la prensa de aquel momento, supuso la conformación de un público plural cuyas relaciones con estos dispositivos varió radicalmente a la par que se transformaban las técnicas de (re)producción periodísticas, la materialidad de los textos y las prácticas de uso y apropiación de los mismos.

Acompañando a la definición de este campo relativamente estable donde los agentes se posicionaban en función de las luchas simbólicas dentro y fuera del ámbito periodístico, a

⁵ “¡Oremus!, *Bahía Blanca*, Bahía Blanca, año IV, n° 1063, 11/07/1909, p. 4 y 5.

principios del siglo XX apareció también una de las primeras instituciones específicas: el *Círculo de la Prensa de Bahía Blanca*. Fundado en 1904, este organismo núcleo a los más reconocidos periodistas locales de la época: Enrique Julio, Antonio Infante, Eduardo Bambill y Francisco Cordero y Urquiza. Al igual que sucedía en Buenos Aires en torno a los grandes diarios,⁶ la labor del periodista comenzaba a profesionalizarse y, por ende, a organizar nuevos espacios corporativos y de legitimación social. La producción informativa fue adquiriendo un carácter industrial donde los diferentes engranajes del sistema editorial cumplían funciones cada vez más especializadas a cambio de un salario. Ya en 1910, cuando este proceso estaba aún en gestación, Fernando García Monteavaro, director de la revista *Proyecciones*, podía afirmar que “yo he sido el inventor de los *artículos sin fondo*, y que con ellos me gano la vida, y si no la vida, por lo menos me la gano.”⁷ La tarea periodística comenzó a percibirse como un trabajo que requería de condiciones laborales dignas y de una remuneración adecuada. “¡Oremus!”, artículo que apareció en el diario *Bahía Blanca* firmado por “El Capitán Espingarda”, advertía estas nuevas dificultades que acometían a los cada vez más numerosos escritores profesionales a la vez que reclamaba el reconocimiento social que correspondía al esfuerzo intelectual.

“No hay ya poste sin cartelón impreso
Ni prensa ociosa ni punzón inerte;
Así se venden páginas al peso
Pagando medio peso por arroba
Para envolver los dátiles y el queso.”

Esto dijo el poeta en un momento de buen humor, ó quizá también en un instante de disgusto. Para los que escribimos, nada de agradable tiene eso, en verdad, cuando consideramos que después de tanto esprimir el cerebro, han de ir nuestras elucubraciones á envolver los dátiles ó el queso, sobre el mostrador de un “boliche” comercial, cuando no á otros sitios menos respetables.

La resignación es cualidad inherente al periodista. Por eso la afirmación del poeta no le preocupará mayormente.

En todo caso, reconocerá que es uno de los tantos “gajes del oficio”.

¡Gajes del oficio!

Esta frase, para los que vivimos envueltos en diarios, revistas, cuartillas, tinta, goma y tijera, tiene una significación casi sublime. Solo nosotros sabemos cómo y dónde están los “gajes del oficio.”

Los periodistas somos como los bueyes: laboriosos y sufridos. Solo que nuestra coyunda es aún más pesada que la que soporta el cuadrúpedo. Más que éste, sentimos la “picana” y muchas veces sin “mosquear”.

Este es nuestro destino. Amén.⁸

La indignación del “Capitán” ante la falta que respeto que implicaba la utilización del papel impreso en los establecimientos comerciales suponía una jerarquización de la actividad intelectual y su producción. Sin embargo, a la vez que equiparaba la escritura periodística al

⁶ Jorge B. Rivera, *El escritor y la industria cultural*, Buenos Aires, Atuel, 1998.

⁷ Samuel Méndez, “Artículo sin fondo”, *Proyecciones*, Bahía Blanca, año I, n° 34, 24 de febrero de 1910, p. s/n.

⁸ “El Capitán Espingada”, “¡Oremus!”, *Bahía Blanca*, Bahía Blanca, año IV, n° 1063, 11 de julio de 1909, p. 4. El resaltado es mío.

trabajo físico (“Los periodistas somos como bueyes: laboriosos y sufridos”), sostenía el mito romántico del artista bohemio que sacrificaba su vida por el arte resignándose a su suerte ingrata y a la incompreensión del gran público.⁹

La consideración de la prensa a la vez como arte e industria, introdujo preocupaciones de índole comercial en los círculos periodísticos. Nuevas formas de financiación, circulación y venta se sumaron a las ya existentes a fin de incrementar el número de lectores. Así, el aviso publicitario, el voceo de los canillitas y la instalación de kioscos en las calles céntricas de la ciudad y en las estaciones ferroviarias complementaron y, paulatinamente, desplazaron, a los mecanismos más restrictivos impuestos por el sistema de suscripciones.¹⁰ Transeúntes y viajeros podían comprar los diarios, periódicos y revistas que se ofrecían a su paso eligiendo aquellas publicaciones que les resultaban más atractivas sin necesidad de comprometerse con la adquisición regular ninguna de ellas. Por supuesto, al igual que sucedía en otras ciudades del país, “no todos los que leían eran efectivamente compradores del material”.¹¹ Existían también otros que Alejandro Eujanian denomina “lectores indirectos” y que la prensa bahiense de la época identificaba como “Lectores de ojito”. Se aludía con ello a un amplio público que desplegaba su ingenio para acceder gratuitamente a la lectura de la prensa, ya fuera visitando clubes, confiterías y comercios o beneficiándose de quienes facilitaban la circulación de los ejemplares mediante el préstamo. Es de suponer que esta “solidaridad entre lectores” no podía resultar satisfactoria para las incipientes empresas periodísticas cuya existencia dependía de las ventas. Así lo manifestó con exasperación *El Mensajero* en septiembre de 1909:

Con la prensa ocurre lo que no sucede con ninguna arte ó industria.

En estas, la propiedad se respecta [sic]; la invención tiene todos esos derechos, y cuando vé la luz pública, el que lo quiere, lo paga.

Los diarios nó. Nos suscribimos á ellos por que los conceptuamos útiles y necesarios; su lectura se hace indispensable, pero, cuando nos llevan el recibo ¡Cuánto trabajo nos cuesta abonarlo!.....y esto los que lo abonan, que no son pocos, los que van á figurar en la lista de los incobrables.

⁹ A propósito de la posición ambivalente del artista romántico ante el mercado véase el capítulo “El artista romántico”, en Raymond Williams, *Cultura y sociedad, 1780-1950*, Buenos Aires, Nueva Visión, 2001, pp. 41-54.

¹⁰ Véase Alejandro C. Eujanian, *Historia de las Revistas Argentinas. 1900-1950. La Conquista del Público*, Buenos Aires, Asociación Argentina de Editores de Revistas. Un artículo de *El Mensajero* titulado “El reclame pornográfico”, comentaba la existencia de kioscos de diarios y revistas en las calles San Martín, O’Higgins y Chiclana así como en las estaciones del Ferrocarril Sud y del Pacífico. *El Mensajero*, Bahía Blanca, año 3, n° 157, 30 de julio de 1910, p. 1. La presencia de canillitas, por otra parte, puede verificarse en la nota titulada “Un peligro para la niñez. Los vendedores de revistas ilustradas” que publicó la *Revista Comercial* en su número del 19 de febrero de 1910 (año IX, n° 380, p. 20). Las Actas de Sesiones del Honorable Concejo Deliberante, por su parte, atestiguan mediante los numerosos pedidos de particulares, el interés creciente de muchos bahienses por colocar kioscos en los lugares estratégicos de la ciudad (Plaza Rivadavia, Parque de Mayo, etc.)

¹¹ Eujanian, *op. cit.*, p. 34.

El diario se presta; circula gratis, un 60 %, lo que vale decir, que la mayoría de los lectores ó lo leen en los Clubs, en las Confiterías ó Salones de lustrar, ó forman parte de los que gratuitamente hacen circular la prensa.

Son contadas las casas en donde no se leen uno ó más diarios.

Si sumáramos el tiraje de todos los que se editan en Bahía Blanca tendríamos un deficit enorme, que corresponde á los lectores de ojito; que no son por cierto los más benévolos, ni tampoco los que se satisfacen cuando la prensa no va á su gusto y paladar.

Pero hay que confesar, los lectores de ojito, si bien arruinan una empresa periodística, prestan grandes servicios, á los avisadores y al comercio: hacen circular el anuncio.

Veán por que feliz coincidencia, antes de quejarnos, tenemos que estarles agradecidos; pero lo estaríamos más si pagasen los diarios que leen.¹²

Los “lectores de ojito” continuaron siendo un problema para las administraciones de los periódicos durante mucho tiempo. En 1921, el escritor bahiense Ovidio Martínez en su novela corta “El caso de Juan Pérez” aludió nuevamente estos hábitos de lectura cuyos cultores atormentaban a los comerciantes con largas, frecuentes y económicamente infructuosas visitas

Don Giovanni estaba, con semejante día, de un humor de todos los diablos. Apenas dos clientes habían entrado en su negocio – agencia de lotería, centro de suscripciones, salón de lustrar y zapatería remendada; - uno para comprar una caja de betún de diez centavos y otro, **para leer de ojito**, y mientras ajustaba un remiendo de botines sobre cuyo precio no hubo acuerdo posible, **media docena de revistas ilustradas...**¹³

En efecto, estas prácticas de sociabilidad y de circulación ajenas al mercado no podían ser toleradas en tanto contradecían y socavaban los valores de propiedad e intercambio e introducían una lógica paralela a la del capitalismo en expansión. Aún así, y más allá de las reiteradas protestas de unos y otros, lo cierto es que ambos fragmentos demostraban el enorme crecimiento tanto de la oferta como de la demanda periodísticas. La pluralidad de periódicos y revistas, producidos en Bahía Blanca o provenientes de distintos puntos de la Argentina (principalmente, Buenos Aires y Rosario), encontró un público cada vez mayor surgido gracias al masivo proceso de alfabetización y favorecido por la progresiva reducción de los precios. Asimismo, la “lectura de ojito” daba cuenta de nuevas formas de aproximarse a los textos donde lo cuantitativo prevalecía por sobre lo cualitativo. No significaba esto que la primera de estas modalidades suplantara a la segunda, sino que como afirma Roger Chartier a propósito de la proliferación discursiva del siglo XVIII europeo, “cada lector es sucesivamente un lector “intensivo” y “extensivo”, absorto o desenvuelto, estudioso o distraído”.¹⁴ En esta multiplicación de las prácticas y las competencias adecuadas a las convenciones y códigos de los distintos géneros y soportes residió precisamente la “revolución en la lectura” suscitada por la aparición de los nuevos medios de prensa.

¹² “Lectores de ojito”, *El Mensajero*, Bahía Blanca, año II, n° 112, 29 de septiembre de 1909, p. 1.

¹³ Ovidio Martínez, “El caso de Juan Pérez”, *La Novela del Sur*, Bahía Blanca, año I, n° 2, 22 de marzo de 1921, p. 4. *La Novela del Sur* era una publicación quincenal de \$ 0,10 dirigida por Humberto Grossi que aparecía en la ciudad los días 25 y 30 de cada mes y publicaba novelas cortas de autores locales.

¹⁴ Roger Chartier, *Inscribir y borrar. Cultura escrita y literatura (siglos XI-XVIII)*, Buenos Aires, Katz, 2006, p.



Rojo y Verde, Barcelona, nº 47, 26 de marzo de 1904. Revista semanal

La revolución en la mirada

Junto a las transformaciones que promovieron los nuevos formatos periodísticos en los hábitos lectores, se produjo también lo que podríamos denominar una “revolución en la mirada”. De hecho, y aunque siempre había cumplido un papel esencial, la vista se convirtió en el sentido hegemónico en la configuración de la experiencia urbana. Las empresas periodísticas incipientes no tardaron en capitalizar este atractivo recurso que les aseguraba la atención del público. En Bahía Blanca, fue el semanario *Juvenal* (1896) quien sentó las bases de un periodismo ilustrado sin precedentes cuya herencia asumirían más tarde *Proyecciones* (1909-1910) – primera revista ilustrada local de cierta duración – y los breves proyectos que la antecedieron. Paulatinamente y ayudado por los adelantos técnicos en la impresión de grabados, el componente visual fue ganando espacio y centralidad en las revistas locales hasta llegar a convertirse en el elemento distintivo de algunas de ellas. El nuevo formato que, como ya dijimos, habían inaugurado las revistas literarias, permitió la reproducción de imágenes de mejor calidad que resultaban, a su vez, más accesibles gracias a la difusión de las innovaciones técnicas como el fotograbado.

Lo cierto es que si la proliferación de imágenes en la prensa y en las calles sedujo a los bahienses del 900, también suscitó los recelos y temores de los grupos más conservadores que no dudaron en condenar las posibles consecuencias morales de algunas de ellas. Tanto la prensa católica como la liberal reprobaron la circulación de ciertas revistas ilustradas “sólo para hombres” que se exponían en kioscos y vidrieras ante la ávida mirada del público. Las publicaciones españolas *Rojo y Verde*, *Mimi* o *La Saeta*, por mencionar únicamente aquellas que la *Revista comercial* criticó de modo explícito, mostraban en sus portadas cuerpos femeninos semidesnudos que provocaban el escándalo de algunos periódicos locales. Durante 1909 y 1910, *El Mensajero* dedicó varios artículos a advertir a la población sobre el consumo de imágenes y lecturas “pornográficas” y a reclamar la censura estatal sobre este material “corruptor”.

El reclame pornográfico

LIBROS Y ESTAMPAS

Á las autoridades locales les corresponde la tarea de hacer desaparecer por decencia, por cultura y por moral, la exhibición de libros y estampas pornográficas en las librerías situadas en las calles S. Martín, O’Higgins y Chiclana, y en los kioscos de F.C.S. y F.C. P. que con toda desfachatez tienen á la vista. **No pedimos, por cierto, la limitación de ese negocios seguramente más perjudicial que lucrativo** – porque el “arte” ó gráfico de la pornografía no

puede alcanzar sino un precio vil – **pero si exigimos en nombre de la moral publica una prohibición estricta para la muestra colocada en el escaparate llamativo.**

Tampoco invocamos para reclamar esa medida, el efecto atrayente que puede producir la grosera lámina en la persona honesta; en defensa de la juventud, de la niñez, mejor dicho, que incitamos el celo de las autoridades locales para que el inocente viajero ó transeúnte, **no se deje seducir por la curiosidad natural que en el despierta el libro de la carátula con el desnudo** en toda su crudeza.

Nuestras librerías en general tiene casi todas una ubicación estratégica para que los niños y las niñas pasen por su frente al ir ó regresar de las escuelas y como en sus escaparates encuentran el modelo pornográfico que les llama la atención esas vidrieras vienen á convertirse en un sitio obligado de estacionamientos, que además ofrece tema á la conversación fantástica y corrupta del amiguito ó amiguita más adelantada.

Frente á esas figuras y libros – los títulos son otro semillero de comentarios inmorales – se forma muchas veces el libertino feroz que sorprende á sus asombrados padres, con algún inesperado vocablo de taberna revelador de su nacimiento, corrupción y el mal empieza á arraigar y sus funestas consecuencias no tardan en manifestarse. **Todo padre de familia debe entonces, propender á que se retiren de los escaparates esas muestras de las llagas mundanas** que el niño contempla de frente y la inocente hija mira de soslayo entre avergonzada y confundida ante el misterio que envuelve.¹⁵

La “decencia”, la “cultura” y la “moral pública” eran invocadas como argumentos para respaldar la solicitud del periódico. Cabe destacar que el pedido no se centraba en la desaparición de las revistas sino en su exclusión de los escaparates que exhibían el material de la vista de niños y mujeres. Desde una perspectiva paternalista, se consideraba a unos y otros especialmente vulnerables a la seducción de este material visual e indefensos ante su influencia libertina. Los niños, sobre todo, eran el blanco principal de las preocupaciones dado que, como explicaba *El Mensajero* en “Higiene social”, “está científicamente demostrado que sin moral el progreso específico se torna en regreso y en vez de selección obtendremos degeneración”.¹⁶ La crítica desarrollada en términos higienistas y fundada en el darwinismo social, sostenía que el consumo habitual de estos “medios sensuales”

impelen al hombre la satisfacción más excesiva de sus pasiones desordenadas, no piensan nada no siendo en la más desenfrenada malicia; carecen de método de vida excediéndose como el bruto, en orgías y lupanares; en lo más florido de su vida introdúcese en ellos una gran debilidad ó agotamiento genital ó cuando menos una lastimosa languidez orgánica.¹⁷

La herencia fatal de estos seres degradados sería indefectiblemente “tipos inferiores”, “viciados y carcomidos” que, en vez de conducir al mejoramiento de la humanidad mediante la selección provocarían su atroz retroceso. La civilización, la cultura y el progreso mismo resultarían así contrariados alterando el curso “natural” de la historia.

Por cierto, estos argumentos no resultaban extraños ni novedosos para el lector de la época. Al contrario, se insertaban en el proceso de configuración del discurso de las ciencias médicas y de la expansión del control estatal sobre el cuerpo de los individuos y la vida de las familias. Michel Foucault, quien investigó profundamente el tema, vincula de manera estrecha

¹⁵ *El Mensajero*, Bahía Blanca, año 3, n° 157, 30 de julio de 1910, p. 1. El resaltado es mío.

¹⁶ “Higiene social”, *El Mensajero*, Bahía Blanca, año 2, n° 137, 14 de mayo de 1910, p. 1.

¹⁷ Ídem.

la patologización de las prácticas masturbatorias con el discurso de la herencia y la degeneración social. El cuerpo y, podríamos agregar nosotros, la mirada del niño debían ser entonces continuamente vigilados y sometidos al control paterno y, en última instancia, al poder estatal.¹⁸ Si los padres y el municipio debían asumir – coincidía *El Mensajero* – la responsabilidad de proteger a la infancia contra la perversión de lo visual, ¿qué hacer con aquellos niños que no contaban con la contención de una familia y que más expuestos se hallaban a las influencias perniciosas? Pues el Estado era allí el principal garante de la higiene pública y como tal debía cumplir sus funciones. La *Revista comercial*, alarmada también por las nuevas fuentes de “contaminación” visual, expresó su preocupación ante los canillitas, esos pequeños desamparados continuamente en contacto con las revistas ilustradas

Quién no ha visto mil veces, en los cafés y en los paseos y en las calles, chiquillos que apenas levantan tres palmos del suelo, con los brazos cargados de revistas pornográficas? Su vocecita aflautada por la edad y por las privaciones, se deja oír, acariciadora, diciendo palabras terribles que á ellos les parecen lo más naturales: “Rojo y verde! La Saeta! Mimi! Para hombres solamente!” – Y venden ejemplares de esas revistas que, según ellos mismos dicen, son para los hombres solos y que, sin embargo, tienen su venta confinada á las criaturas.

En sus horas de ocio ó de soledad, cuando escasean los clientes y los compañeros andan perdidos, se les puede ver en el hueco de alguna puerta hojeando esas revistas ultraverdes. Pobres analfabetos, que por abecedario tienen cuentos sicalípticos y grabados inmorales. Cómo no han de encanallarse prontamente, cuando tienen siempre en la mano los peores elementos de perdición?

Cada vez que vemos á un diminuto vendedor de diarios llevando bajo e brazo revistas de ese género – y las llevan casi todos, porque, precisamente á causa de su inmoralidad, tienen una salida considerable – no podemos menos de entristecernos. Que tengan que ganarse la vida en ese duro oficio, y que además tengan casi forzosamente que encanallarse el alma, son demasiadas desgracias para esos infelices que no han hecho otro mal que uno de que no tienen ellos la culpa: nacer de un desheredado de la fortuna. Por eso veríamos con buenos ojos una ley severa, de la policía ó de la municipalidad, que prohibiese á los agencieros de revistas hacer vender estas por criaturas, encomendando ese cuidado á hombres hechos.¹⁹

¡Qué poderes formidables los atribuidos a estas ilustraciones! De ellas parecía depender la salvación o la perdición de la humanidad, su ascenso hacia las cumbres civilizatorias o su hundimiento en el fango de la barbarie. David Freedberg señala que el temor y los recelos de quienes reclamaban la censura admitían y reafirmaban implícitamente el poder de las

¹⁸ Michel Foucault, *Los anormales*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2000. Notemos que coincidiendo con el análisis de Foucault que asocia el origen de la psicopatologización sexual al discurso cristiano de la carne, en Bahía Blanca es el diario vocero del catolicismo el que más espacio dedicó al desarrollo minucioso del tema.

¹⁹ “Un peligro para la niñez. Los vendedores de revistas ilustradas”, *Revista Comercial*, Bahía Blanca, a. IX, n° 380, 19 de febrero de 1910, p. 20.

imágenes y la fascinación que ejercían sobre ellos. En efecto, “cuando censuramos o destruimos una imagen, admitimos nuestra reacción ante el cuerpo representado y, de esta manera, vencemos el deseo”;²⁰ le quitamos también su cualidad artística y la relegamos a la categoría de “pornografía” en tanto reconocemos su capacidad de alterar los sentidos y someternos al arbitrio de lo irracional. Frente al peligro que la presencia pública de tales estampas suponía para los consumidores, se tornaba necesario erigir lo que Peter Gay denomina “fortalezas para el yo” a fin de preservar a la sociedad de las “pasiones y angustias eróticas”. Cualquier exposición “indecente” del cuerpo y de sus funciones – en su realidad orgánica, en reproducciones o en verbas callejeras – debía ser estrictamente vigilada y reprimida, en especial allí donde la institución familiar no se hallaba presente para establecer lo permitido y lo prohibido.

El Honorable Concejo Deliberante de Bahía Blanca había asumido esta tarea censora, aun cuando su cumplimiento contradijera los principios modernos de libertad de prensa y de expresión que este mismo organismo había reconocido en la Ley Orgánica de Municipalidades. Así, en 1907 y ante la incontrolable proliferación de escritos y estampas “inmorales”, el Concejo dictó una ordenanza que castigaba con una multa de 20 a 200 pesos moneda nacional o con 3 a 8 días de prisión “la venta, distribución y exposición en parajes públicos, de escritos, impresos, dibujos, estampas, emblemas ni otros objetos inmorales de cualquier naturaleza que sean”.²¹ Más perjudicados resultaban incluso los cafés y bares que difundieran tal material ya que su pena se fijó ente 100 y 200 pesos moneda nacional de multa u 8 días de arresto. El mismo documento, en su artículo 4, se ocupaba también de otras prácticas indecentes que amenazaban la seguridad pública mediante estímulos sensuales de ignotas consecuencias para el orden social. Así, quedaba igualmente prohibido

- a) Verter en público palabras obscenas, bajo pena de 10 á 20 pesos m/n de multa, ó en su defecto de 4 á 8 días de arresto.
- b) Bañarse desnudo en público so pena de igual multa ó arresto que el establecido en el inciso a.²²

Esta ordenanza fue utilizada repetidamente durante los años subsiguientes, si bien no siempre en el mismo sentido ni frente a los mismos objetos. Tan sólo un año después, en 1908, el Concejal Brunel solicitó su aplicación contra *La Pulga*, revista local de tono picaresco que

²⁰ David Freedberg, *El poder de las imágenes. Estudios sobre la historia y la teoría de la respuesta*, Madrid, Cátedra, 1992, p. 414.

²¹ Art.º 1º, *Acta nº 38 de la Sesión Ordinaria del Honorable Concejo Deliberante, Bahía Blanca, Libro nº6, 15 de noviembre de 1907, f. 271.*

²² Art.º 4º, ídem.

atacaba la reputación de varias niñas, llevando con ello á ellas y sus familias la confusión y la vergüenza. Agregó el Sr. Brunel que conocía personalmente á muchas de esas niñas y que le constaba que era completamente incierto lo que sobre la conducta y la moralidad de ellas se afirmaban, que los hechos que allí se referían y comentaban pertenecía á la vida privada, de cuyos actos según nuestra legislación solo á Dios hay que dar cuenta.²³

El reclamo de Brunel se fundaba en dos principios fundamentales para la sociedad burguesa de la época: la diferenciación entre lo público y lo privado y la pertenencia de la mujer a la segunda de estas esferas, como garantía de la moralidad y el honor de la familia. Richard Sennett, en su *Declive del hombre público*, señala precisamente la preocupación decimonónica por definir las fronteras entre estas dos esferas de la vida en aras de la preservación de la pureza familiar, idealizada como refugio del valor moral más alto.²⁴ En vista a ello, los funcionarios estatales, en nombre de esta sociedad cada vez más secularizada, sustraían la conducta privada de la soberanía de las leyes para someterla a los designios divinos allí donde la moralidad se hallaba en juego. La sospecha sobre la “reputación” de las jóvenes, es decir, el cuestionamiento de su conducta y su virtud, ponía en duda la respetabilidad de la familia y socavaba las bases de sus vínculos sociales.²⁵ De más está aclarar, entonces, que la moción del señor Brunel fue unánimemente aprobada e, incluso, ampliada a otras publicaciones de similar tenor (“Niña Bonita”, “El Bufaco”, “El Latigazo”) que “afectaban tan indignamente la cultura de esta ciudad, pretendiendo ampararse en los fueros de “la prensa” cuyo nombre y civilizadora misión desacreditan”.²⁶

*

Estas prevenciones y prohibiciones contra los posibles efectos moralmente disolventes de lo visual y lo discursivo tanto como las estrategias que para restringirlos desplegaron parte de la prensa local y las instituciones gubernamentales, no consiguieron detener su avance sobre los medios de comunicación y la experiencia urbana de la modernidad. Si, como propone Peter Fritzsche,²⁷ sobre la ciudad material moderna se erigió una ciudad textual que modificó la vida de los habitantes, debemos agregar que sobre ambas se constituyó una tercera, la ciudad de la imagen, cuya irrupción alteró radicalmente las formas de percibir y vivenciar el mundo de principios del siglo XX. En esta compleja trama de relaciones y definiciones mutuas se insertaron las revistas ilustradas como agentes eficaces de propagación y producción de imágenes en un campo periodístico cada vez más diverso y autónomo. La atracción que ellas

²³ Acta n° 8 del libro de sesiones del Honorable Concejo Deliberante de la ciudad de Bahía Blanca, Sesión Ordinaria del 17 de febrero de 1908, Libro de Actas n° 6, f. 382.

²⁴ Richard Sennett, *El declive del hombre público*, Barcelona, Península, 1978, p. 28.

²⁵ Véase Hobsbawm, *op. cit.* y Sennett, *op. cit.*

²⁶ Acta n° 8, *op. cit.*, p. 383.

²⁷ Peter Fritzsche, *Berlín 1900, prensa, lectores y vida moderna*, Buenos Aires, Siglo Veintiuno Editores, 2008.

ejercían sobre el público, ávido de novedades y sensible a las pulsiones sensuales que estos productos estimulaban, constituyó un auténtico problema para quienes se consideraban responsables de proteger a la moral y la racionalidad burguesas de los embates de las pasiones.

A pesar de las contradicciones en las que muchas veces incurrían en su accionar, las autoridades intentaron regular el consumo visual y lector mediante “maniobras defensivas” que, en palabras de Peter Gay, le valieron a las clases medias “la reputación poco envidiable de hipocresía”²⁸. Ciertamente, era la exhibición pública de las revistas lo que penaba la ordenanza, no su adquisición ni su uso privado. Sin embargo, allí donde la apariencia resultaba tan esencial como el ser, la represión de los instintos siempre en tensión con los impulsos del deseo otorgaba cierta seguridad a los hombres y mujeres frente a las seducciones de lo nuevo. En verdad, “la capacidad del impostor para eludir las responsabilidades de sus actos, lo aliviaba al mismo tiempo de la carga que se había impuesto de haberse enfrentado consigo mismo.”²⁹

Referencias bibliográficas

- Chartier, Roger, *Inscribir y borrar. Cultura escrita y literatura (siglos XI-XVIII)*, Buenos Aires, Katz, 2006.
- Eujanian, Alejandro C., *Historia de las Revistas Argentinas. 1900-1950. La Conquista del Público*, Buenos Aires, Asociación Argentina de Editores de Revistas.
- Foucault, Michel, *Los anormales*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2000.
- Freedberg, David, *El poder de las imágenes. Estudios sobre la historia y la teoría de la respuesta*, Madrid, Cátedra, 1992.
- Fritzsche, Peter, *Berlín 1900, prensa, lectores y vida moderna*, Buenos Aires, Siglo Veintiuno Editores, 2008.
- Gay, Peter, *La experiencia burguesa. De Victoria a Freud. I. La educación de los sentidos*, México-Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, t. 1, 1992.
- Hobsbawm, Eric, *La era del imperio, 1875-1914*, Buenos Aires, Crítica, 1998.
- Martínez, Ovidio, “El caso de Juan Pérez”, *La Novela del Sur*, Bahía Blanca, año I, n° 2, 22 de marzo de 1921.
- Ribas, Diana I., *Del fuerte a la ciudad moderna. Imagen y autoimagen de Bahía Blanca* (tesis doctoral), Bahía Blanca, 2008, mimeo.
- Rivera, Jorge B., *El escritor y la industria cultural*, Buenos Aires, Atuel, 1998.
- Sennett, Richard, *El declive del hombre público*, Barcelona, Península, 1978.
- Williams, Raymond, *Cultura y sociedad, 1780-1950*, Buenos Aires, Nueva Visión, 2001.

²⁸ Gay, *op. cit.*, p. 374.

²⁹ Ídem, p. 390.