

# MIRADAS, ESTRATEGIAS, EXPOSICIONES. REPRESENTACIONES DEL CUERPO EN LA CULTURA VISUAL, CIRCA 1920-1940

LOOKS, STRATEGIES, EXHIBITIONS. REPRESENTATION OF BODIES IN THE VISUAL CULTURE, CIRCA 1920-1940

Gisela Kaczan \*  
Graciela Zuppa \*

Anales del IAA #45 - año 2015 - (101-117) - ISSN 0328-9796 - Recibido: 2 de octubre de 2015 - Aceptado: 22 de diciembre de 2015.

■■■ Este artículo integra los estudios visuales, las variantes de representación y las nuevas formas de hacer historia cultural con el propósito de interpretar prácticas y escenas en las costas del sudeste de Buenos Aires, Argentina, en torno a las primeras décadas del siglo XX. El corpus de imágenes seleccionado tiene diversos núcleos temáticos, entre los que se encuentran los vinculados con la publicidad y la propaganda. Con el fin de reconocer las modalidades que adopta la simbolización del cuerpo en el espacio de la playa, se trabajarán avisos, folletos y afiches como una entrada visual al campo social.

El objetivo es comprender que la lectura de la cultura visual permite rastrear las convenciones y tensiones que tramitaron los imaginarios de feminidad y masculinidad, en un tiempo con fuertes modificaciones en temas de género.

**PALABRAS CLAVE:** Estudios visuales. Historia cultural. Espacio. Cuerpo. Imagen.

■■■ This article integrates visual studies, the variants of representation, and the new ways of approaching cultural history, to interpret practices and scenes from the coasts of southeast Buenos Aires, Argentina, around the first decades of the 20<sup>th</sup> century. The corpus of the images has diverse thematic cores, among which are found links with advertising and propaganda, in order to recognize the modalities that are adopted by the symbolization of the body while at the beach, announcements, brochures, and posters are used as a visual entry to the social field.

The main objective is to understand that the reading of the visual cultural allows the tracing of the conventions and tensions between femininity and masculinity imaginaries, in a time with strong modifications in gender issues.

**KEYWORDS:** Visual studies. Cultural history. Space. Body. Image.

\* Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño - Universidad Nacional de Mar del Plata.

## Introducción

El trabajo se ubica en el ámbito de los estudios visuales y reconoce el aporte de diversas áreas de análisis. Estos estudios abrieron los contenidos y enfoques hacia artefactos fuera de las convenciones académicas, dando lugar a la construcción y transformación de la cultura visual.<sup>1</sup> Como consecuencia de estas operaciones, se elaboraron otras estrategias de interpretación que se erigieron como mecanismos válidos para abordar cuestiones vinculadas con los procesos de transformación social. A esta perspectiva se suman formas alternativas de hacer historia (Burke, 1997), la cuestión de la representación (Chartier, 1983) y la pertinencia de la microhistoria (Levi, 1991), que acompañan la idea de conformar un territorio para la especulación teórica.

Este estudio se inició con una selección de escenas recortadas en las costas del sudeste de la provincia de Buenos Aires, puntualmente en las playas de Mar del Plata, transformada progresivamente en la principal ciudad balnearia del país. Se trata de una transición hacia la definitiva conquista de la naturaleza de la ribera y la inclusión del mar en la cultura del tiempo libre, la recreación y el goce de los baños. Paralelamente, se definen algunos signos que permiten configurar el estilo de vida de los veraneantes tales como las instalaciones materiales y las prácticas de sociabilidad.

Entre estas últimas experiencias, se generaron hábitos corporales inéditos. En las primeras décadas del siglo XX, había un imperativo que acarrearaba cierto distanciamiento de las miradas y generaba actos de pudor respecto de las distintas maneras de exponerse ante los otros que comenzará a superarse, en algunas formas, hacia la segunda década del siglo. La playa era –y sigue siendo– un sitio que colabora para reelaborar formas de proximidad, de contacto, de sensaciones y excitaciones. Pero, como se verá, también era un espacio en el cual traducir algunos de los lineamientos más estables de la organización social.

Como toda imagen emerge a partir de una construcción y se incluye en un proceso en el que participa tanto quien la elabora como quien la interpreta, es posible que, en su historia, se sumen nuevos aspectos y significados que colaboren para la comprensión de sus contenidos. En este contexto, es ineludible reconocer que las imágenes están dotadas de agencia, nos afectan y tienen una capacidad para provocar que se renueva en el tiempo. En esta presentación, más que el estudio formal de la imagen, se atiende a los sistemas visuales que la construyen, cómo son leídas, quiénes las descifran e, incluso, las modalidades expresivas y receptoras de cada grupo cultural.<sup>2</sup>

De acuerdo con lo enunciado, el corpus que se trabaja se construye principalmente a partir de imágenes como medio para alcanzar una entrada visual en el campo social.<sup>3</sup> Para tal fin, se han revisado ilustraciones en la prensa, folletos y afiches provenientes de archivos locales, nacionales e internacionales, con el fin de establecer analogías y procesos de emulación en las distintas prácticas reunidas.<sup>4</sup> Se trata de una perspectiva, dentro del marco teórico de los estudios visuales, que pone énfasis en las reflexiones desde el lado social de la visualidad sin reducirla, exclusivamente, a las lecturas consagradas.<sup>5</sup>

El objetivo de esta propuesta es reconocer que el análisis de la producción cultural de imágenes en escenas de playa marítima entre las décadas de 1920 y 1940 permite rastrear las convenciones y tensiones de los imaginarios de feminidad y masculinidad a través de las formas de caracterizar los cuerpos. Así, mientras en algunos casos se asistió a la reproducción de estereotipos que atenuaban las desigualdades entre varones y mujeres, en otros se buscaba acentuar las diferencias mediante apariencias contrastadas.

Esta manera de abordar las prácticas históricas permite comprender que los nuevos objetos de estudio, en su complejidad, resultan un enclave sugerente para la mirada cultural y un acceso diverso a problemas dentro del circuito social.<sup>6</sup>

## Descubrir el espacio, descubrir el cuerpo

A fines del siglo XIX, se abren nuevas formas para la lectura del espacio tanto en los medios pictóricos y gráficos como en los experimentados por quienes recorren las ciudades en plena transformación. Hay un abandono del lento andar del peatón y un distanciamiento del paso del *flâneur* parisino, con el objeto de participar en un aceleramiento perceptual y más dinámico. Se trata de inaugurar la entrada al movimiento, la mutabilidad y la posibilidad de traslados tanto en medio de la propia ciudad como a la distancia, con el fin de encontrar un tiempo de descanso y recreación fuera del entorno habitual.

Asimismo, los espacios de la vida cotidiana son invadidos por experiencias culturales en el campo de la visualidad: las vidrieras con la exposición de objetos, la publicidad con la provocación de los deseos, los diarios y revistas con la participación de la fotografía y los afiches promocionando sitios para el veraneo. Todas estas prácticas van elaborando el acceso al mundo del consumo que provoca al observador y promueve su puesta en movimiento.

Como parte de este proceso de modernización, en la dimensión corporal, los discursos evolucionan en torno a la sexualidad y se modifican las fórmulas del recato y la exhibición pública para dar espacio a nuevas correspondencias con las relaciones entre sexos (Barrancos, 1999). La guerra, que culminaba en 1918, dejaba las inquietudes dispuestas para agilizar el proceso sociopolítico de emancipación femenina:

La mujer ha demostrado en la guerra su capacidad para intervenir directamente en la marcha de los pueblos. Esa igualdad de derechos, esa mayor libertad a que aspira, lejos de perjudicarla, va a redimirla. Va a consentirle... ser mujer [...]. Porque, hasta ahora, en la mayoría de los casos, no fue sino muñeca o Cenicienta. ¿Superior o inferior al hombre? No discutamos esto: ¡distinta! (De Celis, 1918).

En relación con los nuevos poderes, los lugares, los privilegios y las modas, se plantearon numerosas discusiones, dado que ponían en conflicto las posiciones asignadas por la sociedad patriarcal durante decenios.<sup>7</sup> Era previsible que las apariencias se modificaran, se flexibilizara el lenguaje de los gestos y cambiaran las estructuras del cuerpo vestido. En este sentido, se reconoce que las convenciones del vestir impostan el cuerpo en cierta relación con el mundo y con un orden social. Se generan códigos que evocan los rasgos propios de cada género, satisfaciendo la necesidad de hallar, en cada sexo, la apariencia socialmente construida como parte de una tradición cultural. La prensa ilustrada fue uno de los medios a través de los cuales fue posible difundir estas ideas y socializar los conceptos. No solo con mensajes verbales, como la cita presentada, sino también con el diseño de imágenes.

Si se acepta que el acto de acercamiento a las imágenes y su comprensión permite descubrir la perspectiva social que las sostiene y las modalidades de su percepción, el propósito de los estudios de la cultura visual no se vincula con los objetos que incluye sino con la función que construyen y cómo nos afectan. Fotógrafos, ilustradores y humoristas

tuvieron la capacidad de captar estas transformaciones e impactar en los grupos a través de una imagen reelaborada.

Las mujeres, en especial de grupos medios, adoptaron una estética que fue interpretada como varonil. En la producción de la cultura visual, los figurines ponen en evidencia cómo se diseñan las fisonomías de moda: se redujeron las melenas, se aplanaron pechos y caderas y se vistieron con pantalones.<sup>8</sup> Comenzó a valorarse una silueta despojada de indumentos como emblema de la mujer activa e independiente que atendía las cuestiones familiares pero que también trabajaba y practicaba deportes.

Se producía, así, una nueva retórica sobre la diferenciación sexual que tendía a la similitud entre las apariencias de unas y otros y ponía en tensión la marcada dicotomía biológica. En este sentido, las condiciones entendidas como “naturales”, dadas por la fisiología de la mujer, habrían justificado ciertas propensiones, inhabilitaciones e imaginarios en torno a las formas de cuidar el cuerpo y ajustarlo. Pero el hecho de que estos supuestos “naturales” comenzaran a presentar fracturas permitía la manifestación de nuevas apariencias para que logran identificarse.

Uno de los modos de anunciar las disyuntivas presentadas fue mediante el diseño de viñetas humorísticas porque la complicidad con la ironía facilitaba, de algún modo, la asimilación de la actitud saliente.

La figura 1 representa una escena de playa con dos parejas. Una de ellas, en primer plano, motiva el comentario de la que pasea próxima al mar; así, diálogo e imagen se complementan para identificar a los personajes y hacer explícita la indiferencia formal entre el hombre y la mujer, dado que ambos contornos se resuelven con la misma estructura.

Los cuerpos se delinear a través del uso del plano y, en la indumentaria de la mujer, se incorporan algunos diseños geométricos más elaborados, se adicionan tacones elevados junto a la exaltación de ojos, pestañas y labios.<sup>9</sup> Las posturas y los gestos de ambas representaciones condicionan y enfatizan la semejanza además de simbolizar la pareja como unión de iguales.

En el caso de la figura 2, se trata de una pareja de mujeres sobre la arena; una de ellas, la que se encuentra de pie, luce un aspecto asociado con el estereotipo varonil por la amplitud de los hombros, el uso del pantalón y la postura. Diálogo verbal e imagen ponen de manifiesto la capacidad de las mujeres modernas de controvertir las prácticas tradicionales entre los sexos. Vale considerar que este tipo de ilustración, tal como se menciona en el pie de las viñetas, provenía de editoriales extranjeras, contexto en el cual se anunciaban los primeros ensayos de las transgresiones y, de allí, se expandían a otros escenarios geográficos.

Como contrapartida y en el mismo tiempo, en la prensa argentina se difunde el estereotipo que parecía no presentar mayores controversias (Fig. 3). Se trata de la mujer moderna y urbana con una estética que, si bien se despoja de algunos mandatos, no deja de ser femenina por sus expresiones, su indumentaria, la insinuación de su silueta, el tipo de interacción con sus pares; todos aspectos que las otras figuras estarían poniendo en tensión dado que refuerzan las diferencias entre los binomios. Queda claro que el género y sus modos de (re) presentarlo se plantean, entonces, como un estilo corporal, donde los variados actos reiterados, establecidos y legitimados socialmente, lo conformarían (Butler, 1988).

En paralelo, el desarrollo del crecimiento urbano y las formas del ocio también presentaban modificaciones. El aire libre se incorporó como una necesidad porque aportaba beneficios al equilibrio del cuerpo y conducía el seguimiento de prescripciones que aconsejaban alejarse de las perturbaciones que traían las ciudades (Armus, 2007). Como correlato, se

advierte la afluencia de viajeros hacia zonas que garantizaran una mejor calidad de vida como el sur, las serranías, los litorales y las costas de mar.

En esta última región y, en concordancia con el trabajo de Alain Corbin (1988), es importante reconocer que el espacio de la playa tiene en su historia un lento proceso de apropiación que implica cambios en los desplazamientos de quienes se acercan al mar. El ambulante, el veraneante o el turista abandonan la cualidad de sedentario en función de activar el descubrimiento de nuevos contextos. Se modifican los usos anteriores y la calidad del paisaje dado que, en muchas ocasiones, se alteran las condiciones naturales de la costa y sus playas en busca de espacios construidos para alojar las prácticas de sociabilidad emergentes. Hoteles, ramblas y restaurantes se instalan para ofrecer a los turistas servicios para sus estadias.

Mujeres y varones descubren que pueden vincularse con la naturaleza de forma placentera; advierten que su sensibilidad se estimula frente a un nuevo escenario y ante la posibilidad de permanecer, beneficiándose con un tiempo para el descanso. Y se plantea la presencia de dos agentes disímiles: el que pasea y frecuenta espacios para alimentar las relaciones y el bañista que pone al límite el juego de mostrarse.

El artista William Kerridge Haselden diseñó esta evolución en numerosas ilustraciones.<sup>10</sup> Si bien el contexto de su obra fue el inglés, las imágenes conciben modelos de repercusión extendida a nivel mundial que podrían identificarse, también, con las experiencias argentinas.

En la figura 4 se pueden observar las modificaciones generadas a partir de buscar la expresión de uniformidad y semejanza. Si en las primeras escenas los vestidos femeninos se estructuran con soportes para marcar algunas formas y ocultar otras, en las últimas una prenda elastizada manifiesta la naturalidad del cuerpo y sus movimientos. La indumentaria de los varones supone otras proporciones y otras escalas mediante accesorios que buscan distinción.

Se percibe que las prácticas dadas, mediante cuerpos vestidos y pasivos, se van suplantando por encuentros cercanos en maillots que redundan en la figura dinámica del bañista. Este personaje, por su propia especificidad, se redescubre a la vez que ensaya la experiencia del agua. Paralelamente, modifica sus comportamientos, sus gestos y los códigos acorde con las modalidades de integración social a orillas del mar.

Estas subjetividades se acondicionan en distintos soportes gráficos, como los que se generan para promocionar lugares de veraneo o la novedad de algunos trajes de baño. Los avisos publicitarios de la firma Jantzen,<sup>11</sup> una de las que lideró el mercado en este tiempo, fueron pioneros en caracterizar las propuestas de diseño.

En la figura 5 se elabora una escena vinculada con el baño recreativo. El uso de la hipérbole garantiza el foco de atracción de una mujer que irrumpe con destrezas de natación y muestra el maillot y sus accesorios, motivo del aviso.

En un segundo tiempo de lectura, en el plano de fondo se registra la convivencia de varones y mujeres con siluetas de carácter juvenil para los dos sexos. En este sentido, así como la atmósfera que acompañaba la modernidad era definida por una actitud de cambio y renovación –anteriormente irreconciliables–, también la conducta que podía evocarla estaba inscripta en la idea de “lo joven”. Estas situaciones se traducen mediante el diseño de cuerpos que han perdido corpulencia y atenuado sus curvas, con estilos de poca madurez, incluso con actitudes preadolescentes. En otras palabras, la exaltación de la juventud y las cualidades del aire libre parecerían justificar la ausencia parcial de signos de fuerte masculinidad o feminidad.



### Los Baños de Sol y el Cutis

**P**OCAS cosas hay que sean tan agradables como un baño de sol después del baño de mar. Pero, también son pocas las cosas que para un niño, después, sean de efectos tan dañinos como los de este baño de sol después del baño de mar.

La acción combinada del agua salada y del sol produce el resquebrajamiento de la parte exterior del cutis con la consiguiente eliminación de microscópicas partículas de piel muerta y muerta, partículas delgado de las cuales queda resaca y resaca el cuerpo cutis. Si no se quiere que la piel se torne marchita, arrugada, amarillenta, etc., es necesario que dichas partículas vayan siendo eliminadas inmediatamente.

Antes de acostarse, hay que lavarse un ligero lavado estropeado para esto se usa la CERA MERCOLIZADA para las mujeres con un lavado de noche, la CERA MERCOLIZADA después de un lavado regular para dormir, sobre las delicadas partículas de piel muerta. Inevitablemente, de esta manera la epidermis del cuerpo cutis que está sujeta a la sequedad de estar a la luz y la sequedad de la epidermis. Cuando están dormidos, quedan acostumbrados por el hecho de haberse en presencia de un suave y radiante cutis, fresco, suave y limpio.

Si se desea alguna, al tratamiento a la cera de CERA MERCOLIZADA es absolutamente necesario. En cualquier caso que exista alguna de las afecciones antes mencionadas, se debe usar CERA MERCOLIZADA. Adquiere hoy mismo una caja y véncela al tratamiento inmediatamente.

## CERA MERCOLIZADA

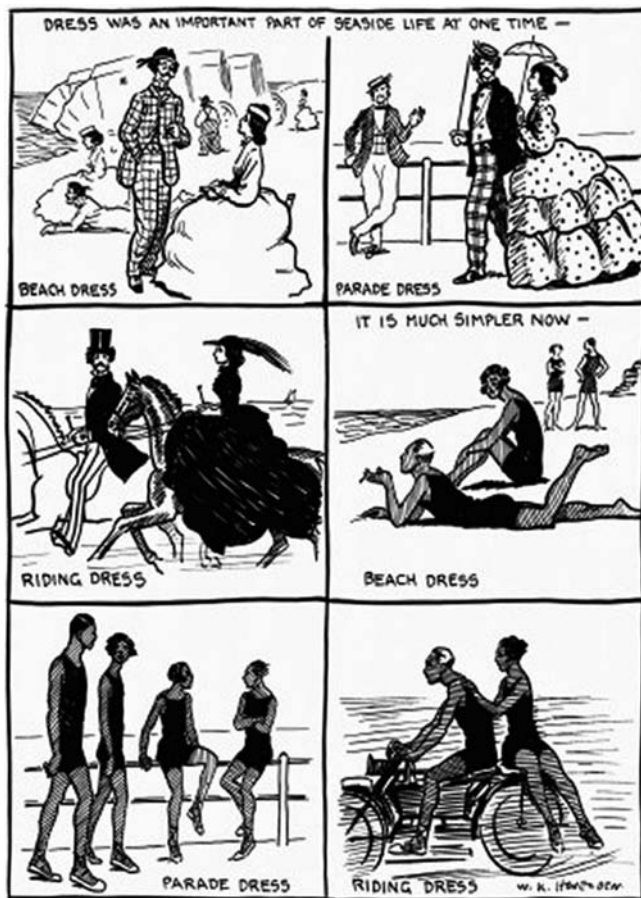


Figura 1 (arriba, izq.): Viñeta humorística. Fuente: *Caras y Caretas*, 1387, 1929. Figura 2 (arriba, centro): Llop Burjasot, ilustración. Fuente: *Buen Humor*, 503, 1931. Figura 3 (arriba, der.): aviso Cera Mercolizada. Fuente: *Caras y Caretas*, 1533, 2 de febrero de 1929.

Figura 4 (izquierda): Haseldén, W. K., "Dress was an important part of seaside life at one time". Fuente: *Daily Mirror*, Londres, 25 de julio de 1925 (número de referencia de archivo WH1199; copyright: Mirrorpix). Disponible en <[www.cartoons.ac.uk](http://www.cartoons.ac.uk)> (noviembre 2015).

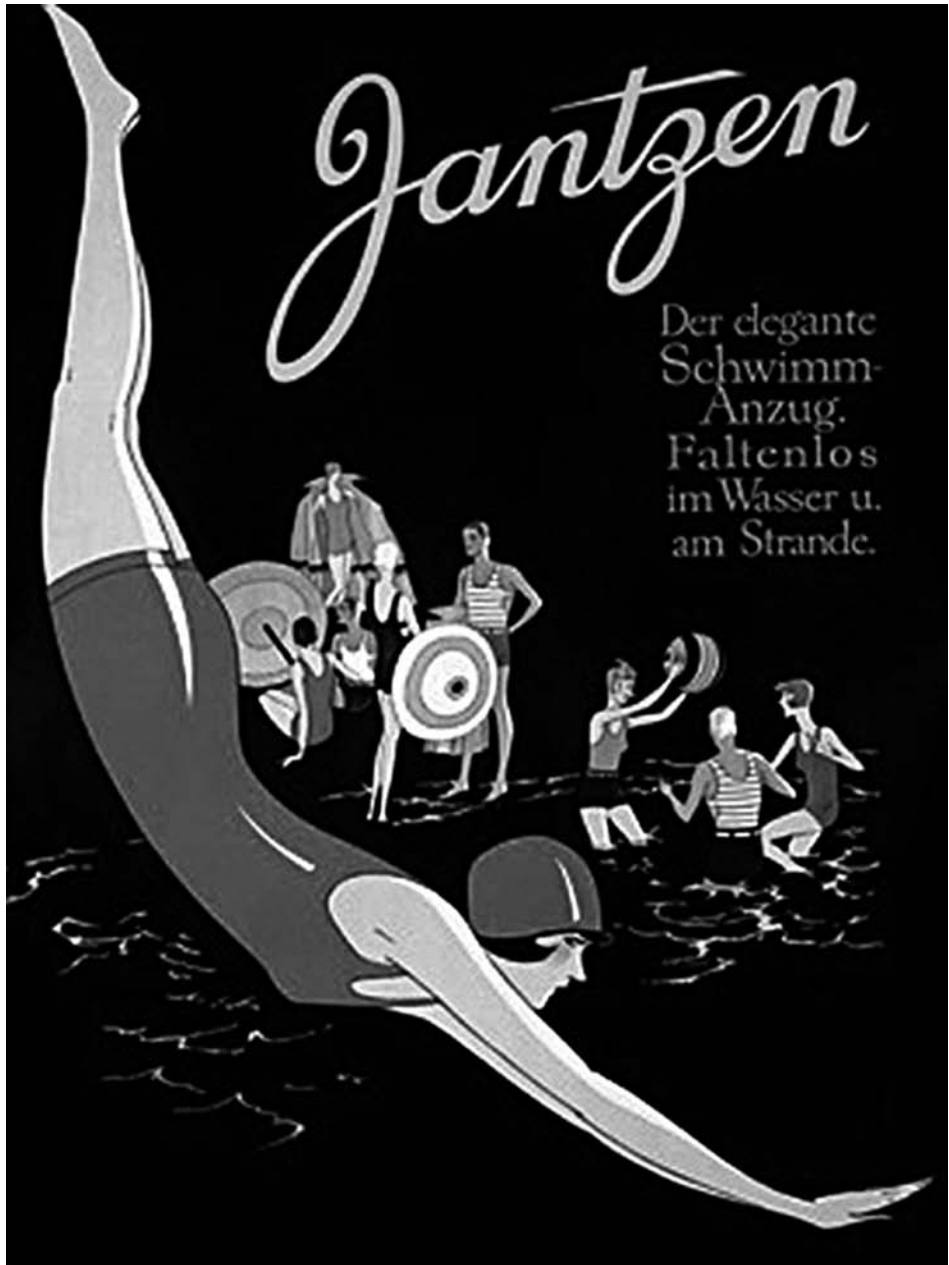


Figura 5: Póster para Jantzen, 1935. Disponible en <<http://flickrhivemind.net>> (noviembre 2015).



Figura 6 (arriba): Ilustración en folleto turístico, Asociación de Propaganda y Fomento de Mar del Plata, 1934. Figura 7 (abajo): Dugdale, T. L., póster de Bridlington, Jarrold & Sons, Londres, circa 1930. Disponible en <[www.bridlingtonfreepress.co.uk](http://www.bridlingtonfreepress.co.uk)> (noviembre 2015).



Algunos estudios, como los de Vigarello (2004), Lipovetsky (1987) y Featherstones, Hepworth y Turner (2001), sugieren la importancia que adquirió la juventud como valor que contribuía a propagar la idea de un modelo de cuerpo entendido como moderno y expuesto. A esto se sumaron el vigor y la delgadez como características de una tendencia creciente en favor de la cultura física. Se apostaba a lograr un cuerpo armonioso, saludable y atractivo en el que se conjugaran las dimensiones físico-corporal y psicológico-mental. Como consecuencia, proliferaron prácticas para ejercitarlo y repararlo, dietas alimentarias, programas atléticos, actividades *outdoors*, y baños de sol y mar.<sup>12</sup>

En la interpretación de las imágenes puede reconocerse, entonces, que la playa es un escenario propicio para el descanso y la recreación y que, además, resulta un espacio apto para que los comportamientos se renueven. Las imágenes de publicidad y propaganda colaboraron para legitimar su comunicación.

Para lograr estas cualidades, se apela al uso de una diagramación con diálogos informales entre pares, entre grupos de diferentes sexos y con la participación en eventos lúdicos. Junto al desarrollo de destrezas físicas que invocan vitalidad sin inhibiciones, se estimula la diversión. Estas escenas son ajenas a los controles sociales porque delimitan un tiempo y un espacio diferentes. Permiten la manifestación de emociones y favorecen la expresión corporal junto a movimientos y ademanes espontáneos. Los folletos para promocionar los balnearios apuestan por estas innovaciones (Fig. 6 y Fig. 7).

En ambos folletos (uno local y otro inglés) se retoman los mismos modelos. No solo lo resuelven desde el punto de vista de la composición y el diseño gráfico, sino también desde la apelación a lo simbólico. Las imágenes de la figura 6 pertenecen a la contratapa de un folleto plegable de la Asociación de Propaganda y Fomento de Mar del Plata, que era entregado en mano a sus visitantes. Su tamaño aproximado es de 40 x 20 centímetros y en su interior contiene descripciones sobre las ventajas, atractivos y actividades que podían realizarse para promocionar el veraneo en la ciudad. La figura 7 corresponde a un cartel diseñado por el artista T. L. Dugdale para el London and North Eastern Railway (LNER), para promocionar los viajes en ferrocarril. En ambos casos se establecen puntos de contacto vinculados con características del entorno, las pertenencias sociales y las prácticas. Se trata de concentrar la atención en los vínculos entre lo que se ve y quién lo ve, dado que toda representación acaece para que alguien la perciba y la ajuste a sus modos de comprensión. Lo nuevo, aportado desde los estudios visuales, es reconocer que una imagen no traslada un significado cerrado y único, sino que es portadora de la posibilidad de ser comprendida desde varias perspectivas desiguales y móviles. Así, el objeto es creado, también, en el proceso de encuentro con quien se apresta a su análisis; se trata, consecuentemente, de una interacción performativa.

### **Reinventar las diferencias**

Es avanzando sobre la década de 1930 cuando las representaciones de los cuerpos comienzan a sufrir modificaciones. Se advierte la inclusión de otro estereotipo corporal y su resonancia es ilustrada en la plana gráfica. Las imágenes comienzan a enfatizar las tipologías preponderantes en las sociedades de dominación masculina, ámbito en el que los cuerpos no se contornean con perfiles de confusa sexualidad, más bien, enfatizan conceptos de

fuerza/delicadeza, protección/dependencia, seriedad/banalidad para referirse a los varones y las mujeres, respectivamente.

Diferentes hechos y tendencias marcan estos procesos. Entre ellos, estudios señuelos manifiestan que la depresión económica que devino de la baja en las acciones neoyorkinas hizo que el modelo de la chica emancipada quedara obsoleto: “[E]n épocas de crisis, la vitalidad infantil parece frívola o incluso insensible: lo que se lleva es la seriedad y la madurez; se admira a los hombres varoniles y a las mujeres femeninas” (Lurie, [1981] 1994, p. 94). De allí que, en su reemplazo, la persona atractiva fuera aquella que se mostraba segura de sí misma y fueran la prensa y los medios audiovisuales, como el cine, quienes lo comunicaran.

Por otro lado, no se puede desconocer el panorama de inestabilidad en diferentes regiones occidentales, bajo movimientos autoritarios que lograron imponerse e intervenir los Estados democráticos con la promesa de ser la alternativa para enfrentar el conflicto. Entre los lineamientos sustentados, la mujer debía volver a ocupar su lugar en el hogar, al cuidado de su familia y de su belleza, mientras que el varón era quien experimentaba el espacio de lo público y resolvía las demandas familiares. Sumado a esto, se presentaba la tendencia creciente de afiliarse a la cultura física, mencionada líneas arriba, y se amplificaba la necesidad de hallar sensaciones de bienestar en la naturaleza y de movilizar el cuerpo mediante gimnasia y deportes. Esto, naturalmente, tuvo repercusiones en la estética corporal.

¿Cómo se traducen estas modificaciones en el contexto de las costas? Con procesos y mecanismos elaborados por cada pensador/diseñador, con sus herramientas y con aparatos conceptuales que tiene almacenados. Observamos, nuevamente, que desde la empresa Jantzen se pone de manifiesto el cambio cultural mediante un estilo visual diferente en los figurines. Hacia mediados de la década de 1930, el dibujante George Petty comenzó a ilustrar los avisos con mujeres conocidas como *pin-up*.<sup>13</sup>

En un aspecto, las imágenes de las figuras 8 y 9 exteriorizan cuerpos vitales y disciplinados por el acondicionamiento físico. En relación con el aspecto morfológico-simbólico, no es trivial que se acentúe el dimorfismo sexual al resaltar, estratégicamente, zonas y atributos que identifican con naturalidad las identidades contrastadas.

En las representaciones de figuras femeninas, se diseñaron piernas contorneadas, caderas y bustos voluptuosos, talle corto y cintura afinada, en contraste con el desarrollo de los hombros. El pelo más largo, ondulado y rubio reemplaza la modalidad *à la garçonne* de la década de 1920. Se exalta la sensualidad dentro de grados aceptables de moralidad.

Si para los varones el lugar válido era el mundo de lo público, se prefería un carácter resuelto, mostrado a través de una compostura erguida y una forma de apropiación del espacio medida y extrovertida. Se sumaba la musculatura desarrollada, en especial en pectorales, brazos, piernas. En su conjunto, se convenían conceptos como “fuerza”, “protección” y “formalidad”.

Al comparar los cuerpos femeninos y masculinos en las figuras 8 y 9, se advierte que, así como se diferencian taxativamente ciertas características, hay atributos de los varones que pierden su impronta viril. Esto se manifiesta principalmente en curvaturas de empeines y gestos faciales que dan idea de un cuerpo que parece feminizado.

Las fórmulas adoptadas en afiches y avisos son más permisivas e idealizadas que los cuerpos reales y, en este sentido, se accede a la exigencia de una estetización que evocaría una virilidad menos rígida en busca de embellecer la pieza gráfica.<sup>14</sup> Hay una especie de desestructuración de los morfotipos que contrastan con los lineamientos genéricos dados.

En el trance por redefinir las posiciones y roles sexuales en la reconversión social, las imágenes cimientan las oposiciones entre realidad y ficción mediante el simbolismo visual; se pone en tensión, justamente, la subjetividad de la diferencia.

La estética que elogian los textos e ilustraciones coincide perceptualmente con dos ideales de lo bello corporal: el de los deportistas y el de las estrellas de cine. El cuerpo de los primeros testimonia la disciplina dada por el ejercicio riguroso y propone, entre otras cosas, la posibilidad de verlo desde una perspectiva menos restrictiva. Su desenvoltura o desnudez se recontextualiza en el ámbito del deporte y, por ello, es lícito que se lo despoje de prejuicios y normas. El cuerpo de las estrellas de cine aporta sofisticación y despierta la ilusión de conectarse, aunque sea en un nivel simbólico, con figuras exitosas que circulan en lugares de trascendencia pública. Resulta sugestiva la aparición de numerosas actrices en la prensa difundiendo los diseños de trajes de baño de vanguardia y practicando deportes como parte del secreto de su belleza.

Es innegable que las nuevas formas culturales, como el cine, fueron sumamente valiosas para propagar una estética integral que se ajustara a los tipos modernos. Jugaba a su favor el alcance de un público diverso que consumía entretenimiento y asimilaba representaciones sociales. Esto no solo se daba en las imágenes femeninas. El caso de Johnny Weissmüller, protagonista de *Tarzán*, demostró que así como existía un *sex-appeal* femenino, existía también uno masculino, del que él era representante.

En las figuras 10, 11 y 12 se expone cómo los protagonistas de avisos y de exhibición de celebridades compartían un estilo integral dado por las cualidades visibles del aspecto exterior. Todos estos factores conformaban la idealización de un cuerpo perfecto con el cual fantasear, a la vez que causaban fascinación en los espectadores y resultaban un estímulo para las prácticas de los ilustradores.

Las imágenes analizadas reflejan que en la playa los controles se flexibilizan y que mostrar el cuerpo en traje de baño resulta una conquista indeclinable y sugestiva. Así, diferentes representaciones visuales, vinculadas con el ocio, promocionan los sitios del veraneo junto a imágenes de mujeres en maillot.<sup>15</sup> Este recurso podría significar una estrategia sexual atractiva para nuevos turistas. Al cotejar el corpus de folletos propagandísticos de la ciudad, con afiches turísticos y avisos de artículos para playa, se observa que era usual que en el diseño gráfico la mujer encabezara la propuesta. Su imagen estereotipada actuaría como una especie de fetiche del veraneo, apelando a su sentido de feminidad y a su capacidad de seducción. Es interesante detectar que el condicionante físico tiene un alto peso; en todos los casos se advierten tallas delgadas y esbeltas.

Las figuras 13 a 16 clarifican las analogías con las posturas e indumentaria que exhiben las actrices. En estos casos, el ilustrador se mueve dentro de un mundo atento a despertar deseos y emociones, apelando a un tratamiento de la figura a través de sus texturas y de todos los medios que posibiliten acrecentar las motivaciones interiores. Esta diferente manera de expresión involucra al agente observador en una cultura visual con cambios perceptuales. El cuerpo se dispone para ser visto, con una mirada interesada, conducida por la seducción y con el propósito de alcanzar la satisfacción de experimentar las mismas prácticas del referente promovido. Las representaciones corporales en los avisos tienen la capacidad de instalar deseos y aspiraciones por conseguir el producto promocionado y ser como la figura que está allí.

simplex

**Jantzen**

Modelo 202  
CROQUE

Modelo 209  
CROQUE

Las expertas y las artistas de Jantzen en toda el mundo, trabajan incansablemente para satisfacer el gusto y la comodidad de sus clientes.

Desde hace 27 años Jantzen ha introducido y mejorado cada cuanto significa mayor belleza y perfección técnica en trajes de baño.

Es posible imitar solamente la apariencia de una malla Jantzen, pero nunca su calidad, sus matices y versatilidad.

Te presento que te desprendas.  
Cada el momento... ¡Resaca la cabeza!

Modelos para señoras desde \$ 12.50  
Hombres \$ 8.50  
Niños \$ 4.50

**Jantzen**

LA MALLA DE BAÑO UNIVERSAL

"SKIP THE FLATTERY, DARLING,  
MY JANTZEN TAKES CARE OF THAT."

● Skip flattery and see the new Jantzen Wigwag swimsuit of pure wool and Lanora yarn. Flattering because they accommodate the shape you wear before or after you swim. Er, they fit better than any suit you have ever worn and, second, they could well hold you most firmly. Yes - they are wonderfully light, compactly soft, and delightfully comfortable.

The swim in its Wigwagright, a new Jantzen wool fabric created by Jantzen. Its remarkable elasticity with every stroke helps to secure a true girdle, an amazing degree of figure control. For men it means the snug fit of youth. These new Jantzen suits give protection of fit permanently, in the water and out. They dry with amazing rapidity. Try one of these new Wigwagright suits of soft resilient wool with Lanora yarn knit in by an exclusive Jantzen process. *For the difference? See the difference on page!*

**Jantzen**

LANORA WIGWAGRIGHT SWIM SUITS

LANORA WIGWAGRIGHT SWIM SUITS

Figura 8 (izq.): Aviso de Jantzen. Fuente: diario *La Nación*, 18 de diciembre de 1938. Figura 9 (der.): Petty George, aviso de Jantzen, 1938. Fuente: The American Archives. Disponible en <[www.americanartarchives.com](http://www.americanartarchives.com)> (noviembre 2015).

*Grácil Armonía...*

CON MALLAS DE ENSUENO

**Jantzen**

FILMOFONO

PRESENTARA EN EL PROXIMO ESTRENO DEL SINTUOSO

**CAPITOL**

**EL LAGO DE LAS DAMAS**

Un "film" realista, poético y fascinante con hechos con el gran valor noticioso

REPARTIDO DE MARC BEEBEY, JOHANNES BRUNNEN, SIMONE SIMON, G. LA MERRY, JEAN PIERRE AUMONT, MICHEL SIMON y ZOKOLOFF

"JUST BETWEEN US, DARLING"

**JANTZEN**

Figura 10 (izq.): Aviso de Jantzen, contratapa. Fuente: revista de divulgación técnica *Algunos consejos útiles para veraneantes*, Asociación de Propaganda y Fomento de Mar del Plata, circa 1940. Figura 11 (centro): Aviso de la película *El lago de las damas*. Fuente: revista *Cinegramas*, 10, 18 de noviembre de 1934. Figura 12 (der.): Petty George, aviso de Jantzen, 1937. Fuente: The American Archives. Disponible en <[www.americanartarchives.com](http://www.americanartarchives.com)> (noviembre 2015).



Las piezas gráficas promocionan imágenes modernas de la ciudad y de quienes deambulan por ella, dejando claro qué silueta prevalece y cuáles son las actitudes oportunas entre los sexos. Los diseños no plantean puestas en crisis, no generan tensión ni muestran dudas respecto al sentido otorgado a la apariencia. Se activan prácticas de emulación que garantizan la inclusión en un estilo de vida esperado. Se refuerzan ideas, se marcan conceptos, se toma posición por uno u otro estereotipo y se apuntan los recursos expresivos para reunir los caracteres precisos y más significativos que permitan comunicar, visualmente, los referentes genéricos singulares.

Sabemos, desde las recientes formas de interpretar lo visual, que el significado sucede en el proceso de exploración que genera el receptor y en el reconocimiento de los aspectos simbólicos expresados. "El significado es un diálogo entre observador y objeto así como entre sus contempladores. [...] El concepto es dialógico puesto que es concebido de manera diferente según los regímenes de racionalidad y estilos [que participan]" (Bal, 2006, p. 39).

Las imágenes estudiadas se convirtieron en una herramienta de organización del pensamiento y un medio de enlace entre las cosas y ese pensamiento; permitieron, también, construir una constelación de interrogantes y una puesta en movimiento de engranajes para armar nuevas ideas. Nunca resultaron una ilustración de un contenido teórico. Asimismo, se puede reconocer que las imágenes tuvieron la capacidad de captar la atención porque sus cualidades materiales fueron tan significativas como su función social y su carga simbólica.

## **Piezas gráficas en circulación**

Todos los grupos culturales construyen sus formas visuales y le otorgan el protagonismo que las identifica. Las imágenes seleccionadas para este trabajo fueron móviles con capacidad evocativa y con el potencial de transferir a la actualidad ideas, valores e imaginarios. Entregaron un mundo de representaciones simbólicas que, además, tuvieron una función social, dado que permitieron la indagación del pasado y la preservación de esas experiencias.

Se ha visto que las formas de feminidad y masculinidad participaron de una estructura socialmente construida, con un componente cultural insoslayable en la conformación de las apariencias. Así, se puede hablar de una relación dialéctica entre indumentaria y espacio, entre lo que puede revelarse y lo que debe ocultarse. Resultan construcciones culturales que se elaboran según los modos de ver de cada grupo y que sostienen las cualidades de un tiempo histórico.

Es mediante las imágenes que los grupos han simbolizado y simbolizan las posiciones de los géneros, a la vez que organizan su adhesión a lineamientos de soberanía o sumisión que le permiten al lector intervenir activamente para componer y dar nuevas formas a sus propios itinerarios discursivos.

Así como cada época tiene una mirada particular de su tiempo, el veraneante en las costas marítimas consolida, junto al grupo de pertenencia, un modo de comportamiento que se construye a través de prácticas culturales, formas de conocimiento y de percepción visual. A comienzos del siglo XX, conviven varias formas de representar el cuerpo y en esa variabilidad se instalan las diferencias sociales y sexuales, las cambiantes miradas y las representaciones que las sustentan; todos condicionantes de las modalidades de pasar un tiempo de descanso en un balneario.

¿Qué rememora una imagen? No solo la práctica del diseñador y la abstracción que ejerce al fragmentar una realidad para mostrar lo que el comitente le ha demandado sino, también, los mecanismos expresivos de su tiempo, los valores y los cambios en las prácticas. Consumada la pieza gráfica, habrá que dar paso a una nueva mirada, la del consumidor, la del descifrador de significados que habita en cada uno de nosotros.

## NOTAS

**1** Las nuevas estrategias y tácticas puestas en funcionamiento hacen posible la incorporación, en el circuito de estudios, de todos los modos de expresión, como los que asumen las pinturas, las imágenes digitalizadas, los avisos publicitarios, las tarjetas postales, las fotografías, los videos, las esculturas, las imágenes electrónicas o el cine. Se trata de una "concepción inclusiva". Para su ampliación, ver: Guasch (2003).

**2** Para Hooper-Greenhill (2000, p. 14), "el acto de visión resulta el producto de las tensiones entre las imágenes externas, los objetos y los procesos internos del pensamiento". Este acto, además, promueve reflexión y especulación crítica antes que reconocimiento formal.

**3** Entre los principales aportes sobre los estudios visuales pueden verse los trabajos de Brea (2005), Mitchell (2002 y 2005), Bal (2003 y 2006), Mirzoeff (1999), Moxey (2000) y Guash (2003).

**4** El corpus se construye de acuerdo con dos núcleos temáticos vinculados con la propaganda y la publicidad. Por un lado, se han revisado folletos, carteles y afiches de la Asociación de Propaganda y Fomento de Mar del Plata, cuyos móviles configuraron los mecanismos para concretar una ciudad como centro de veraneo y para todos los que quisieran tomar su tiempo de descanso en un balneario de mar. Esta entidad, con una sede en la Ciudad de Buenos Aires y otra en Mar del Plata, desarrolló su actividad entre 1928 y 1950. Por otro lado, se han relevado avisos publicitarios y viñetas de humor en diarios nacionales, entre ellos *La Nación*; en revistas ilustradas de amplia difusión, como *Caras y Caretas* (Buenos Aires); en revistas temáticas como *Cinegramas* (Madrid); junto a los archivos y librerías de imágenes publicadas en línea.

**5** "Quiero que los estudios visuales atiendan *tanto* a la especificidad de las cosas que vemos *cuanto* al hecho de que la mayor parte de la historia del arte tradicional se hallaba ya mediada por sistemas de representación sumamente imperfectos como, por ejemplo, la diapositiva y, antes incluso, por el grabado, las litografías y las descripciones verbales" (Mitchel, [2002] 2003, p. 21).

**6** Ver: Didi-Huberman (2002).

**7** Para un panorama general de lo acontecido, pueden confrontarse Duby y Perrot (1990), Amelang y Nash (1990); y en el contexto argentino, Barrancos (2007), Devoto y Madero (1999) y Lobato (2007), entre otros.

**8** Un ejemplo representativo puede encontrarse en el artículo aparecido en 1929 en *Caras y Caretas* firmado por "A. T. de D".

**9** En las mujeres, se celebra el artificio y los recursos cosméticos, las joyas, los perfumes, los accesorios para realzar su belleza y activar la distancia con lo masculino como opuesto. Sobre el análisis de transgresiones de identidades que se generan a partir de las formas de vestir, en el contexto argentino, ver: Zambrini (2008).

**10** William Kerridge Haselden (1872-1953) fue un dibujante y caricaturista nacido en Sevilla, de padres ingleses. Sus trabajos se publicaron en diferentes periódicos de Londres, hasta que logró ingresar al *Daily Mirror*, donde maduró sus primeras incursiones en las caricaturas de carácter político. Luego, generó un nuevo estilo conectado con estudios particularizados de las clases medias y las modalidades asumidas en sus comportamientos y en los caracteres de la indumentaria de moda. Sus representaciones resultan material de consulta para historiadores sociales y de la cultura visual. Sobre estas imágenes, ver: Walton (2007).

**11** Jantzen fue una firma norteamericana que en la década de 1930 tenía sucursales de fabricación apostadas en diferentes lugares. Bajo el nombre "Jantzen Knitting Mills", se instaló en Portland, Chicago y Nueva York, Estados Unidos; Vancouver, Canadá; Brentford, Inglaterra; Lidcombe, Australia; Valhingen, Alemania; Troyes, Francia; y Milán, Italia. Con el nombre "Jantzen Sociedad Anónima Textil" se estableció en Buenos Aires, Argentina.

**12** Para ampliar, ver: Kaczan (2013).

**13** Término empleado asiduamente para ilustraciones de jóvenes mujeres que resaltan los rasgos externos de sexualidad mediante cuerpos semidesnudos, en posturas exageradas y provocativas.

**14** Agradecemos las reflexiones surgidas en un diálogo personal con Dora Barrancos en relación con el controversial diseño de las figuras masculinas.

**15** Pueden consultarse, entre otros, el aviso publicitario de la empresa de transporte Villalonga, en *La Nación*, 11 de diciembre de 1938, p. 19; y Redi, F. (1938). Mar del Plata se moderniza. *Caras y Caretas*, 2099, 24 de diciembre, s. p.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Armus, D. (2007). *La ciudad impura. Salud, tuberculosis y cultura en Buenos Aires. 1870-1950*. Buenos Aires: EDHASA.
- Bal, M. (2006). Conceptos viajeros en las Humanidades. *Estudios Visuales*, 3, 28-77.
- Barrancos, D. (1999). Moral sexual, sexualidad y mujeres trabajadoras en el periodo de entreguerras. En F. Devoto y M. Madero (Coords.), *Historia de la vida privada en la Argentina*. Buenos Aires: Taurus.
- Burke, P. ([1997] 2000). *Formas de historia cultural*. (B. Urritia, Trad.). Madrid: Alianza.
- Butler, J. (1988). *Gender Trouble: Feminism and Subversion of Identity*. Nueva York: Routledge.
- Corbin, A. ([1988] 1993). *El territorio del vacío. Occidente y la invención de la playa (1750-1840)*. (D. Lascade, Trad.). Barcelona: Mondadori Grijalbo Comercial.
- Chartier, R. ([1983] 1992). *El mundo como representación. Historia cultural entre prácticas y representaciones*. (C. Ferrari, Trad.). Barcelona: Gedisa.
- Featherstones, M., Hepworth, M y Turner, B. (2001). *The Body. Social Process, Cultural Theory*. Londres: Sage.
- Hooper-Greenhill, E. (2000). *Museums and the Interpretation of Visual Culture*. Londres: Routledge.
- Levi, G. ([1991] 1996). Sobre microhistoria. (J. L. Arístu, Trad.). En P. Burke (Ed.), *Formas de hacer historia*. Madrid: Alianza.
- Lipovetsky, G. ([1987] 2002). *El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas*. (F. Hernández y C. López, Trad.). Barcelona: Anagrama.
- Lurie, A. ([1981] 1994). *El lenguaje de la moda, una interpretación de las formas del vestir*. (F. Inglés Bonilla, Trad.). Barcelona: Paidós.
- Mitchell, W. J. T. ([2002] 2003). Mostrando el ver: una crítica de la cultura visual. *Estudios Visuales*, 1, 17-40.
- Vigarello, G. ([2004] 2005). *Historia de la belleza*. (Heber Cardoso, Trad.). Buenos Aires: Nueva Visión.

## Artículos de revistas

- De Celis, R. (1918). "El feminismo en marcha", *Caras y Caretas*, 1056, 28 de diciembre.
- A. T. de D. (1929). "El correo de la moda", *Caras y Caretas*, 1586, 12 de enero.

## BIBLIOGRAFÍA

- Amelang, J. y Nash M. (1990). *Historia y género: las mujeres en la Europa moderna y contemporánea*. Valencia: Edicions Alfons el Magnanim, Institutio Valencina d Estudios i Investigació.
- Bal, M. ([2003] 2004). El esencialismo visual y el objeto de los estudios visuales. *Estudios Visuales*, 2, 11-49.
- Barrancos, D. (2007). *Mujeres en la Argentina. Una historia de cinco siglos*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Brea, J. L. (2005). *Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. Madrid: Akal.
- Devoto, F. y Madero, M. (Coords.) (1999). *Historia de la vida privada en la Argentina*. Buenos Aires: Taurus.
- Didi-Huberman, G. ([2000] 2005). *Ante el tiempo*. (A. Oviedo, Trad.). Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- ----- ([2002] 2009). *La imagen superviviente. Historia del Arte y tiempo de los fantasmas según Aby Warburg*. (J. Calatrava, Trad.). Madrid: Abada.
- Duby, G. y Perrot, M. ([1990] 2000). *Historia de las mujeres*. (M. A. Galmarini). Madrid: Taurus.
- Guasch, A. M. (2003). Los Estudios Visuales. Un estado de la cuestión. *Estudios Visuales*, 1, 8-16.
- Kaczan, G. (2010). *Representaciones de cuerpos femeninos vestidos. Códigos visuales en los mecanismos de producción de exclusión, emulación y distinción social. Mar del Plata 1900-1930*. Tesis doctoral inédita. Mar del Plata, Argentina: Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMDP).
- ----- (2013). Salud, belleza, aire libre. Montaje de la apariencia femenina a orillas del mar (circa 1920-1940). *Arenal, Revista de Historia de las Mujeres*, 20(1), Universidad de Granada, 129-157.
- Lobato, M. (2007). *Historia de las trabajadoras en la Argentina (1869-1960)*. Buenos Aires: Edhasa.
- Mirzoeff, N. ([1999] 2003). *Una introducción a la cultura visual*. (P. García Segura, Trad.). Barcelona: Paidós.
- Mitchell, W. J. T. (2005). *What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*. Chicago: Chicago Press.
- Moxey, K. ([2000] 2003). Nostalgia de lo real. La problemática relación de la historia del arte con los estudios visuales. (X. García Sendín, Trad.). *Estudios Visuales*, 1, 41-59.
- Redí, F. (1938). Mar del Plata se moderniza. *Caras y Caretas*, 2099, 24 de diciembre, s. p.
- Sabsay, L. (2011). *Fronteras sexuales. Espacio urbano, cuerpos y ciudadanía*. Buenos Aires: Paidós.
- Walton, J. (2007). Beaches, Bathing and Beauty: Health and Bodily Exposure at the British Seaside from the Eighteenth Century to the Twentieth. *Revue Francaise de Civilisation Britannique*, 14(2), 36-119.
- Zambrini, L. (2008). Cuerpos, indumentarias y expresiones de género: el caso de las travestis de la Ciudad de Buenos Aires. En M. Pecheny, C. Figari y D. Jones (Comps.), *Todo sexo es político. Estudios sobre sexualidades en Argentina* (pp. 123-145). Buenos Aires: Libros del Zorzal.



- Zuppa, G. (Ed.) (2004). *Prácticas de sociabilidad en un escenario argentino. Mar del Plata - 1870/1970*. Mar del Plata, Argentina: Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMdP).
- ----- (Ed.) (2012). *Bajo otros soles. Miradas a través de folletos, postales, avisos publicitarios y fotografías*. Mar del Plata, Argentina: EUDEM, Colección "Letras, ciencias y arte".

### **Gisela Kaczan**

Diseñadora Industrial. Doctora en Historia. Investigadora del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y del Instituto de Estudios de Historia, Patrimonio y Cultura Material (IEHPAC) de la Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño (FAUD) de la Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMdP), en la provincia de Buenos Aires, Argentina. Docente de grado y posgrado de la misma universidad. Autora de trabajos en congresos internacionales y publicaciones indexadas en Argentina, Brasil, Colombia, España, Francia y Venezuela.

Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño. Universidad Nacional de Mar del Plata.  
Dean Funes 3250 - Mar del Plata, Argentina.

gisela.kaczan@gmail.com

### **Graciela Zuppa**

Licenciada en Historia del Arte. Magister en Historia. Investigadora del Instituto de Estudios de Historia, Patrimonio y Cultura Material (IEHPAC) de la Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño (FAUD) de la Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMdP), en la provincia de Buenos Aires, Argentina. Docente de grado y posgrado de la misma universidad. Autora y editora de *Bajo otros soles. Miradas a través de folletos, postales, avisos publicitarios y fotografías* (2012, Mar del Plata: Editorial de la Universidad Nacional de Mar del Plata, Colección "Letras, ciencias y arte") y de *Prácticas de sociabilidad en un escenario argentino. Mar del Plata - 1870/1970* (2004, Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata). Participa en congresos y jornadas nacionales e internacionales con presentación de trabajos.

Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño. Universidad Nacional de Mar del Plata.  
Dean Funes 3250 - Mar del Plata, Argentina.

gracielizuppa@gmail.com