

## XVI JORNADAS INTERESCUELAS DE HISTORIA - 2017

Ponencia para la mesa 145: "La formación histórica de las clases medias: avances empíricos y discusiones teórico-metodológicas".

Presentada por: Lucía Gandolfi Ottavianelli (FaHCE-UNLP)

---

### **Acechando a la élite. Un análisis de la sección “sociales” en la revista argentina *El Hogar* (1954-1956)**

*El Hogar* suele ser caracterizada como una revista dirigida a la clase media. Diversos trabajos que abordan su historia de manera general arriesgan definiciones sobre sus lectores. Ulanovsky<sup>1</sup> y Mendeleovich<sup>2</sup> proponen que la publicación apuntaba a un público de clase media y que, a su vez, mostraba los modos de vida de la “clase alta” o de las “clases adineradas”. Por su parte, Rubio y Del Carril<sup>3</sup> y Ospital<sup>4</sup> refieren su simultáneo direccionamiento a dos públicos. Las primeras expresan que se dirigía a “la clase media y la clase alta argentina con aspiraciones literarias y culturales”<sup>5</sup>; mientras, Ospital apunta que “estaba dirigida a los sectores altos y medios de los ámbitos urbanos”<sup>6</sup>.

Este trabajo adscribe a una línea que piensa las revistas como elementos decisivos para la elaboración de una historia cultural<sup>7</sup> y es deudora de los aportes que, desde la nueva historiografía sobre la clase media en Argentina, han puesto el foco en los procesos formativos de su identidad<sup>8</sup>.

---

<sup>1</sup> Ulanovsky, Carlos (1997). *Parentes rotativos. Historia de los grandes diarios, revistas y periodistas argentinos*, Buenos Aires, Espasa.

<sup>2</sup> Mendeleovich, Pablo (1981). “Las revistas argentinas”, en: *La vida de nuestro pueblo*. Fascículo 3: “Las revistas”, Buenos Aires, CEAL.

<sup>3</sup> Rubio de Zocchi, Mercedes y Del Carril, Sara Luisa (2000). “Nota sobre *El Hogar*”, en: *Borges en El Hogar*, Buenos Aires, Emecé.

<sup>4</sup> Ospital, María Silvia (2008). “Publicidad gráfica e historia social. Posibilidades de una fuente”, en: *Miradas sobre la historia social en la Argentina en los comienzos del siglo XXI*, Córdoba, Centro de Estudios Históricos C. S. Segreti, pp. 121 – 136.

<sup>5</sup> Rubio. *Op. Cit.*, p. 216.

<sup>6</sup> Ospital. *Op. Cit.*, p. 126.

<sup>7</sup> Delgado, Verónica (2014). “Algunas cuestiones críticas y metodológicas en relación con el estudio de revistas”, en: Delgado, V.; Mailhe, A. y Rogers, G., coords. *Tramas impresas: Publicaciones periódicas argentinas (XIX-XX)*. La Plata, Universidad Nacional de La Plata - Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. (Estudios-Investigaciones; 54). En: Memoria Académica. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.376/pm.376.pdf>

<sup>8</sup> Adamovsky, Ezequiel (2009) *Historia de la clase media argentina. Apogeo y decadencia de una ilusión, 1919-2003*, Buenos Aires, Planeta; Garguin, Enrique (2007), “El tardío descubrimiento de la clase media en Argentina”, *Nuevo Topo / revista de historia y pensamiento crítico*, no. 4, septiembre/octubre, pp. 85-108; Garguin, Enrique (2009), “Los argentinos descendemos de los barcos. Articulación racial de la identidad de clase media en Argentina (1920-1960)”, en: Sergio E. Visacovsky y Enrique Garguin (comps.) *Moralidades, economías e identidades de clase media. Estudios históricos y etnográficos*, Buenos Aires, Editorial Antropofagia. Pp. 61-94

Partiendo de múltiples perspectivas, diversos trabajos han destacado el rol de la prensa gráfica tanto al generar representaciones como al modelar comportamientos, prácticas, gustos o consumos identificados con la clase media<sup>9</sup>. Resulta atractivo, entonces, realizar un camino inverso que parta del análisis de la revista y descubra algunos de los mecanismos que pone en funcionamiento.

Desde la nueva historiografía sobre la clase media en Argentina se ha propuesto, para la primera mitad del siglo XX, el predominio de una imagen bipartita de la sociedad basada en la oposición binaria pueblo/oligarquía<sup>10</sup>. En este contexto, se han mostrado distintas prácticas de distinción y procesos de diferenciación social que, aunque no llegaron a condensarse en una identidad de clase media, sí configuraron condiciones de posibilidad e impulsos para ello, mediante la imposición/adopción de pautas morales y fronteras sociales, constructoras tanto de otredades como de identidades<sup>11</sup>. Según esta perspectiva, la identidad de clase media comenzó a delinearse más nítidamente en el transcurso de las transformaciones que operaron desde la cuarta década del siglo XX, dando lugar a una imagen tripartita de la sociedad y quedando articulada principalmente por categorías raciales que la oponen a la clase obrera durante el proceso de consolidación del peronismo<sup>12</sup>. El período abordado en el presente trabajo se inscribe, entonces, en un contexto en el que la idea de clase media encarna en una “poderosa identidad social”<sup>13</sup>.

Sin embargo, no se emprenderá la búsqueda de la identidad de clase media en las páginas de la revista. A la hora de pensar el abordaje del estudio de la publicación, se pondera su carácter formativo, pero también las limitaciones que trae aparejada la pretensión de utilizar su contenido para “reflejar un período”<sup>14</sup> o como “mera fuente”<sup>15</sup> y se rescatan los aportes que puede brindar a la hora de analizar los aspectos que les son propios.

---

<sup>9</sup> Torre, Juan Carlos y Pastoriza, Elisa (2002), “La Democratización del bienestar”, en *Nueva Historia Argentina* Tomo VIII. Editorial Sudamericana. Pp. 257-312; Ospital, *Op. Cit.*; Adamovsky, *Op. Cit.*; Rocchi, Fernando (1999), “Inventando la soberanía del consumidor: publicidad, privacidad y revolución del mercado en Argentina, 1860-1940”, en: Devoto, Fernando y Madero, Marta (Coords.) *Historia de la vida privada en la Argentina* Tomo III, Buenos Aires, Taurus. Pp. 301-319.

<sup>10</sup> Garguin, Enrique (2008), “Diferenciación e identificación de clase media en la esfera pública popular”, trabajo presentado en el *IX Congreso Argentino de Antropología Social*, Posadas, Misiones, 5-8 de agosto de 2008; Garguin (2009) *Op. Cit.*

<sup>11</sup> Garguin (2008) *Op. Cit.*

<sup>12</sup> Garguin (2009) *Op. Cit.*; Adamovsky, *Op. Cit.*

<sup>13</sup> *Ibid.*, p. 375.

<sup>14</sup> Louis, Annick (2014). “Las revistas literarias como objeto de estudio”, en: *Revistas culturales* 2.0.

<sup>15</sup> Delgado, *Op. Cit.*, pp. 19-20.

La presente ponencia explora la sección “sociales” de la revista *El Hogar* pensándola en diálogo con el concepto de “operación de clasificación social”<sup>16</sup> ya que contribuyó tanto a reforzar la identidad de los sectores más adinerados del país como la de quienes, a pesar de no pertenecer a ellos, “se identifican con su estilo de vida y con sus valores, separándose de ese modo del pueblo más bajo”<sup>17</sup>. Se rescata, asimismo, el rol que, desde la revista, se les asignaba a las mujeres como encargadas “del mantenimiento de esa apariencia pública que debía sostener una familia que aspiraba a ser considerada *bien*”<sup>18</sup>.

### **Una revista para la familia**

*El Hogar* comenzó a publicarse el 30 de enero de 1904 y dejó de salir en 1962. Como referencian diversos trabajos que abordaron la historia de la misma<sup>19</sup>, fue fundada por un inglés, Alberto Haynes, que llegó al país en 1887 y que, luego de trabajar como empleado en el ferrocarril Gran Oeste Argentino y dedicarse a la exportación de ganado, se lanzaría al periodismo con la creación de la revista. Fue, entonces, la primera publicación de la Editorial Haynes, que llegaría a ser un emporio mediático, incluyendo la edición de las revistas *Mundo Argentino* (editada desde 1911), *Mundo Deportivo*, *Mundo Agrario* y *Mundo Infantil* (editadas desde 1949) y *Mundo Peronista* (1951-1955), entre otras. También formaban parte de su esfera el diario y la radio *El Mundo*, nacidos en 1928 y 1935 respectivamente.

Su primer número ofrecía el Expreso Villalonga para su reparto a domicilio, tomando posteriormente la posta de esta tarea la empresa “La Rápida”, también de Haynes. Medía dieciocho por veintiséis centímetros y desde 1915 pasó a un formato mayor, similar al que tiene en el período 1954-1956, que es de 32,5 por 25,5 centímetros. Más allá de la discusión sobre el sector social al que apuntaba, no caben dudas acerca de que se dirigía a un público familiar: sus interlocutores son lectores de ambos sexos - aunque predominantemente lectoras-, incluía una sección con juegos infantiles y, puntualmente en el período revisado (1954-1956), abundan las menciones a la juventud. Tal vez sea, entre otras cosas, su carácter familiar el que alienta a los comentaristas a

---

<sup>16</sup> Adamovsky, *Op. Cit.* p. 59.

<sup>17</sup> *Ibid.*, p. 92.

<sup>18</sup> *Ibid.*, p. 85.

<sup>19</sup> Ulanovsky, *Op. Cit.*; Rubio, *Op. Cit.*

asociarla con la clase media, ya que el “modelo universal de familia”, suele ser asociado al “modelo de la clase media”<sup>20</sup>.

Desde sus inicios se presentó como una revista “literaria, recreativa, de moda y humorística”<sup>21</sup>. Reflejando dichas características, sus páginas siempre fueron heterogéneas. En ellas abundaban las notas sobre literatura, música, teatro y cine. En cuanto al abordaje de temas referidos a la política nacional, Rubio y del Carril apuntan que dicho contenido se refuerza desde el golpe de Estado de 1930, a partir de que la revista publica un reportaje al presidente de facto, José Félix Uriburu. Indican, también, que la presencia de Perón se hace creciente desde 1943, cuando se publica una fotografía suya en la Secretaría de Trabajo y Previsión. En enero de 1949 la revista deja de publicarse por un mes luego de una editorial que cuestiona la reforma constitucional, pero vuelve con expresas menciones, notas y crónicas que adscriben al peronismo<sup>22</sup> y, en 1955, el viraje en apoyo al golpe de Estado se expresa en la nota editorial del 30 de septiembre que abre la revista con el título “¡Libres! ¡Viva la Patria!”<sup>23</sup>.

El contenido de *El Hogar* también incluía cuentos y poesías, páginas de humor y una gran cantidad de colaboraciones firmadas por mujeres y referidas al cuidado de la belleza, a la moda femenina o al cuidado del hogar. En esta dirección, puede pensarse como una revista de “interés general” más que como una “revista cultural” ya que, pese a que incluía información de índole cultural lo hacía desde la perspectiva de “servicio prestado al lector” o “desde el perfil pedagógico y distributivo de lo que en otro tiempo se llamaba educación popular”<sup>24</sup>. En el período abordado, el carácter pedagógico de la revista se encuentra reflejado en numerosas secciones dirigidas a mujeres en las que se describen y difunden ciertas imágenes y modos de comportamiento.

Las mujeres aparecen, entonces, como las responsables de garantizar que tanto ellas mismas como la familia de la que son parte, adquieran una imagen adecuada a partir de la correcta decodificación de los consejos que difunde la publicación. Diversas secciones ejemplifican esta faceta: las que abordan temas de belleza y comportamiento,

---

<sup>20</sup> Míguez, Eduardo J. (1999). “Familias de clase media: la formación de un modelo”, en: Devoto, Fernando y Madero, Marta (Coords.) *Historia de la vida privada en la Argentina* Tomo II, Buenos Aires, Taurus. P. 22

<sup>21</sup> *El Hogar*, número especial por el 20º aniversario, 1924.

<sup>22</sup> Tal es el caso de los siguientes títulos: “El policlínico Eva Perón, de San Martín, otra gran realización humanitaria de la fundación” (Nº 2328, 25/06/1954, pp. 51-53), “La comida de camaradería de las Fuerzas Armadas” (Nº2331, 16/07/1954, pp. 48-49) o “En el tercer aniversario de la muerte de Eva Perón” (Nº 2385, 29/07/1955, p. 54).

<sup>23</sup> *El Hogar*, 30/09/1955, p. 3.

<sup>24</sup> Rivera, Jorge (1995). *El periodismo cultural*, Buenos Aires, Paidós, p. 96.

las que abordan las noticias diplomáticas y la sección “sociales”. En el caso de esta última, dicha denominación no se utiliza en la publicación, de hecho, la misma no cuenta con una nomenclatura explícita. Sin embargo, se describirá como sección “sociales” a las páginas literalmente centrales de la revista, cuyo contenido se distingue por la gran cantidad de fotografías que acompañan la cobertura de diversos eventos, tales como casamientos, bailes o presentaciones de señoritas en sociedad. En verano, se caracteriza también por la cobertura de las actividades de los veraneantes en las playas de Mar del Plata, Pinamar y Punta del Este.

Dentro del primer grupo, se destacan las secciones “De la vida y el corazón”, firmada por Silvia Wateau y “Para ser hermosa”, firmada por Dorianne. La primera se dedica a criticar actitudes tales como el exhibicionismo o la soberbia, mientras que promueve ciertos comportamientos familiares. En un artículo de 1955, por ejemplo, se habla de “la mesa familiar” y recomienda conversar con los niños sobre “arte” o “libros” para formar “la base sólida de su cultura”<sup>25</sup>. La segunda, por su parte, se dedica a brindar consejos de belleza, que en el discurso se ponen en relación con la buena salud: recomienda deportes, dietas o secretos para el cuidado de la piel; pero, sobre todo, suscita actitudes que, aunque pueden confundirse con una promoción del disfrute individual, procuran cuidar la imagen que las mujeres deben construir y transmitir de sí mismas. Tal es el caso de un artículo llamado “Un proceso de rejuvenecimiento” que recomienda a las señoras de entre cincuenta y cincuenta y cinco años leer buenos libros, ir al cine y poner la radio mientras trabajan, evitando dar la imagen de “esas antiguas fregonas que presentaban su casa impecable, pero que no están impecables ellas mismas en su apariencia personal”. La nota, propone una imagen femenina descontracturada y moderna que no quita a las mujeres de sus espacios tradicionales. Asimismo, construye un estándar de decoro, invitando a las interlocutoras a utilizar un maquillaje sobrio: “El rouge será rosado y el polvo requiere un matiz suave”<sup>26</sup>.

En diálogo con las secciones comentadas, un gran porcentaje del contenido publicitario de la revista, también se encuentra dirigido a mujeres y algunas de las publicidades apuntan explícitamente a modelar el comportamiento femenino. La “antigua fregona” criticada por Dorianne aparece malhumorada utilizando una tabla de lavar la ropa en una publicidad de electrodomésticos que enuncia: “Cometa trabaja por usted”

---

<sup>25</sup> *El Hogar*, 05/08/1955, p. 34.

<sup>26</sup> *El Hogar*, 11/2/1955, p. 55.

(Figura 1)<sup>27</sup>. Asimismo, una publicidad de Pond's recomienda: "Muestre a plena luz un maquillaje fresco y fino" e insta a evitar un maquillaje "Pesado, tosco y artificial"<sup>28</sup> (Figura 2).

Pensando en las receptoras, las secciones, por un lado, sin lugar a dudas difundían y promovían consejos destinados a quienes no se encontraban al tanto de las "correctas" actitudes y tendencias con la finalidad de que las adopten, pero, por otro, para muchas otras mujeres posiblemente dichas recomendaciones hayan constituido una obviedad y, en este sentido, al leer la revista podían identificarse con las imágenes propuestas por las redactoras, distanciarse de quienes desconocían esos *tips* y ratificar que se encontraban el camino indicado.

Las secciones que por excelencia expresan la cobertura de eventos diplomáticos se titulan "El mundo de la diplomacia" en 1954 y 1955 y "Momento diplomático" en 1956. En ellas, las cronistas demuestran su acceso a información clasificada y la comparten con sus interlocutoras, pero si bien la sección trata temas concernientes a eventos donde se expresan las relaciones internacionales, la cobertura de temas aparentemente banales representa una faceta "distendida" de la política que pone el foco en las "fiestas" o "cócteles"<sup>29</sup> que se ven reflejados en las fotografías que ilustran la sección.

La sección "El mundo de la diplomacia" está firmada por Peggy Leroy. Un tono cómplice con las lectoras se expresa en las instrucciones que la acompañan al principio, las cuales indican que se marcará con tres estrellas las "informaciones y comentarios confidenciales", con dos estrellas los "apuntes diplomáticos y cosmopolitas" y con una estrella las "noticias de la crónica política y mundana". "El mundo de la diplomacia" se encuentra apartada de la sección "sociales", pero el tono con que se dirige a las interlocutoras es similar. Durante 1956, en cambio, la sección "Momento diplomático", escrita por Sandra Davis, se encuentra expresamente asociada a la sección "sociales", ya que a partir de marzo de 1956 comienza a distinguirse de las demás una porción central de la revista, cuyas páginas ostentan un papel más grueso y más claro que el resto, ligeramente satinado y más apto para la impresión de fotografías<sup>30</sup>. Las privilegiadas

---

<sup>27</sup> *El Hogar*, 29/4/55, p. 33.

<sup>28</sup> *El Hogar*, 11/01/1955, p. 53.

<sup>29</sup> Obsérvense, a modo de ejemplo, los siguientes títulos: "Fiesta en la embajada de Haití" (04/03/1955) o "Cóctel francés" (23/09/1955).

<sup>30</sup> Esta característica de la revista no es exclusiva del año 1956, pero sí aparece un orden de los contenidos que se sostiene a lo largo del año.

páginas centrales incluyen publicidades a color que ocupan una página completa, el “Momento diplomático”, otros contenidos variables -crónicas de festivales de cine, entrevistas a músicos y reflexiones sobre arte plástico o literatura- y la sección “sociales”.

### **La sección “sociales”**

En algunos de los trabajos mencionados que abordan la historia de *El Hogar*, la sección “sociales” no ha pasado inadvertida. Los mismos, hacen referencia a que “le abría a la clase media en ascenso y en extensión una ventana para conocer cómo eran las formas de placer y diversión de las clases adineradas”<sup>31</sup>, “halagaba la vanidad de la clase alta, dedicando numerosas páginas a reflejar fiestas, casamientos, viajes, ropas y lugares de veraneo de las familias tradicionales”<sup>32</sup>, o registraba con fotografías los “acontecimientos sociales significativos, los deportes, la presentación de las niñas en sociedad, las bodas”<sup>33</sup>; pero la relación entre el contenido de la sección y su impacto en los receptores de la revista se ponen de manifiesto en la interpretación de Adamovsky cuando expresa que durante las primeras décadas del siglo XX “el público era también inducido a imitar las nuevas pautas de consumo y de estilo a través de los diarios y revistas de circulación masiva como *Caras y Caretas* o *El Hogar*, que incluían secciones de moda y “sociales” donde se reflejaba la vida de los sectores más adinerados”<sup>34</sup>. En este sentido, las fotografías presentes en la sección, que construyen imágenes y representaciones sobre los sectores más adinerados del país, constituyen una fuente que merece ser indagada. Para Adamovsky, la identidad de clase media se encuentra relacionada con una serie de valores, ideas e imágenes que cobraron forma durante las primeras décadas del siglo XX. Y, en este proceso, destaca “las ideas acerca de la jerarquía social que se difundían desde la cultura de la élite para *ordenar* la sociedad argentina”<sup>35</sup>. Ya sea desde el Estado, desde el ámbito económico o cultural, la élite realizaba “operaciones de clasificación social” conscientes o inconscientes cuyo efecto era fomentar “nuevas divisiones y jerarquías entre los grupos sociales o apuntalar las ya existentes”<sup>36</sup>. En esta dirección, resulta

---

<sup>31</sup> Ulanovsky, *Op. Cit.*

<sup>32</sup> Mendelevich, *Op. Cit.*

<sup>33</sup> Rubio, *Op. Cit.*

<sup>34</sup> Adamovsky, *Op. Cit.*, p. 70

<sup>35</sup> *Íbid.* p. 53.

<sup>36</sup> *Íbid.*, p. 59.

prometedor analizar el contenido de la sección “sociales” en diálogo con dichas “operaciones”.

La sección se dedica a retratar diversos acontecimientos. Generalmente, se reflejan eventos de carácter privado como, por ejemplo, bodas, bailes y presentaciones de señoritas en sociedad; pero su contenido también se encuentra condicionado por la época del año. Todos los años se destacan, a lo largo del verano, crónicas y reflexiones sobre diversos destinos turísticos, entre los que se destacan Mar del Plata, Pinamar y Punta del Este. Considerando dichas variables, la interacción entre las palabras y las imágenes se produce de diferentes modos. Cuando trata eventos privados, los comentarios son mínimos, en cambio, cuando se trata de la cobertura de lo que sucede en las playas, artículos más extensos acompañan a las imágenes.

A diferencia de las secciones comentadas hasta ahora, que presentan un carácter marcadamente pedagógico, cuando la sección “sociales” aborda acontecimientos privados, parece limitarse a mostrar a ese sector que se comporta “con el decoro propio de su rango”<sup>37</sup> y, en este sentido, las fotografías juegan un papel central. A los efectos de pensar las fotografías, resulta reveladora la mirada de Burke, cuando expresa que las imágenes reflejan un testimonio ocular y se constituyen como “agentes históricos, pues no solo guardaron memoria de los acontecimientos, sino que además influyeron en la forma en que estos mismos acontecimientos fueron vistos en su época”<sup>38</sup>. Analizar las fotografías es valioso en tanto construyen una imagen de los sectores más adinerados del país que puede funcionar tanto para reforzar su propia identidad como para fijar las aspiraciones de sectores no tan adinerados. A su vez, en tanto fuente, las fotografías pueden poner en juego aquello que no se dice. Esta riqueza de las imágenes advertida por Rivera Cusicanqui cuando propone que hay una faceta de las palabras que consiste en encubrir más que en mostrar, en cambio, “las imágenes nos ofrecen interpretaciones y narrativas sociales que [...] iluminan este trasfondo social y nos ofrecen perspectivas de comprensión crítica de la realidad”<sup>39</sup>.

En aquellos casos en que se retratan acontecimientos privados, la sección se limita a mostrar, a partir de una selección de fotografías, diversas escenas del evento. Breves textos escritos acompañan este tipo de nota. Las fotografías muestran los escenarios

---

<sup>37</sup> Miguez, *Op. Cit.* p. 24.

<sup>38</sup> Burke, Peter (2001)., *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona, Crítica pp. 183-184.

<sup>39</sup> Rivera Cusicanqui, Silvia (2010). *Ch'ixinakax utxiwa: una reflexión sobre prácticas y discursos Descolonizadores*, Buenos Aires: Tinta Limón, p. 20.

donde se llevan a cabo los eventos y los atuendos de las protagonistas. Una parte importante de la sección, también consiste en retratar a los invitados, lo cual parece calificar tanto a las personas como al evento. En este sentido, las fotografías no se limitan a representar las características materiales de la élite, sino también su capital relacional: “la red de relaciones que aseguraba su pertenencia a esa élite”<sup>40</sup>. En el caso de los “enlaces”, como los llaman en la revista, la sección se titula con los apellidos de quienes componen la alianza y, debajo, se describe en pocos párrafos quiénes fueron el padrino y la madrina por cada uno de los novios, dónde se llevó a cabo la ceremonia y dónde la celebración. Cuando la cobertura del enlace se ubica en la parte central de la revista se destaca su importancia y ocupa ambas páginas, dedicando la sección exclusivamente a un evento. La diagramación de las páginas centrales es variable, pero es una constante que predominen las fotografías. Limitándose a indicar los nombres y, cuanto mucho, la relación de parentesco, las fotografías simplemente retratan a los invitados y las indicaciones al pie se encargan de dar cuenta del desfile de apellidos y también del abanico generacional que asiste a la celebración. Por ejemplo, en el caso del enlace entre Elena Pereyra Iraola y Miguel Tezanos Pinto<sup>41</sup>, el texto escrito expresa que los padrinos fueron “Leonardo Herrera Vegas y su esposa Josefina Bosch por la novia” y, por el novio, sus progenitores: Mario Tezanos Pinto y María Teresa Ayerza. Mientras, en las fotografías, la novia posa con su sobrina Gertrudis Bunge, aparece también en un brindis con su abuelo Benito Bosch y, en otra, se encuentra conversando con Sara Anchorena de Pereyra Iraola, quien suele protagonizar diversas páginas de la revista (Figura 3).

En el caso de los bailes, en cambio, el foco está puesto en la juventud. Los mismos aparecen como un ámbito propicio para la interacción de las jóvenes parejas y, a su vez, las imágenes que se construyen de dicha interacción constituyen una especie de guiño al lector ya que en numerosas ocasiones el pie de foto las describe conversando “en un aparte”, dando cuenta de la intimidad de la situación. Un ejemplo de ello, está constituido por la fotografía que en un “baile de gente joven”<sup>42</sup> protagoniza una pareja, en la que el joven parece estar “cortejando” a la muchacha. En dicha fotografía destaca la incomodidad que se entrevé en la postura de la joven por encontrarse en semejante situación (Figura 4).

---

<sup>40</sup> Miguez, *Op. Cit.* p. 24.

<sup>41</sup> *El Hogar*, 05/08/1955, pp. 56-57.

<sup>42</sup> *El Hogar*, 06/07/1956, pp. 56-57.

En el “baile de presentación social”, que es caracterizado como “el acontecimiento social de mayor trascendencia en lo que va de la temporada”, las páginas centrales muestran a las “niñas presentadas en el baile”. En este caso, si bien todas las fotografías muestran a las jóvenes posando, en una imagen de cuerpo completo, destacando la importancia de los atuendos, así como de la silueta, jerarquizan a las niñas presentadas, mostrando a la principal agasajada, Gladys Perkins, en una fotografía de mayor tamaño y al resto de las niñas presentadas en otros dos formatos más pequeños<sup>43</sup> (Figura 5).

Alimentando el mito de la Argentina blanca, otros eventos dan cuenta del énfasis que se pone en la ascendencia europea. Tal es el caso del “29° Baile del Rugby”<sup>44</sup> y del “Baile en el Club Francés”<sup>45</sup>. El primero es descrito como una noche de “alegría y juventud” que congrega tanto a representantes y simpatizantes del rugby como a “casi todos los residentes británicos de la capital”. En este caso la fotografía más grande corresponde a “un grupo de jóvenes” que según el pie de foto canta una canción tradicional inglesa y los muestra bailando, ubicados en una larga hilera, que intercala a varones y mujeres, demostrando nuevamente los ámbitos propicios para este tipo de interacción (Figura 6). El segundo, es protagonizado por la colectividad francesa, que conmemora “un nuevo aniversario de la toma de la Bastilla” y la foto del centro de la página hace referencia al “grupo de jóvenes asistentes al baile”, compuesto por varones y mujeres que se encuentran posando en una ancha escalera.

En diálogo con las alusiones mencionadas, a lo largo del período revisado, *El Hogar* refuerza de modo explícito la representación europeizada o norteamericanizada de los y las habitantes del país. En una nota de 1954, una cronista se muestra encantada acerca de que las norteamericanas encuentren un parecido entre París y Buenos Aires y que manifiesten que “el nuestro es un pueblo tan bien vestido”<sup>46</sup>. Otro artículo, de 1955, se enorgullece al citar las palabras de una “experta en belleza” que trabaja para la revista *Vogue*, cuando expresa que “la mujer argentina es elegante y bella”, agregando que “en muy pocas ciudades del mundo pueden encontrarse en las calles tantas mujeres hermosas como las que yo he visto en Buenos Aires”<sup>47</sup>.

Sin embargo, la publicación también da cuenta de la existencia de diversos sectores que componen la sociedad. Este hecho, se pone de manifiesto en las

---

<sup>43</sup> *El Hogar*, 16/07/1954, pp. 50-51.

<sup>44</sup> *El Hogar*, 29/07/1955, pp. 58-59.

<sup>45</sup> *El Hogar*, 05/08/1955, pp. 54.

<sup>46</sup> *El Hogar*, 12/11/1954, p. 62.

<sup>47</sup> *El Hogar*, 16/09/1955, p. 113.

representaciones que se construyen tanto de los lugares de veraneo como de los turistas en la sección “sociales”. Los destinos reflejados por la sección son Mar del Plata, Pinamar y Punta del Este. Los mismos, se encuentran jerarquizados a partir de las notas que los acompañan. Una ciudad que se menciona a lo largo de los veranos de 1954, 1955 y 1956 es Mar del Plata. En 1954 en la sección sin firma llamada “Así es Mar del Plata” la ciudad turística aparece como la “gran niveladora”, “síntesis de la república”, donde “el rico y el pobre pueden proporcionarse del mismo modo el regalo de las vacaciones”<sup>48</sup>. Al año siguiente, la cobertura de las playas de Mar del Plata la realiza Linda Lindsay -cuyo verdadero nombre era Elina Gómez White<sup>49</sup>-, pero aquí resalta una visión crítica tanto de la ciudad como de sus visitantes. Sobre la ciudad expresa “entristece que su construcción, como tantas veces lo señalara la revista *El Hogar*, no responda a un estilo estético de acuerdo con los viejos estilos marplatenses que habían dado al gran balneario un señorío que está desapareciendo” y sobre las veraneantes exclama que “es cierto que cada uno se viste como quiere o como puede, pero también hay otra cosa que se llama la estética”, en este sentido, jerarquiza a las turistas expresando que hay “chicas gorditas” a quienes les queda mal seguir la moda de los pantalones ajustados, pero que “esa misma moda la dan unas chicas de espléndida silueta bronceada y fina”<sup>50</sup>. Esta imagen construida por la cronista, expresa una jerarquización social que no se explicita, pero condicen con las expresiones más atrevidas del diseñador Christian Dior, citadas en la revista dos semanas después: “es muy agradable tropezarse con una bonita campesina que tiene una hermosa apariencia rural o una fascinante duquesa que tiene la prestancia de ese alto rango; pero en cambio es desagradable una duquesa con aires de campesina o una belleza rural con pretensiones de duquesa”<sup>51</sup>. En ese mismo número, Pinamar aparece como una alternativa. Damiano Palau, enviado especial de la revista, comenta: “La llegada a la villa lo enfrenta una vez más con una vida organizada de forma totalmente distinta a la de las otras playas. Allí no hay cine, ni teatro, ni ruleta, ni calles bulliciosas, con negocios rutilantes. La grandiosa playa se recuesta en una magnífica arboleda entre la que se levantan los hoteles y elegantes residencias”<sup>52</sup>.

En 1956, Linda Lindsay, escribe un artículo llamado “Plena temporada marplatense”, donde expresa su descontento con la muchedumbre, sintetizadas en

---

<sup>48</sup> *El Hogar*, 26/02/1954, p. 78.

<sup>49</sup> *La Nación*, 19/05/1998, “El fallecimiento”.

<sup>50</sup> *El Hogar*, 28/01/55, pp. 44-45.

<sup>51</sup> *El Hogar*, 11/02/55, pp. 56

<sup>52</sup> *Íbid.*, p. 37.

comentarios que hacen referencia a “miles y miles de personas ocupan la rambla”, a “marejadas” o a la “marea humana” y señala “no estar en contra de la gente, pero contra alguna gente, señalar, sí, estas cosas que afean Mar del Plata”: bocinazos, los gritos de los vendedores ambulantes y las “indumentarias equivocadas”. Opone a este paisaje el de las estancias marplatenses donde todo es apacible<sup>53</sup>. Dos semanas después retoma esta idea cuando dice, refiriéndose a la cría de caballos, que en las estancias suceden cosas que sólo creía que sucedían en Inglaterra o Norteamérica y que, en semana santa, “allí se traslada la vida de familia, en desmedro de la vida de simple turista”<sup>54</sup>. Pero la opción más atractiva de veraneo se encuentra expresada en la imagen que la revista construye sobre Punta del Este, que constituye “la estética más perfecta”. Sobre el poblado, se dice que entre las residencias “no hay muros ni cercos que las separen y no tienen entonces esa expresión de título de propiedad que destruye el paisaje” y, lejos de las muchedumbres que abundan en otros destinos, “las playas de dorada arena [...] se reparten la concurrencia de tal modo, que uno tiene siempre la ilusión de sentirse dueño de su soledad, si así quiere interpretar su veraneo, o de encontrarse acompañado y de alternar con muchedumbres internacionales, si tiene esa preferencia”<sup>56</sup>. Los veraneantes, por su parte, se ven representados por el cruce vertiginoso de un magnífico automóvil o [...] por una ágil y bonita figura con “*blujeens*” (*sic.*), de doradas piernas perfectas en el pedalear de la bicicleta”. Quien protagoniza esta última nota es Sara Anchorena de Pereyra Iraola, quien suele figurar en varios de los eventos incluidos en la revista. Más allá de los mensajes implícitos de la nota, la imagen termina de asociar a Punta del Este con el lugar de veraneo de la élite.

## Comentarios finales

Es posible que el contenido de la sección “sociales” haya contribuido tanto a reforzar cierta idea de élite como a fijar aspiraciones de los sectores que no pertenecían a ella. También es posible que su contenido haya sido observado tanto por sus protagonistas como por los meros espectadores.

---

<sup>53</sup> *El Hogar*, 16/3/1956, pp. 60-61.

<sup>54</sup> *El Hogar*, 30/3/56, pp. 48-49.

<sup>55</sup> La práctica del aislamiento de la élite durante el verano es descripta por Champagne, Patrick (1971). “Les paysans à la plage”, en: *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, vol. I, nº 2, pp. 21-24. Traducción de Mariano Bussi, Mariano (2012), en: *Revista del Museo de Antropología* 5, Universidad Nacional de Córdoba, pp.101-106

<sup>56</sup> *El Hogar*, 10/02/1956, p. 38.

Desde la sección comienza a construirse, también, un modelo homogéneo de juventud que cobra gran protagonismo narrativo: se observa fuertemente generizada y se constituye como un momento donde parece ser legítimo el disfrute de los placeres mundanos, delimitándose, asimismo, ciertos ámbitos propicios para la interacción entre varones y mujeres.

Pero los mensajes, sobre todo, se encontraban dirigidos a proponer un modelo femenino que, además de establecer cuáles eran los comportamientos y los tipos de cuerpo deseados, también se encontraba solapadamente racializado. Es evidente que el verano constituye un momento en el que el ocio no es exclusivo de los “sectores adinerados”, ni de los no tan adinerados que, sin embargo, mantienen -en términos de la revista- un estándar de decoro y respetabilidad. En este sentido, en algunos artículos parece ponerse de manifiesto, a partir de la crítica de los comportamientos y el aspecto estético de ciertas veraneantes, el mecanismo por el cual las palabras encubren más de lo que muestran, evocando soslayadamente aquellas categorías raciales que, como se mencionó al principio, contribuyeron a delinear más nítidamente la identidad de clase media en Argentina.

Luego del golpe de estado del 16 de septiembre de 1955 el contenido de la sección sociales comenzó a destacar los roles de mujeres “ejemplares”. Una nota de octubre de 1955<sup>57</sup>, por ejemplo, define a Mercedes Villada Achaval de Lonardi, esposa del presidente de facto, como una mujer “culta, suavísima, pequeñita, de cabellos oscuros y tez clara” y, otra, de junio de 1956<sup>58</sup>, expresa que en la “velada de gala” del 25 de mayo en el Teatro Colón “la mujer argentina estaba dignamente representada en su elegancia y belleza, dentro del tono mesurado que corresponde al clima democrático”. Una vez más, parece ponerse en juego el mecanismo por el cual las palabras configuran un “registro ficcional, plagado de eufemismos que velan la realidad en lugar de designarla”<sup>59</sup>.

---

<sup>57</sup> *El Hogar*, 7/10/1955, p. 49.

<sup>58</sup> *El Hogar*, 08/06/1956, pp. 56-57.

<sup>59</sup> Rivera Cusicanqui, *Op. Cit.*, p. 19.







## **Bibliografía**

- Adamovsky, Ezequiel (2009). *Historia de la clase media argentina. Apogeo y decadencia de una ilusión*, 1919-2003, Buenos Aires, Planeta.
- Burke, Peter (2001)., *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona, Crítica.
- Champagne, Patrick (1971). “Les paysans à la plage”, en: Actes de la Recherche en Sciences Sociales, vol. I, nº 2, pp. 21-24. Traducción de Mariano Bussi, Mariano (2012), en: Revista del Museo de Antropología 5, Universidad Nacional de Córdoba, pp.101-106
- Cosse, Isabella (2011). “*Claudia*: la revista de la mujer moderna en la Argentina de los años sesenta (1957-1973)”, *Mora*, Vol. 17 Nº 1, Buenos Aires.
- Delgado, Verónica (2014). “Algunas cuestiones críticas y metodológicas en relación con el estudio de revistas”, en: Delgado, V.; Mailhe, A. y Rogers, G., coords. *Tramas impresas: Publicaciones periódicas argentinas (XIX-XX)*. La Plata, Universidad Nacional de La Plata - Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. (Estudios-Investigaciones; 54). En: Memoria Académica. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.376/pm.376.pdf>
- Furbank, P. N. (2005, 1ra ed. 1985). *Un placer inconfesable o la idea de clase social*, Buenos Aires, Paidós.
- Garguin, Enrique (2007), “El tardío descubrimiento de la clase media en Argentina”, *Nuevo Topo / revista de historia y pensamiento crítico*, no. 4, septiembre/octubre, pp. 85-108
- Garguin, Enrique (2008), “Diferenciación e identificación de clase media en la esfera pública popular”, trabajo presentado en el *IX Congreso Argentino de Antropología Social*, Posadas, Misiones, 5-8 de agosto de 2008
- Garguin, Enrique (2009), “Los argentinos descendemos de los barcos. Articulación racial de la identidad de clase media en Argentina (1920-1960)”, en: Sergio E. Visacovsky y Enrique Garguin (comps.) *Moralidades, economías e identidades de clase media. Estudios históricos y etnográficos*, Buenos Aires, Editorial Antropofagia. Pp. 61-94
- Mendelevich, Pablo (1981). “Las revistas argentinas”, en: *La vida de nuestro pueblo*. Fascículo 3: “Las revistas”, Buenos Aires, CEAL.

- Míguez, Eduardo J. (1999). “Familias de clase media: la formación de un modelo”, en: Devoto, Fernando y Madero, Marta (Coords.) *Historia de la vida privada en la Argentina* Tomo II, Buenos Aires, Taurus.
- Milanesio, Natalia (2014). *Cuando los trabajadores salieron de compras. Nuevos consumidores, publicidad y cambio cultural durante el primer peronismo*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Ospital, María Silvia (2008). “Publicidad gráfica e historia social. Posibilidades de una fuente”, en: *Miradas sobre la historia social en la Argentina en los comienzos del siglo XXI*, Córdoba, Centro de Estudios Históricos C. S. Segreti, pp. 121 – 136.
- Rivera Cusicanqui, Silvia (2010). *Ch'ixinakax utxiwa: una reflexión sobre prácticas y discursos Descolonizadores*, Buenos Aires: Tinta Limón.
- Rivera, Jorge (1995). *El periodismo cultural*, Buenos Aires, Paidós
- Rocchi, Fernando (1999), “Inventando la soberanía del consumidor: publicidad, privacidad y revolución del mercado en Argentina, 1860-1940”, en: Devoto, Fernando y Madero, Marta (Coords.) *Historia de la vida privada en la Argentina* Tomo III, Buenos Aires, Taurus. Pp. 301-319.
- Rubio de Zocchi, Mercedes y Del Carril, Sara Luisa (2000). “Nota sobre *El Hogar*”, en: *Borges en El Hogar*, Buenos Aires, Emecé.
- Torre, Juan Carlos y Pastoriza, Elisa (2002), “La Democratización del bienestar”, en *Nueva Historia Argentina* Tomo VIII. Editorial Sudamericana. Pp. 257-312
- Ulanovsky, Carlos (1997). *Parén las rotativas. Historia de los grandes diarios, revistas y periodistas argentinos*, Buenos Aires, Espasa.