

Imagen y consumo en la *Atlántida* de los años veinte

Talía Bermejo

Atlántida. Ilustración Semanal Argentina fue la primera revista que publicó, a partir de 1918, la editorial homónima, dirigida por el periodista y escritor uruguayo Constancio C. Vigil (Rocha, Uruguay, 1876-Buenos Aires, 1954). Desde el comienzo, *Atlántida* privilegió el registro visual y las cubiertas fueron un soporte clave en ese aspecto ya que en su mayoría exhibían obras de arte a página completa y a color. El interior también reflejaba ese interés en lo visual a través de las caricaturas de la portada, las secciones gráficas, las numerosas viñetas, las ilustraciones y las fotografías que poblaban cada número. La revista logró instalar estrategias novedosas en la promoción del arte combinando el humor y la crítica profesional bajo el formato de un *magazine*.¹ Concebida como un proyecto comercial de carácter masivo, *Atlántida* operó con imágenes y textos mediante estrategias que alternaban un registro de comunicación “culto” y uno “popular”. El propósito de este análisis es centrar la atención sobre ese peculiar dispositivo que articuló un manejo humorístico de la ilustración, escritos sobre arte y parodias al sistema de las artes. Sin embargo, se verá que también sostuvo el respeto por los cánones estéticos y los valores sociales, al mismo tiempo que introdujo un intento de comprensión de los nuevos lenguajes artísticos durante la segunda década del siglo xx. En este sentido, se abordará el *magazine* sin la pretensión de un análisis exhaustivo de sus aspectos materiales y de sus contenidos, sino

¹ Según Beatriz Sarlo, el “sistema misceláneo del *magazine* consiste en la yuxtaposición de textos que responden a retóricas, poéticas y objetivos diferentes (...)”. (1985: 160). Dentro de una bibliografía abundante sobre el *magazine*, puede consultarse también Ohmann (1996). Agradezco a Sandra Szir el haberme facilitado materiales sobre estos temas.

con el objeto de revelar esos mecanismos; para ello, se observará el papel que cumplieron las caricaturas sobre arte, los criterios de selección de la imagen de tapa y la introducción de la crítica especializada, para focalizar, por último, un momento álgido de los debates locales: la exposición de Emilio Pettoruti en la galería Witcomb en octubre de 1924. Por este camino, se busca reflexionar sobre las estrategias de promoción artística que impactaron en el desarrollo del consumo para el cual el humor resultaba un componente clave; en este sentido, se pensará la revista como dispositivo para la divulgación de imaginarios que moldeaban la sensibilidad y los conocimientos artísticos de los lectores.

I.

Atlántida fue un semanario de actualidad y variedades dirigido a un público amplio, compuesto por secciones que se mantuvieron prácticamente invariables durante los años que interesan aquí (1918-1924).² El editorial, a cargo de Constancio C. Vigil, titulado “Vida que pasa”, presentaba un tema del momento que luego reaparecía en otras secciones.³ Así, el primero de esos artículos, escrito hacia fines de la Primera Guerra Mundial, en marzo de 1918, funcionó como una declaración de optimismo en medio del desastre

² El título fue tomado del poema de Olegario V. Andrade, “Canto al porvenir de la raza latina en América”, publicado en el primer número: “¡Atlántida encantada, que Platón presintió! Promesa de oro del porvenir humano reservado a la raza fecunda, cuyo seno engendró para la historia, los Césares de genio y de la espada. Aquí va a realizar lo que no pudo al mundo antiguo en los escombros yertos: ¡la más bella visión de las visiones! ¡al himno colosal de los desiertos la eterna comunión de las naciones!” (7 de marzo de 1918: s/p). De esta manera, Vigil dejaba asentado el perfil americanista de la nueva publicación y se distanciaba, primero, de la revista de David Peña (*Atlántida. Ciencias, Letras, Arte, Historia Americana, Administración*, editada entre 1911 y 1914) y, segundo, de la homónima más antigua dirigida por Emilio Berisso y José Pardo en 1897. Para una ubicación general de estas publicaciones, véase el trabajo pionero de Lafleur (2006); también, Girbal-Blacha y Quatrocchi-Woisson (1999). Un año después de la aparición de la *Atlántida* de Vigil, en 1919, comenzaron a editarse los populares semanarios *El Gráfico*, *Billiken* y *Para Ti*, vigentes hasta hoy.

³ María Laura Bontempo (2007) ha estudiado la trayectoria de Vigil y las filiaciones de *Atlántida* con proyectos editoriales previos en los que estuvo involucrado, como fue el caso de la revista *Mundo Argentino* que, a partir de 1818, constituyó la principal competidora de *Atlántida* junto con el semanario *El Hogar*, ambos de la editorial Haynes. Específicamente sobre la editorial, véase Bontempo (2013).

europeo: “Afirmemos nuestro derecho al porvenir; cantemos nuestro canto de esperanza frente a la más horrible de las guerras. Todos, en esta larga noche humana, estamos levantados aguardando la aurora. ¡Salve Argentina! [...] ¡Salve América!”. De esta forma, el editorial daba la nota comprometida respecto de la coyuntura internacional y también reflexionaba sobre los eventos locales. Los comentarios de actualidad social o política seguían en otras secciones como “Acuarelas de la calle”, “La pregunta del día”, o “De jueves a jueves” firmada por El Sastre del Campanillo. Se destacaba, en todos los casos, la presencia constante del humor a través de textos paródicos, extravagantes seudónimos y numerosas caricaturas realizadas por Oscar Soldati o José Friedrich, entre otros colaboradores estables, a las que se sumaron los dibujos del famoso estadounidense Charles Dana Gibson.⁴ También se incluyeron secciones en las que la sátira dominaba el comentario político como “El salón de los pesos perdidos”, en evidente referencia al Salón de los Pasos Perdidos del Congreso de la Nación, que en cada número firmaba El Bombero de Guardia, o “Cartas abiertas a eminencias, celebridades y algunas nulidades”. Con desenfado, *Atlántida* informaba sobre los temas del día a día al mismo tiempo que delimitaba sus propias posiciones e intereses políticos portando siempre el arma estratégica del humor.⁵ Cuestiones relacionadas con la educación y la crianza de los hijos, la salud, la moral y las buenas costumbres, consejos para la mujer o notas sociales armaban otros núcleos de interés. La cultura oral alimentaba una parte significativa de cada número

⁴ Soldati (Rosario, 1892-Buenos Aires, 1965) fue pintor, crítico de arte y, además de ilustrador, actuó como director artístico de *Atlántida*. Sus caricaturas también se publicaron en *PBT*, *Crítica*, *Billiken* y *Mundo Argentino*. Fue periodista y director artístico de la revista *El Hogar*. En 1930 se presentó por primera vez en el Salón Nacional y se conservan obras suyas en el Museo Nacional de Bellas Artes. Friedrich, checoslovaco radicado en la Argentina desde principios del siglo XIX, fue dibujante y caricaturista. También colaboró en las revistas *Plus Ultra* y *Fray Mocho* (<http://www.museodeldibujo.com>). Por último, Gibson (1867, Roxbury, Massachusetts-1944, Nueva York) trabajó para la revista *Life* y se hizo famoso por la llamada “Gibson girl”, considerada el primer estereotipo femenino estadounidense. Véase Patterson (2008). Sobre la publicación de caricaturas extranjeras en Buenos Aires, véase Gené (2011).

⁵ De profusa tradición en Europa, el humor también fue un recurso extendido en las publicaciones locales desde fines del XIX. Al respecto, véanse los trabajos de Malosetti Costa (2005), Szir (2009; 2011) y Rogers (2007). En los últimos años, se han producido nuevas investigaciones sobre las articulaciones entre imagen y palabra en publicaciones locales; es el caso del volumen compilado por Malosetti Costa y Gené (2013).

buscando la identificación del lector en artículos sobre creencias, leyendas o mitos populares, y también refranes satíricos o de claro perfil moralista. Otros apartados reunían un conglomerado de saberes heterogéneos que iban desde “La magia y sus trucos” hasta “Últimos inventos”.⁶ Figuras ilustres de la historia nacional o grandes nombres del arte y la literatura universal fueron abordados a través de una sección -compuesta por anécdotas sobre vida y obra de Manuel Belgrano, lord Byron, Leonardo Da Vinci o Goethe, entre muchos otros- que propiciaba una lectura narrativa y vivencial de los personajes.

En suma, esta miscelánea delata un perfil cosmopolita y multicultural: la revista se dirigía a un público lector heterogéneo que puede ubicarse entre los sectores medios compuestos por inmigrantes de procedencias diversas para quienes todavía pesaban las tradiciones de origen y cuyos intereses fluían entre saberes orales y conocimientos formalizados.⁷ La variedad de temáticas podía abarcar una amplia gama de preferencias y el foco puesto en el día a día cubría semanalmente las necesidades de información actualizada de los lectores. Además de la abundancia de columnas y viñetas satíricas y del énfasis puesto en lo visual, otros factores remiten a esos destinatarios: el predominio de notas cortas escritas en un lenguaje ameno y sencillo, que no requerían ni disponer de mucho tiempo para la lectura ni ser versado en los temas que se trataban; la extensa tirada, que en el primer año llegó a los 45.000 ejemplares semanales, era capaz de llegar a un amplio espectro social y, finalmente, el precio era accesible para compradores de recursos económicos moderados (entre 1918 y 1924, costó 20 centavos en la capital).⁸ En ese contexto, la ilustración constituía una vía de identificación importante entre los lectores, ya que representaba un atractivo adicional y favorecía una lectura de las imágenes que tendía a independizarse de la palabra escrita. Es decir, la imagen no resultaba un mero acompañante del

⁶ En esta línea se ubicaban secciones como “La página de Conan D’Ache”, dedicada al “arte de la veterinaria”, “Notas de Billiken”, sobre proyectos de Edison, abanicos japoneses o el origen del hockey o “Cueva del Viejo Vizcachá”, que reunía anécdotas de personajes históricos, coplas, consejos de belleza hasta “Máximas tolstoianas” (Díaz, 1999).

⁷ Para un análisis del espectro de lectores durante el período, véanse Sarlo (1985), Altamirano y Sarlo (1997), Prieto (2006), Eujanián (1999).

⁸ A su vez, los productos que se publicitaban en sus páginas –cosméticos, productos alimenticios, vestimenta, muebles–, en general, no eran los objetos de consumo suntuario que ocupaban los avisos de la lujosa *Plus Ultra*, por ejemplo, que costaba un peso.

texto, sino un dispositivo capaz de construir otros sentidos.

A su vez, la ilustración tenía un lugar preponderante en las secciones dedicadas a las distintas disciplinas artísticas, como la columna de crítica teatral, “Telón arriba”, cuyo tono irónico arrancaba en el seudónimo del autor, Lucífero. La literatura se desarrollaba en los apartados “El libro de la semana” y “Novedades literarias” y a través de la publicación de poesías y cuentos cortos (entre los que se vieron “Las rivales” de Máximo Gorki y “Nuevas aventuras de Sherlock Holmes” de A. Conan Doyle, presentados en varias entregas). La música aparecía en la sección “Lo que canta el pueblo”, con letras y partituras de canciones populares.⁹ De los numerosos colaboradores que alternaron durante el período 1918-1924, se destacaron reconocidos escritores argentinos, como José Ingenieros, Alberto Gerchunoff, Horacio Quiroga –quien estuvo a cargo de la columna de cine–, Arturo Capdevila, Alfonsina Storni y Leopoldo Lugones; y entre los extranjeros, Rabindranath Tagore, Gabriela Mistral y José Ortega y Gasset.

Llama la atención que a lo largo de los primeros números no exista una sección dedicada a las bellas artes. En su lugar, *Atlántida* eligió una vía alternativa para hablar del tema y lo hizo a través del humor. En efecto, al comienzo, se aludía a las bellas artes mediante caricaturas que introducían cuestiones vinculadas al oficio del artista, al mercado del arte, a los *marchands*, a los compradores y a los coleccionistas a través de la parodia. Entre numerosos ejemplos, una viñeta muestra a un pintor, muy atildado y elegante, en diálogo con una aristocrática dama: “–El año pasado me pidió doscientos pesos por mi retrato... ¿Por qué me pide hoy trescientos? –Porque está usted mucho más gruesa”.¹⁰ Se trata de una sátira al sistema de las artes, a la pintura por

⁹ Es destacable el uso de ciertas herramientas que buscaban la participación del lector, como fue el caso de la apertura de un concurso mensual titulado “Necesitamos una leyenda para este grabado”, que invitaba a los lectores a enviar un texto que fuera apropiado para acompañar una caricatura. No obstante, y como contrapartida humorística de este llamamiento, la editorial se complacía en advertencias del tipo: “Suplicase a los colaboradores ‘espontáneos’ y muy especialmente a los que andan medio bien con las musas del parnaso, quieran no remitirnos, por ahora, sus elucubraciones” (7 de marzo de 1918, p. 51).

¹⁰ *Atlántida*, 2 de mayo de 1918. Resulta interesante el precio que asigna el anónimo pintor a ese hipotético retrato por cuanto nos habla de un artista local que cotiza su obra en un valor relativamente alto si se compara con objetos de uso cotidiano, como los muebles que se publicitan en el mismo número de la revista (por ejemplo, un juego de comedor de roble macizo compuesto por un aparador, un trinchante, una mesa y seis sillas tapizadas, ambos muebles con vitrinas, a

encargo, y al lugar que se adjudica el artista, quien se burla, en definitiva, de sus acaudalados clientes. Entre las viñetas firmadas por Gibson y presentadas como “Obras maestras de Gibson”, se incluyeron varias sobre el coleccionismo y los grandes mecenas; por ejemplo “La señora platuda se aburre soberanamente entre tanta magnificencia” muestra a una dama de alta sociedad que dormita ante una suntuosa galería poblada de obras de arte¹¹. La parodia ocupa el lugar de la nota sobre arte y el resultado es una mirada inquisitiva y desafiante que reemplaza el comentario o las intenciones didácticas de un crítico.

Tanto el humor que alimentaba estas miradas como la sátira política definieron otra sección titulada “El gran rotativo”. Esta se presentaba como una publicación separada dentro de la misma revista con una numeración exorbitante (en 1918, empieza en el 889.676.780, año 84, y para 1924, llega hasta el 9.000.000.000.236, año 96). Allí, curiosamente, aparecen las primeras notas sobre artes plásticas. Una subsección titulada “Crítica de arte”, dentro de “El gran rotativo”, cuestionaba tanto el profesionalismo de los críticos como el de los artistas:

Los pintores y escultores que, por vanidad o con el justo deseo de hacer conocer sus obras, necesitan que EL GRAN ROTATIVO publique la noticia de sus exposiciones o nuevos trabajos, es conveniente que le regalen un cuadro o una pequeña escultura a nuestro crítico de arte, cuya competencia e imparcialidad son notorias y nadie osaría poner en duda.

En casos excepcionales, cuando sea indispensable lo que en la jerga del oficio llamamos “un gran bombo”, será bueno que los artistas tengan también una gentil atención con nuestro director, gran coleccionista de obras de arte. Por lo demás, ya se sabe que las críticas de arte de EL GRAN ROTATIVO son un modelo en su género y tan severas, que algunos las reputan excesivamente crueles, bien que, cuando existen motivos para ello, muéstrase igual pasión para el elogio, noble premio a los esfuerzos del que se sacrifica por el arte¹².

\$285). Sin embargo, también es frecuente la caricaturización del artista que no puede vivir de su arte, como la que dice: “—Maestro, debe ser difícil pintar cuadros. —Más difícil es venderlos” (24 de abril de 1919).

¹¹ *Atlántida*, 2 de enero de 1919.

¹² 26 de diciembre de 1918.

Así, la revista abordaba las artes a través del humor sumergiendo al lector en un imaginario en el que la solemnidad del “gran arte”, la inspiración del “genio”, el poder de un rico mecenas o el prestigio de un crítico eran asuntos, como mínimo, cuestionables. Recién en 1920 aparecieron las primeras notas en un registro diferente y, en 1923, comenzaron a ocupar este espacio críticos reconocidos en los medios especializados. En el contexto de una oferta cultural heterogénea, el lector podía encontrar cierta información sobre las exposiciones y los artistas que circulaban en la ciudad e, incluso, algunas referencias a los argentinos que completaban su formación en Europa. Sin embargo, los cruces entre la esfera popular y lo “culto”, entre lo alto y lo bajo, constituyeron un *leitmotiv* a lo largo de todo el período. En cuanto a las reproducciones que dominaron las cubiertas, tendieron a mostrar el lado “culto” del arte.¹³ No obstante, veremos que, aun allí donde parecía reinar la tranquilidad de los valores establecidos y el buen gusto, podemos encontrar ejemplos significativos de ese mismo discurso humorístico que operaba en distintos registros a lo largo de la publicación.

II.

Durante los años que van de 1918 a 1924, la imagen de tapa siguió distintos criterios: las obras de artistas extranjeros dominaron el primer año y, a partir de 1919, se incorporaron artistas locales, pero siempre en un porcentaje menor. Muchas de las firmas reproducidas circulaban en los salones de Buenos Aires y, esporádicamente, se explicitaba la referencia al lugar de venta y se registraba el nombre de la galería donde era exhibida la obra (Witcomb o Müller en la mayoría de los casos); incluso, en varios ejemplos, se mencionan las colecciones privadas a las que pertenecía la pintura. De esta manera, la selección proyectaba los intereses del mercado artístico, todavía proclives a favorecer un consumo de producciones europeas.¹⁴ Las temáticas, siempre de corte naturalista, variaban entre retratos femeninos, escenas domésticas o familiares, niños, escenarios campestres o marítimos y algunos retratos históricos

¹³ Otro tipo de análisis merecen las ilustraciones de José Friedrich incluidas en la portada ya que forman una parte sumamente importante de la visualidad del semanario. Dedicadas a la sátira política, estas ilustraciones introducían al lector en cuestiones vinculadas a la coyuntura local o a la política internacional que serían tratadas en las páginas siguientes.

¹⁴ Para un avance sobre las características de estos circuitos, véase Bermejo (2011).

de hombres ilustres. También se incluyeron ilustraciones (como las firmadas por el pintor y dibujante alemán Gustavo Goldschmidt o por el italiano Antonio Marchisio, entre otros), encargadas para ciertas ocasiones especiales de diversa índole como la conmemoración de una efeméride patria (local o extranjera) o la promoción de una actriz de renombre internacional que por entonces actuaba en la ciudad. En términos generales, la mujer era representada en forma de clisé a través de una mirada que destacaba la belleza femenina exponiéndola en un marco contemporáneo y hedonista, tanto como en un contexto alegórico o en una idílica escena rural.¹⁵ Por último, se vieron retratos al óleo de damas de la alta sociedad porteña realizados por el pintor y galerista Frans Van Riel, quien a su vez firmaba las fotografías de la sección gráfica, junto con Witcomb y otros.



Héctor Nava, *El carrero* (*Atlántida*, 31 de octubre de 1924)

¹⁵ Si bien no me detendré en este asunto, cabe destacar que a pesar de la presencia dominante de la mujer en las cubiertas de *Atlántida*, esta no representaba la destinataria privilegiada como sí lo haría otra publicación de la misma editorial, la revista *Para Ti*. Al respecto, véase Bontempo (2011).

La nómina de pinturas reproducidas permite observar el contacto entre los criterios editoriales y los circuitos artísticos y comerciales contemporáneos. En su mayoría, son imágenes que cubren una zona densa del campo, prácticamente ajena a la renovación vanguardista de los años veinte y dominada por un naturalismo de fácil decodificación, numerosas obras de pintores europeos de segunda línea y un grupo de piezas menores de grandes firmas. Las temáticas pintorescas, aquellas dedicadas a mostrar la belleza femenina o el ocio de las clases altas, alimentaban un gusto por los lenguajes conservadores y las escenas agradables, carentes de conflicto. Por otra parte, las firmas cuya fortuna crítica ha sido más exitosa se alineaban de acuerdo con los movimientos del mercado y con su peso relativo en este contexto. Así, nos encontramos con artistas representados en las galerías privadas, como los españoles Julio Moisés, Álvarez de Sotomayor, Anglada Camarasa, los ingleses Thomas Gainsborough y sir Joshua Reynolds o el pintor sueco Anders Zorn. Estas firmas convivían en el espacio de la revista con algunos artistas argentinos que también gozaban del apoyo de los compradores de arte. Entre estos últimos, se destacaron Carlos Ripamonte, Fernando Fader, Jorge Bermúdez, Juan L. Pedemonte o Luis Tessandori, entre otros que en los años diez y veinte del ese siglo desarrollaban carreras exitosas en el plano comercial. Por otra parte, se destaca un caso curioso como fue el del uruguayo Pedro Figari (sus obras ocuparon tres números del *magazine*), quien fue reivindicado por los protagonistas de la renovación martinfierrista al mismo tiempo que se integraba a las colecciones más tradicionales en función del imaginario rural que desplegaba en sus pinturas. En suma, la impronta europea que recorría las galerías de Buenos Aires también es visible en *Atlántida* y el lugar ocupado por los artistas argentinos estaba reservado, principalmente, a aquellos que trabajaban ciertos repertorios de temas cercanos a las definiciones contemporáneas del arte nacional. Es decir, el paisaje serrano, norteco o de zonas aledañas a Buenos Aires, el paisaje urbano, más una iconografía dedicada a cristalizar tipos y costumbres locales copaban este soporte como eco de las políticas de exhibición de las salas privadas, dejando un margen insignificante para las propuestas y lenguajes nuevos que comenzaban a difundirse desde mediados de la década del veinte.¹⁶

¹⁶ Sobre este tema, véase Bermejo (en prensa) y Artundo (2000). Las notas de arte tendie-

III.

En este contexto, la inclusión en 1924 de Emilio Pettoruti, uno de los principales artistas identificados con la vanguardia, significaba un quiebre abrupto con respecto a los cánones estéticos que arbitraban la visualidad de las tapas, aunque las consecuencias de este episodio no se tradujeron en una nueva política editorial. Como era de esperar, la llegada del artista platense fue aplaudida desde los sectores vanguardistas, en particular, desde la revista *Martín Fierro*.¹⁷ En ese sentido, su presencia en *Atlántida*, mayormente inclinada hacia un arte conservador en sus formas y temas, resulta, al menos, problemática. Más aún, considerando que fue una de las pocas revistas de interés general que dedicó sus páginas a Pettoruti mientras éste se encontraba en Europa, anticipando su llegada al país concretada ese mismo año.¹⁸ Sumada a algunas presencias esporádicas, pero que no obstante irían en aumento, Pettoruti protagonizó una de las excepciones modernizadoras más sonadas y polémicas de los circuitos locales con la exposición que montó en el salón Witcomb en octubre de ese año.¹⁹

Ya en Buenos Aires, el pintor entabló amistad con el director del semanario, Constancio C. Vigil, y fue éste quien lo puso al tanto de una muestra que preparaba un grupo de artistas para desprestigiar la validez de sus propuestas. Se trataba del llamado Primer Salón Ultrafuturista, que abriría en la galería Van Riel el 27 de noviembre de ese año, con una exposición que parodiaba las obras exhibidas el mes anterior en Witcomb. En sus memorias, Pettoruti narró este episodio pero evitó comentar la postura de Vigil sobre la organización del salón; en su lugar, asumió la afrenta como un desafío y, además de instar al director para que cola-

ron a ubicarse en la misma línea que presentaban las reproducciones de tapa: entre los artistas reseñados durante el período estuvieron Luis Sargent, Jorge Berheim, Romero de Torres, Carlos de la Torre, los argentinos Gregorio López Naguil, Mario E. Canale, Alfredo Guido, Fernando Fader, Benito Quinquela Martín, el citado Pedro Figari y otros.

¹⁷ Sobre la recepción de Pettoruti en el contexto de los debates por el arte moderno, véase Wechsler (1998).

¹⁸ Paz, Julio de la. *Atlántida* en Europa. Argentinos en Berlín. El pintor Emilio Pettoruti, *Atlántida*, 8 de febrero de 1923, p. 10.

Los artículos de Julio de la Paz, por entonces cronista de *Atlántida* en Europa, testimonian ese interés previo al retorno de Pettoruti, luego de los años de formación europea (Wechsler, 1998).

¹⁹ Cabe mencionar también la exposición de Pablo Curatella Manes y la presentación del Primer Salón Libre, que tuvieron lugar en la misma galería.

borara de alguna forma, decidió participar con sus propias obras.²⁰

A tres días de inaugurada la muestra en Witcomb, el 16 de octubre de 1924, la tapa de *Atlántida* exhibió el óleo del platense *Las amigas*: dos figuras de características constructivas instaladas sobre un espacio neutro apenas esbozado por planos lisos de color. Sin embargo, para desilusión de aquellos lectores que esperaran alguna referencia sobre esta obra, la sección “Notas de arte”, a cargo de José M. Lozano Mouján, se ocupó de la muestra de Agustín Riganelli en la Asociación Amigos del Arte. No faltaban razones para dar prioridad a uno en lugar del otro: por un lado, la Asociación ocupaba desde sus inicios un espacio significativo en los medios gráficos a través de la publicidad regular de todas sus actividades; por otro, la escultura de Riganelli no sólo no cuestionaba los cánones estéticos aceptados por la mayor parte del público y de la crítica, sino que también gozaba del prestigio de varios premios en su haber.



Emilio Pettoruti, *Las amigas* (*Atlántida*, 16 de octubre de 1924)

²⁰ Sin embargo, *a posteriori* admitió que el episodio fue tan traumático como para producirle “una de las más grandes depresiones morales” de su vida (2004: 185, 187-189).

Recién en el número siguiente, y ya con algunos días más para pensar sobre el impacto que habían producido las obras de Pettoruti, la atención del semanario se centró en él.²¹ Siguiendo el mismo formato que solía utilizar en la sección gráfica para cubrir distintos eventos entre los que se contaban las muestras de arte, el artículo apareció ilustrado con fotografías del artista y de las obras. Pero, a diferencia de otros casos, este parecía transparentar las dificultades de la crítica para hablar de los nuevos lenguajes frente a frente. Dando cuenta de esta situación, Lozano Mouján ensayó un intento de comprender y apeló a las palabras del pintor mediante una entrevista para explicar esas imágenes que exigían nuevos códigos de percepción, una “nueva sensibilidad” y algo más de competencia en los movimientos de vanguardia que irrumpían en las capitales europeas desde el impresionismo en adelante. La pregunta inicial apuntaba a esclarecer un asunto de base: “¿Cómo clasifica su arte, de objetivo o subjetivo, y a qué tendencia pertenece, al cubismo, expresionismo o futurismo?”. No obstante, los esfuerzos de Pettoruti por responder en forma didáctica evidenciaban la necesidad de otros modos de ver: “¿Entonces los suyos son iguales al derecho que al revés?”; a lo que el artista responde: “No; pero se mantienen por la armonía que proviene, no solamente del color, sino también de las líneas que encierran a dicho color”²².

Una semana después, *Atlántida* publicó una pequeña caricatura que sintetizaba la confusión generada en el público a partir de la emergencia de los lenguajes vanguardistas. La escena mostraba a una compradora en el momento de recibir una obra realizada por encargo. Aunque el cuadro no ostentaba un solo elemento figurativo reconocible, la clienta sin embargo objetaba: “—Me parece, querido Pettoruti, que me ha hecho usted la boca un poco grande”.

²¹ *Atlántida*, 23 de octubre de 1924. Paradójicamente, la portada de este número, cuya sección de arte estaba dedicada a Pettoruti, reprodujo *El carrero* de Héctor Nava, una escena rural de corte naturalista, habitual en este soporte.

²² Lozano Mouján, José M. Notas de arte. La exposición de Pettoruti. *Atlántida*, 23 de octubre de 1924.



(*Atlántida*, 30 de octubre de 1924)

Por esos días, se montó en la Asociación Amigos del Arte una muestra de homenaje a Fader que recorría alrededor de veinte años de trayectoria y fue cubierta desde las páginas de *Atlántida* siguiendo el mismo formato de la nota gráfica utilizada para la muestra de Pettoruti. Todo lo que antes era indicio de duda y esfuerzo por digerir un idioma diferente aquí dejaba paso a una escritura fluida y certera. Fader representaba al artista moderno y consagrado que revelaba la potencia de la producción nacional.²³ Incluso parecía fácilmente identificable entre las “tendencias impresionistas”, a la vez que productor de un arte realista volcado a la observación del paisaje rural. La presencia de ambos pintores en simultáneo facilitó la comparación y más de una vez fueron identificados como los puntos extremos del debate²⁴. Pettoruti había logrado sacudir

²³ Lozano Mouján, José M. Notas de Arte. El homenaje a Fader. *Atlántida*, 30 de octubre de 1924, p. 31 y 49.

²⁴ Lozano Mouján, José M. Notas de Arte. Temas del momento. *Atlántida*, 6 de noviembre de 1924, p. 6.

la escena artística y dividir la opinión pública; mientras tanto, Fader reafirmaba su posición hegemónica.

Uno de los asuntos afectados por la polémica fue la idea de arte nacional. Una vez más, se ponían en discusión los elementos que lo definían, en especial los motivos plásticos: “¿es acaso nacional un cuadro por el simple motivo de copiar un gaucho? ¿Dejan de ser inglesas las obras de Shakespeare cuyos asuntos se desarrollan en Venecia o Dinamarca?”²⁵ Para el crítico de *Atlántida*, el arte nacional “debe ser aquel que, aun produciendo en terrenos lejanos a la patria, lleve consigo el signo de nuestra raza”. Sin embargo, se mostraba escéptico frente a esta posibilidad debido al cosmopolitismo, las diferencias regionales y la misma vida moderna que con sus “fáciles medios de comunicación lo iguala todo”. Con estos argumentos, Lozano Mouján expresaba la vigencia de las críticas al arte nacional que protagonizaban los debates en torno a este tema desde hacía más de veinte años, y con especial intensidad durante el Centenario de la Revolución de Mayo. Mientras que, por un lado, el crítico cuestionaba los argumentos ligados a un nacionalismo positivista (según los cuales el medio geográfico y social determinaba la producción artística de una nación) por otro, apelaba a los mismos términos que había esgrimido Martín Malharro respecto de las dificultades para crear una “escuela argentina”.²⁶

Aunque Lozano Mouján se reconocía poco afin al lenguaje futurista o cubista, descalificó el principal argumento que alimentaba el Salón Ultrafuturista: la supuesta facilidad de ejecución de las tendencias “extremas”. Finalmente, llegó el momento de cubrir el evento desde las páginas del semanario. El número del 27 de noviembre salió con una portada de Jorge Larco que caricaturizaba a los visitantes del salón. En el número anterior se había anunciado la incorporación de Larco, lo que significaba, aunque momentáneo, un cierto aire de renovación en el área.²⁷ Siempre eclécticas, las tapas habían favorecido los retratos y las escenas costumbristas, aunque hasta ese

²⁵ Ibidem. Jorge Luis Borges también usa el ejemplo de Shakespeare para abordar similar problemática, en “El escritor argentino y la tradición” de 1951.

²⁶ Miguel Ángel Muñoz (1998) analiza estos debates en el marco de la *Exposición Internacional de Arte del Centenario* de 1910.

²⁷ Larco venía a sumar una presencia más entre los artistas consagrados del *staff*: el pintor Emilio Centurión, quien se ocupó de representarlo a través de una caricatura realizada para la ocasión, estuvo a cargo de los retratos de distintos colaboradores durante 1923. Véase *Atlántida*, 13 de noviembre de 1924, p. 51.

momento el humor no había traspasado el interior de la revista. La selección, como se dijo antes, articulaba intereses dominantes en el consumo artístico y un porcentaje significativo de las piezas reproducidas entre 1918 y 1924 incorporó obras que se exhibían contemporáneamente en las galerías. Ahora los lectores se encontraban con una ilustración vinculada directamente a una muestra, inusual por cierto, aunque no existiera la intención de comercializar las obras. Esta tapa de Larco captaba una escena de incompreensión frente a la novedad con una pareja de elegantes y jocosos visitantes frente a unas obras imaginarias. A la semana siguiente, la sección “El gran rotativo”, el apartado que parodiaba las noticias del momento tratadas en otras secciones, reflejó el mismo clima de ironía:



“El gran rotativo”
(*Atlántida*, 4 de diciembre de 1924)

Cuando el mundo estaba al borde del abismo inconmensurable de la decadencia artística; cuando ya nadie creía posible reaccionar contra esa

anemia provocada por el agotamiento académico, llegó lo que fatalmente tenía que llegar: el dulce de leche del ultrafuturismo.

La más estupenda demostración de arte del siglo. El primer Salón Nacional Ultrafuturista de lo de Frans Van Riel es monstruosamente genial. Los pinceles estupendos de nuestros mejores maestros pictóricos se han dado cita para constituir un conjunto maravilloso de líneas, de colores y de formas.

[...] Les cabe a Pettoruti, y sobre todo a sus discípulos la gloria de haber dado al mundo lo único que merece el honor de llamarse arte.

Llenémonos ahora, sí la boca con esta exclamación: “¡Al fin!”.

Siglos enteros de titubeos y dudas tienen una coronación digna de los esfuerzos, de los afanes y de los sacrificios de los Corot, Fragonard, Murillo, Rembrandt, Van Dyck, Zuloaga, Fader, Blázquez, etc., etc.

¡Y basta de comentarios! ¡Ahí están las obras que hablan con su muda y formidable elocuencia!²⁸.

El artículo fue ilustrado con tres de los cuadros exhibidos en el Salón Ultrafuturista; la sección gráfica mostró una fotografía de los asistentes y otras cinco obras, mientras que en el número anterior se habían reproducido las dos telas que envió Pettoruti junto con la obra de un tal Esquimal. Pero mientras estas últimas se disponían normalmente, las del “Rotativo” aparecieron invertidas, sin título ni autor, en sintonía con el tono del texto. Si bien *Atlántida* no demostró especial afinidad por la vanguardia, interpretó la burla como una humorada sin mayores pretensiones y, tal vez, por esta vía tendió a favorecer una mirada reflexiva sobre la novedad. Esta postura se evidenció en un pequeño recuadro firmado por Leonardo Tuso:

Una exposición que bailó sin música. ¿Se ha logrado, se ha pretendido, acaso, herir hondo la moderna producción estética? De seguro que no. Sería esa una labor adusta, ciertamente indigna de “La Chacota”. Se buscaba lo que se ha conseguido: una prueba de buen humor. Y, tal vez, algo más, que los mismos autores de la farsa no aciertan a descubrir.²⁹

²⁸ *Atlántida*, 4 de diciembre de 1924, p. 48.

²⁹ También en: Guzmán Kalomel. Los futuristas, el buen humor y “la chacota”. *Atlántida*, 4 de diciembre de 1924, p. 4.

Como contrapartida, desde el diario *La Protesta*, la voz de Alfredo Chiabrac Acosta (Atalaya), fiel a un estilo de crítica militante, no prescindía de la ironía, pero atacaba en forma directa, visceral, a los defensores del arte tradicional: “... eran las momias galvanizadas por envidia y rencor”, una “caterva de idiotas” alimentada por “bajas pasiones”.³⁰

Con pluma mordaz y una fuerte toma de partido por los valores consagrados, otros medios gráficos, como *La Época* o *La Razón*, alentaban el desconcierto general y sembraban la idea de que el gran arte era otra cosa, algo bien distinto a lo que se pudo ver en Witcomb y que se parodiaba en Van Riel. Para los directores de Witcomb, los encuentros con producciones de filiación vanguardista serían esporádicos en una línea de exposiciones que tendió a privilegiar las poéticas tradicionales. En el caso de Frans Van Riel, es probable que haya existido la intención de participar en la polémica –mientras una de sus principales competidoras copaba diarios y revistas– y de inscribir una marca cuando los debates estéticos estaban llegando a un momento de clímax. Sin duda, ambos galeristas eran conscientes de los movimientos que estaban generando y de las remotas posibilidades comerciales de estas exposiciones; aunque no podemos dejar de preguntarnos cuál habría sido el compromiso de Van Riel con un salón que parodiaba el avance modernista, reaccionando contra la innovación estética, una posición que su trayectoria posterior conseguiría hacer olvidar.

Por lo demás, resulta difícil imaginar fines comerciales (por lo menos inmediatos) para este tipo de accionar, tanto en el caso de quien se aventuraba con piezas que rompían con las normativas estéticas vigentes como en el de quien pretendía ridiculizarlas. Las muestras renovadoras de Witcomb, y especialmente la de Pettoruti, estuvieron lejos de constituir un éxito de ventas. En este punto, interesa destacar un artículo del periodista Juan José Soiza Reilly –que también fue colaborador de *Atlántida*–, publicado en otro semanario de características similares, *El Hogar*, editado por el sello Haynes y con el que Vigil estuvo vinculado en sus comienzos (Bontempo, 2013). Apelando al humor, Soiza Reilly registró con ironía el estado de situación en

³⁰ Chiabrac Acosta, Alfredo. Diorama artístico. Momias de trance en ultrafuturismo. *La Protesta. Suplemento semanal La Protesta*, noviembre de 1924, p. 2. Un análisis de las posiciones de Atalaya, en Wechsler (2003: 173-181). Cf. Artundo (2004).

cuanto a las preferencias de los compradores de arte para 1924 al confrontar las exiguas ventas de Pettoruti con el éxito comercial de Carlos de la Torre (1856-1932), quien había expuesto poco antes en Witcomb. Bajo el título “La reacción artística”, Soiza Reilly se refería a la existencia de “vigilantes” y “delincuentes” (artistas con propuestas estéticas novedosas) en los pasillos del Salón Nacional; a exposiciones “revolucionarias” y “gérmenes de rebelión”, lo que perfilaba una imagen de enfrentamiento y oposición en la escena artística; una imagen posiblemente más cercana al horizonte de expectativas de los lectores de una publicación de vanguardia como *Martín Fierro* o *Proa* que a los de las revistas *El Hogar* o *Atlántida*. Incluso cabe pensar que, en 1924, aquellos lectores y espectadores tal vez se encontrarían más a gusto en las salas pobladas de “carretitas de buyecitos” y “nubecitas” realizadas por “el único pintor argentino que vende todos los cuadros que expone” que frente a las audaces composiciones del platense, cuyas obras constituirían la “última esperanza que tenemos contra el triunfo del arte en las confiterías...”³¹ Para 1924, las ventas de este pintor autodidacta probaban la vigencia de los lenguajes naturalistas en el espacio comercial. En lo que concierne a los artistas locales, las temáticas gauchescas y el paisaje rural, trabajadas a partir de recursos conocidos por los compradores de arte —como la pincelada suelta, la factura abocetada y el interés en la recreación de atmósferas— a lo que se agregaba el pequeño formato (algunas piezas no superan los 9 x 10 cm), resultaban una eficaz fórmula de mercadotecnia.

IV.

Si la promoción de la vanguardia no era una política rentable para los galeristas, aunque sí podía dar resultados como estrategia publicitaria, desde el punto de vista de las elecciones editoriales de *Atlántida*, la atención sobre Pettoruti mostró una vez más las posibilidades del humor como una vía reflexiva capaz de abrir nuevas preguntas sobre el arte. Hasta ese momento, el humor gráfico o los textos satíricos favorecieron una mirada desprejuiciada sobre la pintura (aunque no dejaba de apelar a estereotipos provenientes del mundo “culto” del arte) o, por lo menos, instalaron un imaginario según el

³¹ De Soiza Reilly, Juan José. Por los salones. Carlos de la Torre frente a Emilio Pettoruti. *El Hogar*, 24 de octubre de 1924, p. 8.

cual los valores establecidos eran susceptibles de cuestionamiento: la inspiración o la genialidad del artista, el aura de la obra, la innovación de la vanguardia o el arte académico perdían solemnidad frente a la parodia desenfadada de ilustradores y escritores.

No obstante, *Atlántida* manejó más de un registro para hablar de las bellas artes. El humor fue una constante que se desplegó en todas las secciones y, en un primer momento, representó la vía central para introducir el tema. Luego, cuando las notas de arte se hicieron más frecuentes de la mano de críticos profesionales, el *magazine* introdujo una nueva voz en el campo y desde allí definió una posición que tendió a privilegiar las poéticas consagradas. Desde el punto de vista de las imágenes, el relato que construyeron las reproducciones de tapa siguió los mismos lineamientos. Ponían en circulación cuadros cuyos originales podían ser observados en directo o, eventualmente, adquiridos en los salones de la ciudad. Aun cuando las obras de pintores argentinos reproducidas por *Atlántida* ocuparon un espacio considerablemente menor respecto de los extranjeros, la columna de arte privilegiaba las exposiciones de aquellos. En simultáneo, las caricaturas presentes durante el período 1918-1924 matizaron estos posicionamientos estético-ideológicos introduciendo momentos de quiebre a través de una mirada inquisidora que lograba crear cierta tensión entre los valores establecidos y la posibilidad de cuestionarlos mediante la parodia. Los años veinte fueron un período de expansión del mercado de arte y el coleccionismo comenzaba a formar parte de los hábitos de consumo de los nuevos sectores medios y medio-altos de la sociedad. En ese marco, la distribución masiva de *Atlántida* abría la posibilidad de introducir en el campo nuevas modalidades de apreciación y consumo, favoreciendo frente al “gran arte” el desarrollo de una mirada versátil que permitía tanto el despliegue humorístico como la reflexión crítica.

Bibliografía

- Artundo, Patricia (2004). El crítico de arte y su universo histórico discursivo (preguntas a un archivo documental). En Artundo, P. (ed.). *Atalaya. Actuar desde el arte. El archivo Atalaya*. Buenos Aires: Fundación Espigas.
- (2000). La Galería Witcomb. 1868-1971. En Pacheco, Marcelo y Patricia Artundo (eds.). *Memorias de una galería de arte. Archivo Witcomb 1896-1971*. Buenos Aires: Fondo Nacional de las Artes-Fundación Espigas.

- Baldasarre, María Isabel (2011). El surgimiento del mercado de arte y la profesionalización de los artistas en la Argentina. En M. I. Baldasarre y S. Dolinko (eds.). *Travesías de la imagen. Historias de las artes visuales en la Argentina*, Vol. 1. Buenos Aires: Archivos del CAIA 4-Eduntref.
- Bermejo, Talía (2011). El arte argentino entre pasiones privadas y *marchands d'art*. Consumo y mercado artístico en Buenos Aires, 1920-1960. En M. I. Baldasarre y S. Dolinko (eds.). *Travesías de la imagen. Historias de las artes visuales en la Argentina*, Vol. 1. Buenos Aires: Archivos del CAIA 4-Eduntref.
- Bermejo, Talía (en prensa). *El precio de la belleza*. Buenos Aires: Eduntref.
- Bontempo, María Paula (2007). La trayectoria de Constancio Cecilio Vigil antes de la fundación de la Editorial Atlántida (1904-1918).
<http://www.historiadoresdelaprensa.com.mx/articulos.shtml>.
- Bontempo, María Paula (2011). La publicidad de lo íntimo. El Epistolario Sentimental de la revista Para Ti (1924-1933). *Trabajos y Comunicaciones*, 37.
http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.5408/pr.5408.pdf.
- Bontempo, María Paula (2013). *Atlántida*, un continente. En *Editorial Atlántida. Un continente de publicaciones, 1918-1936*. Tesis de doctorado, Universidad de San Andrés.
- Díaz, César (1999). *Atlántida*. Un magazine que hizo escuela. En AA.VV., Historia de revistas argentinas, t. 3. Buenos Aires: Asociación Argentina de Editores de Revistas.
- Eujanián, Alejandro (1999). *Historia de las revistas argentinas. La conquista del público (1900-1950)*. Buenos Aires: Asociación Argentina de Editores de Revistas.
- Gené, Marcela (2011). Varones domados. *Family strips* de los años veinte. En M. I. Baldasarre y S. Dolinko (eds.). *Travesías de la imagen. Historia de las artes visuales en la Argentina*, Vol. 1. Buenos Aires: Archivos del CAIA-Eduntref.
- Girbal-Blacha, Noemí y Diana Quatrocchi-Woisson (dirs.) (1999). *Cuando opinar es actuar. Revistas argentinas del siglo XX*. Buenos Aires: Alianza.
- Lafleur, Héctor R., Sergio D. Provenzano y Fernando P. Alonso (2006) [1962]. *Las revistas literarias argentinas 1893-1967*. Buenos Aires: El 8vo. Loco.

- Malosetti Costa, Laura (2005). Los “gallegos”, el arte y el poder de la risa. El papel de los inmigrantes españoles en la historia de la caricatura política en Buenos Aires (1880-1910). En Y. Aznar y D. B. Wechsler (comps.). *La memoria compartida. España y Argentina en la construcción de un imaginario cultural (1898-1950)*. Buenos Aires: Paidós.
- Malosetti Costa, Laura y Marcela Gené (comps.) (2009). *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*. Buenos Aires: Edhasa.
- Malosetti Costa, Laura y Marcela Gené (2013). *Atrapados por la imagen. Arte y política impresa argentina*. Buenos Aires: Edhasa.
- Muñoz, Miguel Ángel (1998). Un campo para el arte argentino. Modernidad artística y nacionalismo en torno al Centenario. En D. B. Wechsler (coord.). *Desde la otra vereda. Momentos en el debate por un arte moderno en la Argentina (1880-1960)*. Buenos Aires: Archivos del CAIA I-Ediciones del Jilguero.
- Ohmann, Richard (1996). *Selling Culture. Magazines, Markets and Class at the turn of the Century*. Londres-Nueva York: Verso.
- Patterson, Martha H. (ed) (2008). *The American New Woman Revisited: A Reader, 1894-1930*. New Jersey: Rutgers University Press.
- Pettoruti, Emilio (2004) [1969]. *Un pintor frente al espejo*. Buenos Aires: Librería Histórica.
- Prieto, Adolfo (2006) [1988]. *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Rogers, Geraldine (2007). La caricatura como crítica de arte: humor y experimento lingüístico de *Caras y Caretas* a *Martín Fierro* vanguardista, *CeLeHis*. *Revista del Centro de Letras Hispanoamericanas*, a. 16, n° 18, Universidad de Mar del Plata.
- Sarlo, Beatriz (2011) [1985]. *El imperio de los sentimientos. Narraciones de circulación periódica en la Argentina*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Szir, Sandra M. (2009). Entre el arte y la cultura masiva. Las ilustraciones de la ficción literaria en *Caras y Caretas* (1898-1908). En L. Malosetti Costa y M. Gené (comps.). *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*. Buenos Aires: Edhasa.
- Szir, Sandra M. (2011). *El semanario popular ilustrado Caras y Caretas y las transformaciones del paisaje cultural de la modernidad, Buenos*

- Aires 1898-1908*. Tesis de Doctorado, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.
- Wechsler, Diana B. (1998). Nuevas miradas, nuevas estrategias, nuevas contraseñas. En D. B. Wechsler, (coord.). *Desde la otra vereda. Momentos en el debate por un arte moderno en la Argentina (1880-1960)*. Buenos Aires: Archivos del CAIA I-Ediciones del Jilguero.
- Wechsler, Diana B. (2003). *Papeles en conflicto. Arte y crítica entre la vanguardia y la tradición. Buenos Aires (1920-1930)*. Buenos Aires: Instituto de Teoría e Historia del Arte Julio E. Payró, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, Serie Monográfica, n° 8.