

Hombres, mujeres y niños leen y cruzan la ciudad. Prácticas de lecturas cotidianas en Buenos Aires (1900-1950).

Bontempo, M. Paula.

Cita:

Bontempo, M. Paula (2014). *Hombres, mujeres y niños leen y cruzan la ciudad. Prácticas de lecturas cotidianas en Buenos Aires (1900-1950)*. En *Territorios de lo cotidiano. Del antiguo Virreinato del Perú a la Argentina Contemporánea*. Rosario (Argentina): Prohistoria.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/paula.bontempo/17>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pMuD/bey>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

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

En Ghirardi, Mónica (Coord.), *Territorios de lo cotidiano. Siglos XVI-XX. Del antiguo virreinato del Perú a la Argentina contemporánea*, Rosario, Prohistoria, 2014, pp. 261-274.

“Hombres, mujeres y niños leen y cruzan la ciudad. Prácticas de lecturas cotidianas en Buenos Aires (1900-1950)”¹

En 1939 el noticiero *Sucesos Argentinos* retrataba la distribución y venta de la revista *Cine Argentino*, cuyo dueño era Antonio Ángel Díaz, el mismo que producía el noticiero. El productor y editor probablemente pretendía dar cuenta del éxito de la revista que mostraba la vida de las estrellas del cine local. Sin ser el verdadero foco del reporte cinematográfico, además, la cinta revela a los transeúntes, la vida del centro de la ciudad de Buenos Aires con sus vehículos circulando, el movimiento de los pasajeros del subterráneo, los kioscos de revistas y los lectores y las lectoras, que probablemente no sólo leían *Cine Argentino* sino también otras publicaciones que existían en el mercado en ese momento.

La cinta tiene como protagonistas a aquellos que se detienen a ojear, y quizás a comprar, *Mundo Argentino*, *Vosotras* o *Billiken*, que llevan entre sus manos *Crítica* o *Cine Argentino* –todas publicaciones de editoriales diferentes– y que toman el subte, tranvía o colectivo que los acerca a sus casas o al trabajo. Es decir a publicaciones y potenciales lectores en una ciudad que se había modernizado y expandido hacia los barrios, donde habitaba una población heterogénea compuesta desde profesionales y cuentapropistas hasta trabajadores de oficina y fabriles. Si bien considero que en ocasiones los lectores como cruzan la ciudad también cruzan fronteras sociales, de género y etarias, aquí me centraré, fundamentalmente, en la práctica de la lectura de revistas que difundían valores asociados a los sectores medios y populares con aspiraciones de ascenso social. Con deseos de ser

¹ Agradezco a Dhan Zunino Singh sus comentarios, sugerencias y el material bibliográfico facilitado.

identificadas como “respetables” y “decentes” y que examinaban estos semanarios como un camino posible de “instrucción”.²

De esta manera, el presente trabajo pretende dar cuerpo y vida a lectores y lectoras de los sectores medios y populares y a sus prácticas de lectura cotidianas en la ciudad de Buenos Aires en la primera mitad del siglo veinte. Para ello, valiéndome de las herramientas proporcionadas por los estudios culturales e historia social, indagaré en diversas fuentes y representaciones, desde periodísticas hasta fotográficas, los espacios y situaciones de lecturas y lectores. Sin agotar las múltiples posibilidades de prácticas, aquí haré foco en los espacios públicos.

Los lectores

Para el momento que circuló el noticiero de *Sucesos Argentinos*, algunas formas de entretenimiento como el espectáculo futbolístico, el cine y la radio habían ganado la metrópolis.³ Si estas requerían ciertas nociones específicas, como el conocimiento de las reglas del juego, el entrenamiento del cuerpo y los sentidos –por ejemplo, las predisposiciones para “ver”, “escuchar” y “prestar atención” en silencio, que sin dudas se educaron culturalmente–en el caso de la información o de la distracción gráfica y escrita, además se necesitaba la habilidad específica de la lectura. Esta tarea fue llevada adelante por el Estado argentino primero con la Ley de Educación Común N° 1420 (1884) y, especialmente, con la Ley Lainez N° 4784 (1906), que destinó mayor presupuesto para la educación. A pesar del índice de deserción escolar, ya que muchos estudiantes no llegaban a completar la escolaridad primaria, extranjeros y criollos adquirieron el adiestramiento especializado en lectura, de manera que la gente comenzó a leer.⁴

² MIGUEZ, Eduardo J. “Familias de clase media: la formación de un modelo”, en DEVOTO, Fernando, y MADERO, Marta *Historia de la vida privada en la Argentina*, Buenos Aires – Madrid, Taurus, Vol. III, 1999, pp.21-45.

³ FRYDENBERG, Julio *Historia social del fútbol. Del amateurismo a la profesionalización*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2011; KARUSH, Matthew *Cultura de clase. Radio y cine en la creación de una Argentina dividida (1920-1946)*, Buenos Aires, Ariel, 2013 [*Culture of Class. Radio and Cinema in the Making of a Divided Argentina, 1920-1946*, Duke University Press, 2012] CORTES-ROCCA, Paola; MATALLANA, Andrea “*Locos por la radio*”. *Una historia social de la radiofonía en la Argentina, 1923-1947*, Buenos Aires, Prometeo, 2006.

⁴ GANDULFO, Alberto “Expansión del sistema escolar argentino” en Puiggrós, Adriana (Dir.), *Sociedad civil y estado en los orígenes del sistema educativo*, Buenos Aires, Galerna, 1991, pp.309-338.

Y lo primero, lo imprescindible que había que leer en una ciudad como Buenos Aires que a fines del siglo diecinueve había comenzado su proceso de modernización, fueron los anuncios, normas, folletos, instrucciones, etiquetas y horarios que se superponían. La desorientación era tal que en 1905 un lector del periódico *El Diario* propuso un nuevo sistema de denominación y numeración para la ciudad ya que afirmaba que, si no se sabía de memoria el plano de la ciudad o no se contaba con uno, era inevitable perderse pues nadie lograba ubicarse en la ciudad en expansión. De acuerdo a su idea, con una simple tarjeta-guía cualquier habitante vería facilitado su movilidad urbana lo cual agilizaría también la circulación de tranvías, la oferta y demanda de servicios personales, de servicios inmobiliarios, la ubicación de plazas, iglesias y edificios públicos.⁵ Como señala el autor Peter Fritzsche para la Berlín de 1900, Buenos Aires se había convertido en una *ciudad textual*.⁶ Y no sólo el centro estaba plagado de carteles que anunciaban el rubro del local sino también las calles de los barrios. Rápidamente, la Municipalidad buscó controlar, y cobrar, por todo “letrero o muestra” que se colocara en la puerta de un negocio y corregir aquellos que tuviesen faltas de ortografía.⁷

Sin embargo, para que la gente que contaba con la habilidad de la lectura se convirtiera en lectora también eran necesarias otras transformaciones sociales y económicas, como la disponibilidad del tiempo libre –que se extendió a todos los establecimientos del país excepto los agrícolas, ganaderos y actividades del servicio doméstico mediante la ley 11.544 (1929)– a la vez que relativas a la propia industria editorial. Entre estas últimas deben considerarse las innovaciones técnicas que habían comenzado en el siglo diecinueve y que posibilitaron un mayor tiraje en tiempos y costos reducidos –sobre todo la incorporación de la linotipo y luego de la monotipia–y aquellas que hicieron las publicaciones más atractivas, como el perfeccionamiento del fotograbado que viabilizó la conjunción de fotografías e ilustraciones junto con textos manteniendo un alto grado de calidad.⁸ Relativamente rápido, estos adelantos fueron adoptados por las

⁵ Reproducido en *Revista Municipal*, Año II, Nº 87, 18-09-1905.

⁶ FRITZSCHE, Peter *Berlín 1900. Prensa, lectores y vida moderna*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2008 [*Reading Berlin 1900*, President and Fellows of Harvard College, 1996] JAVERBAUM, Silvia y BARBA, Julieta.

⁷ “Letreros, muestras y banderas” en *Digesto Municipal de la Ciudad de Buenos Aires*, Título X (Sección 5ª) Capítulo Primero, Imprenta Biedma e hijo, Buenos Aires, 1907, pp. 563-564.

⁸ FERNANDEZ, Juan Rómulo *Historia del periodismo en Argentina*, Buenos Aires, Librería Perlado, 1943; GALVAN MORENO, Carlos *El periodismo argentino. Amplia y documentada historia desde sus orígenes*

publicaciones que contaban con sus propios talleres y por los establecimientos que, además de periódicos y revistas, reproducían libros, mapas y folletos. En 1914, sólo la ciudad de Buenos Aires contaba con 511 talleres y al finalizar el período que abarca este artículo los establecimientos destinados a las artes gráficas eran 523.⁹

Entre otras novedades debe destacarse el abandono de las modalidades facciosas, es decir aquellas que concebían una publicación como un panfleto político u órgano de intereses partidarios, por la adopción de formas modernas como el carácter independiente y comercial; y junto con esta el desarrollo de la publicidad y la alianza que se estableció entre anunciantes y editores. Además, podría mencionarse la multiplicación de las agencias de noticias –que se encargaban de distribuir de las novedades provenientes del otro lado del Atlántico o desde el norte del continente e incluso fotografías y las primeras tiras cómicas– y la formación de un cuerpo de escritores que vivían de su trabajo y luego de periodistas profesionales.¹⁰

Pero sin duda uno de los cambios más importantes para que la gente que sabía leer se transformara en lectora de diarios y revistas estuvo relacionado, como señala Raymond Williams para el caso de Inglaterra, con la distribución de los materiales de lectura.¹¹ También como parte de las transformaciones que había comenzado a acontecer en el siglo diecinueve, los diarios y las revistas –entre ellas *Caras y Caretas* (1898)– dejaron de venderse exclusivamente por suscripción y se empezaron a vender en la calle a precios accesibles. Por último, además de todos los cambios mencionados, también era necesaria, como advierte Michel Warner, la concatenación de textos a través del tiempo. Según el autor, para dirigirse a un público los discursos previos debían ser supuestos y postulados.¹² Así no sólo los diarios comenzaron a incorporar secciones de la vida cotidiana de la ciudad sino también que los semanarios fueron transformando una sección una publicación nueva. De esta forma, las revistas de interés general tuvieron su antecedente en publicaciones

hasta el presente, Buenos Aires, Claridad, 1944; GARCIA, Eustacio Antonio *Desarrollo de la industria editorial argentina*, Fundación Interamericana de Bibliotecología Franklin, Buenos Aires, 1965.

⁹ DIRECCIÓN NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS *Censo de Comercio 1954*, Buenos Aires, 1959, Tomo I, p.64.

¹⁰ RIVERA, Jorge *El escritor y la industria cultural*, Buenos Aires, Atuel, 1998.

¹¹ WILLIAMS, Raymond *La larga revolución*, Nueva Visión, Buenos Aires, 2003, pp.171-222. [*The Long Revolution*, Chatto & Windus, 1961] PONS, Horacio.

¹² WARNER, Michael “Publics and Counterpublics”, en *Public Culture*, Vol. 14, N° 1, 2002, pp. 49-90.

ilustradas decimonónicas y las columnas dedicadas a la sociedad se convirtieron en materiales independientes, como *El Hogar*. Lo mismo puede decirse de las secciones especializadas en la mujer, el niño, el espectáculo, el deporte que aparecían en diarios y revistas como *Mundo Argentino* y *Atlántida*. Cada una de estos intereses fueron satisfechos con un magazine que los abordaba en exclusividad.

Los quioscos de diarios y revistas como sitios de lectura

Como mencioné con anterioridad, la circulación de las publicaciones se había ampliado y la manera de adquirir diarios y revistas era más fácil y accesible a personas relativamente recién alfabetizadas. Considero que en el quiosco de diarios y revistas, en tanto artefacto cultural, se condensaron estas cuestiones centrales para la formación de lectores: la distribución de materiales –accesible a aquellos que recorrían la ciudad– y la cadena de textos, traducida en algunas publicaciones novedosas y otras con cierto tiempo en el mercado; unas que se apoyaban en las distintas industrias culturales como el cine o la radio mientras que otras copiaban el formato inaugurado por sus antecesoras. Materiales que informaban sobre política y economía, ofrecían herramientas para moverse, organizarse y dar sentido a la experiencia urbana, presentaban pautas sobre cómo vivir la vida cotidiana o simplemente brindaban lectura para la distracción.

El quiosco que a fines del siglo diecinueve apareció como un espacio físico de venta no sólo de diarios, guías y libros sino también de flores, cigarros y piezas de música comenzó a especializarse en la venta de diarios y revistas, ya que un puesto de flores, por ejemplo, requería otras condiciones de mantenimiento e higiene.¹³ Primero instalado en las plazas y calles céntricas y luego expandiéndose al resto de ciudad el número de registros y solicitudes para la venta de diarios y revistas en 1933 era de 269.¹⁴ A éstos habría que sumar a los vendedores ambulantes que revendían diarios y revistas. Numerosas fuentes, entre ellas fotográficas, literarias y periodísticas, muestran a los niños y muchachos que todas las mañanas y las tardes compraban los ejemplares en las editoriales para luego

¹³ MUNICIPALIDAD DE BUENOS AIRES (En adelante MBA) “Concesión a Nardi y Bonetti: kioscos en las plazas públicas. Resolución de Honorable Consejo Deliberante del 21-11-1887”, *Digesto Municipal 1887-1890*, pp711.

¹⁴ MBA, *Memorias de la Municipalidad de Buenos Aires 1933-1934*, Tareas Administrativas de la Dirección de Tráfico, Buenos Aires, 1935, pp. 569-570.

venderlos por las calles.¹⁵ Estos jóvenes que en ocasiones eran el sustento de las familias pobres, fueron inmortalizados por Florencio Sánchez (1875-1910) en *Canillita*, protagonista de una pieza teatral estrenada en 1904. A partir de esa caracterización todos los vendedores ambulantes –o con puestos fijos– de diarios y revistas serían conocidos como “canillitas” cuya actividad fue regulada por diversas normativas municipales, sobre todo a para quienes contaban con un quiosco en el espacio públicos, y finalmente reglamentada para todos los trabajadores por el decreto 24.095 del 5 de octubre de 1945.

Sin duda, el quiosco de diarios, con su forma octogonal y estilo francés primero y en un solo bloque después, se había transformado en un dispositivo cultural donde quizás se producían los primeros encuentros entre lectores y publicaciones. En este sentido, es muy sugerente una imagen fechada a mediados de la década del veinte (Figura I). El quiosco de diarios de revistas es interesante, en primer lugar, por la cantidad y diversidad de las publicaciones que ofrece. Allí aparecen libros, revistas ilustradas como *Mundo Argentino*, *Nuevo Mundo* y *Atlántida*, y también la revista satírica procedente de Barcelona *La Tuies*, publicada entre 1913 y 1927, y *Papitu* (1908-1937), otra publicación de humor catalana.

En segundo lugar, se destaca la publicidad del limpiador en polvo Puloil ubicada en el margen superior de la foto, que anuncia su producto en el quiosco. Allí, la primera imagen que sobresale es la figura de un hombre –presumiblemente artista, por su postura y elementos que acompañan la composición– con un eslogan que reza “Disuelve las manchas de pintura”. Luego, en el perfil izquierdo de la publicidad, se distingue una mujer realizando tareas del hogar. En el espacio del quiosco, esta publicidad era vista por infinidad de transeúntes y potenciales clientes, y también clientas, ya que este tipo de anuncios se dirigía a las mujeres, protagonistas indiscutidas de las publicidades de este mismo limpiador. Se puede presuponer que quienes decidieron colocar la publicidad en ese

¹⁵ Algunos ejemplos: Una fotografía de la década del diez muestra como muy temprano niños y jóvenes esperaban, en la puerta del diario *La Prensa*, los diarios que luego serían revendidos en las calles. Archivo General de la Nación (En adelante AGN) N° Inventario 154955. Asimismo, el diario *La Prensa* había creado un “asilo” para los “modestos canillitas”. En una fotografía publicada en el mismo periódico muestra como en ese recinto se celebró la finalización de 1913 con un almuerzo. “En el asilo de canillitas José C. Paz”, *La Prensa*, 1-01-1914. Por último, un conocido periodista de la época, Juan José de Soiza Reilly, los incluía, como otros, en sus ficciones literarias. Allí el joven protagonista relataba “En vano ofrecía a gritos los papeles impresos. La gente ni me miraba. Ni siquiera oía. [...] Con mi carga de periódicos bajo el brazo, volvía al conventillo, furioso contra las inútiles declaraciones del doctor Pellegrini”. SOIZA REILLY, Juan José “El dolor de un niño”, *La ciudad de los locos*, Buenos Aires, Adriana Hidalgo Editora, 2006, pp.277-278. Cuento original de 1920.

espacio pensaban que hombres y mujeres coincidían directamente cuando ambos se acercaban a elegir y comprar materiales de lectura, o de manera indirecta cuando algunos de ellos seleccionaban los impresos que acercaban al hogar.



Por último, en esta fotografía aparecen los lectores “reales”. En el margen izquierdo se distinguen dos hombres de edades diferentes; el que se encuentra incorporado aparenta un aspecto más joven que el otro, que presta especial atención a las publicaciones. No se alcanza a distinguir si se trata de revistas picarescas, magazines de actualidad o diarios, pero sí podemos afirmar que algunos de esos materiales captaron la atención de estos hombres. En cuclillas aparece el diariero, que usa un guardapolvo gris y arregla la

mercadería o tal vez sugiera lecturas a los compradores. Y finalmente dos niños, ubicados a la derecha de la foto. Uno de ellos mira atentamente una publicación mientras sostiene a otro de menos edad, probablemente su hermano. ¿Qué absorbe la atención del niño de pantalones cortos para que se detenga del recorrido trazado por sus mayores? Quizás algún titular o foto atractiva, pero más probablemente las tapas de la revista infantil *Billiken*, de Editorial Atlántida, o alguna otra publicación que incluyera historietas o cuentos de aventuras. El quiosco de revistas –criticado por los inspectores escolares contemporáneos por ser fuentes envenenadas de publicidad donde se perdía la capacidad de leer– era un espacio de libertad para los niños y una forma de salirse de las imposiciones y regulaciones del ámbito escolar.¹⁶

Los quioscos de revistas funcionaban como sitios de lectura, donde convergían lectores y publicaciones que representaban la variedad social y económica y los diversos intereses culturales. Para el investigador Gideon Reuveni, éstos y otros espacios de lectura formaban parte de la “revolución visual” de la ciudad, que desde la óptica de Peter Fritzsche puede considerarse una “revolución textual”, y se transformaron no sólo en parte del paisaje urbano, sino también en puntos de referencia para guiarse en la metrópoli. Al mismo tiempo, estos “sitios de lectura” contribuían a reproducir la sociedad de consumo, ya que estimulaban la libertad de elección de los individuos, y no de grupos o sectores sociales, y con su oferta de periódicos, libros y revistas encarnaban las diversas identidades de las personas como consumidores.¹⁷

Los diarios y revistas que, por recomendación del diarero o por simple elección, se llevaban los lectores “viajaban” hasta la casa, a la escuela, a los lugares de trabajo o hasta los comercios que como peluquerías y cafés querían brindar un servicio más a sus clientes. Pero si uno se había olvidado de adquirir su ejemplar, o quizás le surgió la necesidad de lectura luego de haber pasado el quiosco conocido, se podía recurrir a los puestos que estaban ubicados en las estaciones de trenes. Y en última instancia, de acuerdo a algunos testimonios fotográficos y relatos, los vendedores ambulantes tomaban tren o tranvía y

¹⁶ SARDI, Valeria *El desconcierto de la interpretación. Historia de la lectura en la escuela primaria argentina entre 1900 y 1940*, Santa Fe, Universidad Nacional del Litoral, 2010, p. 140

¹⁷ REUVENI Gideon “Reading sites as Rights for Redding. The Sale of Newspapers in Germany before 1933: Bookshops in Railways Station, Kiosks and Street Vendors” en *Social History*, Vol. 27, N° 3, octubre de 2002.

vendían a bordo. En el próximo apartado me detendré en la práctica de lectura durante el viaje en tren, tranvía o subterráneo.

El viaje con diarios y revistas

Cuando la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires eligió una ilustración para graficar, en las actas del censo publicado en 1910, el movimiento de pasajeros transportados en tranvía en el período 1904-1909 optó por la de un hombre vestido con traje y sombrero leyendo un folleto o un diario.¹⁸ La elección es interesante ya que da cuenta de cómo estaba instalado el hábito de la lectura durante la espera del medio de transporte. Esta ilustración se refuerza con el texto del mismo documento cuando señala que “ciertas horas del día resultan insuficientes los medios de transporte, viéndose en las esquinas grupos de personas que esperan los respectivos tranvías que pasan completos”.¹⁹ Y en una ciudad que se estaba convirtiendo en una metrópolis, donde la gente ya no se conocía entre sí, una forma de reducir los tiempos de espera consistía en evadirse con alguna lectura.

Wolfgang Schivelbusch en su trabajo sobre el viaje en tren señala que al acortarse los tiempos de viaje no tenía sentido, para las personas que compartían el compartimento de un vagón, entablar ningún tipo de conversación. De esta forma, para evitar la incomodidad de mirarse las caras sin decirse nada la gente comenzó a fijar sus ojos en las páginas de libros, diarios y revistas.²⁰ En una dirección similar, Richard Sennet, quien al igual que Schivelbusch reflexiona a partir de las observaciones del sociólogo George Simmel, señala que la lectura en los medios de transporte no sólo constituía un pasatiempo durante el viaje, sino que también reafirmaba el anonimato y la individualidad. El silencio, como protección de la intimidad personal, fue cada vez más considerado un derecho individual, y una de sus

¹⁸ MBA *Censo general de población, edificación, comercio e industria de la ciudad de Buenos Aires de 1909*, Compañía Sud-Americana de billetes de banco, Buenos Aires, 1910, Tomo III, p.545.

¹⁹ *Ibidem*, p.546.

²⁰ SCHIVELBUSCH, Wolfgang *The Railway Journey. The Industrialization of Time and Space in the 19th Century*, The University of California Press, Berkeley and Los Angeles, California, 1986 (1977), pp. 70-80.

manifestaciones sociales eran los pasajeros del ferrocarril mirando por la ventana o leyendo.²¹

Estas observaciones también pueden hacerse para la ciudad de Buenos Aires. Innumerables fotografías, sobre todo de los vagones subterráneos cuya primera línea que unía Plaza de Mayo y Caballito fue inaugurada en 1913, muestran a los pasajeros, hombres y mujeres, leyendo el diario o una revista o con la mirada fija en la ventana, aunque sólo viesan la oscuridad. Y no sólo las tomas fotográficas sino también las crónicas periodísticas y las ficciones literarias daban cuenta de la práctica de la lectura en medios de transporte como síntoma de individualismo y como forma de distracción. Mientras Alfonsina Storni, en su columna “Bocetos femeninos”, que publicó en el diario *La Nación* entre 1920 y 1921, identificaba los tipos femeninos de acuerdo con el género periodístico –revista política, revista ilustrada popular, revista intelectual o diario– que leían durante el viaje en tranvía,²² Roberto Arlt intentaba responderse por qué un joven militar en el tren se encontraba absorbido por unas páginas que no le permitían levantar ni una vez la vista del ejemplar,²³ y Manuel Gálvez, en la novela *Nacha Regules*, relataba cómo la protagonista intentaba calmar su ansiedad en la lectura. “Desesperada, pareciale eterna la marcha del tranvía. [...] A la media hora del viaje compró un diario. Pero no pudo leer. Hizo esfuerzos inauditos para concentrar su atención en la crónica de policía. Lograba leer dos líneas, un párrafo y luego su imaginación saltaba a otras cosas [...] Por fin estrujó el diario y lo aplastó con los pies. [...] Al lado de Nacha un hombre leía una revista ilustrada [...]”²⁴

Pero la práctica de la lectura en el viaje por la ciudad no siempre era tranquila y en ciertos momentos, como en el caso de Nacha, los pasajeros no podían adentrarse en el texto. Las distracciones provenían de la misma experiencia del viaje que en ocasiones emanaba de la multitud que se apretujaba, del movimiento del transporte, del murmullo de otros pasajeros o de la incómoda “lectura de ojitos” que hacían los accidentales compañeros de viajes. La publicación mensual *El riel porteño* –editada por la compañía de tranvías

²¹ SENNET, Richard *Carne y piedra. El cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*, Madrid, Alianza, 2002 (1997), pp.339-377.

²² STORNI, Alfonsina “La perfecta dactilógrafa”, citada por LOBATO, Mirta Zaida, *Historia de las trabajadoras en la Argentina (1869-1960)*, Buenos Aires, Edhasa, 2007, p.20.

²³ ARLT, Roberto “El teniente 1º interrumpe su lectura”, publicado en *El Mundo* el 24 de noviembre de 1929, en ARLT, Roberto *Obras*, Buenos Aires, Editorial Losada, Tomo II, 1998, pp. 409-412.

²⁴ GALVEZ, Manuel *Nacha Regules*, Buenos Aires, Tor, S/F, p. 144.

Anglo Argentina Ltda. y que pretendía ser una guía y una fuente de distracción para el viajero de la empresa— consideraba que cada tranvía era una sala de lectura ambulante. Pero que la costumbre de leer de reojo las publicaciones ajenas era un mal contemporáneo que fastidiaba e invadía la privacidad e individualidad de quienes habían gastado en una revista ilustrada.²⁵

Los editores de revistas también habían reparado en que mucha gente leía durante el viaje y de esta manera comenzaron a adaptar el material que ofrecían a sus lectores frecuentes y a los accidentales, ya que como señala *El riel...* éstos se enteraban semanas tras semanas lo que traían *Caras y Caretas*, *El Hogar* o *El Suplemento*. En una suerte de catálogo de normas periodísticas, Constancio C. Vigil —propietario de Editorial Atlántida y editor con una amplia experiencia en el mercado ya que su carrera en Buenos Aires había comenzado en 1904— imaginaba al público de sus productos “...nervioso, apresurado. El lector de tranvía es el lector del periódico de nuestro tiempo”. Para esas personas que leían sugería textos cortos, que pudiesen leerse al paso.²⁶

En su presentación en el mercado, la revista *Vosotras* de la Editorial de Julio Korn también pretendía captar este dinamismo y según primera editorial se dirigía a “aquellas de vosotras que cruzáis la ciudad afanando por llegar a las cuatro paredes de la oficina; aquella de vosotras que, después de deteneros entre las vidrieras tentadoras, volvéis al hogar dilatadas vuestras pupilas con un nuevo color y una forma nueva, aquellas de vosotras que gustáis de un cuento, leído en el viaje diario o en el reposo de la velada, aquellas de vosotras que manejáis agujas y tijeras con la destreza propia de vuestro sexo y la ansiedad de las cosas bellas...Para vosotras es esta revista.”²⁷ Indudablemente, aunque intenta captar a un público amplio, es decir desde la joven trabajadora del sector servicios hasta la ama de casa, la revista recoge, por un lado, los cambios fisonómicos de la ciudad que obliga a cruzar por los barrios y la periferia para llegar al puesto de trabajo. Por otro lado habla de cambios en los hábitos femeninos de una mujer que viaja para su trabajo o para participar

²⁵ “Desde la plataforma: el señor que lee de ojito” en *El riel porteño*, Año I, N° 2, septiembre de 1925, pp.10-11.

²⁶ VIGIL, Constancio C. “Mis normas”, folleto de circulación interna de la Editorial Atlántida, S/F. También citado por ULANOVSKY, Carlos *Paren las rotativas. Historia de los grandes diarios, revistas y periodistas argentinos*, Buenos Aires, Espasa, 1997, p. 103.

²⁷ *Vosotras*, 4-10-1935, p.3.

de la sociedad de consumo comprando. Una mujer moderna de los años veinte y treinta que sobre todo era profesional de su casa.²⁸

Lecturas entre el hogar y las calles

Si seguimos el ejercicio de “perseguir” a los lectores con sus publicaciones bajo el brazo uno de los destinos posibles, sin duda, era el hogar. Así también lo consideraban los editores de revistas comerciales cuando a la hora de incluir materiales en las publicaciones contaban que estos serían ojeados y por toda la familia y probablemente circularía entre los hogares de los vecinos o parientes. De esta manera, una revista como *Billiken* incluía publicidades para la mujer y la casa y una revista como *El Gráfico*, que en sus primeros años se propuso como un magazine destinado a los hombres, incluyó imágenes levemente eróticas pero de ningún modo pornográficas ya que podían ser observadas por otros miembros de la familia. Si una empresa editorial quería continuar en el mercado como respetable y decente debía tener en cuenta que los lectores se cruzaban porque las prácticas de lectura cotidiana en raras ocasiones se realizaban en la más absoluta tranquilidad y soledad.

Esta última práctica también era advertida por los empresarios periodísticos, como aparece representado en la ocasión del lanzamiento de la revista *Gran Guiñol* de Editorial Atlántida. En una publicidad aparecida en *Atlántida*, de los cuatro lectores supuestos o deseados dos son mujeres y dos son hombres.²⁹ Uno de los hombres, ubicado en el margen superior izquierdo, tiene aspecto de persona mayor, con canas, y lee el magazine sentado en su escritorio y en la comodidad de su vivienda. En la otra ilustración masculina, ubicada en el margen inferior derecho, un hombre de mediana edad viste ropas más humildes y se entretiene con la lectura en un viaje en tren. La publicidad balanceada por edades y sectores sociales también conserva esta característica por género. En el marco superior derecho, una lectora aparece ubicada paralelamente al lector del tren –aunque, en contraste con éste, se encuentra vestida muy elegantemente y a la moda– y también lee la publicación en un

²⁸ BONTEMPO, Paula “*Para Ti: una revista moderna para una mujer moderna (1922-1925)*” en *Estudios Sociales. Revista universitaria semestral*, Año XXI, N°41, Santa Fe, Argentina, Segundo Semestre de 2011, pp.127-156.

²⁹ *Atlántida*, 21-08-1922, p.35.

medio de transporte. Haciendo cruz con la joven, observamos una mujer mayor que sonríe frente a las páginas de la revista en el sillón hogareño.

No es casual que en esta publicidad se haya elegido a personas mayores para representar el hogar como un espacio de tranquilidad y distensión donde realizar la lectura. Probablemente los hombres y mujeres mayores fueran los únicos que dispusiesen de este tiempo en la casa. Tampoco es casual que los más jóvenes o trabajadores estuviesen leyendo durante un recorrido de tren, subte o tranvía. Indudablemente, la lectura se hacía “por retazos” y en posturas bastante alejadas a las que se intentaban enseñar en la escuela como deseables o se escenificaban en los libros infantiles y en los manuales escolares de la época.³⁰

Como los niños, los adultos también realizaban sus lecturas lejos del ideal y se implementaban diversas estrategias para poder leer y distraerse un rato. La lectura se hacía de a ratos y como podían. Según un prejuicio generalizado en la época, por un lado, las mujeres accedían a los medios escritos porque los hombres eran quienes llevaban, luego de la jornada de trabajo, las publicaciones al hogar. Esta idea se sostenía aun cuando diversos relatos –como las fotografías, las publicidades, o las editoriales de las revistas o las observaciones de Storni, Arlt y la ficción de Gálvez– representaban a las mujeres viajando en los medios de transporte y transitando por las calles. Por otro lado, ese mismo prejuicio aseguraba que las mujeres disponían de mayor tiempo libre para enterarse de las novedades sociales, distraerse con los cuentos y novelas o aprender nuevas recetas de cocina o la moda que se usaría ese invierno. En fin, para aprender las estrategias que la convertirían en el ama de casa moderna y profesional.

Algunas de estas ideas prejuiciosas sobre la lectura femenina son reforzadas y compartidas por los profesionales del rubro, como Constancio C. Vigil y Julio Korn, dos empresarios editoriales que competían entre sí por el mismo segmento de público y con publicaciones similares. El director de Editorial Atlántida señalaba que “la mujer es más de

³⁰ DE MIGUEL, Adriana “Escenas de lectura escolar. La intervención normalista en la formación de la cultura letrada moderna” en CUCUZZA, Héctor R; PINEAU, Pablo (Dir.) *Para una historia de la enseñanza de la lectura y escritura en Argentina. Del catecismo colonial a La razón de mi vida*, Buenos Aires, Miño y Dávila, 2004. Por ejemplo, LATALLADA, Felisa *Hogar y Patria. Libro de lectura para grados elementales y superiores*, Buenos Aires, Editor Alberto Vidueiro, 1916, p. 71.

la mitad del público lector de una revista”,³¹ y el editor de *Radiolandia y Vosotras* (1935), entre otras, indicaba que “[las mujeres] son las que directa e indirectamente compran en el 99 por ciento de los casos. Ese convencimiento ha influido para que casi todas mis revistas vayan dedicadas a la mujer”.³² Sin embargo, las mujeres no contaban con mayor tiempo sino con otros tiempos. Quizás por eso, estos mismos empresarios en sus magazines femeninos presentaron textos que se discontinuaban y emergían en diversas páginas. Si bien como señala Sally Stein esta estrategia editorial respondía a una necesidad comercial de recorrer toda la revista para que se leyera las publicidades también puede sugerirse que la fragmentación era funcional a las mujeres que en ocasiones tenían que detener su lectura para ocuparse de otras cuestiones.³³

Así lo sugieren algunas fotografías, entre ellas la de una madre joven lee una revista ilustrada en un banco de Plaza de Mayo durante una tarde soleada pero fresca de comienzos de los años cuarenta. Lejos de una postura erguida con la cabeza en alto, la mujer aparece encorvada aprovechando el momento en el cual el niño de menos de un año dormía profundamente en una sillita de paseo.³⁴ Una situación de lectura parecida puede observarse en la imagen II, de mediados de los años treinta. A diferencia de la anterior, esta joven mujer se encuentra leyendo una publicación en el umbral de la puerta de una casa –quizá de un barrio más alejado del centro– donde también hay sentado un niño pequeño. Ambas imágenes son significativas porque conjugan el mandato femenino de la maternidad –o del cuidado de niños como una preparación para ella– con otra actividad que se presuponía femenina: la lectura de revistas ilustradas o de interés general. Al mismo tiempo, ambas insinúan, que la lectura llevaba a cabo cuando los niños dormían o estaban entretenidos o tranquilos. Como observamos en la imagen II la muchacha no aparece muy relajada leyendo; al contrario, aparece parada y cubriendo el paso al niño pequeño, probablemente para que no saliera de su control.

³¹ VIGIL, Constancio C. “Mis normas”, Op. Cit; ULANOVSKY, Carlos *Paren las...*, Op. Cit., p. 103.

³² “El imperio de Julio Korn”, en *Primera Plana*, 8-06-1965.

³³ Stein, Sally, “The Graphic Ordering of Desire: Modernization of a Middle-Class. Women’s Magazine, 1919-1939”, en BOLTON, Richard, *The Contest of Meaning: Critical Histories of Photography*, Cambridge, MA: MIT Press, 1989, pp.145-161.

³⁴ Mujer leyendo, circa 1940, AGN N° Inventario 323345.



Estas fotografías y algunos relatos –que cuentan que las mujeres leían novelas mientras cocinaban y por eso se les quemaba la comida–³⁵ van en la dirección de pensar la lectura de las mujeres se realizaba en el medio de las múltiples tareas que tenían en el hogar, es decir en los “huecos” que encontraban entre el aseo de la casa, las compras, la preparación de los alimentos, el lavado y planchado de la ropa, la costura o el remiendo de las prendas y cuidado de los niños. El momento de lectura que parece haber encontrado estas mujeres podría asemejarse al espacio que otras lectoras y lectores encontraban en el viaje en tranvía, subte o colectivo.

Conclusiones

Hacia 1936, la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires encomendó al fotógrafo Horacio Coppola la toma de imágenes de la ciudad, como una forma de conmemorar los cuatrocientos años de su fundación. Con su mirada particular, este *flâneur* urbano espía calles, gente, zaguanes y sombras de una ciudad que se había convertido en una metrópoli. En su obra abundan las marquesinas iluminadas sobre Florida y Corrientes, vidrieras y negocios de las calles céntricas y gente paseando, mirando, leyendo. Sin duda, Buenos

³⁵ Anécdota citada por SARDI, Valeria *El desconcierto...*, Op. Cit, p.140.

Aires, al igual que la Berlín que explora Peter Fritzsche, se había convertido en una ciudad visual y textual, una ciudad cuyos habitantes miraban cosas y leían y eran observados y leídos por otros, fotógrafos y escritores.

Una ciudad que obligaba a leer los innumerables carteles y publicidades e invitaba a leer –y comprar– en cada quiosco de diario. Como insinúa la imagen del puesto callejero de periódicos y revistas analizada en las páginas precedentes, los lectores y lectoras se cruzaban en la publicidad, en la calle, en los puntos de venta de materiales escritos y en las mismas publicaciones. Como parte de un proceso dinámico y complejo en el cual intervenían diversas agencias e intereses, los quioscos participaron, sin duda, de la formación de los públicos lectores y de consumidores en la primera mitad del siglo veinte.

También la publicidad de *Gran Guiñol* supo captar el dinamismo del consumo de productos culturales y condensa algunas observaciones que he realizado a lo largo del este trabajo. Por un lado, la idea de que la práctica de la lectura estaba lejos de ser un hábito estructurado y que podía realizarse en cualquier lado, desde el sillón de la casa, la oficina y el escritorio hasta el vagón del tren, la calle y la peluquería. Por el otro, que el ideal de una lectura tranquila estaba reservada para algunos pocos. Como vimos, los lectores y lectoras realizaban sus lecturas por “retazos”: semi agachados en el quiosco de diarios y revistas, de parados en el subte, con distracciones en tren, de “ojito” en el tranvía, encorvados en el banco de una plaza, mientras cocinaban o con poca concentración en el umbral de la puerta. Artefactos culturales, posturas corporales, materiales y prácticas que aún hoy, en el siglo veintiuno reconocemos como propias.