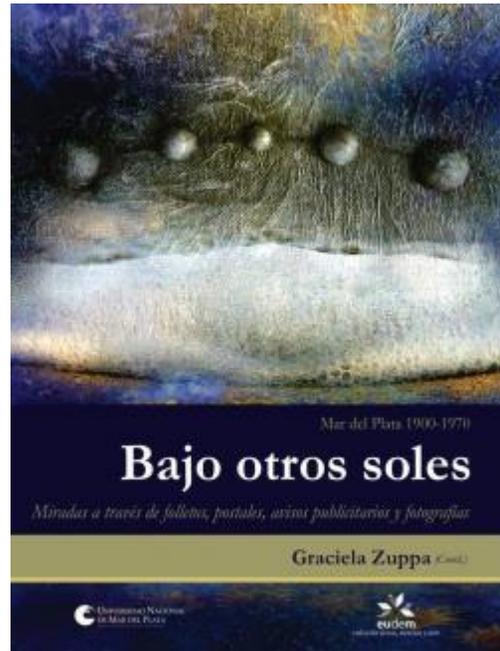




Graciela Zuppa (coord.)
Mar del Plata 1900-1970. Bajo Otros Soles.
Miradas a través de folletos, postales, avisos
publicitarios y fotografías.
Mar del Plata
EUDEM
2012
196 pp.



Mariana Puga¹

Subsumidos como estamos en una cultura de la imagen que se reproduce exponencial y/o caleidoscópicamente junto a la explosión desenfadada de sus sentidos; conscientes por un lado de la plena vigencia de su poderío comunicativo y por el otro de su relativo descrédito por cooptación dentro del Orden Publicitario (que abarca mucho más que el estímulo a la circulación de productos y servicios); deviene un menester casi inexcusable la emergencia de propuestas que teniendo a la imagen como centro de interés se *detengan* en el universo de su *recepción demorada*, lo que aparentemente contradice su dinámica actual: la de pasear por su superficie desde un esquema perceptivo que la consume instantáneamente, en el acto (siendo capaz de relevar con éxito mil palabras o más). Se trata en lo metodológico de pesquisas montadas entre la historia cultural, la sociología del arte y la historia del arte, que sin desestimar la percepción y acentuando la contemplación le suman mirada histórica y logran así perforar/desactivar la superficialidad visual para hacerla temporalmente profunda. En esta línea de propuestas ineludibles se inscribe el libro *Bajo otros soles*, coordinado por Graciela Zuppa como Directora del Grupo de Investigación de Historia Cultural de la UNMDP; línea que atraviesa un campo de estudios visuales ya plantado y avalado por autores de la talla de G. Didi-Huberman, K. Moxey, AM. Guasch, y J.L. Brea, entre otros.

Las imágenes seleccionadas en este caso, entendidas como “artefactos visuales capaces de dar entrada en lo social” –cuestión que teóricamente privilegia su *funcionamiento* comunicativo/semántico sin desestimar lo iconográfico, y su condición documental por sobre la ilustrativa– pertenecen al dominio de los avisos publicitarios, los

¹ Arquitecta (UNMDP). Doctora en Historia. Contacto: mapuga@gmail.com

folletos, las tarjetas postales y las fotografías, y responden a un recorte temporal y espacial que circunscribe la joven historia de Mar del Plata entre 1900 y 1970.

El volumen conjuga un total de cinco capítulos que son a su vez cinco artículos de diferente autoría, encabezados por una introducción a cargo de G. Zuppa que, en tanto organizadora se ocupa de la inscripción de estos textos en el campo ya citado de los estudios de la cultura visual. Allí remarca la condición “alternativa” de las imágenes como fuentes para el trabajo histórico, sosteniendo y avalando además el recorte que éstas imponen como “memoria visual del pasado” al conjunto inabordable del pasado como un todo (¿cómo aprehender el pasado sino historizándolo fragmentariamente?). Es de hecho el fragmento otro de los temas que emergen implícitamente de esta apuesta por la imagen/documento; cuestión que interpela a los historiadores a la acometida de un “conocimiento por el montaje frente a un [más familiar] conocimiento por el relato”, tal como sostiene G. Didi-Huberman, autor citado con frecuencia en este libro. Este asunto se revela, en parte, en la problematización expuesta de la temporalidad ambigua de la imagen pretérita bajo la mirada presente; en la prevención hecha sobre su naturaleza signíca siempre abierta, en el privilegio de su fugacidad y sus “apariciones” frente a su condición ontológica y hasta en la insinuación del potencial de sus ocultamientos frente al de sus evidencias.

Deslindando espacios de actores y/o balneario de veraneantes, los artículos se organizan en torno a dos partes. En la primera de ellas, la del territorio, y en el capítulo 1, “Mar del Plata ‘al alcance de todos’”, Graciela Zuppa se dedica a rastrear los cambios producidos en la construcción de la imagen de la ciudad y en las representaciones sociales en un período que va de 1930 a 1945, observando las expresiones visuales usadas para tal fin, que son en este caso, los folletos y piezas gráficas elaboradas como estrategias para la promoción y publicidad del balneario. Tales imágenes, provenientes de asociaciones privadas y órganos públicos se ordenan según el propósito de evidenciar la transición de “balneario de elite a balneario popular” y oscilan entre logotipos sintéticos que (reductivamente) evocan deportes marítimos y composiciones más inclusivas y más expresivas de un ocio que se pretende cada vez más socializado. Las economías entre texto e imagen dentro de la pieza gráfica, los distintos soportes que habilitan mayor cantidad de contenidos y liberan a la imagen de comunicarlo todo, los diversos agentes productores de las mismas serán otros tantos factores determinantes de su eficiencia o ineficiencia comunicativa.

También dentro de la primera parte centrada en territorios, paisajes o imágenes de la ciudad, el capítulo 2 a cargo de Jorge Sisti, “Postales de Mar del Plata, otro modo de propaganda”, se ocupa del análisis de estas piezas postales y las selecciona con el objeto de evidenciar, en la misma línea que el artículo anterior, la transformación del balneario y sus prácticas asociadas, siguiendo el derrotero de reducto de elite a destino popular. Se trata en este caso de fotografías (con el usufructo consciente de la confianza en sus “protocolos de verdad”) y no de imágenes gráficas evocativas, que delimitan en espacio estrecho –la zona en torno de la Rambla en sus diversas ediciones– y lapso amplio –1915-1975– el recorte que asegura la visibilidad de tales cambios. De la imagen-edificio prácticamente monumentalizado (y en lo posible solitario, demandando una distancia antes simbólica que espacial) como condensador de la vida social más exclusiva, a la imagen-urbana, con distancia pero esta vez la necesaria para encuadrar la expansión (también simbólica), lo que

se demuestra es que interesa tanto la transformación de la ciudad como la de las miradas que ésta misma demanda.

La segunda parte del libro corresponde a los análisis sobre los actores sociales, con la particularidad de un acento casi exclusivo en el universo femenino. Inicia con el capítulo 3, “La mancha de la playa. Imágenes de paseantes y bañistas a principios del siglo XX”, de Gisela Kaczan, quien trabaja sobre los anuncios publicitarios de la revista ilustrada *Caras y Caretas* en un período que va aproximadamente de 1900 a 1920. El análisis se sirve de los avisos gráficos que promovían artículos de belleza femenina en relación con las prácticas al aire libre; se concentra en la lectura de los esquemas corporales difundidos a través de aquellos (legitimados social y editorialmente, o sea, revalidados) para acabar dilucidando un proceso que pondría en evidencia el lento y progresivo pasaje de la figura de las paseantes (siempre vestidas) a la de las bañistas (con indumentos al uso de la época), lo que sugiere una tendencia hacia cuerpos más permisivos o algo menos pudorosos. Queda claro que por el recorte temporal trabajado, tal proceso sólo puede identificarse con los patrones culturales de la elite veraneante. De resto, se trata de un relato fortalecido con reflexiones más generales sobre el funcionamiento de las imágenes en el contexto de la publicidad y en el contexto histórico de la construcción de lectoras de revistas ilustradas.

El capítulo 4, “Representaciones visuales y sociales de las mujeres de elite. El caso Ana Elia de Ortiz Basualdo”, con autoría de Gabriela Méndez y Ana María Macchi propone indagar acerca de la actividad y rol social de la mujer, utilizando la fotografía “como soporte para reconocer las modalidades expresivas de las representaciones sociales de las mujeres de la elite, y también observar los cambios de una práctica específica femenina; la beneficencia”. Siendo un estudio de caso, la figura paradigmática elegida es la de la Sra. Ana Elía de Ortiz Basualdo en un período que va de 1910 a 1930, en coincidencia con la fase más productiva de su actividad pública dentro de la comisión de la obra *Stella Maris*, en Mar del Plata. Así, a través del análisis de retratos privados y de registros fotográficos de procesiones de la virgen *Stella Maris* se intenta estructurar un relato que alienta la idea de la promoción de la mujer desde un papel secundario a un rol de mayor relevancia y relativa publicidad, siempre dentro de los límites de la práctica de la beneficencia como aquellos aceptados o socialmente “bien vistos”. No encierra mucha paradoja el parentesco entre lo “bien visto” y lo “poco visto” de aquellas imágenes de mujeres, cuyas fuentes documentales son los álbumes privados o los correspondientes a la institución religiosa para la que trabajaron.

En el capítulo 5, “A través de lo visible. Cultura, moda, cuerpos”, Gisela Kaczan vuelve a trabajar sobre representaciones iconográficas de las revistas ilustradas argentinas en el lapso de 1900 a 1920; aunque esta vez se ocupa de la interpretación de las prácticas del vestir femeninas, en el doble rumbo de evidenciar por un lado las dinámicas propias del paso del patrón estético ideal del figurín europeo al cuerpo real de las usuarias locales de la moda –gobernado por altos grados de mimesis— y por el otro, de rastrear los efectos de la inflexión producida por la Gran Guerra sobre la moda y sus modos corporales adjuntos, en una dirección que va desde la exaltación ornamental a la moderación funcional y esportiva, aunque siempre dentro de los umbrales del “inmenso escaparate de vanidades” que constituía la ciudad de Mar del Plata para la época en cuestión. Cabe destacar la interesante elaboración de la autora en la construcción-composición de las imágenes presentadas; en una suerte de *collages* combinatorios de fuentes gráficas de diversos orígenes que constituyen en sí un discurso no textual, o un hablar de las imágenes con imágenes.

Finalmente, el conjunto de los cinco capítulos queda epilogado por un “Apéndice Documental” a cargo de Paola Di Salvo y Estefanía Rodríguez Golpe, que permite vislumbrar a través de esas fuentes textuales el universo de los imaginarios que, a modo de gran infraestructura preceptiva sostuvieron y alimentaron la generación de las imágenes estudiadas en los artículos precedentes. La bibliografía no admite comentarios; es contundente.