

*La revista El Gráfico en sus inicios: una pedagogía deportiva para la ciudad moderna**

Martín Bergel y Pablo Palomino

Universidad de Buenos Aires

1. Introducción

Enfocar el deporte moderno desde una perspectiva histórica supone pensarlo en la encrucijada de distintas dimensiones de la vida social. Desde su significado cultural hasta su imbricación con el mercado, desde su rol en la definición de identidades nacionales o de género hasta su práctica diferenciada entre las distintas clases y grupos sociales. El deporte, como diría Lévi-Strauss, es un objeto “bueno para pensar”, y en este sentido la agenda de problemas para investigar es bastante amplia.¹ Aquí, el modo en que las ideas y prácticas ligadas al deporte fueron interpretadas y difundidas al gran público de Buenos Aires por un importante medio de comunicación, servirá para ilustrar aspectos poco estudiados de la cultura argentina de la primera mitad de la década del veinte.

La revista *El Gráfico* es un símbolo, casi un sinónimo del periodismo deportivo escrito en la Argentina, y desde sus inicios se convirtió en una de las más importantes y masivas publicaciones de la historia editorial del país. Semana a semana *El Gráfico* contribuyó decisivamente a la conformación de la cultura y el vocabulario deportivos –y especialmente futbolísticos– con que se han educado varias generaciones de argentinos. Pero las características que la condujeron a su enorme popularidad, y a imponer su estilo en el resto del campo periodístico, no fueron siempre las mismas. En su etapa inicial la revista construyó un perfil diferente, insospechado por su posterior público. Es ese período el que constituye el objeto del presente trabajo.

Entre su nacimiento en 1919, y su transformación en una revista deportiva especializada desde 1925 en adelante, la apuesta editorial de *El Gráfico* consistió en una enérgica intervención cultural acerca del valor y el significado del cuerpo y de la actividad física en la modernidad. Esa intervención se recostaba sobre los nuevos hábitos y formas de vida propios de

* Agradecemos la lectura y los comentarios de Ezequiel Adamovsky, Eduardo Archetti, Fernando Rocchi, Patricia Funes, Héctor Palomino y Gastón Beltrán. Una versión anterior de este artículo fue presentada en las VII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia, septiembre de 1999, Universidad del Comahue, Neuquén, Argentina, donde se benefició con las críticas y sugerencias de Ema Cibotti.

¹ El lector puede ver un exhaustivo estado de la cuestión acerca de la “revolución deportiva” de la Inglaterra Eduardiana y Victoriana, que sirve de modelo y contraste para pensar en los países latinoamericanos, en Neil Tranter, *Sport, economy and society in Britain, 1750-1914*, Cambridge University Press, 1998.

una ciudad capitalista en intenso proceso de modernización. Durante este primer período la revista intentó ejercer sobre su creciente público lector una verdadera *pedagogía deportiva* cuyo horizonte era modificar y corregir el modo de vivir de las personas en una ciudad que en la década del veinte estaba arribando a una vida plenamente moderna.

2. Buenos Aires en los veinte: una ciudad moderna

Con la plena inserción de la Argentina en la economía internacional desde las últimas décadas del siglo XIX, Buenos Aires experimentó un vertiginoso proceso de *metropolización* que se consolidó precisamente en la década de 1920.² La “Gran Aldea” del siglo XIX, con sus costumbres y jerarquías, su centro delimitado y su periferia informe, se convirtió violentamente en un gigantesco y moderno entramado urbano, en una metrópolis nacida en el puerto cuyos límites se confundieron con la Pampa infinita. Al calor de este proceso se fue conformando una cultura urbana de carácter moderno y popular, que desbordó los límites de la sociabilidad tradicional predominante hasta el Centenario, y que se desarrolló en el seno de una sociedad cuya movilidad iba en constante aumento y que tendía por lo tanto hacia una integración cada vez más efectiva. Este espacio público ampliado se estructuró desde el *barrio*, que salió a la luz y reconfiguró por completo la vida de la ciudad luego de su silenciosa gestación en las dos primeras décadas del siglo. El barrio es el dispositivo material, social y político a partir del cual se organiza una profusión de movimientos asociativos y programas culturales. Es también, como señalan los grotescos de Armando Discépolo, el escenario de los eternos rezagados en la carrera del ascenso, de los que esperan invariablemente en el zaguán del progreso. Se trata de un espacio social en plena fermentación, a partir del cual las clientelas montan las “máquinas electorales” y la literatura comienza a pensar la ciudad, como cuando Borges refunda en el barrio una identidad criollista pero en clave modernista, un criollismo “conversador del mundo y del yo, de Dios y de la muerte”.³

Pero el barrio también forma parte de, y a la vez vehiculiza, una trama más amplia, la de la metrópolis en plena modernización. El mercado fue una de las herramientas fundamentales en la conformación de esa ciudad moderna. La incipiente sociedad de consumo de las dos primeras décadas del siglo se amplió en los años veinte y adquirió un carácter “masivo”: introdujo a los porteños en una novedosa serie de prácticas que se sostenía tanto en el estilo moderno de los empresarios —en cuanto a las estrategias publicitarias y de comercialización— como en la difusión de hábitos y valores típicos de las sociedades de consumo modernas, desde la ostentación y la emulación generalizadas hasta la dinámica de la moda y del gusto por lo nuevo. De esta manera, una “revolución en el consumo” tendió a integrar culturalmente a las capas altas, medias y populares en un creciente mercado interno.⁴

² Adrián Gorelik, *La grilla y el parque. Espacio público y cultura urbana en Buenos Aires 1887-1936*, Buenos Aires, Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes, 1998.

³ Jorge Luis Borges, *El tamaño de mi esperanza*, Buenos Aires, Seix Barral, 1993, p. 14 [ed. orig. 1926].

⁴ Según Fernando Rocchi, este carácter “masivo” del mercado de consumo de la época estaría dado más por los aspectos *cualitativos* que acabamos de citar que por su dimensión *cuantitativa*: la “revolución en el consumo” originada en la demanda no fue correspondida en la misma medida por la oferta. Por otra parte, el impulso democratizador del creciente consumo “masivo” no consiguió, desde luego, ocultar las desigualdades sociales, y tuvo un límite estructural en las reducidas dimensiones del mercado interno, propio de un país poco industrializado. Cf.

Una función integradora similar cumplieron los medios de comunicación, que conectaron la vida barrial con una dimensión urbana más abarcadora. El éxito del primer diario “moderno” de la Argentina, *Crítica* –cuyas maneras innovadoras para cautivar la atención del popular público lector sirvieron de modelo para los diarios de la época y posteriores–,⁵ y la difusión del magazine popular y la novela folletinesca, reflejaron la conformación de un campo de lectura ampliado, de carácter masivo y popular, que sobrepasó al tradicional e incorporó progresivamente a los nuevos públicos.⁶ Así, en la construcción del espacio público de alcance metropolitano, el periodismo y el mercado editorial jugaron un rol protagónico apoyándose tanto en el papel alfabetizador (de inspiración integradora y secularizante) del Estado, desde arriba, como en una cultura popular elaborada desde abajo.

Este vasto conjunto de cambios sumergió a los habitantes de Buenos Aires en un escenario radicalmente nuevo.⁷ Vivir en la gran ciudad significó entregarse de lleno a la “experiencia de la modernidad”, que esconde en su seno tantas promesas y bienaventuranzas como peligros y acechanzas.⁸ Las nuevas sensibilidades que nacieron al calor de la metropolización debieron enfrentarse tanto a las múltiples posibilidades que la ciudad ofrecía, como a los males modernos propios de los ritmos de vida de la urbe capitalista del siglo xx. A su manera, este doble carácter de la modernidad porteña en los años veinte se refleja en la reciente historiografía acerca del período. En el marco de los estudios sobre la gestación barrial de la cultura popular, se han enfatizado los aspectos positivos que el proceso de modernización trajo aparejados para vastos sectores de la población en términos de democratización cultural, creación de instituciones barriales y ampliación de la ciudadanía, elementos todos que se conjugaron en una sociedad móvil, abierta y de fronteras sociales difusas, y que acabaron por otorgarle a la década un perfil global de tranquilo progreso.⁹ Otras lecturas, en cambio, han mostrado unos años menos sosegados y más habitados por tensiones, desde la insatisfacción de los sectores menos prósperos del mundo barrial,¹⁰ hasta las miradas “intensas” sobre la ciudad, en clave de tragedia moderna y crisis cultural, de una mirada de escritores e intelectuales.¹¹ Siguiendo estas últimas lecturas, podría decirse que en los años veinte se consolida-

Fernando Rocchí, “Consumir es un placer. La industria y la expansión de la demanda en Buenos Aires a la vuelta del siglo pasado”, en revista *Desarrollo Económico*, vol. 37, No. 148, enero-marzo de 1998.

⁵ Sylvia Saitta, *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*, Buenos Aires, Sudamericana, 1998.

⁶ Beatriz Sarlo, *El imperio de los sentimientos*, Buenos Aires, Catálogos, 1985.

⁷ Beatriz Sarlo, *Una modernidad periférica. Buenos Aires 1920 y 1930*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1988, cap. 1.

⁸ Marshall Berman, *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*, México, Siglo XXI, 1997, pp. 1 y ss.

⁹ Leandro Gutiérrez y Luis Alberto Romero, *Sectores Populares, Cultura y Política. Buenos Aires en la entreguerra*, Buenos Aires, Sudamericana, 1995.

¹⁰ Beatriz Sarlo, *El imperio de los sentimientos*, citado.

¹¹ Oscar Terán, “Modernos intensos en los veinte”, en *Prismas*, No. 1, 1997, pp. 91-103. Terán se apoya en Roberto Arlt, entre otros, para exhibir los claroscuros de la modernidad porteña. Bajo la óptica arltiana, los mismos barrios que en la visión de Romero y Gutiérrez eran la cuna del progreso son el hogar del tedio y la mediocridad pequeño-burguesa, que en la lectura de Terán se expresan “en sus personajes prototípicos: los comerciantes, los oficinistas, las suegras”. Desde el campo intelectual estos argumentos, que no deducen del progreso y las mejoras materiales la generalización de la felicidad, conviven con otros de tinte romántico y en algunos casos hasta conservador, que hacen hincapié en lo que Terán llama “los efectos destructores de la modernidad” (p. 98). La gran metrópolis ha sepultado a la vieja ciudad. Esta crítica de la ciudad modernizada es también advertida por Sarlo en la existencia de un discurso que articula –como en Ricardo Güiraldes– la nostalgia por el paisaje brutalmente transformado, el extravío de un orden estable y conocido, y la idealización de la vida rural. Cf. Sarlo, *Una modernidad periférica*, cit., pp. 32 y ss.

ron los trazos gruesos que varias décadas más tarde habría de evocar Juan José Sebreli para referirse, en clave de “alienación”, al habitar de las distintas clases sociales en la gran ciudad.¹² Lo cierto es que el efectivo progreso en ciertas áreas de la cultura convivió con la traumática aparición de fuertes contrastes e incertidumbres en otras, y la mirada sobre este período debe, por lo tanto, articular ambos movimientos. Hay que tener en cuenta, además, que en el horizonte de los años veinte se cierne la profunda crisis de 1930, cuya dinámica obedece no sólo al descalabro económico y a los vaivenes de la vida política, sino también a las contradictorias fuerzas desatadas por la intensa modernidad porteña.

En las páginas de *El Gráfico*, semanario fundado el 30 de mayo de 1919 por Aníbal C. Vigil de la Editorial Atlántida, puede apreciarse este carácter contradictorio de la modernidad. La revista, “vocero de la ideología modernista”,¹³ celebra las posibilidades de la vida moderna a la vez que revela sus males intrínsecos, y lo que rápidamente habrá de distinguirla es su pretensión de incidir sobre esas zonas oscuras. El deporte moderno, uno de los principales fenómenos de masas del siglo xx, se está constituyendo en esos años en Buenos Aires –sobre todo el fútbol– como una esfera destacada de la vida social tanto en el barrio como en el espacio metropolitano mayor, captando progresivamente el tiempo libre de los porteños –sobre todo de los varones jóvenes–, y *El Gráfico* lo toma como objeto privilegiado de su intervención cultural. Sus páginas se dirigen a ese público lector en expansión –en particular el masculino, aunque como veremos también al femenino–, y su precio módico (20 centavos, menos que un atado de cigarrillos) permitió a amplias capas de la población acercarse semanalmente a su original propuesta. Aquí vamos a presentar y analizar los modos y características de tal intervención desde su nacimiento en 1919 hasta 1925, cuando una serie de cambios –que se analizan al final del artículo– transforman cualitativamente el sentido de la revista.

3. *El Gráfico* y la modernidad

La estrategia editorial de *El Gráfico* combinó la presencia inicial de ciertos rasgos que ya no habrán de abandonar la revista, con la búsqueda permanente de una identidad que la llevará a definirse como una publicación exclusivamente de deportes recién hacia 1925 (aun cuando ya desde 1921 era predominantemente deportiva y daba un lugar marginal a temas que inicialmente habían sido generosamente visitados, como el cine, el teatro, las variedades, etc.).¹⁴ Hasta entonces, el perfil y los temas que la habitaron fueron objeto de un movimiento y una experimentación persistentes, en un derrotero que a los ojos de los lectores es presentado como de continuo crecimiento tanto en términos de prestigio como de mercado.¹⁵ Sin embargo,

¹² Juan José Sebreli, *Buenos Aires, vida cotidiana y alienación*, Buenos Aires, Siglo XXI, 1964.

¹³ Eduardo Archetti, “Estilo y virtudes masculinas en *El Gráfico*: la creación del imaginario del fútbol argentino”, en *Desarrollo Económico*, vol. 35, No. 139, Buenos Aires, octubre-diciembre de 1995.

¹⁴ *El Gráfico* nace como “Semanario de Actualidades”, pero al año de vida pasa a llamarse “Revista de Sports, Teatros, Arte y Variedades”. En 1925 adquiere el nombre de “Revista Deportiva”.

¹⁵ Ya durante el primer año de la publicación se hacen exhortaciones a los anunciantes para que corroboren la magnitud de la tirada. El temprano éxito editorial de *El Gráfico* se confirma si atendemos a una observación recogida con orgullo en el número 34 de febrero de 1920. Allí se reproduce un comentario del *Buenos Aires Herald* en el que, entre varios elogios dispensados a la revista, se asegura que se trata de “un semanario profusamente difundido por toda la ciudad”.

la aparición o reemplazo de unos temas por otros no impidieron que desde sus páginas se establecieran prontamente ciertos lugares de enunciación nítidos respecto del mundo moderno al que la revista interpela.

Por un lado, *El Gráfico* se constituye como *ojo de la modernidad* y como *celebración de lo moderno*. Por el otro, en sus páginas toma cuerpo un fuerte discurso de intervención sobre lo social que se traduce en una función distinta: la de *antídoto* de ciertos males de la modernidad, a través de una pedagogía y una militancia por el deporte. Es precisamente este papel, que la revista se autoasigna enérgica e insistentemente, de correctora de ciertas zonas problemáticas que percibe en la modernidad, el que la conducirá a ceder progresivamente sus páginas al deporte.

Para el campo de lectura potencialmente comprador de revistas la aparición de *El Gráfico* en 1919 debió impresionar por aquello que la distinguía del resto de las publicaciones: la cantidad, calidad y variedad de sus fotografías. Varios de los números tempranos de *El Gráfico* contaban con más de cien fotografías, en claro contraste con el mercado de revistas de la época. Es más: en sus primeros años las notas extensas son escasas, y las imágenes prevalecen sobre las palabras; la mayor parte de los textos aparece subordinada al dispositivo fotográfico, que es el dominante. La foto tiene un objetivo definido: se trata de ilustrar todo aquello que ocurre en el mundo, desde las hazañas de la aviación en París, a las imágenes de las estrellas de cine o teatro locales, europeas o norteamericanas, pasando por la exhibición de las actividades recreativas y de ocio en Buenos Aires y en el mundo, actividades entre las que ya despunta el deporte. La fotografía registra hechos cercanos y lejanos buscando impactar al lector con su notable calidad técnica, y a veces incluso artística. *El Gráfico* nace así para los habitantes de Buenos Aires como verdadero *ojo de la modernidad*. Pero la foto nunca es librada a la interpretación o comentario de los lectores. La fascinación gráfica que los editores procuran alcanzar se evidencia en la adjetivación con que los textos destacan las imágenes: a través de un lenguaje por momentos sofisticado —en el que aún para acometer los más nimios detalles ya despunta una característica de larga duración de la revista: el hecho de que esté bien escrita— la revista realiza una operación de control de los sentidos de las imágenes a través de los epígrafes, que anclan los valores y discursos que se busca transmitir.

La centralidad de las fotografías, y la atención que desde sus inicios la revista presta a distintos temas relacionados con el cuerpo,¹⁶ le ofrecen la oportunidad de consagrarse a juegos en los cuales, a través de la exhibición de la sensualidad femenina (como veremos, una de las tantas figuras bajo las que aparece el universo de lo femenino en sus páginas), se busca capturar al público masculino. En los primeros números es habitual que las tapas presenten a supuestas actrices locales y extranjeras escasas de ropa, “al natural”, a menudo en producciones especiales realizadas en los bosques de Palermo. Estos ejercicios gráficos permiten tejer pactos de complicidad con los lectores, como se puede ver en el siguiente epígrafe a una serie de fotos de mujeres semidesnudas:

¹⁶ El impacto producido por el modo en que las fotos de *El Gráfico* retrataban los cuerpos puede percibirse nuevamente en el comentario recién citado del *Buenos Aires Herald* recogido por la revista: “Gracias a las maravillas de la fotografía, hace *El Gráfico* semana por semana lo que intentaron llevar a cabo los griegos cuando sus escultores inmortales modelaron para deleite y edificación de las generaciones futuras las más bellas figuras humanas de su tiempo”, en *El Gráfico* (de aquí en más *EG*), No. 34, 14 de febrero de 1920.

Las bailarinas rusas [...] un día sintieron vivos anhelos de danzar al aire libre. Es lógico suponer que entraba en el programa [...] el más absoluto secreto, pues de lo contrario no experimentarían esa intensa voluptuosidad en plena comunión con la naturaleza. Mas nuestro fotógrafo, a quien no escapa nada [...] por acción directa de la fortuna siempre creciente de *El Gráfico*, llegó a saber tan notable ocurrencia [...] nos dice que consiguió tomar las excelentes vistas agazapado tras un corpulento eucaliptus.¹⁷

El Gráfico se construye así no sólo como visor de la modernidad sino como *voyeur* de la ciudad, reforzando una estrategia editorial que busca crear en el lector la impresión de que la revista llega con sus cámaras a todos los rincones.

El contacto con el mundo que propone *El Gráfico* a través de las fotos busca reflejar sus novedades, y es allí donde la revista da lugar a un discurso que festeja los progresos científicos y técnicos de la época, en especial en lo que tiene que ver con lo deportivo. Así, por ejemplo, desfilarán por las páginas de la revista amplias coberturas de lo que en materia automotriz trae de nuevo año a año el “Salón del Automóvil” organizado por el Automóvil Club Argentino. Este discurso, construido en la intersección del deporte y la técnica, tiene en el escenario internacional su principal campo de atención, tanto para saludar la inauguración de una sección sobre aeronáutica en el Museo de Ciencias de South Kensington, en Londres, o el arriesgado vuelo del aviador Charles Godefroy por debajo del Arco del Triunfo, en París, como para dedicarle amplio espacio a una noticia deportiva que difícilmente conmueva a las masas populares argentinas, pero que da cuenta de las “grandes innovaciones técnicas” en materia de navegación:

El mayor acontecimiento deportivo mundial de la próxima primavera, será sin duda alguna la disputa de la Copa América en que tomarán parte yates de las nacionalidades inglesa y norteamericana [...] Para hacer frente a la resistencia del viento que, dada la amplitud del lienzo desplegado tiene que ser extraordinario, se utilizará el mayor mástil hueco que se ha construido jamás.¹⁸

Como puede verse, la revista está en este momento lejos del nacionalismo culturalista que comienza a inundar parcelas cada vez más significativas de la sociedad argentina del período. Las notas de actualidad, de teatro o de deporte versan indistintamente sobre lo que ocurre en Buenos Aires, Europa, Estados Unidos u otros países de América Latina: la mirada cosmopolita y moderna de *El Gráfico* celebra todo lo que conduzca al progreso civilizatorio. Recién al final del período aquí considerado la revista irá girando su postura hacia la delimitación de ciertos rasgos propios de lo argentino,¹⁹ contribuyendo así a la formación de un imaginario

¹⁷ *EG*, No. 21, 15 de noviembre de 1919, pp. 6-7.

¹⁸ *EG*, No. 39, 20 de marzo de 1920.

¹⁹ Hasta 1924 o 1925, cuando la revista comienza a abandonar su *universalismo* original y se circunscribe a lo que ocurre con el deporte fronteras adentro, sólo raramente los acontecimientos deportivos protagonizados por argentinos son exhibidos bajo los efectos de lo que José Ignacio Barbero González llama *síndrome del escaparate*: la utilización de un éxito deportivo como proyección imaginaria de las virtudes nacionales en el escenario internacional. Cf. Barbero González, “Introducción” a *Materiales de sociología del deporte*, Madrid, Ediciones de La Piqueta, 1993, p. 29. Este fenómeno ha tenido fortuna en el periodismo deportivo moderno; basta pensar en el uso corriente y generalizado de los adjetivos posesivos en plural para remitirse a los deportistas exitosos ungidos de ese modo en verdaderos campeones de la nacionalidad: *nuestra* Gaby Sabatini, por ejemplo.

popular que vincule al fútbol con la masculinidad y con ciertos trazos novedosos en la redefinición de la identidad nacional.²⁰

Ojo de la modernidad, agente de celebración de los prodigios de la técnica en el mundo, *El Gráfico* prohija además un tercer tipo de relación con la modernidad sobre la que centraremos en lo que resta del artículo nuestra atención, no sólo por su interés intrínseco, sino por tratarse del discurso más vigoroso que se desprende de sus páginas entre 1919 y 1925. Se trata del ya anunciado papel de *antídoto* de ciertos fenómenos de la vida moderna sobre los que la revista cree necesario operar. La vida en una urbe moderna y los ritmos que le son propios generan en las personas ciertos malestares como el stress, el agotamiento, la “decadencia” física y moral, el “intelectualismo”, etc., todos males que *El Gráfico* detecta y quiere evitar. Es por eso que la revista va a machacar incesantemente sobre la necesidad de hacer deporte. Pero el discurso a favor de la práctica deportiva va a ser más que una mera incitación a la acción: la intervención que lleva a cabo *El Gráfico* parte de un ideal prescriptivo sobre el cuerpo (sobre el que busca definir cánones estéticos e higiénicos), y termina constituyéndose en una intervención moral y cultural explícitamente normativa sobre la vida de las personas. Esta operación se articula en torno al concepto de *cultura física*, leitmotiv de insistente presencia en esta etapa de la publicación. A partir de él, irá desgranándose una serie de valores positivos que la revista busca inculcar por oposición a otros propios del mundo moderno del trabajo, la economía, el hacinamiento y el ocio mal entendido (la haraganería), en un discurso que, al detenerse no sólo en la prédica del ejercicio físico sino también, y con toda minucia, en los modos en que el debía llevarse a cabo, acabará por constituirse en una verdadera *pedagogía del deporte*.²¹

4. Cultura física

El concepto de cultura física, piedra de toque de la intervención cultural de *El Gráfico*, posee cierta densidad filosófica si atendemos al complejo de dimensiones existenciales que compromete. Es portador de una concepción del hombre y de la mujer, de cómo éstos deben vivir, postula determinada relación entre el cuerpo y el intelecto, y define a partir de ello qué debe entenderse por bueno y bello (y por lo tanto deseable). Como veremos, con este concepto se propone a los lectores un sistema de vida basado en una serie de valores: lo sano, lo *verdaderamente* bello, el esfuerzo, el vigor, el equilibrio. Esto lleva a las plumas de *El Gráfico* a evocar recurrentemente, como modelo y espejo, al mundo griego y sus ideales estéticos y corporales de vida, en contraposición y franca denuncia de los modos de vida modernos.²²

²⁰ Eduardo Archetti, *op. cit.*

²¹ La campaña de *El Gráfico* por el deporte se monta sobre un campo discursivo concurrido por otras pedagogías, provenientes incluso de asociaciones de trabajadores, como revela el estudio de Dora Barrancos, *La escena iluminada. Ciencia para trabajadores, 1890-1930*, Buenos Aires, Plus Ultra, 1996, y también desde el Estado, que buscó desde finales del siglo XIX imprimir la identificación nacional en los niños mediante la educación física en las escuelas públicas, a partir de la tríada “estudiante-patriota-soldado”. Véase Lilia Ana Bertoni, “Soldados, gimnasistas, escolares. La escuela y la formación de la nacionalidad a fines del siglo XIX”, en *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana “Dr. Emilio Ravignani”*, Tercera Serie, No. 13, primer semestre de 1996.

²² En rigor, la recuperación o reinención del ideal corporal griego era un rasgo bastante difundido entre las élites burguesas europeas durante los siglos XVIII y XIX. Pero en el siglo XX ese ideal burgués fue resignificado y aplicado

Desde la perspectiva de la cultura física, el deporte es valorado por sí mismo, por las energías que pone en juego, por su capacidad de forjar un carácter sano y auténtico, por ser una vía de superación física y moral: es “el sport por el sport” del que se enorgullecen los editores de la revista. Así se entiende su profunda convicción amateur y sus ataques permanentes a la mercantilización del deporte en general (como la condena a los habituales desafíos de box por dinero). Así se explica, también, el lugar relativamente menor otorgado al fútbol, que en la época era ya el deporte más popular (lo cual era reconocido por la revista), pero que, desde la óptica de la cultura física, valía tanto como cualquier otro *sport*, desde la natación hasta las carreras pedestres, pasando por una amplia serie de disciplinas deportivas que por el mero despliegue de las virtudes asociadas a la práctica deportiva tenían asegurada su cobertura en las páginas de la revista sin importar su efectiva popularidad. Que el fútbol sea un deporte más entre otros lo revela el hecho de que *El Gráfico* no publicaba los resultados de los “matches”; sus periodistas preferían alabar la elasticidad muscular de un arquero, y sus fotógrafos buscaban captar un “momento interesante” del juego mientras su dimensión competitiva era casi completamente ignorada.²³

Así, integrando al fútbol a sus páginas de acuerdo con el concepto de cultura física, *El Gráfico* lleva hasta las últimas consecuencias su idea del “sport por el sport” y la convierte en una cruzada moral.²⁴ Una cruzada que excede largamente la cuestión del deporte y se vuelca sobre la sociedad entera, una verdadera campaña pública sobre los hábitos físicos del público lector cuya carga valorativa es tan grande y su convicción tan fuerte que una nota editorial podía afirmar entusiastamente y sin titubeos que “el desarrollo del sport” ha alcanzado “un gran respeto que llega a revestir un carácter casi religioso”.²⁵

en las sociedades de masas europeas de diversos modos, entre los cuales destaca su utilización por parte de los fascismos de entreguerras. Las olimpiadas, por ejemplo, fueron un excelente condensador del ideal griego y del ideal nacional, y su carácter de espectáculo de masas fue aprovechado por la derecha nacionalista radicalizada de esos años. Véase al respecto el ensayo de Georges L. Mosse, “Fascist aesthetics and society: some considerations”, en *Journal of Contemporary History*, vol. 31, 1996, pp. 245-252, según el cual la centralidad del cuerpo bajo el nazismo y el fascismo en general puede ser vista como una “síntesis dinámica” o radicalización de tendencias inscriptas en lo profundo de la modernidad occidental. Por lo demás, cabe decir que la afinidad evidente entre la pedagogía deportiva de *El Gráfico* y la inmediatamente posterior síntesis fascista del ideal corporal griego permite pensar la existencia de un clima de época generalizado que teñía al mundo occidental de entreguerras.

²³ Comparado con los demás deportes, el fútbol poseía en la época un carácter competitivo, ya que desde las primeras décadas del siglo venía perdiendo sus raíces aristocráticas en función de su práctica a nivel popular. Hacia 1919 el significado social del fútbol se encuentra en transición: de un momento anterior en el que se populariza su práctica organizada básicamente a partir del barrio (y a partir de la interconexión entre los barrios que genera el circuito aficionado del fútbol), a la década del veinte, cuando su carácter de entretenimiento de masas y espectáculo dispuesto para su consumo ya prevalece por sobre sus rasgos iniciales. Véase Julio Frydemberg, “Prácticas y valores en el proceso de popularización del fútbol, Buenos Aires, 1900-1910”, en revista *Entrepasados*, No. 12, Buenos Aires, principios de 1997. Frydemberg sugiere una atractiva hipótesis acerca del papel que miles de jóvenes varones habrían cumplido, como primera generación de criollos, en la integración cultural y geográfica de los distintos barrios de la ciudad. Véase la nota 7, pp. 26-27.

²⁴ Esta cruzada se encarna en una política concreta de proselitismo y difusión del sport en el país. Desde fines de 1921 una sección titulada “Vida al aire libre en las provincias y territorios” muestra escenas deportivas de la gente y de pequeños clubes del interior del país entregados a distintos ejercicios físicos. Allí se anuncia que “con el fin de coadyuvar al desarrollo de la práctica del sport en las provincias y territorios, *El Gráfico* se pone a disposición de los clubes organizadores, a cuyas autoridades solicitamos tengan a bien remitirnos fotografías nítidas de los torneos que se realicen bajo su patrocinio”. *EG*, “A los clubes del interior”, No. 122, 29 de octubre de 1921, p. 14. Se buscaba así ampliar el mercado de lectores y a la vez publicitar el deporte en una escala nacional a través de la exhibición de gente corriente disfrutando de los goces y beneficios de su práctica.

²⁵ *EG*, No. 179, 2 de diciembre de 1922.

Mujeres modernas: entre el corset y la cultura física

Se ha dicho que el deporte moderno nació como un ámbito restringido al mundo masculino, y que distintos discursos sobre la “naturaleza femenina” alertaban acerca de la inconveniencia física de las mujeres para la realización de ejercicios. La moral victoriana veía con malos ojos la posibilidad de que, al entrar en relación con su cuerpo, las mujeres comiencen a experimentar libremente con él,²⁶ y esta visión perduró hasta entrado el siglo xx. La revista *El Gráfico*, sin embargo, cobijó desde sus inicios posiciones muy distintas. Su militancia por la generalización de la práctica de deportes no sólo incluyó a la mujer, sino que por momentos la tuvo como objeto privilegiado de su pedagogía. En una nota titulada “Las mujeres deben preocuparse de la cultura física”, *El Gráfico*, a través de un lenguaje insidioso y por momentos tremendista del que hará continua gala en sus detalladas prescripciones, alertaba acerca de los peligros del quietismo femenino:

La mujer está, por lo general, a causa de su inacción, en lucha perpetua con la naturaleza. Son sus enemigos, entre otros, la anemia, con todas las consecuencias físicas que acarrea; el estreñimiento, que envenena el organismo y origina verdaderos desastres; la obesidad, no menos funesta, por cuanto la grasa envuelve todos nuestros órganos vitales, los comprime y los incomoda en sus funciones.²⁷

Hay aquí una idea muy clara de la corrupción física que va estar asociada a una corrupción estética y moral. El higienismo y la pedagogía deportiva serán así parte de una prédica por momentos obsesiva sobre el ideal femenino de buena vida:

La práctica de esta cultura física, tan útil al hombre, parece aún más necesaria a la mujer, que nuestras costumbres y prejuicios condenan a una inacción corporal excesiva [...] Dando a sus músculos fuerza y volumen, la mujer revestirá su aparato óseo de carnes bien formadas, bien equilibradas, de líneas armoniosas. Su belleza no irá así a destruirse en la delgadez afligente o en la obesa gordura.²⁸

Y este discurso fuertemente normativo sobre el cuerpo femenino era estrechamente solidario de los entretenimientos lúdicos que la revista proponía a sus lectores en torno a la sensualidad femenina. Las fotos de *El Gráfico*, aun las que aludían directamente a fenómenos deportivos, nunca eran del todo neutras respecto a lo que insinuaban en materia del atractivo corporal de las mujeres. Los epígrafes, en esos casos, cumplían nuevamente su función direccionadora al sugerir al lector la relación estrecha entre salud y belleza, como en uno que acompañaba una sección de fotos sobre diversos deportes titulada “El sport en Montevideo”:

También se distinguen las jugadoras de tennis, de las cuales publicamos un grupo encantador. Su toilette ligera produce una agradable impresión de libertad sportiva, aumentando el natural atractivo de la juventud que ostentan.²⁹

²⁶ José Ignacio Barbero González, *op. cit.*, pp. 25-26.

²⁷ *EG*, No. 21, 15 de noviembre de 1919.

²⁸ De un editorial de *EG* titulado “Cultura Física Femenina”, No. 184, 6 de enero de 1923.

²⁹ *EG*, No. 34, 14 de febrero de 1920. Comentarios de esta naturaleza –que en conjunto con las fotos construyen ciertos efectos de sentido lúdicamente cercanos a lo libidinoso– abundan en la revista. En el número 162 (5 de agosto

Práctica deportiva, vigor físico y estética iban así de la mano en la doctrina de la revista. Pero esta dimensión esteticista estaba ligada a una discusión sobre el estatus de lo bello, y así se postulaba un canon de lo que debía ser la “verdadera belleza”, que no era otra que la obtenida naturalmente por quien supiera cultivar el ejercicio físico. Por contraste, la ciudad moderna tentaba a las mujeres con otras fórmulas de pretendida belleza basadas en artificios que *El Gráfico* buscaba descalificar con igual ahínco. Ése es el caso de la verdadera batalla que la revista emprende contra el corset, elemento muy popular entre las mujeres:

El corsé es la más extraordinaria invención de la coquetería femenina, aparato de tortura que marchita la belleza con el pretexto de hacerla valer, implacable destructor de toda gracia natural, horrible tutor que sustituye la rigidez a la admirable flexibilidad de las bellas flores humanas [...] Tampoco se puede decir que sea útil, necesario, como lo afirman aquellos que lo fabrican y venden y lo creen ingenuamente las que lo llevan. Es sólo un agente de destrucción de la belleza y la salud femeninas [...] El gran esfuerzo de coquetería de las mujeres tiende a reemplazar la belleza del cuerpo por la elegancia de los vestidos, lo que permite evidentemente a muchas pretender ser bellas. El corsé se convierte entonces en una necesidad, desde que es él el que adapta el cuerpo a la elegancia de la vestimenta del momento. La niña llora por tener un corsé como su hermano por un pantalón largo. La señorita de 20 años, ciñe sus muslos ágiles y su vientre delicado con el mismo cinturón ballenado que sostiene las carnes adiposas de las viejas princesas de la elegancia [...] Pero el principal inconveniente del corsé está en que debilita y atrofia los músculos contra los cuales se aplica; y los músculos que degeneran en esa forma, tienen un rol de lo más importante.³⁰

Se ve que ese atrofiamiento físico es también un atrofiamiento moral, pues el corset es asociado por *El Gráfico* a todas las simulaciones y convencionalismos propios de la sociedad modernizada. Frente a esas imposturas dictadas por la moda moderna, el ideal de belleza de la revista –como se ve una y otra vez en las fotos de artistas y deportistas– tiene que ver con la naturalidad resultante de la liviandad de ropas y los cuerpos y músculos tonificados sobre la base del trabajo físico propios del modelo de mujer de la Antigüedad, cuyo hábitat son los escenarios al aire libre lejos de la vida mundana y artificiosa de la metrópolis:

Sin querer imitar a las jóvenes griegas que asistían a los gimnasios vestidas con trajes propios de los juegos, bien podríamos pretender ganar la voluntad de nuestras niñas para que practiquen los sports, por atrevidos que los consideren, no en recintos cerrados, ni en el secreto del jardín doméstico, sino como sucede con el tenis y el golf, a pleno campo, en completo olvido de los convencionalismos de una civilización ascética y supersticiosa, volviendo a los antiguos tiempos del helenismo, de la comunión con la Naturaleza, bajo los cielos azules en cuya limpidez se profundiza la ilusión de sus ojos [...].³¹

de 1922), por ejemplo, se hace la siguiente referencia a una joven nadadora norteamericana: “De cualquier grupo de jovencitas en traje de baño situado al borde de la pileta, se destaca Ethel como la niña más hermosa. Cuando se introduce los cabellos de su melenita encarcelándolos en una gorra de baño color rojo, y se prepara para zambullir, esa pequeñuela se aproxima mucho al ideal de perfección física [...]”.

³⁰ Editorial de *EG* titulado “El Corsé”, No. 189, 10 de febrero de 1923. Del mismo modo, en una nota titulada “Aberraciones de la moda” se señala que “la elegancia del vestir ofrece a la mujer tantas facilidades para agradar que llega a descuidar la verdadera belleza. Las variaciones y exageraciones de la moda pervierten su sentido estético”, en *EG*, No. 180, 9 de diciembre de 1922.

³¹ De la nota “La mujer en el sport”, *EG*, No. 50, 5 de junio de 1920.

Este ideal femenino construido en las páginas de *El Gráfico* no está exento de tensiones en lo que hace al lugar de la mujer en la modernidad. Por un lado, se insta a su integración a áreas antes reservadas al mundo masculino como lo son el trabajo y los deportes (aun cuando con frecuencia la actividad física esté al servicio del cumplimiento de los más tradicionales roles femeninos, como cuando se afirma que “el deber de la mujer es dar hijos hermosos y sanos, y del estado físico de la mujer dependerá la clase de seres que nazcan de ella”).³² Por otro, hay actividades que a los ojos de *El Gráfico* continúan vedadas para las mujeres:

Ya que el feminismo está a la orden del día, y que la mujer desea demostrar su valor, que comience por moderar su cuerpo y, por lo tanto, su carácter, por medio de la educación física. Después de ello únicamente podrá pensar en el ejercicio del voto. La cultura física importa, créaseme, mucho más para la mujer que los asuntos políticos.³³

Positivismo y natación

El programa de vida de *El Gráfico* no va a limitarse a fomentar las actividades físicas, sino que se ocupará de detallar exhaustivamente los modos de llevarlas a cabo. No basta con la voluntad de hacer deporte; hay que saber con precisión qué hacer y cómo ejercitar el cuerpo. Es por ello que en la revista cobrará estatura un discurso de rémoras positivistas legitimado permanentemente en los saberes especializados –tanto en las recetas y enseñanzas de campeones y expertos de las distintas disciplinas deportivas, como en el uso de voces doctas en temas ligados a la salud física–, y que abunda en consideraciones y puntillosas prescripciones acerca de las maneras correctas de desempeñarse en el deporte y en la vida en general. La pedagogía deportiva de *El Gráfico* buscaba respaldarse en la ciencia, y desde ella se torna ineludible abordar la cuestión del “método”. En un artículo titulado “Enseñanza científica de la natación”, la revista se preguntaba: “¿Qué se podrá decir del valor de un aprendizaje libre, sin método?”, a lo que respondía convocando en sus páginas a un renombrado profesor austríaco, “para que inculque un modo disciplinado de aprender la natación”.³⁴

La cuestión del método va a extenderse a amplias áreas de la vida deportiva y social, desde las recomendaciones de Andra Kir Valdy, famoso jugador de golf escocés que resume los secretos de la disciplina en una extensa nota titulada “Cómo se hace un golfer”, hasta otro tipo de discusiones menos circunscriptas a las disciplinas deportivas, como cuando desde un editorial titulado “Baños fríos o tibios” se recurre a varios especialistas y médicos para zanjar la cuestión de la temperatura del agua más saludable para el cuerpo en el momento de tomar un baño:

Continuamente recibimos consultas sobre el mejor método de los baños y la forma de usarlos; si estos deben ser con agua fría o tibia,³⁵

querella que en las páginas de la revista no encuentra definiciones concluyentes, pues los argumentos se hallan repartidos. Esta función prescriptiva va a posibilitar un fluido canal de co-

³² Editorial de *EG* titulado “La mujer y el sport”, No. 310, 13 de junio de 1925.

³³ “La gimnasia rítmica y los sports”, *EG*, No. 25, 13 de diciembre de 1919.

³⁴ “Enseñanza científica de la natación”, en *EG*, No. 30, 17 de enero de 1920.

³⁵ “Baños fríos o tibios”, editorial de *EG*, No. 179, 2 de diciembre de 1922.

municación con los lectores mediante el Correo, la sección en que la revista contesta con precisión científica las dudas que se le plantean en torno a los buenos modos de ejercer la actividad física, desde la cantidad necesaria de abdominales para un cuerpo equilibrado, hasta el modo de alzar a los niños más rendidor en términos de beneficios corporales y trabajo muscular.

El higienismo y el discurso científico sobre el cuerpo otorgan un lugar preponderante a las voces de los médicos –especialmente extranjeros–. De este modo se despliegan sesudas explicaciones en artículos densamente detallados, como una serie de notas acerca de la “Ciencia de la respiración” en 1920, u otros que discurren acerca del modo adecuado de masticar los alimentos o la manera correcta de educar a los hijos en los hábitos higiénicos y deportivos. El discurso medicalista se justifica así, como en el caso de los deportistas exitosos, en el recurso a especialistas cuyas voces autorizadas cumplen la función de intervenir legítimamente sobre la vida de las personas.

Pero los elementos de raigambre positivista van a ocupar también otros lugares en el discurso de *El Gráfico*, como se desprende de ciertos tramos del siguiente artículo titulado “El arte de estar de pie”, en el que se asume el problema de desentrañar el verdadero buen andar:

Cuando nos enseñaron en los comienzos de la vida a recorrer en posición erguida el reducido espacio doméstico, lo hacíamos mejor que ahora. Desgraciadamente, todo, hasta el modo de andar, degenera en este mundo [...] Prescindiendo de todas estas consideraciones que se refieren únicamente a la parte física, hay otras de valor exclusivamente psicológico. Estas se refieren a la influencia que ejerce la posición erguida en el carácter [...] ¿Hase visto jamás un mendigo que camine con el cuerpo erecto, el pecho dilatado, alta la cabeza, mirando cara a cara como miran los fuertes? ¿Puede usted imaginarse a un ratero en la viril actitud erecta propia del hombre que tiene el convencimiento de que obra rectamente? Quien quiera estudiar, siquiera sea superficialmente, la psicología de la postura del cuerpo, bastaría con que se fije en las personas [...] La actitud erguida indica rectitud moral, decisión, elevación de sentimientos, nobleza de alma. El llevar la cabeza erecta, el pecho levantado, alta la frente, es una actitud sugestiva de confianza en sí mismo, de valor, de energía y de otras viriles cualidades que contribuyen a dignificar y a elevar al hombre en el concepto de los demás.³⁶

Las resonancias lombrosianas de este artículo dejan ver en este caso particular lo que es norma para el discurso de la revista en general: cierto determinismo físico sintetizado en el reiterado lema de *mens sana in corpore sano*. El enfoque global de la revista se halla subtendido entonces por una relación de causalidad más o menos directa entre el modo en que se existe físicamente y el modo en que se obra en la vida en general. Y por eso *El Gráfico* ataca el núcleo esencial del que nacen los males de la modernidad: el cuerpo.

Tranvía y adiposidad

La expansión urbana de las primeras décadas del siglo tuvo en el tranvía un elemento fundamental que permitió la rápida interconexión entre puntos distantes dentro de la metrópolis. El tranvía se constituyó así en un símbolo del progreso porteño, de la modernidad de sus comunicaciones y del triunfo de la multitud basado en la técnica: millares de personas compartien-

³⁶ “El arte de estar de pie”, en *EG*, No. 45, 1 de mayo de 1920.

do transitoriamente un pequeño espacio común que los transporta de un lugar a otro.³⁷ Ya en 1903, Georg Simmel había detectado en este tipo de fenómenos la esencia de la vida en la gran ciudad moderna, donde el desamparo es el precio de la libertad:

[...] la reserva e indiferencia recíprocas [...] no son sentidas en su efecto sobre la independencia del individuo en ningún caso más fuertemente que en la densísima muchedumbre de la gran ciudad, puesto que la cercanía y la estrechez corporal hacen tanto más visible la distancia espiritual; evidentemente, el no sentirse en determinadas circunstancias en ninguna otra parte tan solo y abandonado como precisamente entre la muchedumbre *urbanita* es solo el reverso de aquella libertad.³⁸

Cercanía física y distancia espiritual generando un tipo psíquico inédito en la historia: el *urbanita*, el indolente y anónimo habitante de la gran ciudad constituido en figura social típica en procesos intensos de modernización como el de Buenos Aires. El concepto de cultura física de *El Gráfico* se vincula directamente con este tipo de “configuraciones vitales” (el concepto es de Simmel), con la conformación del *urbanita* porteño, precisamente en torno a las implicaciones morales del cuerpo en la ciudad:

Hay hombres que no deberían ser calificados de tales; mas bien podría creerse que forman parte de la especie de los “bichos raros y monstruosos”, extremadamente flacos o extremadamente gordos, sin líneas que definan el cuerpo humano.

Unos, semejan bolsas de papas o tripa de embutido rellena hasta el tope, teniendo en una de sus puntas una cabeza humana; otros, fósiles escapados de algún museo, forrados con una piel seca, pálida y estrecha adquirida en una liquidación; pero se parecen más al hombre. Los primeros son payasos de la vida diaria. Todos sus movimientos provocan, por lo ridículo, hilaridad. Son seres molestos en todas partes: en los tranvías, trenes, etc.

Su entrada en uno de estos vehículos, jamás pasa inadvertida, provocando ruidosos comentarios y calificativos, siendo estos los más comunes: ¡que bestia! ¡que elefante! ¡que fenómeno! ¡tipo frigorífico! ¡pobre del que se le siente al lado!, etc., etc.

No vaya a pensarse que se trata de un colaborador fundamentalista, fanatizado por la cultura física: se trata de una columna fija (“Notas de la semana”) que la revista presenta a modo de nota editorial. En la ciudad moderna, las relaciones impersonales y anónimas exigen al *urbanita* un detenido cuidado de sí y de su imagen, que en la normativa de *El Gráfico* refuerza las bondades de la cultura física para la salud (y las calamidades que comporta el no practicarla) con sus beneficios para la sociabilidad cotidiana (y la vergüenza pública que supone la falta de un cuerpo mínimamente estilizado):

Los extremadamente flacos, provocan sentimientos de misericordia, de compasión, de protección. Parecen vendedores ambulantes de enfermedades y son repulsivos [...].

³⁷ Las cifras son elocuentes: en 1924 Buenos Aires es recorrida cotidianamente por 3.307 tranvías eléctricos, 2.239 carruajes de caballos, 19.396 carros, 19.295 automóviles de pasajeros, 3.664 automóviles de carga y 453 ómnibus. Estos datos fueron publicados por Francis Korn, *Buenos Aires: los huéspedes del 20*, Buenos Aires, Sudamericana, 1974, p. 135, quien a su vez los toma de la Compañía de Tranvías Anglo Argentina Ltda., 1925, anexo 2.

³⁸ Georg Simmel, “Las grandes urbes y la vida del espíritu”, en *El individuo y la libertad. Ensayos sobre crítica de la cultura*, Barcelona, Península, 1986 [ed. orig. 1903]

Ambos tipos constituyen una degeneración de la raza, producida generalmente por su propia voluntad. Vestidos resultan desagradables, y desnudos, repugnantes. A veces cuesta creerlos seres humanos. [...] El espíritu completamente prostituido, no atina más que a conformarse.

El problema del aspecto físico necesario para moverse en la ciudad –problema social, urbano, cultural– se convierte entonces en una cuestión de responsabilidad individual por la propia salud:

Si todos estos males no pudieran evitarse, sería perdonable: pero existen medios suficientes para atacarlos y *al alcance de todas las clases sociales*. No es por cierto con drogas, que minan el organismo, sino con algo que da vigor, salud y prana tanto al cuerpo como al espíritu: la cultura física, el mejor y más barato de todos los remedios, el único capaz de evitar la tuberculosis e infinidad de enfermedades que hoy flagelan a la humanidad y que se producen por la inacción en que mantiene al organismo toda la vida su dueño torpe, hasta originar el atrofiamiento.

Remedio corrector, antídoto natural, la cultura física es un deber individual, una coerción nacida de la mirada ajena, y por lo tanto una obligación para la vida en sociedad:

No pretendemos que todos sean atletas, porque esto sería tan ridículo como lo otro; pero sí, un término medio: tipos naturales, equilibrados, que no aparezcan desagradables a los ojos de sus semejantes y no resulten una carga pesada para la sociedad [...] Los que así no piensan, son egoístas y no justifican honorablemente su existencia.³⁹

Pero el tranvía no es sólo el escenario de las miradas anónimas sobre los cuerpos, sino también un artefacto perverso que incide en su misma conformación:

Antes, cuando los tranvías no existían, muchas eran las que de sus casas a la oficina o taller hacían el trayecto a pie. Como este medio de transporte es rápido y barato, ha hecho holgazanas que se enferman o prefieren ir paradas, apretadas por la muchedumbre, en una jaula insalubre, en vez de caminar un poco al aire libre, a fin de activar la circulación de la sangre.

He aquí radicada de modo explícito, como reverso de la faz progresista de los adelantos técnicos, la denuncia de ciertas facetas destructoras de la modernidad. Por tanto, tan inevitable como el tranvía para la vida moderna se torna la cultura física para evitar sus efectos indeseados:

Si ese tiempo lo consagran a un poco de gimnasia, lo ganarían convertido en efecto higiénico, activando la circulación y respiración; y en efecto estético, desarrollando el sistema muscular, que contribuye al perfeccionamiento del cuerpo.⁴⁰

No se trata entonces de rechazar la vida moderna en la ciudad, sino de apuntar a las falencias de sus estilos de vida para remediarlas mediante la cultura física. Los jóvenes son el destinatario principal de esta apelación, porque viven “en el desconocimiento de los más elementa-

³⁹ Notas de la semana”, *EG*, No. 100, 21 de mayo de 1921, p. 4 (subrayado nuestro).

⁴⁰ *EG*, No. 21, 15 de noviembre de 1919.

les principios de la higiene, aunque bailan perfectamente el fox-trot.”⁴¹ La gran tarea que asume *El Gráfico* es combatir la “degeneración física” que acompaña a la modernidad, cuyo símbolo, denunciado con denuedo, es el “encanijado habitante de las grandes urbes.”⁴²

La publicidad: tensiones entre la pedagogía y el mercado

Una mirada a la publicidad de *El Gráfico* permite detectar algunos rasgos del consumo de la época, y en particular el tipo de lector que los anunciantes esperaban encontrar recorriendo las páginas de la revista. El primer dato saliente es que, desde los primeros números, la publicidad se dirige tanto a los hombres como a las mujeres. Los anuncios dominantes son de prendas de vestir y de diversos tónicos pseudomedicinales. Se destaca una amplia gama de publicidades de artículos deportivos y gimnásticos, básicamente en anuncios de las Grandes Tiendas como Gath & Cháves o Tiendas San Juan: guantes de box, raquetas y zapatos para “tennis”, puching-balls, pelotas de “football”, y aparatos (más caros y sofisticados) para ejercicios físicos. Se trata de un útil indicador de la difusión de lo que la revista llama cultura física entre las capas medias de la ciudad. Este público lector-consumidor de clase media, y sobre todo los sectores más acomodados, parecen ser los destinatarios de una importante carga publicitaria de automóviles y de todo tipo de accesorios y artículos automovilísticos en general.⁴³

Pero estas evidencias de un mercado diversificado de bienes de consumo, accesibles para una creciente porción de la población, entraban a veces en contradicción con el discurso dominante en la revista. En una misma página podían convivir una nota condenando moralmente la coquetería femenina en virtud de la cultura física:

Se engañan a sí mismas, prefiriendo la belleza simulada a base de pinturas, fajas y mil trabajos de modista para parecer atrayentes [...] conocemos ya todos sus artificios y sería ridículo que con ellos pretendieran engañarnos [...] La mujer que haya frecuentado los campos de sports, será más útil para su patria, que la que ha pasado su juventud en los salones elegantes,

y una publicidad de Casa Mayorga de artículos femeninos al último grito de la moda:

Elegante bolsa de última novedad, cierre de carey, en satén negro con adorno de seda aterciopelada, forro de seda. Diversidad de gustos y modelos. Excepcional. 19,50\$.⁴⁴

Ropa, perfumes, polvos de tocador, jabones, corsets. Los mismos elementos que buscaban ser desterrados con vehemencia en el discurso de la revista, eran reintroducidos por la publicidad. Los editores no podían resolver la contradicción entre la pedagogía y el mercado del mismo modo en que resolvían la contradicción entre belleza y salud (hablando de la “verdadera belleza” de la salud, hija de la cultura física). Las exigencias del mercado eran un dato inevi-

⁴¹ *EG*, No. 130, 24 de diciembre de 1921, p. 19.

⁴² *EG*, No. 66, 25 de septiembre de 1920.

⁴³ Recordemos que la expansión del parque automotor argentino en la década del veinte distinguía claramente al país del resto de Latinoamérica, y era sorprendentemente alta comparada incluso con los países más desarrollados de la época. Cf. Jorge Schvarzer, *La industria que supimos conseguir*, Buenos Aires, Planeta, 1996, pp. 119-120.

⁴⁴ *EG*, No. 98, 7 de mayo de 1921.

table, y así el filo crítico a la moda presente en *El Gráfico* tuvo que aceptar resignadamente la coexistencia con esa feria de vanidades que es la publicidad gráfica. Ésta, sin embargo, debió adaptarse a los criterios generales de la revista: en muchos casos la elegancia femenina en el vestir y la sofisticación de los perfumes comenzaron a asociarse con el deporte (“Los aristocráticos perfumes Mon Regard son los preferidos de los buenos sportman”).⁴⁵

Lo cierto es que tanto la pedagogía deportiva como el mercado de la seducción colocaban al cuerpo en el centro de sus interpelaciones al lector-consumidor, al igual que las propagandas de remedios contra la infinidad de malestares que obsesionaban a los porteños de la época (la tos, la neurastenia, el estreñimiento, los mareos, la palidez, el acné y muchos más), lo cual revela una preocupación creciente por el físico, tanto en sus efectos estrictamente biológicos como en la imagen que de él se construye socialmente. Esta presencia insistente de lo corporal se deja ver en registros muy distintos y hasta opuestos, como lo revela el contraste que se percibe en la revista entre los “cuerpos dolientes” de la publicidad y los cuerpos deportivos esbeltos que ensalzan sus editores. Pero en la idea de cultura física ya pueden atisbarse indicios de una imagen del cuerpo no sólo como objeto de un cuidado atento, serio y responsable, sino también –ejercicios mediante– como sujeto del disfrute de sus capacidades. Y en este sentido, la cultura física de *El Gráfico* acompaña la primera etapa de una larga transición hacia las representaciones del cuerpo hoy dominantes que comienza precisamente en los años veinte, cuando la desnudez y el erotismo comienzan a prevalecer sobre el dolor a la hora de figurarlo.⁴⁶

5. A modo de conclusión. Transiciones: de la pedagogía a la noticia, de la modernidad al estilo nacional

Hacia 1925, en coincidencia con un cambio de formato que reestructura la disposición general de textos y fotos (desde el número 333 del 21 de noviembre de 1925), es posible identificar en la concepción editorial de *El Gráfico* ciertas transiciones que, en un nivel más amplio, reflejan cambios más de fondo que venían operándose en la cultura argentina. De un lado, la pedagogía deportiva paulatinamente comenzará a perder importancia en beneficio de un tipo de estrategia más centrada en la *noticia*. Ello tiene que ver con el pasaje que va dándose en la revista desde una interpelación al lector en términos de propio actor del deporte, a otra que lo ubica meramente como espectador (y en ese tránsito el fútbol comenzará a tener el lugar protagónico que hasta hoy detenta en la revista). Del otro, el enfoque global cosmopolita y civilizatorio con que eran abordadas las distintas temáticas comienza a ceder terreno a otro más preocupado en la delimitación de lo propiamente nacional. En su conjunto, *El Gráfico* irá girando hasta ubicarse más próxima a la identidad que la hará famosa en todo el continente.

Entre 1919 y 1925, la suerte de “propaganda por los hechos” implicada en una estrategia editorial que buscaba publicitar al deporte recogiendo fotos y testimonios de gente corriente practicándolo, iba a contramano de los preceptos del periodismo deportivo moderno de este siglo. *El Gráfico* documentaba aquí y allá la práctica de deportes, registrando desde aficionados entregados a todo tipo de ejercicio, hasta una amplia gama de eventos, partidos y

⁴⁵ *EG*, No. 111, 13 de agosto de 1921.

⁴⁶ Cf. Oscar Traversa, *Cuerpos de papel. Figuraciones del cuerpo en la prensa, 1918-1940*, Barcelona, Gedisa, 1997.

torneos. Todo hecho relativo a la realización de entrenamientos físicos merecía la atención de la revista y era digno de acreditarse un lugar en sus páginas. Pero aun en el caso de las competencias oficiales, para *El Gráfico* lo importante no era el triunfador: el resultado era lo de menos, al punto tal que en ocasiones el dato del tanteador apenas si aparecía en las líneas finales de las notas o epígrafes.⁴⁷ Lo que se resaltaba era, una y otra vez, la reserva de valores positivos encerrados en todo hecho deportivo que la revista buscaba inculcar en sus lectores: el brío y la destreza de los contrincantes o la gracia y habilidad empeñada en el desarrollo de los matches. Este descuido por el resultado se hallaba en el centro de la ideología del deporte por el deporte mismo que informaba la pedagogía de *El Gráfico*.

Pues bien: en torno a 1925 este tipo de abordaje es desplazado. El fútbol, hasta ese momento sólo un deporte más en las páginas de la revista, gana notoriamente espacio, y con él cobra importancia el resultado. Esta relevancia nueva del resultado tenía que ver además con una noción que empieza a instalarse en la revista: la de triunfo. Poco a poco, la actividad deportiva comenzó a asociarse ya no tanto con la superación física y moral sino con una renovada idea de *éxito*. Entre 1919 y 1925, el éxito se había recortado contra el *fracaso*, esa condición que desde la óptica de la cultura física representaba la ignominia más absoluta (ya vimos más arriba la crueldad con que la revista se refiere a quienes no practican deportes y carecen por lo tanto de un físico “saludable” o “armónico”). Ahora en cambio el par triunfo/fracaso ya no alude a la eficacia de la cultura física sino a la dimensión competitiva del deporte, que se convierte en un valor dominante relegando al valor del deporte por sí mismo cuya función original de principio rector de la cruzada moral de *El Gráfico* irá extinguiéndose.

El advenimiento del resultado fue en rigor sólo un índice saliente de un cambio más profundo por el cual la revista pasó a entablar con su público un nuevo pacto de lectura centrado en el retroceso paulatino de la pedagogía deportiva ante el avance de la noticia. Esta transición se vio reflejada en la aparición de nuevos géneros periodísticos: vieron la luz la crónica deportiva (donde se narraba con detalle lo que había sucedido en un encuentro), el reportaje a las figuras del deporte y en especial el fútbol (donde las estrellas ya no develaban los secretos de su disciplina sino que hablaban de sí mismas)⁴⁸ y la nota de análisis, condición de po-

⁴⁷ Este hecho contrasta claramente con el tratamiento que el diario *Crítica* hacía del fútbol hacia 1919, año de aparición de *El Gráfico*. Este deporte, que tenía su sección propia en el diario, era abordado bajo los cánones habituales del periodismo deportivo de hoy en día: se ofrecían noticias de los clubes, resultados, polémicas, formaciones de equipos, etc. En este sentido, puede decirse que *Crítica* se hallaba ciertamente más cercana que *El Gráfico* al periodismo moderno típico de nuestras sociedades *sobredeportivizadas*, que se alimenta cotidianamente de las *minucias* que dejan como estela los acontecimientos deportivos. Sobre estas características del periodismo deportivo, cf. Carlos Mangone, “Periodismo deportivo: la minucia cotidiana como determinación del campo”, en Pablo Alabarces, Roberto Di Giano y Julio Frydemberg (comps.), *Deporte y Sociedad*, Buenos Aires, Eudeba, 1998.

⁴⁸ Característica de este enfoque es la nueva sección surgida en 1926 denominada “Los favoritos del público”, un reportaje que abría cada número de la revista. Allí los lectores podían conocer el perfil de los jugadores de fútbol más renombrados, su trayectoria, sus ambiciones, etc. En ese desplazamiento que se deja ver en el nuevo tipo de entrevista (del campeón pedagogo a la estrella, del *cómo* practicar un deporte al *quién* lo hace) *El Gráfico* avanza un paso más en la producción de la distancia entre actor y espectadores del hecho deportivo. Esa distancia había sido hasta entonces mucho más reducida: a la publicación de fotos enviadas por el público y a las particularidades del Correo de la revista ya aludidas, hay que agregar otras secciones que buscaban intimar con los lectores y que fueron desapareciendo hacia mediados de la década, como la página de “Desafíos” a través de la cual la revista servía como medio para conectar a dos posibles deportistas entre sí. En ella podían leerse anuncios como el siguiente: “Pablo Dupuy, del Club Policial de Cultura Física, desafía a N. Boza, del mismo club, a un match amistoso de lucha greco-romana”. En *EG*, No. 124, 12 de noviembre de 1922.

sibilidad para la aparición de las grandes plumas de *El Gráfico* como Borocotó y Chantecler. Además, por primera vez la revista incorporó tablas de resultados y otras estadísticas deportivas. Ahora bien: ¿por qué este desplazamiento de la pedagogía a la noticia? Hay evidentemente un cambio en la línea editorial y difícilmente pueden convivir dos tendencias que en el fondo son contradictorias: la primera enfoca al deporte en el marco de una verdadera política cultural, y busca establecer con el lector una relación que pretende tener efectos concretos en términos de incitarlo a una acción deportiva cuyos correlatos, como hemos visto, rebasan lo estrictamente físico para comprometer la integridad de la persona; la segunda, en cambio, toma distancia a la vez que define con mayor nitidez su universo de lectores, que será el de los espectadores de los deportes más populares practicados por especialistas en vías de profesionalización.⁴⁹ Así, montada fundamentalmente en la creciente popularidad del fútbol, la revista irá a su vez especializándose en la información, la ilustración a través de las fotos —cuya continua centralidad es uno de los elementos que acompaña toda la historia de la publicación—, y sobre todo el análisis de los mayores sucesos deportivos. Este desmembramiento en públicos más segmentados puede ser apreciado en la estrategia general de la Editorial Atlántida, que ya hacia 1925 había sacado a la luz dos nuevas publicaciones concebidas para públicos específicos: *Para Ti*, destinada a las mujeres, y *Billiken*, para los niños, dos revistas también significativas en la historia editorial argentina.

El otro grupo de cambios sufridos por la revista tuvo que ver con la paulatina incorporación de la cuestión de lo nacional. Como ha mostrado Eduardo Archetti, las páginas de *El Gráfico* sirvieron como escenario en que comenzaron a tramitarse ciertos rasgos de la identidad nacional en el imaginario argentino.⁵⁰ Asimismo, se tornó más frecuente la apelación a los lectores en términos nacionalitarios, como cuando en una nota editorial titulada “El Consejo Nacional de Educación Física debe pensar más seriamente en la educación física” se incitaba a reconocer que “en la vida de estudiante, vida disciplinada por excelencia, está la oportunidad única para fiscalizar, vigilar y obtener una raza equilibrada y que responda a las exigencias de la patria”.⁵¹ Concomitantemente, el universalismo civilizador comenzó también a mermar, al tiempo que se reducía de modo nítido el espacio otorgado a los deportes internacionales. Así, un párrafo de 1921 como el que sigue se hizo menos pensable en *El Gráfico* posterior a 1925:

Es imposible concebir un espectáculo más brillante que el de una Olimpiada, donde están reunidos todos los países del mundo. *Es allí donde se hace verdadera política de acercamiento internacional.* Negros y blancos, chinos, japoneses, anglosajones y latinos, todos son atletas, todos aspiran a un mismo ideal. Luchan noblemente; unos ganan, otros pierden, pero al final todos confraternizan. Esto es lo hermoso en el sport.⁵²

⁴⁹ Son éstos los años del llamado amateurismo “marrón” en el fútbol, que irá abriendo las puertas a su profesionalización formal en 1931. Cf. Héctor Palomino y Ariel Scher, *Fútbol: pasión de multitudes y de elites*, Documentos del CISEA, Buenos Aires, 1998, pp. 26-28.

⁵⁰ Archetti, *op. cit.* El autor, por otra parte, conecta el cambio en el significado del deporte en *El Gráfico*, y en particular del fútbol, con un clima de ideas más amplio del que también forman parte el mundo del tango y de la literatura.

⁵¹ *EG*, No. 288, 10 de enero de 1925, p. 4

⁵² *EG*, No. 116, 17 de septiembre de 1921, p. 4 (subrayado nuestro). Una tesis ya clásica propone al deporte moderno como representación no violenta de la disputa entre naciones. El papel pacificador y, más exactamente, civilizador, puede verse en la “Introducción” de Norbert Elias a Norbert Elias y Eric Dunning, *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*, México, FCE, 1995.

A tres años de terminada la Gran Guerra, máxima manifestación de los males de la modernidad, y que produjera una crisis cultural sin precedentes, la pedagogía de *El Gráfico* no proponía sino al deporte como nuevo ideal civilizatorio. Pero hacia 1925, los cambios que la revista sufre van a debilitar las relaciones entre modernidad y deporte, y acabarán por despojar a éste de su función de panacea universal de los males modernos. Así, *El Gráfico* habrá de ajustarse al papel que Hobsbawm atribuye tanto al deporte como a los medios masivos de comunicación a la hora de popularizar las identificaciones nacionales durante el período de entreguerras.⁵³

Este conjunto de transiciones marca el comienzo de una nueva etapa en la vida de *El Gráfico* y le otorga un perfil de revista deportiva “especializada”, más cercano al que puede reconocer el lector actual. Por contraste, los primeros años pueden verse como una apuesta editorial que buscó integrar al deporte en un horizonte cultural más vasto. La pedagogía de *El Gráfico*, su agresivo lenguaje de intervención sobre lo social y su militancia por la “cultura física” se ofrecen así al análisis como síntomas y como claves de lectura de las complejidades e incertidumbres de los años veinte, pautadas todas ellas por las tensiones generadas por la violenta modernización de Buenos Aires. □

⁵³ Eric Hobsbawm, *Naciones y Nacionalismo desde 1780*, Barcelona, Crítica, 1991, pp. 151-153. Según Hobsbawm, “Entre las dos guerras [...] el deporte internacional [...] se convirtió en una expresión de lucha nacional, y los deportistas que representaban a su nación o estado, en expresiones primarias de sus comunidades imaginadas” (p. 152).

Bibliografía

- Archetti, Eduardo, “Estilo y virtudes masculinas en *El Gráfico*: la creación del imaginario del fútbol argentino”, en revista *Desarrollo Económico*, vol. 35, No. 139, Buenos Aires, octubre-diciembre de 1995.
- Barbero González, José Ignacio (comp.) (1993), *Materiales de sociología del deporte*, Madrid, Ediciones de La Piqueta.
- Barrancos, Dora (1996), *La escena iluminada. Ciencia para trabajadores, 1890-1930*, Buenos Aires, Plus Ultra.
- Berman, Marshall (1997), *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*, México, Siglo XXI.
- Bertoni, Lilia Ana (1996), “Soldados, gimnastas, escolares. La escuela y la formación de la nacionalidad a fines del siglo XIX”, en *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana “Dr. Emilio Ravignani”*, Tercera Serie, No. 13, primer semestre.
- Elias, Norbert y Dunning, Eric (1995), *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*, México, FCE.
- Frydenberg, Julio (1997), “Prácticas y valores en el proceso de popularización del fútbol, Buenos Aires, 1900-1910”, en revista *Entrepasados*, No. 12, Buenos Aires.
- Gorelik, Adrián (1998), *La grilla y el parque. Espacio público y cultura urbana en Buenos Aires 1887-1936*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes.
- Gutiérrez, Leandro y Romero, Luis Alberto (1995), *Sectores populares, Cultura y política. Buenos Aires en la entreguerra*, Buenos Aires, Sudamericana.
- Hobsbawm, Eric (1991), *Naciones y nacionalismo desde 1780*, Barcelona, Crítica.
- Korn, Francis (1974), *Buenos Aires: los huéspedes del veinte*, Buenos Aires, Sudamericana.
- Mangone, Carlos (1998), “Periodismo deportivo: la minucia cotidiana como determinación del campo”, en Alabarces, Pablo, Di Giano, Rubén y Frydenberg, Julio (comps.), *Deporte y Sociedad*, Buenos Aires, Eudeba.
- Mosse, Georges L. (1996), “Fascist aesthetics and society: some considerations”, en *Journal of Contemporary History*, vol. 31.
- Palomino, Héctor y Scher, Ariel (1988), *Fútbol: pasión de multitudes y de elites*, Documentos del CISEA, Buenos Aires.
- Rocchi, Fernando (1954), “Consumir es un placer. La industria y la expansión de la demanda en Buenos Aires a la vuelta del siglo pasado”, en revista *Desarrollo Económico*, vol. 37, No. 148, enero-marzo.
- Saïta, Sylvia (1998), *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*, Buenos Aires, Sudamericana.
- Sarlo, Beatriz (1985), *El imperio de los sentimientos*, Buenos Aires, Catálogos.
- — — (1988), *Una modernidad periférica. Buenos Aires 1920 y 1930*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- Schvarzer, Jorge (1996), *La industria que supimos conseguir*, Buenos Aires, Planeta.
- Simmel, Georg (1986) [1903], “Las grandes urbes y la vida del espíritu”, en *El individuo y la libertad. Ensayos sobre crítica de la cultura*, Barcelona, Península.
- Terán, Oscar (1997), “Modernos intensos en los veintes”, en Revista *Prismas* No. 1, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes.
- Tranter, Neil (1998), *Sport, economy and society in Britain, 1750-1914*, Cambridge University Press.