

Una democratización diferenciada. Discursos y representaciones sobre los artefactos y las prácticas fotográficas familiares/personales en Buenos Aires (Argentina) entre 1930 y fines de 1960*



Andrea Torricella**

DOI: <http://dx.doi.org/10.15446/hys.n40.86664>

Resumen | En este artículo se analizan discursos y representaciones que construyeron sentidos sobre la fotografía familiar-personal durante el período comprendido entre 1930 y fines de 1960 en Buenos Aires, Argentina. Se utilizan publicidades de cámaras de fotos y notas relacionadas a la práctica fotográfica en revistas especializadas y de temas generales. Las figuras del *hobbista* y del aficionado doméstico surgen en este período y son los ejes del proceso de ampliación del consumo de cámaras fotográficas y de su domesticación. Sin embargo, en este escenario, aparece también un tercer personaje, no menor en el proceso, que no ha sido investigado por la literatura específica: la fotógrafa aficionada. Este último se comprende como otra de las modelizaciones en las que se construyen en el período la figura de la “mujer moderna”. Los usos esperables para unos y otras responden a una democratización diferenciada en donde las prácticas vinculadas a la tecnología se generalizan y de *generizan*. Finalmente se analizan los sentidos asignados en estos mismos discursos a la fotografía como objeto material poniendo en foco la relación entre apariencia corporal e identidad de género.

Palabras clave | cámaras; fotografía; aparato fotográfico; consumo; repertorios normativos; género.

* **Recibido:** 26 de abril de 2020 / **Aprobado:** 10 de septiembre de 2020 / **Modificado:** 20 de noviembre de 2020. Artículo de investigación derivado del proyecto “Género y modernización política (Argentina, 1955-1970)”, el cual fue financiado por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) (Buenos Aires, Argentina), código 11220170100743CO.

** Doctora en Ciencias Sociales y Humanas por la Universidad Nacional de Quilmes (Bernal, Argentina). Profesora de la Universidad Nacional de Mar del Plata (Mar del Plata, Argentina). Integrante del Grupo de Estudios sobre Familia, Género y Subjetividades de la misma institución e Investigadora del Instituto de Humanidades y Ciencias Sociales Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)  <https://orcid.org/0000-0001-9947-9784>
 andreatorricella@unmdp.edu.ar



Cómo citar / How to Cite Item: Torricella, Andrea. “Una democratización diferenciada. Discursos y representaciones sobre los artefactos y las prácticas fotográficas familiares/personales en Buenos Aires (Argentina) entre 1930 y fines de 1960”. *Historia y Sociedad*, no. 40 (2021): 116-141. <http://dx.doi.org/10.15446/hys.n40.86664>



Derechos de autor: Atribución-
NoComercial-SinDerivadas 4.0
Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Hist.Soc. 40 (Enero - junio de 2021) / pp. 116-141

E-ISSN: 2357-4720 / DOI: <http://dx.doi.org/10.15446/hys.n40.86664>

A Differentiated Democratization. Discourses and Representations on Artifacts and Family-Personal Photographic Practices in Argentina between 1930 and Late 1960

Abstract | This article analyzes discourses and representations that built meanings about family-personal photography during the period between 1930 and the end of 1960 in Argentina. Photo camera advertisements and notes related to photographic practice are published in specialized and general topic magazines. The figures of the hobbyist and the domestic amateur emerged in this period and are the axes of the process of expanding the consumption of cameras and of their domestication. However, in this scenario, a third character also appears, no less important in the process, who has not been researched by the specific literature: the amateur female photographer. The latter is understood as another of the models in which the figure of the “modern woman” is constructed in the period. The expected uses by any of them respond to a differentiated democratization where practices related to technology are generalized and gendered. Finally, the meanings assigned in these same discourses to photography as a material object are analyzed, focusing on the relationship between body appearance and gender identity.

Keywords | cameras; photography; photographic apparatus; consumption; normative repertoires; gender.

Uma democratização diferenciada. Discursos e representações sobre artefatos e práticas fotográficas pessoais e familiares na Argentina entre 1930 e finais de 1960

Resumo | Este artigo analisa discursos e representações que construíram sentidos sobre a fotografia familiar-pessoal durante o período entre 1930 e o final de 1960 na Argentina. Anúncios de câmeras fotográficas e notas relacionadas à prática fotográfica são publicados em revistas especializadas e de interesse geral. As figuras do amador e do amador doméstico surgiram nesse período e são os eixos do processo de expansão do consumo de câmeras e de sua domesticação. Porém, nesse cenário, surge também um terceiro personagem que ainda não foi investigado pela literatura específica: a mulher fotógrafa amadora. Esta última é uma das variações do estereótipo da “mulher moderna” da época. Os usos esperados para eles e elas respondem a uma democratização diferenciada, onde as práticas relacionadas à tecnologia são generalizadas e adquirem sentidos de gênero. Finalmente, são analisados os significados atribuídos nesses mesmos discursos à fotografia como objeto material, enfocando a relação entre aparência corporal e identidade de gênero.

Palavras-chave | câmeras; fotografia; aparelhos fotográficos; consumo; repertórios normativos; gênero.

Introducción

... Una sociedad se vuelve “moderna” cuando una de sus actividades principales es producir y consumir imágenes...¹

A comienzos de la década de 1970, en su ensayo sobre la fotografía, Susan Sontag analizaba la forma en que —en la sociedad contemporánea— las imágenes se habían convertido en sustitutos de la experiencia e identificaba esa característica como “moderna”. Jonathan Crary también analizó cómo, desde el siglo XIX, apareció una nueva idea de observador moderno y han proliferado signos y objetos cuyos efectos residen en su visualidad². Si el siglo XIX fue el escenario donde aparecieron por primera vez estas experiencias asociadas a la imagen fotográfica, durante el período estudiado, en Argentina, se produjo una extensión y diversificación de los significados de las fotografías de sí mismos, del lugar social y los usos en relación a los actores sociales implicados, a los tipos de imágenes producidas y a los contextos en los que estas se encontraban.

“Apriete el botón, nosotros hacemos lo demás” fue el eslogan con el que la Compañía Kodak inició a comienzos de siglo XX el proceso de ingreso al terreno de lo ordinario y lo familiar³. En Argentina, el devenir doméstico⁴ de la práctica fotográfica en sectores medios y populares —su expansión por fuera de los usos elitistas— puede fecharse en torno de los años de 1930, encontrándose hacia la década de 1960 un momento de consolidación de prácticas heterogéneas de representación analógica de la propia imagen⁵. Desde comienzos del siglo XX la simplificación de los procedimientos técnicos en materia fotográfica y su diseminación en las más variadas instituciones y prácticas habían modificado el lugar de las imágenes en la vida cotidiana⁶. Hacia 1930 la mayoría de los procedimientos

1. Susan Sontag, *Sobre la fotografía* (Barcelona: Edhasa, 1996), 163.

2. Jonathan Crary, *Techniques of the Observer. On Vision and Modernity in the Nineteenth Century* (Cambridge: MIT Press, 1992).

3. Desde su invención, la fotografía participó de espacios muy distantes del retrato familiar, por ejemplo, la fotografía de guerra, las campañas y la publicidad de los nuevos Estados, la prensa, la ciencia médica, la psiquiatría y la criminología.

4. Ernst H. Gombrich denominó como “domesticación de la pintura de caballete” a la reproducción de obras de arte en interiores “filisteos con una función recordatoria de las grandes obras de arte”. Ernst H. Gombrich, *Los usos de las imágenes. Estudios sobre la función social del arte y la comunicación visual* (Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 2003). “Domesticación” también es un concepto utilizado por Roger Silverstone, *Televisión y vida cotidiana* (Buenos Aires: Amorrortu, 1996).

5. Andrea Torricella, “Género, prácticas de re-presentación familiares-personales y fotografías. Usos y sentidos de la propia imagen y su devenir doméstico, Argentina 1930-1970” (tesis de doctorado, Universidad Nacional de Quilmes, 2012).

6. Laura Malosetti-Costa y Marcela Gené, *Atrapados por la imagen: artes y política en la cultura impresa argentina* (Buenos Aires: Edhasa, 2013); Ana-María Mauad, Mariana Mauze y Marcos-Felipe de Brum Lopes, “Prácticas fotográficas en el Brasil moderno: siglos XIX y XX”, en *Fotografía e historia en América Latina*, coords. John Mraz y Ana-María Mauad (Montevideo: Centro de Fotografía, 2015), 77-122.

tecnológicos relacionados con la imagen fotográfica se simplificaron, redujeron sus costos y comenzaron a ser asequibles a distintos sectores sociales a través de nuevos modelos de cámaras más simples y económicas⁷.

Kodak instaló la primera planta de toda Sudamérica en la ciudad de Buenos Aires en 1915. Numerosos estudios fotográficos comerciales en Argentina estaban emplazados desde la década de 1930 en las ciudades y el costo de las imágenes las convertía en objetos asequibles, si bien en distintas cantidades y modalidades, a nuevos sectores sociales⁸. La divulgación de la técnica fotográfica en la prensa y a través de los cursos por correspondencia también era un fenómeno extendido⁹. La creación de foto clubes data de la segunda mitad de la década de 1930, momento a partir del cual florecieron las primeras producciones nacionales de cámaras e insumos fotográficos. La Segunda Guerra Mundial fue un aliciente a estas pequeñas industrias nacionales que intentaron suplir la escasez de material sensible y, en menor medida, de aparatos¹⁰.

La fotografía se convirtió también en una modalidad de identificación del individuo en las instituciones del Estado, en la vida cotidiana y en las empresas comerciales y de entretenimiento. Se podría afirmar que hacia 1940 eran muy pocas las personas que no se hubieran visto alguna vez a sí mismas a través de una fotografía que conservaran, que no hubieran observado una imagen fotográfica cualquiera o que jamás hubieran sido fotografiados. Si el invento de la fotografía abrió las puertas a la democratización del retrato¹¹, las décadas comprendidas entre 1930 y fines de 1960 fueron el escenario en que dicho proceso se concretó a partir de que amplias capas de la población convertidas en consumidores tuvieran acceso o bien a estas tecnologías o, en otros casos, solamente a representaciones fotográficas de sí mismos. La historiografía local ha caracterizado este proceso de ampliación del consumo como una “democratización del bienestar”, para hacer referencia al acceso de nuevos sectores sociales a ciertos bienes, servicios y derechos, pero también a ciertos ideales y representaciones asociadas a esas condiciones materiales¹².

El devenir doméstico de la propia imagen no significó un proceso lineal de incorporación de la cámara como objeto de consumo en todos los hogares. Si bien esta tendencia fue en aumento a medida que se perfeccionaba la técnica y se abarataban los costos de los aparatos, los usos familiares y personales de la propia imagen consistían en una heterogeneidad

7. Adrián Lagioia, *Cámaras fotográficas argentinas. Registro de su historia* (Tres de Febrero: Imaginante, 2019).

8. Luis Priamo, “Fotografía y vida privada”, en *Historia de la vida privada en la Argentina. La Argentina plural 1870-1930*, dirs. Fernando Devoto y Marta Madero (Buenos Aires: Taurus, 1999), 275-299.

9. Beatriz Sarlo, *La imaginación técnica. Sueños modernos de la cultura argentina* (Buenos Aires: Nueva Visión, 2004); Malosetti-Costa y Gené, *Atrapados por la imagen*.

10. Lagioia, *Cámaras fotográficas*, 28.

11. Alain Corbin, “El secreto del individuo”, en *Historia de la vida privada. De la Revolución francesa a la Primera Guerra Mundial*, dirs. Philippe Ariès y Georges Duby (Madrid: Santillana, 2001), 297-370; Ricardo Cicercchia, *Historia de la vida privada en la Argentina. Desde la Constitución de 1853 hasta la crisis de 1930* (Buenos Aires: Troquel, 2001).

12. Juan-Carlos Torre y Elisa Pastoriza, “La democratización del bienestar”, en *Nueva Historia Argentina*, t. 8, *los años peronistas (1943-1955)*, dir. Juan-Carlos Torre (Buenos Aires: Sudamericana, 2002), 257-312.

de prácticas que convergían en el espacio de lo doméstico y familiar: la foto comercial de estudio, la fotografía callejera, las anónimas fotos tomadas por manos trabajadoras, la foto de identidad y las fotos que las propias familias se sacaban con sus cámaras¹³.

En este artículo se rastrea y analizan discursos específicos en torno a la fotografía familiar/personal durante el período 1930-1960. El objetivo es reconstruir el contexto discursivo –y sus límites– en el que se produjo esta “democratización” de las prácticas fotográficas “comunes”¹⁴. Los indicios con los cuales se construye este entramado de sentidos son heterogéneos. Por fuera de los saberes técnicos, los discursos sobre cómo fotografiar, qué fotografiar, cómo atesorar imágenes y cómo posar tienden a ser anecdóticos y en absoluto sistemáticos. Por eso se ha hecho una selección de notas y publicidades presentes en revistas y manuales especializados en fotografía –*Fotocámara-Cinecámara, Fotorevista, Boletín Mensual Federación Argentina de Fotografía y Cuarto Oscuro: Foto Boletín del Foto Club Buenos Aires*–. También se recurre a publicidades de cámaras y comercios y notas de interés presentes en revistas de gran circulación durante distintas partes del período considerado –*Primera Plana*–, algunas destinadas a un público femenino –*Vosotras, Hijo Mío, Claudia y Para Ti*– y otras destinadas a un público masculino –*Hobby y Mecánica Popular*–.

El análisis se centrará, antes que en las estrategias discursivas que estas empresas del campo editorial construían como tales, en la miscelánea de referencias sobre la fotografía doméstica/familiar. Lejos de una interpretación determinista sobre los usos de la tecnología, es imprescindible analizar estos discursos y representaciones como el contexto en que las prácticas de representación fotográfica del período se llevaban a cabo y cuáles eran sus fronteras ideales. Durante ese momento, los sentidos en torno a los aparatos y las imágenes se nutrieron de estos discursos publicitarios, saberes técnicos y otros relatos presentes en el mercado editorial también en expansión. ¿Qué discursos habilitaban sacar y ver fotografías, posar para ellas, regalarlas, conservarlas? ¿Cómo se caracterizó/construyó el operador ideal en las prácticas fotográficas familiares/personales? ¿Cuáles fueron las diferencias de género en estas idealizaciones?

Se han seleccionado tres núcleos representacionales para caracterizar el proceso de democratización y devenir doméstico de la fotografía: el aficionado doméstico, la mujer fotógrafa moderna y el tropo de la identidad como apariencia corporal. A partir de los discursos en revistas especializadas que promovían el consumo de cámaras y difundían técnicas, se reconstruyen, en primer lugar, las características asignadas al aficionado doméstico y la práctica de la fotografía como una afición –*hobbie*–. El consumo será analizado en términos de la producción de un sistema de significación donde se elaboran estereotipos, distinciones y legitimidades sociales¹⁵. La fotografía doméstica y familiar surgió como una modalidad específica de la práctica fotográfica aficionada. Algunos autores han sostenido que, en la dimensión de las prácticas fotográficas

13. Geoffrey Batchen, *Each Wild Idea. Writing, Photography, History* (Massachusetts: MIT Press, 2000).

14. Batchen, *Each Wild Idea*.

15. Natalia Milanésio, *Cuando los trabajadores salieron de compras. Nuevos consumidores, publicidad y cambio cultural durante el primer peronismo* (Buenos Aires: Siglo XXI, 2014).

familiares/personales, los hombres eran quienes tomaban las fotografías y las mujeres eran quienes posaban y luego las atesoraban y observaban¹⁶. Quizás porque el saber técnico necesario para tomar fotografías estaba valorado como un saber y competencia masculina¹⁷ y, por ende, lo habrían llevado a cabo solo los hombres. Y también, quizá, porque el objeto foto, cargado de afectividad, habría ocupado el espacio de los sentimientos caracterizado convencionalmente como femenino y propio de las mujeres¹⁸. Sin embargo, durante el período estudiado, la mujer aparece como destinataria de discursos fotográficos y de publicidades relacionadas con la fotografía. La fotógrafa aficionada, delimitada por esos discursos, es una de las modelizaciones sobre las que se construyó durante esa época la figura de la “mujer moderna” vinculada al uso de la tecnología en el contexto familiar¹⁹. Por último se indaga por el objeto resultante del procedimiento y la relación con la materialidad del cuerpo visible: ¿qué discursos circulaban sobre las fotos familiares/personales? ¿Qué rol se les asignaba a las fotos en relación con la identidad?

La fotografía como pasatiempo entre 1930 y fines de 1960 y el aficionado doméstico

Luis Priamo sostiene que la fotografía de aficionados en Argentina tuvo sus inicios a fines del siglo XIX en sectores adinerados de la elite y que durante las primeras décadas del siglo XX se expandió a las clases medias²⁰. Sin embargo, el proceso por el cual distintos sectores sociales accedieron a la práctica de la fotografía fue más heterogéneo y abarcó toda la primera parte del siglo pasado y fue parte del proceso de democratización del bienestar y creación de una sociedad de consumo. Una investigación reciente sostiene que el período comprendido entre 1930 y 1960 fue la época más prolífica en la producción de cámaras fotográficas en Argentina y que la mayoría de las empresas diseñaron y construyeron cámaras destinadas a un público aficionado²¹. En este recorrido, la figura del aficionado doméstico se fue diferenciando tanto de aquella de los fotógrafos comerciales como de los que se dedicaban a la práctica artística. La segmentación del mercado fue posibilitada por una

16. Armando Silva, *Álbum de familia, La imagen de nosotros mismos* (Medellín: Universidad de Medellín, 2012).

17. Inés Pérez, *El hogar tecnificado. Familias, género y vida cotidiana, 1940-1970* (Buenos Aires: Biblos, 2012).

18. Andrea Torricella e Inés Pérez, “Memoria de género y biografía familiar”, *Revista Argentina de Sociología* 3, no. 4 (2005): 99-116, <https://www.redalyc.org/pdf/269/26930406.pdf>

19. Pérez, *El hogar tecnificado*; Paula Bontempo, “El cuerpo de la mujer moderna. La construcción de la femineidad en las revistas de Editorial Atlántida, 1918-1933”, en *Mujeres en movimiento. Deporte, cultura física y femineidades. Argentina, 1870-1980*, coord. Pablo Scharagrodsky (Buenos Aires: Prometeo, 2016); 329-348; Isabella Cosse, *Pareja, sexualidad y familia en los años sesenta* (Buenos Aires: Siglo XXI, 2010); Cecilia Tossounian, “Images of the Modern Girl: from the Flapper to the Joven Moderna (Buenos Aires 1920-1940)”, *Forum for Interamerican Research* 6, no. 2 (2013): 41-70.

20. Luis Priamo, “Fotografía y vida”, 275-299.

21. Lagioia, *Cámaras fotográficas*.

multiplicación representacional de usuarios posibles que veremos en este apartado. En las prácticas reales estos límites han sido porosos, ya que quienes veían en la fotografía un pasatiempo, luego podrían dedicarse a ella profesionalmente y viceversa: la fotografía social muchas veces era la salida laboral de una afición artística no rentada.

Para que la fotografía se convirtiera en una afición, más allá de las voluntades individuales, se dieron tres condiciones²². Por un lado, desde épocas tempranas —principios del siglo XX— comenzó a ser una práctica accesible a sectores sociales heterogéneos. Por otro lado, los aparatos fotográficos y los diversos procedimientos asociados a las imágenes fotográficas fueron plausibles de ser realizados por los propios practicantes. Finalmente, otro factor que facilitó el amateurismo fue la creación de clubes de fotografía que incentivaron y fueron un marco de aprendizaje y transmisión del procedimiento.

La expansión del consumo de los aparatos fotográficos se dio en el contexto de la formación de la sociedad de consumo en Argentina a partir de 1920 y la mejora del poder adquisitivo de los trabajadores en el período estudiado²³. La fotografía, como una mercancía, ganó su lugar entre una gran cantidad de bienes y servicios que tendían a redefinir lo doméstico: máquinas domésticas, la cocina moderna, la ropa de confección y el turismo²⁴. Las publicidades facilitaron ese crecimiento de la demanda y construyeron discursos y representaciones sobre los usuarios posibles.

El aficionado doméstico o como lo llama Pierre Sorlin el aficionado ocasional utilizaba una cámara muy simple que le permitía tomar buenas imágenes con muy poca pericia²⁵. Se suponía que los malos resultados de las imágenes caseras eran un indicador de la falta de pericia del operador ocasional. Sin embargo, en estos discursos se transmitía cierto saber hacer. La familia, y los viajes se indicaban como los objetos fotografiables más recomendados para estos usuarios. ¿Quiénes eran esos operadores ideales? Para muchos inmigrantes, por la facilidad del proceso y la conveniencia en relación con el idioma, el oficio fotográfico ocupó el lugar del primer trabajo²⁶. Esta modalidad tuvo su mayor esplendor entre 1920 y 1960, período inaugurado por la simplificación técnica y que cerró con la expansión del consumo de aparatos fotográficos.

.....
22. Rachel Maines, *Hedonizing Technologies: Paths to Pleasure in Hobbies and Leisure* (Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 2009).

23. Fernando Rocchi, "Inventando la soberanía del consumidor: publicidad, privacidad y revolución del mercado en Argentina, 1860-1940", en *Historia de la vida privada en la Argentina. La Argentina plural 1870-1930*, dirs. Fernando Devoto y Marta Madero (Buenos Aires: Taurus, 1999), 301-359; "La americanización del consumo: las batallas por el mercado argentino, 1920-1945", en *Americanización: Estados Unidos y América Latina en el siglo XX. Transferencias económicas, tecnológicas y culturales*, eds. María Barbero y Andrés Regalsky (Buenos Aires: Universidad Nacional de Tres de Febrero, 2003), 131-190; Torre y Pastoriza, "La democratización del bienestar"; Milanese, *Cuando los trabajadores*.

24. Don Slater, "Consuming Kodak", en *Family Snaps. The Meanings of Domestic Photography*, eds. Jo Spence y Patricia Holland (Londres: Virago Press, 1991), 49-59; Pérez, *El hogar tecnificado*.

25. Pierre Sorlin, *El siglo de la imagen analógica* (Buenos Aires: La Marca, 2003).

26. Rita Arslanian, "El fotógrafo de plaza: un personaje que ya es historia", ponencia presentada en el 4.º Congreso de Historia de la Fotografía, Federación Argentina de Fotografía, Buenos Aires, Argentina, agosto de 1995; "El inmigrante devenido fotógrafo ambulante", ponencia presentada en el 5.º Congreso de Historia de la Fotografía, Federación Argentina de Fotografía, Buenos Aires, Argentina, agosto de 1996.

Desde los años de 1930 es posible encontrar distintas afirmaciones sobre la universalidad en el uso de cámaras fotográficas. Tanto en una nota de la Revista *Hijo Mío* de 1937 como en el segundo número de la revista *Fotocámara*, una revista especializada en fotografía, se sostenía que todas las personas u hogares poseían sus propias cámaras:

Cuando usted era niño y salía de paseo con sus padres, siempre un fotógrafo callejero –simpático como este viejito– era aprovechado por aquéllos para guardar un adorable recuerdo de ese día. Hoy, en cambio, usted, que posee su máquina fotográfica, puede a diario tener la satisfacción de sacar una fotografía de sus hijos.²⁷

En estos meses de verano, donde quiera que vayamos a pasar nuestras vacaciones, es imposible dar un solo paso sin tomarnos de manos a la boca con alguien que lleva una cámara fotográfica al hombro. Aquí y allá, lejos o cerca, donde quiera que alguien vaya a refugiarse, huyendo del ruido, la agitación y los sofocones de nuestras grandes ciudades, a pasar unos días o unas semanas de descanso, hay cámaras. Cámaras que apuntan y enfocan a una o dos personas, o a un grupo, en las más variadas e inverosímiles posiciones.²⁸

Estos discursos, con modalidades de enunciación orientadas a universalizar, antes que ofrecer descripciones del acceso real a las cámaras como objetos, instauraban modas y normatividades en el proceso de consolidación de una sociedad de consumo. Suscitar estas aspiraciones fueron la precondition necesaria para que la efectiva democratización de las prácticas fotográficas se consolidara hacia fines de 1960. Las publicidades insistían en que era muy común poseer una cámara propia y muchas veces, resaltaban la perspectiva de una posible salida laboral una vez realizada la inversión en la cámara. La posibilidad de hacer por sí mismos las cámaras o de llevar a cabo los procesos relacionados con el revelado y retoque de imágenes fue otra de las razones por las cuales la fotografía se convirtió en una afición. Los cursos por correspondencia y los manuales difundieron y enseñaron a sus lectores a realizar los distintos pasos del proceso fotográfico. Dedicarle tiempo a una tarea más allá de sus resultados concretos, por el placer de hacerlo, era parte de la consideración de la fotografía como un pasatiempo²⁹.

Las revistas de fotografía, orientadas a un público masculino, cubrían un gran abanico de temas y posibilidades tecnológicas para sus lectores: construir álbumes, técnicas y fórmulas para revelar –incluso a color cuando todavía no había películas a colores–, secciones fijas dedicadas a la técnica fotográfica y correo de industrias donde se respondían consultas, por ejemplo, cómo sacar fotografías con efectos; cómo construirse un cuarto oscuro; qué películas utilizar; o cómo ampliar y recortar imágenes. Adicionalmente, la posibilidad de

27. *Hijo Mío*, julio de 1937.

28. Rus Arnold, “De vacaciones”, *Fotocámara*, no. 2, julio de 1938, 2.

29. Maines, *Hedonizing Technologies*.

unirse a clubes de fotografía coincidió con estos otros factores para que la fotografía se consolidara como una afición: no solo había que poseer cámaras y tener conocimientos para perfeccionar la actividad, sino también espacios de reunión, intercambio, legitimación y competencia. Durante el período estudiado proliferaron en sus distintas denominaciones clubes, foto-Cine clubes, círculos fotográficos, peñas fotográficas, en todas las ciudades. Por ejemplo, el Cine Club Argentino publicaba desde 1938 la revista *Fotocámara*, “revista mensual para el aficionado”, dirigida por Rogelio Icart y editada en Buenos Aires. Esta publicación informaba sobre cursos gratuitos de fotografía elemental que daban las distintas foto-clubs, anunciaba y explicaba las novedades tecnológicas en materia fotográfica y publicaba trabajos fotográficos de los lectores. El Foto Club Buenos Aires se creó el 7 de agosto de 1945 y también tuvo a partir de diciembre de 1953 un boletín de difusión de sus actividades —llamado *Cuarto Oscuro: Foto Boletín del Foto Club Buenos Aires*— donde anunciaban concursos, resultados, noticias, exposiciones, notas en general, información sobre técnicas, publicidades, cursos, viajes y peñas. La particularidad de los clubes de fotografía era que concebían la práctica fotográfica como un arte y promocionaban su disfrute en ese sentido. Sin embargo, los discursos especializados destinados a expertos o artistas, a veces también esbozaban como destinatario posible a un fotógrafo familiar, y cuando así lo hacían, estos procuraban mejorar las clásicas poses estáticas “estilo pelotón” y sin pretensiones estéticas:

Cuando tú, amigo lector, regreses de tus vacaciones veraniegas, ¿qué tendrás para mostrar a tus amigos? ¿Una serie de fotos de tus compañeros, en trajes de baño, en trajes de calle, de *sports* o de fiesta, sentados, parados, agachados, acostados, de cuerpo entero, de medio cuerpo, en todas las posiciones imaginables? ¿O traerás una historia gráfica, efectiva, valiosa, de tus vacaciones? Esto depende, como es natural, de cómo traces tus planes de vacaciones. Planea tus fotos de antemano, con el mismo cuidado que tu itinerario... y escribe esos planes tuyos en detalle. No te puedes figurar, hasta que lo hayas ensayado una vez, lo que te ayudará tal precaución... Retratos: estas fotos deben ser verdaderos retratos y no fotos de moscas humanas encaramadas en la cumbre de una lejana montaña, ni tampoco una instantánea de siete personas en fila como si estuvieran delante de un pelotón de fusilamiento. Acerquémonos a ellos, a los que vamos a retratar.³⁰

El arte y el pasatiempo se distanciaban tanto de la finalidad comercial de la fotografía de eventos sociales como del móvil afectivo de las instantáneas domésticas. Sin embargo, esta disociación respondía más a intentos por jerarquizar la actividad que a las prácticas concretas que como veremos, tenían una frontera más porosa³¹:

.....
30. Rus Arnold, “De vacaciones”; *Fotocámara*, no. 6, julio de 1938.

31. Richard Haile, “Retratos de galería hechos en casa”, *Fotocámara*, no. 1, diciembre de 1938.

El aficionado se pone a tomar fotografías por una razón definida, aun cuando no la conozca. Puede ser que su amor por los deportes lo lleve a querer conservar recuerdos de acciones deportivas; que su familia sea numerosa, y ello lo impulse a tratar de conservar recuerdos de sus seres queridos. Otros, amigos de viajes y de correr tierras, desean poseer una cámara con la cual hallarse en condiciones de conservar recuerdos de los lugares visitados.³²

En estos discursos para aficionados, la familia no solía ser el objeto fotografiable predilecto. En la cita sobre el “pelotón” puede leerse una referencia a los amigos como los destinatarios y objetos de la práctica fotográfica³³. Esa referencia indica un lugar inferior de la fotografía familiar frente a otros géneros, pero también se relaciona con el género –masculino– como presupuesto para ese fotógrafo y para las especificidades de la práctica que se consideraban propias de él. La revista *Primera Plana* sostenía hacia mediados de la década de 1960 que el comprador típico era de sexo masculino y pertenecía a una clase media bien remunerada. Si las cámaras eran accesibles a distintos sectores sociales, ¿cuál era el lugar de las mujeres en este escenario masculino?

Aficionados y aficionadas: género, destinatarios y expectativas

En el caso de las publicidades sobre cámaras fotográficas, la empresa norteamericana Kodak utilizó desde sus inicios a las mujeres como usuarias de los aparatos fotográficos³⁴. Por un lado, la imagen femenina representó la extrema simplicidad del novedoso procedimiento que Kodak ofrecía. La estrategia publicitaria consistía en mostrar que tanto mujeres como niños podían manipularlas. Desde la década de 1920 fueron comunes en las páginas de publicaciones periódicas especializadas en fotografía, publicidades en las que las mujeres aparecían cargando una cámara ya fuera en revistas dedicadas a un público femenino, periódicos o en revistas especializadas destinadas a profesionales y artistas.

En una línea similar a la inaugurada por Kodak, las máquinas que destacaban su simplicidad en la manipulación y el bajo precio como características modernas solían representarse con usuarias femeninas jóvenes. Por ejemplo, como puede verse en la figura 1, la moderna cámara Argus de bajo peso, bajo precio, elegante y con garantías de fotografías siempre nítidas se publicitaba en 1939 en la revista *Fotocámara* con una mujer en posición de tomar una instantánea y afirmaba: “Es muy chic usar una argus”. En publicidades de comercios de venta de productos fotográficos había ilustraciones de mujeres operando las cámaras, similares a las que pueden verse en la figura 2.

.....
32. David Charles; “La elección de una cámara”, *Fotocámara*, no. 1, diciembre de 1938, 29.

33. Rus Arnold, “De vacaciones”.

34. Nancy-Martha West, *Kodak and the Lens of Nostalgia* (Charlottesville: University Press of Virginia, 2000).

Figura 1. Publicidad cámara Argus

Elegancia moderna
argus
 CON LA NUEVA CAMARA
 MODELO C-2

¡La Vd. uno de aquellos a quien le gustara tomar fotos pero que no le resultara cómodo cargar una cámara grande!
 A Vd. le gustarían igualmente tomar algunas fotografías.
 La nueva ARGUS C-2 es perfectamente adecuada.

Instrumento sincronizado.
 Objetivo: Citar, a su equivalente 113,3, equivalente de 10 mm.
 10 velocidades de obturación. Desde 1/8 a 1/1000 de segundo con
 con tiempo y bulbo.
 Doble visor de enfoque.
 Tamaño 28.0-35.0mm f4 a 16 mm. en un solo.
 Perfecta para tomar de noche y al día y agua.

**AMORA...
 FOTOS SIEMPRE
 A FOCO!**

\$ 160.

*Es muy chic
 usar una
 argus*

CIA. COMERCIAL CONDOR S.A.
 SOLIS 427 - Bs. AIRES

Fuente: Fotocámara, enero de 1939, en Archivo del Foto Club Buenos Aires (AFCB), Buenos Aires-Argentina.

Figura 2. Publicidad de Casa América (tienda de fotografía)

Disfrute Ud. también
 de una CAMARA SUPERIOR
 con un gasto inicial mínimo

Realizados ya sus primeros fotos de aficionado, Vd. estará deseando las posibilidades de resultados que brinda un aparato de mayor perfección. Para facilitar la realización de sus deseos le brindamos las siguientes

OFERTAS ESPECIALES

Las **BRILLANT-REFLEX** superan todo respecto. Si desea mejor resultados sus primeros resultados, serían, sin duda, los mejores que usted los "Brillants" le permitirán de observar, al mismo en el instante preciso del momento de la foto, mientras el objetivo se mueve, para el enfoque perfecto, sobre el objeto fotografiado, asegurando de que desde el momento de disparar hasta el momento de revelar, el resultado sea el más perfecto. Desde solo \$ 16.50 por mes.

La nueva **BRISA** con sus características especiales, de más de profundidad, su mayor luminosidad, su gran vista, al estar, no obstante, de gran precisión y gran resistencia práctica, hacen de cada uno de los dispositivos un modelo BRISA, uno de los cámaras más perfectas que se han fabricado en el mundo. Desde solo \$ 18.00 por mes.

Una **CAMARA** excelente para iniciarse en las aventuras de la propia fotografía.

Primera **KODAK** de 4 mm. Una perfecta cámara, por su tamaño, que cabe convenientemente en el bolsillo, a su la sencillez de manejo y la facilidad de su uso. Desde el momento de comprar una \$ 13.00 por mes.

Vea más y muchas más cosas en el número 52 de nuestra revista "Fotocámara", a su venta en todas las librerías.

Casa América
 25 DE MAYO 559 - Bs. As.
 Dos Cinc 1610
 U. T. 36, MAYO 2066

Fuente: Fotocámara, no. 52, 1942 en AFCB.

Figura 3. Publicidad Kodak Instamatic



Fuente: *El Hogar*, octubre de 1965, en Biblioteca Nacional Mariano Moreno (BNMM), Buenos Aires-Argentina.

La presencia de la mujer como operadora/consumidora de estos aparatos tiene que ver con el proceso de feminización del consumo a raíz del cual las mujeres se convirtieron en los discursos de la época en los sujetos encargados de las compras familiares y por tal motivo las publicidades iban destinadas a ellas³⁵. En ese sentido los anuncios que utilizan a mujeres como usuarias de los aparatos tecnológicos muestran mujeres jóvenes, blancas, vestidas y peinadas con formatos claramente urbanos. Se trata de representaciones que asocian modernidad y tecnología con la blanquitud y la vida urbana como parte intrínseca de su significado³⁶. En otra serie de publicidades las mujeres no son solamente metáfora de facilidad o responsables del consumo doméstico, sino que las cámaras fotográficas como tecnologías de la representación están destinadas a ellas como operadoras posibles:

35. Eduardo Elena, *Dignifying Argentina. Peronism, Citizenship and Mass Consumption* (Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 2011); Pérez, *El hogar tecnificado*; Milanese, *Cuando los trabajadores*.

36. Se agradece al evaluador anónimo de este artículo por señalar este punto.

VOGUE Cornet. Entre las cámaras fotográficas, es ésta el único exponente de un nuevo concepto en belleza de líneas. De pequeño tamaño, tiene toda la apariencia de un delicado estuche. Ha sido diseñada especialmente para damas y niñas. Pesa apenas 150 gramos y toma nítidas fotografías de 30 x 50 mm, que pueden ser muy ampliadas. Apretando un botón, el fuelle se extiende automáticamente. Lleva visor militar embutido, obturador para poses e instantáneas y objetivo menisco patentado de gran corrección. Pida una demostración en cualquier casa del ramo.³⁷

Los clásicos cursos por correspondencia para aprender a fotografiar tenían entre sus posibles lectores a mujeres; estas eran consideradas tanto en los textos como en las imágenes con los cuales se promocionaban. En la revista *Mecánica Popular*, la Escuela Fotográfica Sudamericana ofrecía la posibilidad de aprender fotografía desde la propia casa y podía leerse: “PARA AMBOS SEXOS: la fotografía es desempeñada con igual eficacia por hombres y mujeres a través de mil oportunidades: sociales, niños, retocados, etc.”³⁸. También las publicidades de los cursos por correspondencia llamados *Modern Schools* utilizaban representaciones de mujeres operando máquinas fotográficas en los avisos de sus cursos por correspondencia.

Figura 4. Publicidad curso de fotografía en las Modern School



Fuente: *Mecánica Popular*, julio de 1952, en Archivo Personal de Mario Pilafsidis (APMP), Mar del Plata-Argentina.

37. Publicidad aparecida en *Fotocámara*, no. 15, 1939.

38. *Mecánica Popular*, marzo de 1948.

Como puede verse en la figura 4, los hombres aparecen fotografiando bodas y cumpleaños como si el destino que le dieran a su perfeccionamiento fuese una salida laboral profesional. El tipo de cámara con trípode también implica cierto grado de profesionalidad que la ilustración de la mujer no tiene. En principio, ella posee una cámara sencilla de instantáneas pequeña y liviana. Está sola, no se sabe qué es lo que está fotografiando y su ropa no tiene marcas de trabajo —por ejemplo un bolso donde portar las películas o medios de iluminación artificial—. Sin embargo, en las pequeñas viñetas aparecen siluetas de mujeres haciendo copias, revelando y coloreando. Si bien, el uso que ellas podrían darle a la fotografía estaba vinculado al ocio y quizás a lo familiar/personal, es probable que también participaran en emprendimientos comerciales de tipo familiar. Resulta significativo en estas representaciones que las mujeres son mostradas como destinatarias de esta tecnología aunque los usos posibles que ellas le darían se vinculaban al mundo familiar en detrimento de las opciones profesionales u otras categorías de aficionadas

Una nota de 1962 aparecida en la revista *Vosotras* titulada “¿Para qué quiero yo una cámara fotográfica?” señalaba que esta construcción, la mujer fotógrafa, era una posibilidad reciente. Esta nota compara el uso de las cámaras fotográficas por parte de las mujeres con el uso de pantalones: una afrenta al comportamiento esperado para su género. El texto continuaba con la identificación de los posibles motivos que llevarían a una mujer a querer comprarse, en la revolucionaria década de 1960, una cámara fotográfica:

Veamos:

- A) Porque le interesa la fotografía como “*hobby*”
- B) Porque quiere canalizar en ella una vocación artística
- C) Porque la encuentra muy lucrativa como profesión.
- D) Porque le gusta que en su hogar haya una cámara fotográfica para sacar instantáneas.³⁹

Con gran simpleza argumental, el autor anónimo de la nota iba desechando las motivaciones referidas al pasatiempo —*hobby*—, a la vocación artística y profesional para concluir que la razón más común por la cual una mujer quiere una cámara fotográfica es el de tomarse instantáneas en el tiempo libre o en la vida familiar. En la década de 1950, el Foto Club Buenos Aires realizó dos ciclos de divulgación fotográfica por televisión en Radio Belgrano TV. El primer ciclo, de 1953, se llamaba “El mundo de la Fotografía” y los temas seleccionados para cada emisión no distaban mucho de los temarios que tenían las revistas especializadas y los manuales de fotografía: “La fotografía es un arte”; “Cómo se maneja una cámara fotográfica”; “La fotografía de ayer y de hoy”; “Cómo revelar en su casa”; “Un jurado en acción”. El segundo ciclo fue en 1955, esta vez con veinte audiciones, y patrocinado por ARGEN S.A. Es interesante que en las fotografías que conserva el Foto Club sobre aquellas

39. “¿Para qué quiero yo una cámara fotográfica”, *Vosotras*, no. 1404, 11 de octubre de 1962.

emisiones, en el único momento en que aparece una mujer es en la sección “Cómo revelar en su casa”, que pueden verse en las figuras 5, 6, 7 y 8. Los actores eran socios del Foto Club. Se podría decir, que esas emisiones televisivas contribuyeron a mantener el rol de ama de casa de la mujer participante. Si bien esta atendía y observaba con interés lo que hacían sus compañeros –quizás ella también sabía utilizar la cámara– sus tareas domésticas coexistían con sus intereses por la fotografía. O así lo hace notar la escena donde seca los platos.

Figura 5. Publicidad televisada de la mujer en los procesos fotográficos



Fuente: Imágenes del set “Cómo revelar en su casa”, en AFCB.

Figura 6. Publicidad televisada de la mujer en los procesos fotográficos



Fuente: Imágenes del set “Cómo revelar en su casa”, en AFCB.

Figura 7. Publicidad televisada de la mujer en los procesos fotográficos



Fuente: Imágenes del set “Cómo revelar en su casa”, en AFCB.

Figura 8. Publicidad televisada de la mujer en los procesos fotográficos



Fuente: Imágenes del set “Cómo revelar en su casa”, en AFCB.

La Escuela Fotográfica Sudamericana (EFSA) ofertaba cursos básicos y de especialización, según las necesidades del solicitante. En este caso, la representación visual del destinatario de los cursos o de “los profesionales de reconocida idoneidad” que los dictaban es un hombre en posición de concentración, con un gesto que revelaba la tarea laboriosa que realizaba para

tomar la fotografía y que se distanciaba mucho de solo apretar el botón. Las otras imágenes de la publicidad integradas por una ampliadora o una cámara con trípode —aparentemente una cámara cinematográfica— también eran referencias a la profesión de fotógrafo. En general, desde los discursos publicitarios, la profesión de fotógrafo era una opción solamente masculina. Un anuncio de 1960 de la EFSA en formato de historieta a página entera narraba “una historia como tantas”: la de convertirse en fotógrafo profesional (figura 9).

Figura 9. Publicidad de curso de fotografía



Fuente: Hobby, agosto de 1960, en APMP.

Quisiera detenerme ahora en las viñetas de la figura 9. El personaje central es un hombre, pero un hombre virilizado por el modo en que consigue triunfar en su carrera: este éxito está simbolizado con una fotografía de unas piernas de mujer sin ropa, aparentemente erótica. “Triunfe usted también”. El cambio entre las poses del protagonista, apesadumbrado y mirando hacia abajo en las primeras, con pose de avezado y seductor en la última, conforman la combinación de sentidos entre la construcción de la virilidad y la capacidad económica y profesional del hombre en cuestión. Además de incorporar un aditivo extra: el control del cuerpo femenino como sinónimo de éxito tal y como lo representan las piernas que asoman.

Es interesante subrayar estos distintos modos en que la publicidad apela a hombres y mujeres como posibles consumidores de los aparatos fotográficos. La división por géneros de la actividad se sostiene al representar el desempeño masculino como productivo/profesional o artístico/especializado y el de la mujer como sencillo/familiar, aunque esa sencillez siempre incluyó algún grado de saber hacer:

Si usted es una mamá enamorada de sus chicos –todas las madres lo están– querrá fotografiar la primera sonrisa de su bebé. Tampoco lo ponga a él de carita al sol, porque inmediatamente cerrará los ojos y fruncirá la nariz. Tómese tiempo, juegue con él y trate de tomarlo en las expresiones más naturales. Las mejores fotografías de chicos son aquellas en que están en su ambiente, no importa si con la cara y las rodillas sucias. El niño es suficientemente expresivo cuando no se siente en actitud de ser fotografiado y está libre de órdenes sobre excesiva pulcritud y compostura. Ya no se usan más aquellas antiguas fotos familiares en que los abuelos estaban de pie, siguiéndoles en orden decreciente los hijos, para terminar con los nietos sentados en el suelo. Hoy, los grupos familiares son más espontáneos, menos tradicionalistas.⁴⁰

Ahora bien, la figura de la mujer fotógrafa aparece en el marco de las transformaciones ocurridas en los estereotipos femeninos en Argentina durante el período analizado. Estos cambios asociaron domesticidad con confort hogareño y a los electrodomésticos como nuevos servidores en las tareas involucradas⁴¹. La nueva mujer moderna –resultado de esas nuevas pautas y hábitos de consumo– es también una fotógrafa, es decir, que su práctica tiene un repertorio que trasciende el de ser objeto fotografiado o fungir solo como narradora de historias familiares. A pesar de todo, que la mujer considerara la fotografía como salida profesional o pasatiempo era una alternativa que se veía opacada al dominar socialmente su rol familiar como mamá. La definición precisa en la relación entre mujer y fotografía era que aquella era ante todo un ama de casa moderna con una cámara liviana y sencilla que podía llevar consigo para registrar momentos familiares.

Discursos sobre las fotografías como objetos en la vida cotidiana

Además de los distintos modos de practicar la fotografía y sus operadores posibles, los discursos analizados hasta aquí también construían significados sobre el objeto foto en sí mismo. Se ha señalado ya la asociación entre fotografía y realismo en las primeras décadas del invento del dispositivo tecnológico de producción de imágenes⁴². Esas marcas representacionales en torno a su objetividad son discursos que enmarcaron en cada contexto histórico las formas en que las personas se relacionan con las fotografías de sí. En ese sentido, se considera que las fuentes

40. “¿Para qué quiero yo una cámara fotográfica?”, *Vosotras*, no. 1404, 11 de octubre de 1962.

41. Pérez, *El hogar tecnificado*; Bontempo, “El cuerpo de la mujer”; Isabella Cosse, “Los nuevos prototipos femeninos en los años 60 y 70: de la mujer doméstica la joven ‘liberada’”, en *De minifaldas, militancias y revoluciones*, comps. Andrea Andújar et. al. (Buenos Aires: Luxemburg, 2009), 171-186.

42. Philippe Dubois, *El acto fotográfico: de la representación a la recepción* (Barcelona: Paidós, 1994); Andrea Torricella, “Cultura física, discurso científico y usos de la fotografía. Convergencias epistemológicas en torno a las re-presentaciones del cuerpo, Argentina 1910-1940”, en *Miradas médicas sobre la “cultura física”. Argentina, 1880-1970*, comp. Pablo Scharagrodsky (Buenos Aires: Prometeo, 2014), 59-81.

hasta aquí trabajadas también permiten encontrar discursos sobre el valor de una fotografía. Una serie de trabajos sobre cultura visual y modernidad señalan la centralidad de la corporalidad para la experiencia visual moderna⁴³. ¿Qué relación establecían los distintos discursos que promovían la práctica fotográfica entre los objetos/foto y la corporalidad de los sujetos retratados?

Uno de los sentidos construidos por estas representaciones estaba asociado a su modo de fabricación. Hacer persistir y recordar momentos felices fueron las funciones que se le daba a las fotografías como objetos materiales. Pero a diferencia de otros artefactos de la memoria, más subjetivos, los consejos para fotografiar exaltaban la simpleza técnica y la posibilidad de que cualquiera hiciera fotografías, y enfatizaban en el carácter objetivo y referencial de esa imagen:

Tendrá mil motivos de placer cuando contemple las escenas sorprendidas en la intimidad de su hogar, claras, reales, con ese invaluable calor familiar. Y cuando las envíe a sus parientes y amigos, les dirán con encantadora elocuencia lo que las palabras no pueden expresar. Empiece hoy a preparar los recuerdos gratos de mañana.⁴⁴

La fotografía es un arte mediante la cual todo ser humano puede conquistar la inmortalidad. Existen varias clases de inmortalidades fotográficas: de pie, sentadas, de medio cuerpo, de cuerpo entero, de frente, de perfil, de tres cuartos de perfil, severos, sonrientes, solitarios y en grupo. Confieso sinceramente que las últimas me conmueven, en especial cuando han sido logradas en esos estudios de barrio, donde la humanidad se detiene durante unos minutos en medio de un canto de amor.⁴⁵

La infancia, en este contexto, se situó como una de las temáticas ideales para ser fotografiadas. La fotografía de la infancia se convirtió en un asunto importante no solo por su fugacidad, sino porque se solapó con la concepción de la infancia como el momento en que se forma la personalidad adulta, los orígenes de la identidad⁴⁶:

Entre todo lo que nos es caro en la vida, nuestros hijos ocupan el primer lugar. Esto se manifiesta, entre otras cosas, en el álbum familiar, donde nuestros niños están ampliamente representados. ¡Cuánto nos gusta encontrarlos allí tal cual fueron antes, y qué alegría para ellos mismos poder constatar, después de varios años, qué clase de chicos traviosos han sido en su niñez! Pero una cosa, sin embargo, nos contraría en el álbum familiar. “Por qué”, nos preguntamos, “¿por qué no los hemos fotografiado más a menudo?”⁴⁷

43. Leo Charney y Vanessa Schwartz, eds., *Cinema and the Invention of Modern Life* (Berkeley: University of California Press, 1995); Alain Corbin, Jean-Jaques Courtine y Georges Vigarello, dirs., *Historia del Cuerpo III. Las mutaciones de la mirada. El siglo XX* (Madrid, Taurus, 2006).

44. “Publicidad de Película Kodak Súper XX”, *El Hogar*, 12 de julio de 1940.

45. Eugenio Julio-Iglesias, “La inmortalidad fotográfica”, *Caras y Caretas*, 27 diciembre de 1933.

46. Catherine Rollet, “Pour une histoire du carnet de santé de l’enfant: une affaire publique ou privée?”, *Revue Française des Affaires sociales*, no. 3 (2005): 129-156, <http://dx.doi.org/10.3917/rfas.053.0129>

47. “Algunos consejos para aficionados”, *Hobbie*, no. 140, marzo de 1948; “Cómo fotografiar a los niños”, *Hobbie*, no. 140, marzo de 1948.

La noción de lo moderno ubicó en el centro de sus significados la corporalidad de los individuos no solo como sitio de la mirada sino también como objeto de la representación⁴⁸. Durante el período, uno de los significados importante de las fotografías fue la posibilidad de identificación en términos identitarios. No solo con base en los parecidos familiares y a la familiaridad que se construye en el acto de ver fotos⁴⁹, sino también en relación con la posibilidad de reconocerse a partir de las marcas corporales signadas por la intersección de género/clase y racialidad. La idea de que era necesario tener una buena fotografía de sí mismo justificada en su valor testimonial no era contradictoria a su valoración como artificio. Estudios sobre la fotografía doméstica en contextos pos-coloniales señalan la relación entre los aspectos materiales y convencionalizados de la fotografía –como la pose, el vestuario y el escenario– como elementos centrales para el género fotográfico retrato. La fotografía lleva al terreno de lo íntimo y personal aquellas iconografías que circulan ampliamente⁵⁰. La construcción de sentidos sobre sí mismo a partir del aspecto visual no fue un mecanismo exclusivamente referencial, antes bien, tuvo evocaciones teatrales: una actividad cuidadosamente planeada pero que era interpretada de manera realista. Incluso avanzada la década de 1960, período en el que se sitúa la desacralización de la pose⁵¹, un retrato fotográfico para la posteridad debía aparentar espontaneidad y frescura. Así aconsejaba a las mujeres un periodista de la revista *Vosotras* frente a la tensión que generaba la posibilidad de tener una mala fotografía de sí misma. La nota comienza señalando una relación íntima entre la fotografía y la imagen de una mujer para los otros. Lo que interesa de esta nota no son tanto los aspectos estéticos sino las consideraciones sobre qué valor tendría esa fotografía que estaba a punto de tomarse:

La foto y usted. Debe enfrentar la realidad: le han pedido una foto –su novio, para el archivo de la oficina, para el club– y hay que hacerlo lo antes posible. Es bueno entonces decidirse por un fotógrafo cuyo trabajo resulte interesante e ir a verlo de una vez. Tenga en cuenta que es bueno olvidar todas las fotos que a usted no le gustan. Se trata ahora de una nueva fotografía y de una nueva oportunidad de aparecer correcta. Entonces tenga presente que el éxito de la foto depende de su estado de ánimo... ¡Ah! Y si a su novio le agrada esa “sonrisa de niña” explíquelo al fotógrafo que esa es la foto que quiere. No será difícil conformarla.⁵²

48. George Mosse, *La imagen del hombre. La creación moderna de la masculinidad* (Madrid: Talasco, 2000); Bontempo, “El cuerpo de la mujer”.

49. Mirta Lobato y Daniel James, “Family Photos, Oral Narratives and Identity Formation: The Ukrainians of Berisso”, *Hispanic American Historical Review* 84, no. 1 (2004): 5-36, <https://doi.org/10.1215/00182168-84-1-5>

50. Karen Strassler, *Refracted Visions. Popular Photography and National Modernity in Java* (Londres: Duke University Press, 2010).

51. Anne Higonnet, “Mujeres, imágenes y representaciones”, en *Historia de las Mujeres en Occidente*, t. 4, el siglo XX, dirs. Geneviève Fraisse y Michelle Perrot (Madrid: Taurus, 1993), 297-313.

52. Profesor Forbes, “Igual que un cuadro”, *Vosotras*, no. 1390, 26 de julio de 1962.

La fotografía a la que el autor de la nota se refiere es una que resume la imagen de la mujer para un otro importante: su novio. Una imagen que por un lado refleja su interioridad —si está tensa su expresión será contraída— pero que a la vez depende de las artes del fotógrafo para hacerla lucir como “debería ser” según los medios de comunicación de la época:

Usted y las revistas de moda. Su ambición es salir parecida a una joven de las denominadas “pin up girls”, vale decir con una carita que da de inmediato ganas de recortar la foto y pegarla en la pared para seguir mirándola todo el tiempo. Bien, pare ello recuerde [...] Quizás estos consejos que hemos anotado los sabe de memoria, pero por simples que le parezcan no los descuide. Esos pequeños secretos encierran el resultado de una foto que durante años brillará en el escritorio de su novio...⁵³

El hecho de que la futura retratada supiera de memoria esas formas de lucir bien implicaba no solo que los consejos de belleza eran moneda corriente en la cotidianidad de cualquier muchacha, sino que habría posado numerosas veces frente a la cámara, aunque el resultado nunca fuese del todo satisfactorio. El lugar del obturador —el ojo de la cámara— estaba caracterizado en esta nota como si fuese una mirada sancionadora. Había que aparentar y sentirse de la mejor manera posible para él, “como una reina en un trono de nubes o una bailarina despreocupada [sic]” “[...] Relátese un pequeño chiste o hecho divertido: se sorprenderá del modo en que la claridad de su rostro aumenta”⁵⁴. El fotógrafo orquestaba esa toma, pero con la completa complicidad de la muchacha, siempre con la expectativa del buen resultado. Un resultado que representaría para la posteridad su identidad: “No posa para un instante sino para muchos años”⁵⁵.

El rostro, la gestualidad y la apariencia física eran los aspectos que se resaltaban como valiosos e importantes de cuidar cuando una persona era retratada por el aparato fotográfico. Se promovían consejos para obtener una cuidada imagen de sí. En estos discursos, las fotografías familiares personales y en particular los retratos adquirían un sentido identitario anclado en la corporalidad. Al mismo tiempo que estos discursos señalaban el peso de esas representaciones en las configuraciones identitarias, se representaban con repertorios visuales diferenciados, marcados tanto por modulaciones de género, como de “raza” y clase.

Conclusiones

En este recorrido se buscó dar cuenta de discursos que promovían el uso de la cámara fotográfica en el período en que los aparatos fotográficos se domesticaron. Si bien puede hablarse de una democratización del retrato en la misma clave en que se ha definido la

53. Profesor Forbes, “Igual que un cuadro”, *Vosotras*, no. 1390, 26 de julio de 1962.

54. Profesor Forbes, “Igual que un cuadro”, *Vosotras*, no. 1390, 26 de julio de 1962.

55. Profesor Forbes, “Igual que un cuadro”, *Vosotras*, no. 1390, 26 de julio de 1962.

democratización del bienestar, en el Buenos Aires de 1930 a 1960 esta democratización fue diferenciada y productora de nuevos estereotipos sociales. Los discursos analizados dan cuenta de una heterogeneidad de formas de practicar la fotografía que habilitaron usos, demarcaron los operadores esperados e ideales y le otorgaron significado a los objetos foto y su relación con la identidad.

El escenario que se encuentra hacia fines de la década de 1960 en Buenos Aires es de una gran heterogeneidad de prácticas fotográficas que, aunque intentaron relativizar procesos lineales y dicotómicos de cambio en las representaciones –pose vs. espontaneidad; estudio vs. cámara propia; mujeres objetos/pasivos vs. hombres sujetos/activos; arte vs. reproducción en serie– simultáneamente reforzaron la centralidad que esas prácticas de representación cobraron en la vida cotidiana de más y más personas⁵⁶.

Los repertorios discursivos analizados gravitaron sobre las prácticas fotográficas familiares/personales para establecer una nueva jerarquización de los modos de producir fotografías con base en el género. La división por género del trabajo fotográfico también fue una representación frecuente, como así lo muestra la división entre profesional, familiar y afición. Aquello que resulta novedoso para el período analizado fue la representación de una mujer operando cámaras fotográficas. Si bien puede decirse que hasta avanzada la década de 1950 estas representaciones tenían como finalidad utilizar a la mujer y lo femenino como signifiante de las virtudes de las cámaras o viceversa, la existencia de estas representaciones es un tanto indiferente de la finalidad con las cuales eran construidas. Es posible observar en los medios gráficos y en los discursos técnicos específicos del período la viabilidad de la figura femenina como operadora de cámaras fotográficas. La forma de acceso diferenciado a esta tecnología de la representación radicó en que el uso de cámaras para las mujeres estaba construido discursivamente como centrado en la familia, mientras que para los hombres se incluía el interés artístico o el laboral. La mujer moderna, centrada en su rol doméstico y la comodidad de la domesticidad, también era una posible fotógrafa de los eventos familiares.

Desde 1930, los sentidos adquiridos por esta tecnología y las imágenes resultantes –algunos de los cuales se reconstruyeron en este artículo– incidieron en los modos de percibirse y de *experienciar* la cotidianeidad y la subjetividad a través de la dimensión visual, no solo porque las prácticas fotográfica fueron asequibles a una gran parte de la sociedad, sino también porque hubo un cambio en las nociones con las que se interpretaba ese medio. Si todavía hacia comienzos de los años treinta verse a sí mismo en fotografías constituía para muchos grupos sociales una singularidad o privilegio, hacia fines de los años sesenta la convergencia de esta democratización diferenciada con otros procesos como la inclusión

.....
56. Torricella, "Género, prácticas de re-presentación".

de la fotografía en los dispositivos de control⁵⁷, la centralidad probatoria de los registros oculares en el campo científico⁵⁸ y la difusión de la fotografía en la prensa posibilitó que la noción de la apariencia como expresión de la personalidad se afincara en los modos en que los sujetos se aproximaban a las imágenes. El hecho de que la fotografía fuese practicada en el corazón de la privacidad y la afectividad —la familia— profundizó las capacidades de agencia de estos sujetos al conectar con lo afectivo y emocional.

El punto de partida de este artículo fue una definición de la tecnología fotográfica en tanto práctica, pero una práctica que se enmarca en discursos que promueven sentidos sobre ella. Para el período analizado se reconstruyó no solo una serie de repertorios representacionales —el aficionado doméstico, la mujer fotógrafa, la foto de sí— sino también una forma de agencia social de una visualidad específica. La ampliación de la práctica fotográfica y de su saber hacer llevó a que quienes fueran retratados pudieran participar también en la construcción de una imagen. Las prácticas de representación permitieron articular la mirada de los otros y de los estereotipos sociales vinculados a esa mirada, apropiársela y encarnarla, ya fuera en el momento histórico de la actuación para la foto, como en las instancias posteriores de observación.

Bibliografía

Fuentes primarias

Archivos

- [1] Archivo del Foto Club Buenos Aires (AFCB), Buenos Aires-Argentina.
- [2] Archivo Personal de Mario Pilafsidis (APMP), Mar del Plata-Argentina.
- [3] Biblioteca Nacional Mariano Moreno (BNMM), Buenos Aires-Argentina.

Documentos impresos y manuscritos

- [4] “Algunos consejos para aficionados”, *Hobbie*, no. 140, marzo de 1948.
- [5] “Cómo fotografiar a los niños”. *Hobbie*, no. 140, marzo de 1948.
- [6] “Publicidad de Película Kodak Súper XX”. *El Hogar*, 12 de julio de 1940.
- [7] Arnold, Rus. “De vacaciones”. *Fotocámara*, no. 2 o número 6, día de julio de 1938.
- [8] “¿Para qué quiero yo una cámara fotográfica?”. *Vosotras*, no. 1404, 11 de octubre de 1962.

57. Mercedes García-Ferrari, *Ladrones conocidos/Sospechosos reservados. Identificación policial en Buenos Aires, 1880-1905* (Buenos Aires: Prometeo, 2010).

58. Verónica Tell, “Reproducción fotográfica e impresión fotomecánica: materialidad y apropiación de imágenes a fines del siglo XIX”, en *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la Historia cultural de Buenos Aires*, comps. Marcela Gené y Laura Malosetti-Costa (Buenos Aires: Edhasa, 2010), 141-164.

- [9] *Mecánica Popular*. Julio de 1952.
- [10] *El Hogar*. Octubre de 1965.
- [11] *Fotocámara*. No. 15. 1939.
- [12] *Fotocámara*. No. 14. 1939.
- [13] *Fotocámara*. No. 52. 1942.
- [14] *Hobby*. Agosto de 1960.
- [15] *Hijo Mío*. Julio 1937.
- [16] Charles, David. "La elección de una cámara". *Fotocámara*, no. 1, 1938.
- [17] Haile, Richard. "Retratos de galería hechos en casa". *Fotocámara*, no. 4, 1938.
- [18] Julio-Iglesias, Eugenio. "La inmortalidad fotográfica". *Caras y Caretas*, 27 diciembre de 1933.
- [19] Profesor Forbes. "Igual que un cuadro". *Vosotras*, no. 1390, 26 de julio de 1962.

Fuentes secundarias

- [20] Arslanian, Rita. "El fotógrafo de plaza: un personaje que ya es historia". Ponencia presentada en el 4.º Congreso de Historia de la Fotografía, Federación Argentina de Fotografía, Buenos Aires, Argentina, agosto de 1995.
- [21] Arslanian, Rita. "El inmigrante devenido fotógrafo ambulante". Ponencia presentada en el 5.º Congreso de Historia de la Fotografía, Federación Argentina de Fotografía, Buenos Aires, Argentina, agosto de 1996.
- [22] Batchen, Geoffrey. *Each Wild Idea. Writing, Photography, History*. Massachusetts: MIT Press, 2000.
- [23] Bontempo, Paula. "El cuerpo de la mujer moderna. La construcción de la feminidad en las revistas de Editorial Atlántida, 1918-1933". En *Mujeres en movimiento. Deporte, cultura física y feminidades. Argentina, 1870-1980*, coordinado por Pablo Scharagrodsky, 329-348. Buenos Aires: Prometeo, 2016.
- [24] Charney, Leo y Vanessa Schwartz, eds. *Cinema and the Invention of Modern Life*. Berkeley: University of California Press, 1995.
- [25] Cicercchia, Ricardo. *Historia de la vida privada en la Argentina. Desde la Constitución de 1853 hasta la crisis de 1930*. Buenos Aires: Troquel, 2001.
- [26] Corbin, Alain. "El secreto del individuo". En *Historia de la vida privada. De la Revolución francesa a la Primera Guerra Mundial*, dirigido por Philippe Ariès y Georfes DUBY, 297-370. Madrid: Santillana, 2001.
- [27] Corbin, Alain, Jean-Jaques Courtine y Georges Vigarello, dirs. *Historia del Cuerpo III. Las mutaciones de la mirada. El siglo XX*. Madrid: Taurus, 2006.
- [28] Cosse, Isabella. "Los nuevos prototipos femeninos en los años 60 y 70: de la mujer doméstica la joven 'liberada'". En *De minifaldas, militancias y revoluciones*, compilado por Andrea Andújar, Débora D'Antonio, Fernanda Gil-Lozano, Karin Grammático y María-Laura Rosa, 171-186. Buenos Aires: Luxemburg, 2009.

- [29] Cosse, Isabella. *Pareja, sexualidad y familia en los años sesenta*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2010.
- [30] Crary, Jonathan. *Techniques of the Observer. On Vision and Modernity in the Nineteenth Century*. Cambridge: MIT Press, 1992.
- [31] Dubois, Philippe. *El acto fotográfico: de la representación a la recepción*. Barcelona: Paidós, 1994.
- [32] Elena, Eduardo. *Dignifying Argentina. Peronism, Citizenship and Mass Consumption*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 2011.
- [33] García-Ferrari, Mercedes. *Ladrones conocidos/Sospechosos reservados. Identificación policial en Buenos Aires, 1880-1905*. Buenos Aires: Prometeo, 2010.
- [34] Gombrich, Ernst H. *Los usos de las imágenes. Estudios sobre la función social del arte y la comunicación visual*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 2003.
- [35] Higgonnet, Anne. "Mujeres, imágenes y representaciones". En *Historia de las Mujeres en Occidente, tomo 4, el siglo XX*, dirigido por Geneviève Fraisse y Michelle Perrot, 297-313. Madrid: Taurus, 1993.
- [36] Lagioia, Adrián. *Cámaras fotográficas argentinas. Registro de su historia*. Tres de Febrero: Imaginante, 2019.
- [37] Lobato, Mirta y Daniel James. "Family Photos, Oral Narratives and Identity Formation: The Ukrainians of Berisso". *Hispanic American Historical Review* 84, no. 1 (2004): 5-36. <https://doi.org/10.1215/00182168-84-1-5>
- [38] Maines, Rachel. *Hedonizing Technologies: Paths to Pleasure in Hobbies and Leisure*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 2009.
- [39] Malosetti-Costa, Laura y Marcela Gené. *Atrapados por la imagen: artes y política en la cultura impresa argentina*. Buenos Aires: Edhasa, 2013.
- [40] Mauad, Ana-María, Mariana Mauze y Marcos-Felipe de Brum Lopes. "Prácticas fotográficas en el Brasil moderno: siglos XIX y XX". En *Fotografía e historia en América Latina*, coordinado por John Mraz y Ana-María Mauad, 77-122. Montevideo: Centro de Fotografía, 2015.
- [41] Milanesio, Natalia. *Cuando los trabajadores salieron de compras. Nuevos consumidores, publicidad y cambio cultural durante el primer peronismo*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2014.
- [42] Mosse, George. *La imagen del hombre. La creación moderna de la masculinidad*. Madrid: Talasco, 2000.
- [43] Pérez, Inés. *El hogar tecnificado. Familias, género y vida cotidiana, 1940-1970*. Buenos Aires: Biblos, 2012.
- [44] Príamo, Luis. "Fotografía y vida privada". En *Historia de la vida privada en la Argentina. La Argentina plural 1870-1930*, dirigido por Fernando Devoto y Marta Madero, 275-299. Buenos Aires: Taurus, 1999.
- [45] Rocchi, Fernando. "Inventando la soberanía del consumidor: publicidad, privacidad y revolución del mercado en Argentina, 1860-1940". En *Historia de la vida privada en la Argentina. La Argentina plural 1870-1930*, dirigido por Fernando Devoto y Marta Madero, 301-359. Buenos Aires: Taurus, 1999.

- [46] Rocchi, Fernando, "La americanización del consumo: las batallas por el mercado argentino, 1920-1945". En *Americanización: Estados Unidos y América Latina en el siglo XX. Transferencias económicas, tecnológicas y culturales*, editado por María Barbero y Andrés Regalsky, 131-190. Buenos Aires: Universidad Nacional de Tres de Febrero, 2003.
- [47] Rollet, Catherine. "Pour une histoire du carnet de santé de l'enfant: une affaire publique ou privée?". *Revue Française des Affaires sociales*, no. 3 (2005): 129-156. <http://dx.doi.org/10.3917/rfas.053.0129>
- [48] Sarlo, Beatriz. *La imaginación técnica. Sueños modernos de la cultura argentina*. Buenos Aires: Nueva Visión, 2004.
- [49] Silva, Armando. *Álbum de familia, La imagen de nosotros mismos*. Medellín: Universidad de Medellín, 2012.
- [50] Silverstone, Roger. *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu, 1996.
- [51] Slater, Don. "Consuming Kodak". En *Family Snaps. The Meanings of Domestic Photography*, editado por Jo Spence y Patricia Holland, 49-59. Londres: Virago Press, 1991.
- [52] Sontag, Susan. *Sobre la fotografía*. Barcelona: Edhasa, 1996.
- [53] Sorlin Pierre, *El siglo de la imagen analógica*. Buenos Aires: La Marca Editorial, 2003.
- [54] Strassler, Karen. *Refracted Visions. Popular Photography and National Modernity in Java*. Londres: Duke University Press, 2010.
- [55] Tell, Verónica. "Reproducción fotográfica e impresión fotomecánica: materialidad y apropiación de imágenes a fines del siglo XIX". En *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la Historia cultural de Buenos Aires*, compilado por Marcela Gené y Laura Malosetti-Costa, 141-164. Buenos Aires: Edhasa, 2010.
- [56] Torre, Juan-Carlos y Elisa Pastoriza. "La democratización del bienestar". En *Nueva Historia Argentina*, t. 8, los años peronistas (1943-1955), dirigido por Juan-Carlos Torre, 257-312. Buenos Aires: Sudamericana, 2002.
- [57] Torricella, Andrea. "Género, prácticas de re-presentación familiares-personales y fotografías. Usos y sentidos de la propia imagen y su devenir doméstico, Argentina 1930-1970". Tesis de doctorado, Universidad Nacional de Quilmes, 2012.
- [58] Torricella, Andrea. "Cultura física, discurso científico y usos de la fotografía. Convergencias epistemológicas en torno a las re-presentaciones del cuerpo, Argentina 1910-1940". En *Miradas médicas sobre la "cultura física". Argentina, 1880-1970*, compilado por Pablo Scharagrodsky, 59-81. Buenos Aires: Prometeo, 2014.
- [59] Torricella, Andrea e Inés Pérez. "Memoria de género y biografía familiar". *Revista Argentina de Sociología* 3, no. 4 (2005): 99-116. <https://www.redalyc.org/pdf/269/26930406.pdf>
- [60] Tossounian, Cecilia. "Images of the Modern Girl: from the Flapper to the Joven Moderna (Buenos Aires 1920-1940)". *Forum for Interamerican Research* 6, no. 2 (2013): 41-70.
- [61] West, Nancy-Martha. *Kodak and the Lens of Nostalgia*. Charlottesville: University Press of Virginia, 2000.