“SÍ, CARINÑO”.

PODER FEMENINO Y TEMORES MASCULINOS EN LAS TIRAS CÓMICAS
(BUENOS AIRES 1920-1940)

POR

MARCELA GENÉ

Universidad de Buenos Aires

Voluminosas y mandonas, frívolas y sexys o torpes e ingenuas, las mujeres han ocupado un sitio destacado en el mundo de la historieta en la Buenos Aires de entreguerras. Ya fuese desempeñando roles protagónicos o secundarios, su interacción con las figuras masculinas no solo fue fundamental en el desarrollo argumental sino la clave misma del efecto cómico y para quienes seguían diariamente las tiras en la prensa, algunas alcanzaron tal notoriedad que en ocasiones llegaron a opacar a sus compañeros de escena.

Dos estereotipos femeninos, contrapuestos y complementarios, se destacan en las *family strips* que comienzan a publicarse en los años veinte: la poco agraciada e iracunda esposa y su contrafigura, la joven bella, cuya armoniosa silueta, las expresiones un tanto afectadas y sus réplicas triviales lejos estaban de incitar la risa. Con los años treinta llega el reinado de la *flapper*, la “joven moderna”, que declina, una década más tarde con la irrupción de las sensuales *pin-ups*, conocidas con el nombre de su creador: las “chicas Divito”, verdadero suceso en Buenos Aires en los cuarenta, quiebran el patrón norteamericano de imagen femenina e inauguran el arquetipo de belleza de la argentina, la impactante “morocha” que perdura aún hasta nuestros días como la encarnación del ideal de los deseos masculinos.

A partir de la revisión de un conjunto de tiras cómicas publicadas en diarios y revistas en los años de entreguerras, nos interesa examinar cómo los humoristas representan a la mujer y cómo se expresa consecuentemente la interacción entre géneros. Nuestra hipótesis consiste en demostrar que en la esfera del humor gráfico en la prensa masiva las mujeres ejercen un rol de dominio sobre el universo masculino, sometiendo a los hombres a sus caprichos, ya sea mediante la violencia o la seducción. Nada nuevo. Lo que los humoristas revivificaron eran *topoi* antiquísimos de la cultura occidental, cuyos orígenes pueden rastrearse desde la Antigüedad, transmitidos a través de generaciones y diversos géneros artísticos y, sujetos en ese transitar a reelaboraciones gráficas y

destilaciones de sentido.¹ ¿No ha sido acaso Jantipa, la mujer de Sócrates, aludida recurrentemente en la literatura como ejemplo de mal genio y maltrato a su esposo? ¿No han sido acaso las bellas seductoras y astutas la causa de la perdición de tantos varones, deslumbrados por sus encantos?

En nuestra opinión, estas fórmulas han recorrido varios siglos de historia y reactivado su energía expresiva en el siglo XX, en el campo de la historieta difundida en los medios masivos y en otros espacios de entretenimiento popular, provocando similares efectos de hilaridad que en nuestros antepasados. Quizás esta reactivación se deba a que la historieta induce a reflexionar, en clave satírica, sobre un elenco de temas que la sociedad porteña, (y otras sociedades a juzgar por su exitosa difusión en diversos países), está en trance de procesar, como el del lugar de la mujer en el hogar conyugal, el debilitamiento de la autoridad patriarcal y el del anhelo de ascenso social de las clases medias, entre muchos otros, en tiempos de intensa modernización (Cosse).

¿Por qué la de “el hombre sumiso” resultaba una fórmula tan exitosa? ¿Qué mecanismos ponía en marcha en los lectores la repetición de situaciones con el previsible final de un marido apaleado o un admirador desairado? ¿Era acaso la inversión de roles de género tradicionales que la vía humorística permite desplegar con desenfado aquello que despertaba la risa frente a la página del diario o en la sesión teatral o cinematográfica?

Si bien las tiras cómicas constituyen una unidad narrativa secuencial cuyo sentido reside en la articulación entre palabra e imagen, nos interesa asimismo indagar en los modos de representación de los géneros, la retórica visual que revela las relaciones entre sexos, la expresión de las personalidades y los modos de figuración social. Los dibujantes emplean tipologías fijas de representación basadas en contrastes (alto/bajo, gordo/flaco, bella/fea, vivo/tonto), que producen, por su oposición a veces exagerada, el máximo efecto cómico (Gombrich). La acentuación de la disparidad física entre cónyuges es un recurso privilegiado por su capacidad de expresar la asimetría de poder mientras que en el caso de los personajes femeninos, la antinomia belleza/fealdad comporta significados más complejos. En primer lugar, porque la “bella” cobra mayor relevancia por su contrario, quien verdaderamente suscita hilaridad —lo grotesco es una inflexión de lo cómico— y la proximidad física entre ambas (o en la fantasía del personaje masculino) refuerza tal antagonismo. Sin embargo, si según Ernst Gombrich, la belleza se asocia a lo luminoso, a la sinceridad y a la bondad —y la fealdad a todo lo contrario— las mujeres de historieta no vienen a ser, en este sentido, un modelo de virtud.

¹ José Emilio Burucúa define *topos* como un “lugar común” del repertorio iconográfico que utiliza una escuela o una tradición artística [...] que representa instituciones, prácticas e ideas generales de una cultura, que puede migrar entre tradiciones regionales o nacionales, de sitio en sitio, de época en época [...] (17-18).

Egocéntricas y superficiales, torpes e irresponsables o feas y malhumoradas, ellas son en definitiva criaturas surgidas de la imaginación de los dibujantes, hombres, que construyen una irónica imagen de sí mismos erigiéndose en antihéroes y perdedores. Aunque no solamente de su imaginación. Sus lápices abrevaban en los discursos que la prensa, el cine, la publicidad, en suma, la cultura masiva construyó en torno de la “joven moderna” en tiempos de entreguerras y posteriormente.² En este sentido, a partir de algunas investigaciones recientes que han analizado las transformaciones de los roles de género en diversos períodos y latitudes, citados a lo largo de este artículo, hemos podido comprobar la sintonía entre estos discursos en circulación y las características que asumen las representaciones femeninas en el humorismo gráfico, aun cuando, a diferencia de la literatura y las notas de prensa, el universo del humor retrata el “mundo del revés”.

Existe un consenso generalizado de que el año 1920 marca una inflexión en el humor gráfico en la Argentina. Con la publicación de “Pequeñas delicias de la vida conyugal” de Georges MacManus en *La Nación*, comienza a difundirse la historieta norteamericana en nuestro medio. A pesar de las reticencias de los lectores, la inclusión de un *family strip* tan exitoso indica la intención del matutino de modernizarse, renovar contenidos, incorporar algo de entretenimiento y además, dar aire a alguna página de las muchas tramadas en apretadas tipografías. En este proceso, el papel de la historieta no fue menor, justamente porque la historieta es “moderna [...] se relaciona con el nacimiento y evolución de los grandes periódicos masivos, con la evolución de las técnicas de impresión, con los cambios de las formas gráficas, y en el centro mismo, tal vez, del entrecruzamiento y la influencia múltiple y recíproca de los modernos medios de comunicación” (Masotta 11). Oscar Masotta se refiere a las empresas periodísticas norteamericanas, particularmente a la corporación Hearst, modelo para la prensa porteña y si bien el ejemplo para el caso es el diario *Crítica*, masivo y popular, el más austero matutino *La Nación* fue el primero en dejarse seducir por la incorporación de las tiras cómicas importadas de EE.UU. La historieta de MacManus hizo, en este sentido, un aporte doblemente “moderno”. Por un lado, la incorporación de nuevos temas humorísticos que entraña la *family strip*, un género historietístico que aborda en clave satírica los cambios que atraviesan por entonces diversas sociedades³ que, en el

² En términos generales, las jóvenes modernas fueron descritas en la prensa de tres formas: en artículos descalificando su conducta, en las publicidades emulando su “espíritu libre” y en las caricaturas ridiculizando su comportamiento. En la esfera de la literatura de la época, las versiones son más matizadas.

³ Según Waldomiro Vergueiro, en el proceso de “globalización” encarado por los *Syndicates*, ningún tema resultaba tan universal como las situaciones ocurridas en el ambiente familiar. El autor considera que la difusión en el exterior de *family strips*, trasplanta el *american way of life* en otras sociedades, con las implicancias ideológicas que ello supone. Pero el hecho de que las tiras se instalaran tan exitosamente

caso argentino comprenden las transformaciones sociales, la incorporación de la masa inmigratoria, los cambios materiales en la ciudad, los nuevos roles femeninos. En suma, el proceso de modernización acelerada dio lugar durante esos años a un repertorio de tópicos recurrentes en el plano del humor que discutieron la tradicional primacía de la política en las caricaturas y viñetas decimonónicas. Por otro, marca el desembarco de la historieta norteamericana en nuestra prensa y con ella la innovación del lenguaje gráfico en la estructura de cuadros secuenciales y el diálogo en forma de globo, que influyó notablemente en la joven generación de dibujantes. Revisemos entonces la irrupción de la “moderna historieta norteamericana” y sus efectos en la cultura popular.

ESPOSAS Y SUEGRAS: EL UNIVERSO DE LAS “FEAS”

En 1920 llega a *La Nación* una de las más exitosas tiras cómicas de todos los tiempos: “Pequeñas delicias de la vida conyugal”, más conocida por los nombres de sus protagonistas principales, “Trifón y Sisebuta”. Su fama se extendía paralelamente por Europa y otros países de Latinoamérica⁴ (Guerrera) gracias a la monumental empresa exportadora de *funnies* a todo el mundo, el *King Features Syndicates*, fundada por William Randolph Hearst en 1914 (Koenigsberg).⁵ La tira original, “Bringin’ up father”, creada por George MacManus en 1912 para uno de los diarios del magnate, trata sobre un matrimonio enriquecido repentinamente, cuyas constantes desavenencias se originan en los anhelos de la esposa por ingresar a la clase alta, a la que el marido no muestra ningún interés en pertenecer. Día a día, las situaciones concluyen con el mismo remate cómico: Sisebuta logra imponer sus caprichos y Trifón termina casi siempre con un ojo morado. Esta acción que expresa la *instauración de la potestad femenina* estableció un exitoso esquema argumental reproducido en los años siguientes en diversos medios impresos (Gené).

Tal fue el impacto de “Pequeñas delicias...”, aun entre quienes no eran habituales lectores del diario, que las historietas basadas en la misma fórmula, con mínimas

entre públicos diferentes, presume la existencia de problemáticas afines en sociedades diversas en el mismo tiempo histórico.

⁴ En España recibió distintos nombres: “Don Canuto Picabia y doña Petronila”, “Don Cirilo Caliqueño”, “Don Plácido”, “Zabulón y su familia”, “Pancho y Ramona” –uno de los más frecuentes–, “Peripecias de don Pancho” y “Educando a papá”, traducción del título original; en México, “Pancho y Ramona”; en Brasil, en el diario *O Globo*, con el nombre de “Pafúncio y Marocas”; en Chile como “Don Fausto y doña Crisanta”. En Italia, apareció inicialmente en *Il Corriere dei Piccoli*, con el nombre de “Arcibaldo e Petronilla” y más tarde como “Zenobaldo y Domitilla”.

⁵ El *King Features*, fundado en 1915 bajo la dirección de Moses Koenigsberg, sucedió al *Newspaper Feature Service*, que fue en 1913 la primera organización de Hearst para la distribución de *cómic strips* entre los periódicos de Estados Unidos. El año 1926 aparece como fecha de inicio de operaciones en Argentina de la empresa “The Hearst Corporation” (bajo el rubro de “editorial services for newspaper”) vía un representante para el país o para la región.

Fig. 1. *La Nación*, 11 sept. 1922

variaciones, proliferaron en diarios y revistas a lo largo de la década, superando inclusive el marco de la gráfica para proyectarse en otros medios como el cine y el teatro. Los humoristas locales crearon varias versiones “aporteñadas” de “Trifón”, quienes no solamente padecieron la intimidación física y verbal de sus esposas: en este mundo ficcional de excluyente autoridad de la mujer, las hijas mimadas y en algún caso la suegra, completaban el elenco de las victimarias.⁶ La suegra, personaje complejo en su relación con los hijos políticos, releva a la esposa en la tarea de hostigar al yerno; comparte sus rasgos de fortaleza física y su iracunda personalidad, desplazando a la consorte al grupo de las “bellas”, categoría que reúne a la hija y todas las jóvenes no integrantes de la familia a quienes los “Trifones” solían mirar de reojo, no muy diferentes a aquellas muchachas de la vida real por las cuales suspiraban los porteños de los años veinte.

Por cierto Sisebuto se inscribe en una genealogía histórica de “mujeres de mal genio” —piénsese en la Jantipa de Sócrates como insigne predecesora—, así como Trifón forma parte de una estirpe de congéneres ficcionales sometidos por esposas y suegras. Si la figura de Sisebuto detenta el control ejercido mediante la agresión física y verbal, el surgimiento años más tarde de la joven moderna, sensual e independiente, —desde la *flapper* a la *pin-up*— instala otros mecanismos de control masculino basados en la seducción y la insinuación erótica, que remiten igualmente a la pervivencia de ciertos *topoi* cuyo origen puede rastrearse desde fines de la Edad Media. Mencionaremos algunos ejemplos sin pretensiones de exhaustividad.

⁶ Ver Vázquez, “Historia del humor gráfico y escrito en la Argentina”. Las tiras son, en orden cronológico, “Las aventuras de Pancho Talero”, creada por el dibujante de *Crítica* Arturo Lanteri en 1922 para la revista *El Hogar*; en 1925, “La familia de Don Sofanor”, por Aristides Rechain para *La Novela Semanal*; “Andanzas de Pantaleon Carmona” de Antonio Messa, publicada en *Femenil* en 1928.

“¿PERO ES CIERTO QUE LAS MUJERES PERTENECEN AL SEXO DÉBIL?”

Una vez que se ha pensado en un hombre grande y en un hombre pequeño, es muy fácil hacer el resto.

Samuel Johnson

El soliloquio de Trifón conlleva una toma de conciencia: la siempre mentada debilidad del sexo femenino no se aplicaba al caso de su esposa. El golpe de fortuna que lo transformó en millonario, lo sumió a la vez en la plena infelicidad conyugal. La buena compañera de los tiempos en que ambos eran trabajadores pobres, librada ahora a la carrera de ascenso social, le reprochaba constantemente su rusticidad. Trifón no renunciaba a sus costumbres e intentaba escapar al bar con sus amigos pero a su regreso, lo esperaba una nube de enseres de cocina lanzados hacia su cabeza o Sisebuta, agazapada, blandiendo el palo de amasar. Pocas cosas parecen haber identificado con tanta precisión el “poder” femenino como este utensilio, que trocó su significado como atributo de un ama de casa hacendosa por el de arma letal para díscolos maridos.

Fig. 2. *La Nación*, 24 enero 1921

Es que con el correr de los años, el personaje de Sisebuta se había vuelto más intolerante y agresivo. La radicalización del carácter requería de la acentuación del contraste físico entre los cónyuges y este fue, en los 40 años en que MacManus realizó la serie, el único cambio introducido por el dibujante. Así, la regordeta mujer de los años iniciales, deja paso a una de torneada silueta, alta y fibrosa, aunque era feísima,

mientras Trifón, otrora corpulento, como correspondía a un peón de albañil, se vuelve más bajo y ancho. Resultaba ridículo que ella desplegara semejante destreza frente a un hombre de gran tamaño: la esencia argumental exigía que Trifón luciera como si Sisebura pudiera intimidarlo.

Como señalamos inicialmente, se trata de un *topos* muy antiguo en la cultura de occidente y es posible que en su constitución histórica se articulen algunas de las variantes de las *Pathosformeln* cómicas identificadas por José Emilio Burucúa en su bello y erudito libro *La imagen y la risa*.⁷ Por un lado, la variante invertida de la *Pathosformel* de la *majestas* —el señorío o el dominio— que instaure el trueque de papeles y funciones socialmente establecidos: mujeres, niños y animales asumen el rol del personaje que ejerce la dominación. Es el “mundo del revés”, analizado por Mijail Bajtín, del orden subvertido, del dominador dominado, plasmado en satíricas imágenes artísticas y literarias, aquello que suscita la risa de irreverencia, la *risa carnalesca*, según las categorías formuladas por Peter Berger, liberadora de secretas rebeldías y pasiones reprimidas. Por otro, la inversión de una *Pathosformel* previa, la de la Ninfa estudiada por Aby Warburg. Se trata de la anti-Ninfa, “contrafigura de la joven de movimiento grácil o desenfadado [...] señal de la dinámica de una vida nueva y expansiva” (Burucúa); la que alguna vez pudo haber sido etérea y fascinante, se ha vuelto rústica, ha perdido sus formas y ha adoptado actitudes masculinas, ya no seduciendo a los hombres sino dominándolos con fiereza.

La cuestión de la autoridad femenina ya acechaba las mentes de los hombres desde la Edad Media y el Renacimiento. De Chaucer al teatro isabelino, de Rabelais al teatro y la narrativa franceses del XVII y XVIII, la recurrencia al tema de la “mujer dominadora” evidencia la vitalidad del mismo en sede literaria a través de varios siglos. En *La fierecilla domada* de Shakespeare, por mencionar solo un ejemplo, Catalina es a los ojos de Petrucchio, comparable “a la Jantipa de Sócrates, o peor”. La esposa del filósofo, famosa por maltratarlo en público, devino en estereotipo literario de la mujer violenta y su figura fue evocada en la obra shakespeariana como patrón popularmente conocido para medir el capricho femenino, aunque el mancebo paduano fue más afortunado en la “domesticación” de su mujer que el filósofo griego.

La transposición de estos *topoi* del campo de la literatura al figurativo encuentra en la gran producción de grabados entre el siglo XVI y el XIX un terreno fértil para la exploración. Estas imágenes expresan la contienda entre géneros, a través de un feroz combate donde los cónyuges tiran de los “calzoncillos”, en metafórica alusión al poder

⁷ El concepto de *Pathosformel*, acuñado por Aby Warburg, es definido por Burucúa como “un conglomerado de formas representativas y significantes, históricamente determinado en el momento de su primera síntesis, que refuerza la comprensión del sentido de lo representado mediante la inducción de un campo afectivo donde se desenvuelven las emociones precisas y bipolares que una cultura subraya como experiencia básica de la vida social” (Burucúa).

sexual y al ejercicio de la autoridad en el seno doméstico. Probablemente la iconografía de mayor fortuna de la “lucha por las bragas” haya sido “La grande querelle du ménage”, serie de estampas impresas en el famoso establecimiento Pellerin en Épinal entre 1837 y 1880 y en la actualidad todavía se reconoce el exitoso *cliché* tantas veces evocado en la cultura popular, resumido en la pregunta “¿quién lleva los pantalones en esta casa” (Gené). En todos los casos, los epígrafes al pie de las estampas, no dejan lugar a dudas acerca de la victoria femenina, una suerte de legado que la señora dispone para su hija, destinada a repetir la actitud de su madre cuando sea esposa, como sucederá en las *family strips* que nos ocupan.

Fig. 3. “La grande querelle du ménage”, Imagerie d’Épinal. Olivier Pinot, 1875-1888

Las “hijas” desempeñan en las tiras cómicas un rol secundario. Bonitas y preocupadas únicamente en su apariencia, pocas veces hablan y cuando lo hacen, es para expresar algún deseo o apoyar los reclamos de su madre. Están ahí *para ser vistas*. Se muestran ajenas a los conflictos que se dirimen en la obra, excepto cuando aparece algún posible candidato para el casamiento, garantía, para toda la familia, del ingreso definitivo a la *upper-class*. Sin voz propia, la “belleza de la familia”, se aviene a las elecciones de

la madre como si ella fuera una prenda de intercambio e invariablemente, como suele suceder en el mundo de la *family strip*, tramado sobre las ambiciones de ascenso de unos y otros, el matrimonio nunca prospera ya que los pretendientes resultan ser tan oportunistas y escasos de fondos como sus futuros suegros. De modo que la joven permanece en el rincón vergonzante de las solteras hasta que se presenta una nueva oportunidad: casarse significa la posibilidad de un cambio tanto de status económico como social.

Fig. 4. *La Nación*, 24 nov. 1920

Su apariencia se corresponde con la de las “jóvenes modernas” difundidas en las secciones de moda de las revistas femeninas, o en las imágenes publicitarias de la época. El arquetipo de la “joven moderna”, como señala Cecilia Tossounian, constituyó un fenómeno transnacional en tiempos de entreguerras cuando una verdadera explosión de imágenes femeninas comenzó a circular en los medios masivos de comunicación (Kitch). Vestidos cortos y collares largos, tapados amplios y melenas *garçonne*, *cloches* y ojos muy maquillados armaban ese *look* cosmopolita que las actrices de cine exhibían en la pantalla y en las fotografías de las revistas, los escritores describían en folletines y novelas y que los dibujantes explotaban al máximo como signo de belleza, juventud y modernidad. Sin embargo, las muchachas no buscan la independencia laboral o sexual que perseguía la *modern girl* y en ese sentido su “modernidad” se expresa solamente a través de la moda o la práctica del tenis, deporte que para las jóvenes de las élites significaba, más que una actividad saludable, la apertura de un espacio adicional de

sociabilidad con los varones.⁸ Ligada al hogar, solo sale con sus padres y se muestra en exceso recatada frente a los pretendientes; la búsqueda ansiosa del matrimonio no comporta ningún deseo de realización maternal ni el cumplimiento de los deberes de ama de casa: la jovencita reproduce la estrategia de su madre de ampararse en la vida cómoda que pudiera ofrecerle un marido proveedor y sobre todo rico. Véase este diálogo entre una joven y su pretendiente:

–Pretendiente: Yo la adoro Mechita, rica, bonita...

–Mechita: con eso no basta caballero, cuáles son sus entradas mensuales?

–M: como Ud. bien sabe, a mí no me va a llevar a vivir a un departamento cualquiera, ni tampoco me va a conformar con una casucha de un piso y necesitaré un par de vestidos semanales, carteras, zapatos, aros, pieles....

–P: muy bien señorita, ahora me toca a mí... sabe Ud. cuáles son sus obligaciones de recién casada? Sabe preparar el desayuno temprano para su esposo? Es Ud. buena cocinera? Sabe amasar tallarines? Qué postres sabe hacer? Sabe Ud. remendar medias?

–M: Insolente! Idiota! Burro! Caballo! Pato!! Seco!!!! (“Las Aventuras de Pancho Talero”, *El Hogar*, 16 abr. 1926)

Fig. 5. *El Hogar*, 23 junio 1922

“Mechita” se inscribe en la genealogía de las mujeres mandonas, de manera que lo que la tira cómica permite desvelar son los “verdaderos deseos de las mujeres” y las

⁸ Las revistas femeninas solían reproducir fotografías de las jóvenes “de sociedad” practicando tenis, impensable para las de clase media y baja.

tácticas urdidas con el auxilio de sus madres para alcanzarlos, operaciones típicas de las jóvenes de clase media que tan escépticamente describió Roberto Arlt.⁹ En todos los casos, las relaciones tanto desde la perspectiva de las muchachas como de la de los “pretendientes” se plantean en términos de intereses económicos y ambición de escalada social, desexualizados y carentes de signos de enamoramiento.

LA FLAPPER: MODERNA, FRÍVOLA Y ENCANTADORA

Si el diario *La Nación* fue pionero en la incorporación de tiras cómicas norteamericanas, el muy popular *Crítica*, fundado en 1913 pero que alcanzó su edad de oro en los veinte, se convierte hacia fines de esa década en la más importante plataforma de su difusión. En 1928 anunciaba la publicación de once historietas simultáneas, prueba elocuente del interés del diario por emular a los más destacados del mundo.

Buena parte del “paquete” estaba integrado por tiras cómicas de desigual éxito en los medios norteamericanos, comercializadas por el *King’s Features Syndicate*. En ese *bric-à-brac*, se destaca el protagonismo de la *flapper*, dactilógrafa empleada de oficina. Bellas y enamoradizas, estas jóvenes no demasiado eficientes en sus tareas suelen recurrir a sus encantos para preservar el puesto y nunca falta el compañero poco avisado que, enamorado, salva una y otra vez los errores de la dama.¹⁰

Es el caso de “Pepita la dactilógrafa”, título con el que se publicó la tira “Tillie the Toiler” que Russ Westover comenzó a dibujar en 1921 para uno de los diarios de Hearst. Lejos de la comicidad que causaban por entonces los personajes de las *family strips*, las historietas de *flappers* difundían en un humor ingenuo el estereotipo de la joven *muy moderna*, transitoriamente activa en el mercado laboral. Así, el clima de la oficina gira en torno de los vaivenes de los pretendientes y los consecuentes cambios de humor de la empleada, que tienen en vilo tanto al jefe como sus compañeros. Pepita solo piensa en divertirse y conquistar un buen partido, que además de acomodado sea buen mozo, y hacia este objetivo apunta todos sus recursos de seducción, entre los cuales el cuidado personal y la inversión en vestuario son su mejor capital.

La historieta de la “dactilógrafa” publicada en *Crítica* fue inspiradora de otras similares difundidas en exitosas revistas femeninas de la época –como *Para Ti*–, cuyo entramado de notas e ilustraciones se dirigía fundamentalmente a la “mujer actual”, “profesional de su hogar y la maternidad”. Las viñetas humorísticas asumen un papel crítico y satirizan la irrupción de la dactilógrafa, mientras que los comentarios

⁹ Escritor y periodista, consagra una columna semanal llamada “Aguafuertes porteñas” en el diario *El Mundo*, donde trata a menudo el tema del amor y el matrimonio, desde una visión crítica y pesimista de las relaciones entre hombres y mujeres, marcadas por el interés y la hipocresía.

¹⁰ Ver Bontempo y Queirolo, “Las chicas modernas se emplean como dactilógrafas. Feminidad, moda y trabajo en Buenos Aires (1920-1930)”.

Fig. 6. *Crítica*, 26 nov. 1928

adversos en torno de esta figura que discutía la normativa femenina abundaron en notas periodísticas y textos literarios de la época, fuesen o no de tono irónico, una evidencia adicional de que las plumas de los humoristas se desplegaban en paralelo con las de los intelectuales (Tossounian).

Otra tira protagonizada por la *flapper* es “Los amigos de Isidora”, traducción libérrima de “Merely Margy, an Awfully Sweet Girl”, creada por John Held Jr., el célebre ilustrador “déco” de las tapas más recordadas de *Life*, que comenzó a publicarse en los diarios de Hearst en 1927. La saga de la chica ultra moderna y adinerada, que gustaba del baile y el *flirt* con cuanto joven se le cruzara, amante de los automóviles y la ropa fina —casi un personaje de Scott Fitzgerald— se presenta en *Crítica* como la historia de “una jovencita con pretensiones de cultura científica”, empeñada en discutir con sus dos amigos de pocas luces. Aquella muchacha enamoradiza y besucona de Held se transformaba aquí en una sabelotodo sin pizca de *glamour*. Tal dislate en la interpretación del argumento pone al descubierto varias cuestiones de importancia respecto de la circulación y adaptación de este tipo de producciones entre medios masivos. Por un lado, si la inclusión de tiras cómicas era fundamental en las aspiraciones de *Crítica* de convertirse en un diario *moderno*, a semejanza de los estadounidenses, las licencias en las traducciones que alteraban el argumento, a veces radicalmente, hace suponer que primara el interés por saturar las páginas con materiales visuales de todo tipo a expensas de la fidelidad respecto de los originales, que finalmente poco importaban. Pero asimismo, para hacer más viable su lectura por parte del público, las historietas

debían adaptarse al gusto argentino. La extrema libertad de interpretación de los globos, en manos de redactores poco versados en inglés que se apoyan en la imagen para “inventar” los diálogos y la presión constante ante los cierres de edición, dieron por resultado tiras de contenido a veces absurdo. Si, para los traductores profesionales de historietas la “imagen constriñe e impone limitaciones a la expresión lingüística” (Celotti), para los *amateurs* de *Crítica*, el código icónico se presenta como única guía para elaborar sobre las tiras importadas una narrativa de signo “nacional”, a resguardo de extranjerismos, comprensibles para la comunidad de lectores del diario y que además resultara funcional a la circulación de mensajes en torno de la “argentinidad” (Svarch).

De allí que las versiones locales admitieran todo tipo de filtraciones, desde diálogos tramados en el más puro lunfardo—deslizamientos de letras de tango— hasta la referencia a figuras de la política en tiempos electorales. En este sentido, los traductores hicieron que el trío de Isidora y sus amigos, *yankees* hasta la médula, hablaran una jerga porteña así como hacían que “Pepita” se expresara con una rusticidad que contrariaba su vestir *fashionable* y sus modales delicados, exhibiendo en el habla las marcas de su origen popular.

Fig. 7. *Crítica*, 26 nov. 1928

La tira de Held Jr. resultó sin embargo muy novedosa desde el punto de vista visual. Frente al estilo de dibujo de la mayoría de los humoristas de la época, descriptivo de

las anatomías y profuso en detalles, el estilo “déco” del norteamericano planteaba el tratamiento geométrico de las figuras y el rotundo esquematismo formal, al punto que la mirada se concentra más en la modernidad de la resolución gráfica que en la interacción desabrida entre los personajes. La neutralidad de los fondos sin indicaciones espaciales y la síntesis lineal en la representación corporal, responden asimismo a las demandas de un *tempo* de lectura más acelerado. Una cuestión adicional para señalar que marca diferencias entre la historieta de Held Jr. y las de sus colegas: el caso de “Isidora” instala una figura femenina de modernidad radical en su aspecto así como en la relación que mantiene con los varones, planteada en términos igualitarios tanto sexual como socialmente (Kitch), mientras que en otras historietas también de procedencia norteamericana se exponían diversas variantes de la feminidad. Otra versión de la *flapper* es la “egocéntrica y seductora”, tan sensible a la poesía como interesada en el dinero. De impactante belleza, cabello rubio, piernas de una longitud descomunal y silueta perfecta,¹¹ su sensualidad expresa la contracara de las lánguidas señoritas de las *family strips* y la energética *teenager* de Held.

LAS *PIN-UPS*: LA SEDUCCIÓN AL (CASI) DESNUDO

La creciente erotización de las representaciones femeninas en EE.UU. conduce a la explosión de las *pin-up girls* durante la Segunda Guerra, aunque esta estirpe de mujeres pícaras, de mirada sugerente, livianas de ropa, dejando entrever piernas y escotes, se había iniciado ya a fines del siglo XIX con las ilustraciones de Charles Dana Gibson, creador de la *American Beauty*, un arquetipo consensuado de belleza nacional. En el tránsito hacia el siglo XX, otros dibujantes trabajaron expresamente sobre la imagen femenina, inscribiendo su estilo particular —que no ofrece demasiadas variantes— y “patentándolas” a su nombre: la “Gibson girl”, la “Christy girl”, la “Patterson girl”, la “Petty girl”. El prototipo de la mujer erótica (en calendarios, postales, afiches) tuvo su hora de gloria durante la Guerra para distracción de las tropas y el referente máximo de esta producción fue el peruano-estadounidense Alberto Vargas, reconocido como maestro en el arte de la *pin-up*, antes de la entrada de EE.UU. en la contienda, cuando comenzó a dibujar para la revista *Esquire* en 1940. Pero es en plena guerra cuando la “chica Vargas” se erige en ícono de la Nueva Mujer norteamericana: guardiana del frente civil, relevo del hombre en el mundo del trabajo, pero también físicamente bella, poderosa y sexualmente agresiva (Buszek). Objeto de deseo masculino pero también sinónimo de las sensibilidades femeninas que custodian el hogar: las del “mundo real”, lectoras habituales del *Esquire*, tendieron a imitar a las *pin-up* y encontraron una fuente

¹¹ Esta “distorsión expresiva”, que elonga piernas, brazos y cuellos hasta la exageración, fue un recurso habitual de la publicidad de la época (Marchand 146, 155, 184-86).

de placer en la emulación de su apariencia y actitud. Buszek lo demuestra a través de las numerosas fotografías de mujeres comunes posando como las chicas Vargas, que enviaban a sus maridos o novios en el frente y que ellos reconocían como “my pin-up”.

La reproducción de los diseños de Vargas en las narices de los aviones bombarderos incorporó otros significados. El paralelo entre la abierta sexualidad de estas figuras y las armas de destrucción identificadas con lo masculino, subrayó la relación entre sexo, peligro y poder. Convertida en “deidad protectora de las tropas” (como lo fueron los mascarones de proa para los navegantes), esta apelación al género en tiempos de guerra subvirtió simbólicamente los roles de varón/protector-mujer/protegida. Fuera del ámbito militar, la “chica Vargas” reproducida en calendarios, revistas y hasta barajas, contribuyó a la creciente visibilidad del género *pin-up* más allá del campo de la mirada masculina y proporcionó a las mujeres norteamericanas un modelo sobre el cual construirse a sí mismas como referentes de la femineidad contemporánea, y lo que es aún más importante, a animarse a expresar su propia libertad sexual. Para la generación de posguerra, este “ícono” se asoció a la expresión de una poderosa sexualidad femenina.

Ciertamente, esta imagen de belleza idealizada se reprodujo a escala internacional sin demasiadas variantes en medios gráficos dirigidos a una comunidad de lectores de ambos sexos, matizando así la creencia largamente sostenida de que estas ilustraciones de mujeres se ofrecían exclusivamente a la secreta y gozosa contemplación masculina.

Buenos Aires no fue la excepción. Hacia los años cuarenta aparecen algunas revistas de corte popular que aportan aires remozados en el estilo humorístico, inclinadas más a la sátira de costumbres que a la política, al menos hasta el advenimiento del peronismo. Entre ellas, *Rico Tipo*, fundada en 1944, ocupa un sitio de privilegio en el imaginario de la época al ofrecer un menú humorístico original en la creación de arquetipos personajes porteños. Pero fueron las muchachas, audaces en el “des-vestir” la clave del éxito de la revista, al punto de incorporarse a la vida cotidiana como un modelo a imitar.

De cintura pequeña, busto y caderas imponentes y piernas largas y torneadas, las chicas Divito responden al género *pin-up* de posguerra, pero a diferencia de las ilustraciones de Vargas donde prima la exposición del cuerpo desnudo, en poses eróticas, las de Divito exhiben partes de sus anatomías al límite de lo tolerable en una revista leída por toda la familia. Mientras Vargas *ilustra*, a partir de un referente real (sus modelos), Divito *caricaturiza*, forzando las proporciones físicas al máximo, liberando la imaginación y estimulando la de los lectores, en clave de humor y sin caer en excesos.

Las “¡Chicas!” ocupan una página completa y en colores, autónoma y coleccionable y en el resto de las páginas protagonizan las viñetas cómicas, en situaciones que ocurren en la oficina o en la playa, donde interactúan con hombres, ya sean sus jefes o simples veraneantes con sus esposas. En estas viñetas se produce la máxima tensión entre dos estereotipos femeninos o, para ser más precisos, con el tándem conyugal, indiscernibles

uno del otro. Por un lado, las bellas, seductoras e inalcanzables, y por otro, las parejas, expresadas gráficamente con rasgos risibles, exagerando la baja estatura en el caso de los hombres y la corpulencia en las mujeres, en una nueva escenificación de la matriz mujer mandona/ marido dominado, quien se muestra con aires de bobalicón. La monumental virago censura la mirada que el consorte desliza, con disimulo, sobre la agraciada señorita. Sin embargo, en la reunión de las “¡Chicas!” se vislumbran sentidos adicionales.

Fig.8. *Rico Tipo*, 14 junio 1945

Dos o tres mujeres dialogan entre sí en espacios neutros. Una o dos frases al pie del dibujo dan pistas sobre lo medular del diálogo, que no es más que un breve esgrima verbal donde una descalifica a la otra, o ambas a una tercera. Esas feroces réplicas revelan un mundo femenino competitivo y autorreferencial, donde se excluye al varón, que actúa

siempre como un mirón deseante de esas “máquinas sexuales” y se muestra sumiso con ellas a pesar de los desplantes. Rivalidad de género y subvaloración masculina: frías y calculadoras, de estas mujeres no puede inferirse ni clase, ni ocupación, ni estado civil; sólo exhiben sus cuerpos y hacen gala de un talento para la maledicencia con sus pares y la denostación de los hombres, retratados como tontos e indecisos. Tal autorrepresentación masculina, posible solamente en el universo ficcional de la historieta, transparenta los deseos de los hombres hacia esa mujer quimérica, a la que ni por su aspecto ni por su bolsillo podrían jamás conquistar. La realidad los enfrenta con la matrona quien, aunque gritona y demandante, les asegura la estabilidad hogareña. Hombres victimizados, en fin, como lo exhibe su diminuto tamaño y sus rasgos feúchos y graciosos, que generan cierta ternura en los lectores.

Fig. 9. *Rico Tipo*, 22 marzo 1945

La seducción como instrumento de control masculino es un tema que también reconoce antecedentes muy antiguos en la literatura y el arte occidentales, de larga permanencia y que en el decurso histórico conllevó adaptaciones a distintos contextos culturales. En el plano visual, cristalizó en representaciones que van desde las más explícitamente eróticas hasta las más elípticas y sugerentes.

El tema es en verdad complejo y tan vasto que sería imposible desplegar en estas páginas un análisis detallado de su fortuna histórica, sin correr el riesgo de gruesas omisiones. No obstante, es menester citar como ejemplo lo que a nuestro criterio bien puede considerarse una de las iconografías iniciales –“cabeza de serie” en términos de Pierre Francastel– cuyo sentido en el largo plazo se emancipó del registro visual y literario originarios, para inscribirse posteriormente en el “saber común” popular, en una trayectoria que revela una vez más las estrechas relaciones entre “alta” y “baja” cultura (Lavin). Nos referimos al topos “Aristóteles cabalgado” o “Aristóteles y Phyllis”, de raíces medievales y vigente hasta el siglo XVIII. Aristóteles es “cabalgado” en el jardín por Phyllis, amante de su pupilo Alejandro el Grande. Seducido por la bella oriental, quien promete al filósofo un goce mayor, lo que la escena revela es el triunfo de la pasión sobre la razón, de la carne sobre el intelecto. Ni el más sabio de los hombres puede sustraerse a las estrategias de atracción de la mujer que además entrañan cierta humillación (Lieutenant-Duval). Por cierto, las toscas maneras asumidas por las mujeres dentro del universo cultural de las sociedades preindustriales y jerárquicamente organizadas, como referimos líneas arriba, no lograron opacar a la fascinante Ninfa, igualmente rebelde e insubordinada frente a la autoridad patriarcal (Zemon Davis).

Fig. 10. *Aristoteles y Phyllis*, Hans Baldung Grien, xilografía. 1513.

“Ninfas insubordinadas”, revivificadas en nuestras modernas historietas, con una buena dosis de perfidia en el tratamiento hacia los hombres, insinuando lo que nunca se cumplirá, excepto que los posibles beneficios derivados así lo ameriten. El objetivo enfocado hacia las posibilidades de ascenso social se verifica en la interacción entre géneros, ya se trate de las bellezas de los años cuarenta como en las temibles esposas de los veinte.

Aunque no solo los hombres suspiraron por estas bellezas ficticias. A la vez se convirtieron en un modelo que las mujeres pretendían imitar, al menos desde el aspecto físico. Había que recurrir a todo tipo de dispositivos debajo de la ropa para simular esa diminuta cintura, que desafía toda ley anatómica, y crear el efecto óptico de esas caderas y pechos voluminosos. La industria reaccionó con rapidez fabricando fajas modeladoras y *brassiers*, que eran publicitadas en la misma revista. El lucir atractivas, con *sex-appeal*, ganarse las miradas al caminar por la calle, entusiasmaba a las chicas de Buenos Aires, dentro de los límites de la decencia que imponían los códigos de la época. Además del modelo de silueta, Divito marcó tendencia en la moda, vistiendo a sus chicas con atuendos que había visto en sus viajes por Europa, como la blusa “Capri”, anudada en la cintura, o los grandes anteojos de sol. De allí que las tiendas de precios más populares, fabricantes de ese tipo de prendas “modernas”, publicaran sus avisos en las páginas de *Rico Tipo*, dibujados además por el mismo Divito sobre los cuerpos de sus “chicas” (Santis). En este sentido, las impactantes figuras de *Rico Tipo* no creaban rivalidad con las mujeres reales sino que, por el contrario las estimulaban a superarse en términos estéticos, a modernizarse en el vestir y acaso a expresar su sensualidad con mayor libertad. Las lectoras quizás aventajaran numéricamente al público masculino en la medida en que encontraban en sus páginas la descripción de

Ya está en venta!!!

EL MODELADOR COMBINADO
CREACION DEL DIBUJANTE
DIVITO

- Realza!!
- Modela!!
- Perfil!!

Cualquier talla desde
\$ 6⁹⁰

• Doble banda elástica de 17 cms. en Latex modelante.
•• Tejido Jersey adaptado y muy lavable.

De venta en las principales tiendas. Si no lo tiene su proveedor, pídale directamente por contrahembolso

UNICOS DISTRIBUIDORES **REMONDA H^{MOD}** y **ZUNZUNEGUI S. R. L.**
DIAGONAL NORTE, 885 RUENOS AIRES (CAPITAL \$ 50.000) SAN LORENZO, 1280 ROSARIO

DESEAMOS AGENTES EN EL INTERIOR

Fig. 11. *Rico Tipo*, 4 ago. 1945

un universo de pertenencia, donde se cultiva esa pequeña maldad hacia las “otras”, donde descubren guiños para lucir más sexys, y algunos consejos para estar a la moda.

Las chicas de *Rico Tipo* fueron el referente del modelo de belleza de la “porteña”: la morocha voluminosa, de andar cadencioso, que los cronistas de prensa confesaban haber visto caminando por la calle Florida, borrando fronteras entre realidad y ficción

Calle Florida. Galería de hermosas mujeres que reproducen la figura que esquematizó Divito. El paseante lerdo y gozoso busca refugio en la galería de arte y desde las paredes lo saludan mil sonrisas, mil mechones caídos sobre miles de ojos y cimbran mil cinturas sintéticas.[...] Su lápiz creó la figura simpática pero al parecer totalmente inexistente fuera de la graciosa estilización de la caricatura. Pero la mujer Divito era tan encantadora que muchas mujeres de carne y hueso quisieron ser como esas muñecas pintadas. Y lo consiguieron. Ahora es difícil establecer si hubo un original inspirador o si la colectividad toda —la femenina— se entregó apasionada a dar realidad a la imagen creada. (citado en Santis 65)¹²

Al menos en las caricaturas, las beldades argentinas comenzaban por entonces a identificarse con el cabello oscuro, apartándose de las rubias norteamericanas que el cine y la publicidad habían difundido tan exitosamente.

De las hijas mimadas de las *family strips* a las *flappers* emancipadas de los años treinta y más tarde a las despampanantes *pin-ups*, los humoristas crearon una variedad de mujeres bellas cuyos modelos procedían de la publicidad, de la fotografía, del cine o de las revistas de circulación popular. En franco contraste con las esposas y suegras, las feas y gruñonas, no fueron personajes de gran comicidad pero aún soñadoras e indiferentes, cándidas y seductoras, las “bellas” encarnaron otro aspecto del dominio femenino, que a lo largo de varias décadas constituyó un tema destacado del humor gráfico local e internacional.

¹² Nota sin firma aparecida en *Clarín* con motivo de la exposición de dibujos de Divito en la Galería Van Riel el 27 de julio de 1946.

BIBLIOGRAFÍA

- Arlt, Roberto. *Las aguafuertes porteñas de Roberto Arlt: publicadas en El Mundo, 1928-1933*. Buenos Aires: Ediciones Culturales Argentinas, 1981.
- Berger, Peter. *Risa redentora. La dimensión cómica de la experiencia humana*. Madrid: Kairós, 1999.
- Bontempo, María Paula y Graciela Queirolo. “Las ‘chicas modernas’ se emplean como dactilógrafas. Feminidad, moda y trabajo en Buenos Aires (1920-1930)”. *Bicentenario. Revista de Historia de Chile y América* 11/ 2 (2012): 51-76.
- Burucúa, Jose Emilio. *La imagen y la risa. La Pathosformel de lo cómico en el grabado europeo de la modernidad tardía*. Madrid: Periférica, 2007.
- Buszek, Maria Elena. *Pin-up Grrrls. Feminism, Sexuality, Popular Culture*. Durham: Duke UP, 2006.
- Celotti, Nadine. “The Translator of Comics as a Semiotic Investigator”. *Comics in Translation*. Federico Zanettin, ed. Manchester: Routledge, 2008.
- Cosse, Isabella. *Estigmas de nacimiento. Peronismo y el orden familiar, 1946-1955*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2006.
- Gené, Marcela. “Varones domados. *Family strips* en los años veinte”. *Travesías de la imagen. Historia de las artes visuales en la Argentina*. Maria Isabel Baldasarre y Silvia Dolinko, eds, Vol. 1. Buenos Aires: CAIA-Untref, 2011. 95-118.
- Gombrich, Ernst. “El arsenal del caricaturista”. *Meditaciones de un caballo de juguete*. 1963. Barcelona: Seix Barral, 1967.
- Guerrera, Manfredo. *Storia del fumetto. Autori e personaggi dalle origini a oggi*. Roma: Tascabile Economici Newton, 1995.
- Kitch, Carolyn. *The Girl on the Magazine Cover. The Origins of Visual Stereotypes in American Mass Media*. Chapel Hill: The U of North Carolina P, 2001.
- Koenigsberg, Moses. *King News: An Autobiography*. 1941. Florida: New World Manufacturing Co.& Inc, 1941.
- Lavin, Irving. “High & Low Before Their Time: Bernini and the Art of Social Satire.” *Modern Art and Popular Culture*. Nueva York: Harry Abrams, 1990.
- Lieutenant-Duval, Veroushka. “L’*equus eroticus* ou l’image de la femme qui chevauche l’homme dans la gravure européenne au XVIe. Siecle”. Tesis de maestría inédita. Montreal: Université Concordia, 2010.
- Marchand, Roland. *Advertising the American Dream: Making Way for Modernity*. Berkeley: U of California P, 1985.
- Masotta, Oscar. *La historieta en el mundo moderno*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1970.
- Santis, Pablo de. *Rico Tipo y las chicas de Divito*. Buenos Aires: Espasa Humor Clásico, 1995.
- Svarch, Ariel. “‘Don Jacobo en la Argentina’ Battles the *nacionalistas*: *Crítica*, the Funny Pages, and Jews as a Liberal Discourse (1929-1932)”. *The New Jewish*

- Argentina. Facets of Jewish Experiences in the Southern Cone*. Adriana Brodsky y Raanan Rein, eds. Maryland: Brill, 2012.
- Tossounian Cecilia. "The Body Beautiful and the Beauty of Nation: Representing Gender and Modernity. Buenos Aires (1918-1939)". Tesis de doctorado inédita. European University Institute. Department of History and civilization, 2010.
- Vázquez Lucio, Oscar. *Historia del humor gráfico y escrito en la Argentina*. Tomo I. Buenos Aires: Eudeba, 1985.
- Vergueiro, Waldomiro. "As histórias em quadrinhos e seus gêneros IV: os quadrinhos em ambiente familiar". InfoHome, www.ofaj.com.br, [outubro/ 2003], acceso 30 de abril de 2014.
- Warburg, Aby. *El renacimiento del paganismo antiguo: aportaciones a la historia cultural del renacimiento europeo*. Madrid: Alianza Editorial, Madrid, 2005.
- Zanettin, Federico. "Humor in Translated Cartoons and Comics". *Translation, Humor and the Media*. Londres: Continuum, 2010.
- Zemon Davis, Natalie. "Women on Top". *Society and Culture in Early Modern France*. Stanford: Stanford UP and Polity Press, 1975.

Palabras clave: historieta, estereotipos femeninos, sátira, retórica visual

Recibido: junio 2016
Aprobado: septiembre 2018