



Cuerpos, masculinidades y deportes. Las tapas de la revista *El Gráfico*, Argentina 1920-1930

PABLO ARIEL SCHARAGRODSKY

Universidad Nacional de La Plata, Universidad de Quilmes
pas@unq.edu.ar

Resumen. El siguiente trabajo analiza los modos en que una de las revistas deportivas más importantes de la Argentina, *El Gráfico*, en las décadas de 1920 y 1930, presentó y (re)presentó a los varones en el amplio y diverso universo de la cultura física y deportiva. Para indagar los distintos sentidos de la masculinidad, focalizamos la atención en las tapas de la famosa revista. A partir de una metodología cualitativa que articuló el análisis histórico hermenéutico, la historia visual y los estudios de género, se ha identificado el modelo corporal masculino dominante, el cual condensó variados significados: fuerza, valentía, habilidad, caballeridad, inteligencia táctica, picardía «criolla», antagonismo, despliegue físico, resistencia, carácter, dinamismo, sentido de pertenencia nacional, reconocimiento social, nobleza y status.

Palabras claves: prensa, deportes, cuerpos, masculinidades

Bodies, masculinities and sports. The covers of «El Gráfico» magazine, Argentina 1920-1930

Abstract. The following work analyzes the ways in which one of the most important sports magazines in Argentina, *El Gráfico*, in the 1920s and 1930s presented and (re) presented men in the wide and diverse universe of physical and sports culture. To investigate the different senses on masculinity, we focus our attention on the covers of the famous magazine. Based on a qualitative methodology that articulated the hermeneutic historical analysis, visual history and gender studies, the dominant male body model has been identified and condensed different meanings: strength, courage, skill, chivalry, tactical intelligence, 'Creole' mischief, antagonism, physical display; resistance, character, dynamism, sense of national belonging; and social recognition, nobility and status.

Keywords: press; sports; bodies; masculinities

Introducción

En 1919 una revista argentina que, en pocos años, sería muy famosa y reconocida publicó su primer número con una tapa alusiva a una fecha patria cuyo epígrafe decía lo siguiente: «Los alumnos de las escuelas públicas de la Capital desfilan ante el Presidente de la República, que ocupa con su comitiva los balcones de la Casa Rosada». La portada de esta «ilustración semanal argentina» exhibía una típica fotografía de un desfile escolar abarrotado de estudiantes y de autoridades nacionales. La imagen cubría casi toda la primera plana, aunque sin hacer mención a alguna actividad física, gímnica, lúdica o deportiva. Con el paso de los años, dicha revista se convirtió en el proyecto comercial y cultural deportivo más importante de la Argentina. Esta, en cuestión, se llamó *El Gráfico* y se convirtió, en sus casi cien años de existencia,¹ en el medio escrito que describió y, al mismo tiempo, interpretó y fabricó, a partir del universo deportivo, gímnico o lúdico-recreativo, una serie de representaciones y narrativas vinculadas con los usos corporales y kinésicos, la salud y la higiene, la decadencia física y el deterioro biológico, la argentinidad y lo extranjero, la sexualidad y los géneros, la moral sexual masculina y femenina, la belleza y la fealdad, las emociones y sensibilidades, la normalidad física y la abyección corporal, entre muchos otros tópicos.

El Gráfico formó parte de un complejo y variado proceso internacional que excedió la esfera local, en donde la prensa escrita especializada en el ambiente deportivo adquirió un rol central. El mismo estuvo fuertemente asociado con la difusión y popularización de la cultura física y deportiva, así como con la invención de la cada vez más rentable industria del ocio moderno. El proceso editorial transnacional encontró su emergencia en los exitosos emprendimientos empresariales y culturales de periódicos deportivos o revistas asociadas con la cultura física y deportiva, que surgieron en la segunda mitad del siglo XIX en Europa, muy especialmente en Inglaterra, Francia, Italia y España, y también en los Estados Unidos (Tate, 2020; Raney & Bryant, 2006; Andújar, 2013). En la Argentina, como en muchos otros países de América latina, este tipo de iniciativa empresarial no tardó en llegar y en difundirse, y se consolidó entre las décadas de 1920 y 1930, a partir de la fiebre por la deportivización en vastos sectores de la sociedad. En ese período, la revista se transformó en un dispositivo de consumo masculino,

1 *El Gráfico* se mantuvo como publicación semanal durante 83 años, hasta marzo de 2002. A mediados de 1998, la editorial Atlántida vendió la revista a Torneos y Competencias. En el 2002, en medio de la crisis económica argentina, la revista dejó de publicarse semanalmente para pasar a ser mensual. El 16 de enero de 2018, Torneos y Competencias anunció el cierre de la edición en papel de la revista.

así como en un importante productor y transmisor de un patrón deseable de virilidad.

Teniendo en cuenta ello, el siguiente trabajo analiza la forma y los modos en que la revista *El Gráfico*, en las primeras dos décadas de su existencia, presentó y (re)presentó a los varones en el amplio y diverso ámbito de la cultura física y deportiva. Con el objetivo de investigar los distintos significados desplegados y, al mismo tiempo, excluidos sobre la masculinidad, focalizaremos la atención en las tapas de la famosa revista. Pensamos que estas son uno de los signos semióticos más potentes a la hora de filtrar, transmitir, ponderar y jerarquizar ciertos sentidos y significados (Traversa, 2005). En ese sentido, constituyen un elemento central en cualquier revista, ya que establecen el primer contacto con el potencial público consumidor, operan diferenciándose de su competencia en el mercado editorial, refuerzan la identidad, el género y el estilo de la revista (Steimberg, 2013), y construyen una ligazón afectivo-imaginaria con el público consumidor. En muchos sentidos, son una parte crucial del éxito de la revista, no solo en términos identitarios sino comerciales.

En el caso de la revista *El Gráfico*, una primera y recurrente característica fue que todas sus tapas estuvieron conformadas por amplias imágenes fotográficas, fotomontajes o, en menor medida, dibujos acompañados de breves enunciados, cuya proyección semántica estuvo vinculada con la fabricación de ciertas ficciones somáticas modernas sobre el cuerpo masculino y su lugar político, estético y sexual en el mundo social. De alguna manera, las fotografías y/o fotomontajes operaron como prácticas socioculturales cumpliendo una función medular en la producción de sentidos y significados en torno a los cuerpos, los géneros y las sexualidades. Las imágenes fotográficas producidas en las portadas no reflejaron el universo corporal masculino, sino, más bien, produjeron el fenómeno al que regularon y construyeron (Butler, 2002), pues construyeron, de manera performativa, ciertos sentidos sobre la corporalidad y la diferencia sexual en un contexto histórico social determinado. Es decir, las carátulas no solo instalaron un repertorio de imágenes, sino un conjunto de discursos visuales (Sontag, 2006) que organizaron un campo corporal de lo visible y lo invisible, de lo bello y de lo feo, de lo sano e insano, de lo deseable e indeseable, de lo moral e inmoral, y de lo masculino y lo no masculino. En este marco, enfocamos el análisis en lo que llamamos escena deportiva, la cual conceptualizamos como una ficción somática deliberadamente construida, con el fin de proyectar y transmitir un modelo corporal masculino ideal a partir de cinco elementos interrelacionados. El primero está conectado con la persona/protagonista exhibida en la tapa. El segundo componente está vinculado con el lugar/

espacio/escenario en el que aparecen el o los protagonistas en la tapa. El tercer factor está asociado con la cultura material que acompaña a la escena producida. El cuarto elemento está emparentado con la forma en que se «muestra» el campo kinésico. El quinto está ligado al texto lingüístico² que acompaña la imagen, fotografía o fotomontaje.

Considerando todo ello, a partir de una metodología cualitativa que articula el análisis histórico hermenéutico, la historia visual y los estudios de género (Butler, 2002; Burke, 2001; Traversa, 2009), alguno de los interrogantes que abordaremos serán los siguientes: ¿cuáles fueron los modelos corporales masculinos dominantes puestos en circulación en las primeras planas de la revista *El Gráfico* en el periodo de 1920 y 1930?, ¿cuáles fueron las prácticas deportivas más — y menos — difundidas para alcanzar cierto ideal corporal masculino deseable?, ¿quiénes fueron los varones que participaron en dicho proceso?, ¿cuáles fueron las disonancias al modelo corporal masculino dominante?

En las décadas a indagar, detectamos tres momentos con sentidos particulares y lógicas propias en las portadas de la revista. El primero, entre 1919 y 1921, está relacionado con el momento de menor presencia y visibilidad de los cuerpos masculinos en términos cuantitativos en las tapas de la revista, y una dispersión y variedad de escenas deportivas modernas. El segundo momento, entre 1922 y 1924, condensa, más allá de la diversidad de sucesos deportivos, la construcción del ideal del varón deportista argentino, a partir de un publicitado caso transnacional; el tercer momento, entre 1925 y 1939, está vinculado con la diversificación, consolidación y naturalización de algunos deportes ligados imaginaria — y arbitrariamente — al ficcional plano masculino, así como con la elaboración y proliferación de ciertos ídolos deportivos viriles y nacionales.

1. *El Gráfico* y el contexto social, político y deportivo

La práctica y el consumo gímnic y deportivo de finales del siglo XIX y principios del XX, más asociado con ciertos grupos y sectores sociales bien acomodados o con determinadas comunidades nacionales (ingleses, franceses, alemanes, italianos, españoles, entre otros), se consolidaron y amplificaron a partir de la década de 1920 y 1930. El crecimiento, en este lapso, estuvo conectado con dinámicas propias del campo de la cultura

2 En la mayoría de las tapas, el texto lingüístico apareció minimizado frente a la fuerza de la imagen de la tapa. No obstante, en muchos casos, el texto tuvo la función «de anclaje» del mensaje lingüístico en relación a la imagen, con el fin de fijar la cadena flotante de significados, es decir, de guiar — nunca completamente — las interpretaciones posibles.

física y, al mismo tiempo, con procesos relacionados al contexto social y político más amplio.

En el primer caso, el medio de la cultura física creció y se fortaleció a causa de la multiplicación de instituciones atléticas y deportivas — cuyos orígenes son posibles de identificar a finales del siglo XIX y principios del siglo XX —, así como por la mayor presencia de federaciones deportivas abocadas a la organización de torneos y competiciones deportivas locales, regionales y provinciales. Esto último estuvo acompañado por la construcción de nuevos espacios «deportivos» (estadios, plazas de ejercicios físicos, parques públicos, campos de deportes, plazas de juegos, gimnasios — abiertos, cerrados, semi-cerrados —, parques de juegos, polígonos de tiro, piletas de natación, pistas de carreras, balnearios, entre otros) (Armus, 2007; Gorelik, 1998; Roldán, 2012; Roldán & Godoy 2017). Asimismo, y a partir de una lógica mercantil, en estos decenios, ciertos deportes como, por ejemplo, el fútbol, el boxeo, el *turf* o el automovilismo (Frydenberg, 2011; Archetti, 2001; Alabarces, 2002; Torres, 2013; Hora, 2014; Palla, 2018; Ullivarri, 2020; Scharagrodsky, 2020) se convirtieron en espectáculos profesionalizados, masivos y rentados. Este proceso de deportivización social fue potenciado y estimulado por un actor clave: el Estado, en especial en la década de 1930.³

A ello se sumaron nuevos modos de pensar la cultura física y deportiva en términos mercantiles con sus potenciales beneficios económicos. De esta manera, cobró mayor relevancia la cultura material deportiva (vestimenta, calzado, insumos vinculados con ciertos deportes, entre otros), y un mercado que comenzó a desarrollarse y a diversificarse. Las secciones deportivas en las grandes tiendas (Gath & Chaves, Harrods, Albion House, entre otras) «democratizaron» el acceso a ciertos productos deportivos. Nuevos materiales, con texturas y colores distintos, incentivaron el consumo deportivo a precios relativamente accesibles. El crecimiento de las secciones deportivas en los medios de mayor distribución fue central para instigar el gusto e interés por la cultura física y deportiva y, también, por los componentes «necesarios» para su práctica (López, 2017). Periódicos como *Crítica*, *La Nación*, *Última Hora*, *La Razón*, *La Época* o *La Prensa* y famosos *magazines* como *Caras y Caretas*, *Fray Mocho*, *Plus Ultra* o *El Hogar* le dedicaron más espacio a las noticias deportivas, las cuales estuvieron acompañadas por los

3 Se crearon varias instituciones estatales vinculadas con la administración de la cultura física: Dirección de Plazas de Ejercicios Físicos en la capital federal — 1919 —, Dirección General de Educación Física y Cultura en Buenos Aires — 1936 —, Consejo Nacional de Educación Física — 1937 —, Dirección General de Educación Física Nacional — 1938 —, Dirección de Maternidad e Infancia — 1936 — o los ya existentes Consejo Nacional de Educación, Ministerio de Instrucción Pública, Cuerpo Médico Escolar, Cuerpo de Inspectores Nacionales, entre otros.

ya indispensables anuncios publicitarios (Rocchi, 2016). Todo ello cimentó un nuevo oficio en la prensa escrita: los periodistas deportivos. Dicho oficio se potenció con la aparición de la radio y las transmisiones deportivas desde 1923.

En estas décadas, el crecimiento del consumo deportivo fue legitimado epistemológicamente por el discurso científico de la época: el bio-médico. Nuevos grupos ocupacionales de la mano de sus asociaciones se convirtieron en las voces autorizadas a hora de sugerir, prescribir o proscribir determinadas prácticas deportivas. Surgieron los médicos deportólogos, los kinesiólogos o los profesores de educación física (Scharagrodsky, 2015; Reggiani, 2016; Scharagrodsky, 2018b), quienes avalaron no solo la actividad deportiva en ciertas condiciones, sino un estilo de vida moralmente saludable en el que se incluyeron aspectos enlazados con la alimentación, la dietética, la higiene moral, el reposo y el buen descanso, la sexualidad «correcta», entre muchos otros.

En el segundo caso, ciertos procesos relacionados al contexto social, sanitario y político más amplio afianzaron la importancia y los potenciales beneficios de la cultura física. En particular las preocupaciones que se generaron en derredor de la salud de las poblaciones y de los individuos en el período de entreguerras traccionaron y prescribieron su consumo. La difusión del discurso eugenésico y el porvenir de la raza, la lucha contra ciertas enfermedades como la tuberculosis, las inquietudes por el *stock* biológico de la nación argentina, la promoción de un estilo de vida activo, higiénico y al aire libre, la esencial presencia de la medicina constitucionalista, las definiciones sobre la normalidad somática, anormalidad física y funcional, la intensa medicalización de algunas políticas estatales, los problemas de des natalidad y los temores de ciertos sectores sociales ante lo que muchos consideraron vicios o desvíos sexuales (Rochi, 2000; Nari, 2004; Armus, 2007; Miranda, 2012; Biernat & Ramacciotti, 2014; Barrancos, Guy, & Valobra, 2014; Scharagrodsky, 2018a; Reggiani, 2019) fueron algunas de las razones que impulsaron su práctica.

De igual manera, como nunca antes, los Estados modernos reconocieron la relevancia central del deporte como constructor de identidad, nacionalidad y «comunidad imaginada». En un contexto de considerable expansión «imperial» del mundo deportivo en el período de entreguerras (Dyreson, 2011), las autoridades nacionales construyeron, por primera vez, una agenda internacional a partir del deporte. Las olimpiadas, junto con la propagación de campeonatos sudamericanos de atletismo, fútbol, boxeo, básquetbol, entre otros, fueron grandes plataformas donde la diplomacia deportiva tuvo un rol fundamental a la hora de narrar una determinada

ficción corporal argentina resaltando y naturalizando ciertas características supuestamente propias del cuerpo masculino argentino.

Fue en este escenario socio y biopolítico que hizo su aparición y se difundió rápidamente la revista *El Gráfico*. La misma fue creada por Constancio C. Vigil, dueño de la Editorial Atlántida y responsable de fundar otras exitosas revistas argentinas: *Billiken*, a finales de 1919, dirigida al universo infantil y *Para Ti*, en 1922, orientada a las mujeres. En un mercado inundado de revistas de diverso tipo, *El Gráfico* se destacó por ofrecer una importante cantidad, calidad y variedad de fotografías (Bergel & Palomino, 2000). Sus portadas fueron testigos de este tipo de presentación con una función central: atraer al público lector y convertirlo en habitual cliente.

2. Dispersión y variedad de escenas deportivas masculinas

En todo el periodo de 1920, aproximadamente el 73% de las tapas de la revista *El Gráfico* hicieron referencia a los varones⁴, pero de ese 73% poco menos del 40% estuvo concentrado entre 1919, 1920 y 1921. Vale decir que, entre 1919 y 1921, se agrupó la menor cantidad de portadas de varones no solo de esa década, sino en la historia de la exitosa revista. En 1919 las carátulas con imágenes o fotografías de hombres fueron del orden aproximado de un 60%. En 1920 solo el 10% de las primeras planas fueron de varones y, en 1921, el porcentaje total de estas fue de un poco menos del 30%. En estos dos años y medio, «la incorporación de fotografías más o menos sensuales, donde el cuerpo femenino ocupaba un lugar central» fue un aspecto capital «en la búsqueda de una identidad masculina» de la revista (Bontempo, 2012, p. 192). Efectivamente, las portadas «se dirigían a despertar la fantasía masculina» (2012, p. 198) y a estimular el consumo de la revista por parte de varones a partir de fotografías de conocidas mujeres del espectáculo, pero con poca o nula vinculación con el deporte o la cultura física.

En esta particular coyuntura, la escena deportiva masculina estuvo caracterizada por una serie de rasgos muy específicos. En primer lugar, hubo una variedad y heterogeneidad de protagonistas exhibidos. Entre ellos, los hubo argentinos y, muy especialmente, extranjeros. Entre los primeros se mostraron a Daniel Rodríguez o Juan Carlos Gallegos, en remo; Luis Ángel Firpo, en boxeo; Jorge Udaondo, en automovilismo; Elizardo Menéndez, en carrera de fondo; Julio Martínez Vásquez, en *yachting*; Jorge Llobet Cullen, Abelardo Piovano o Luis Suarez, en atletismo; o equipos argentinos com-

4 Por año *El Gráfico* produjo y publicó un promedio de 52 tapas lo que da un total, por década, de 520 de estas aproximadamente.

pletos de fútbol, críquet o básquetbol. En la amplia mayoría de los casos, fueron figuras con cierto reconocimiento local, pero no internacional. Los mismos representaron a prestigiosas y bien acomodadas instituciones deportivas, la mayoría porteñas (Club Atlético Belgrano, Club Universitario de Buenos Aires, Club Rowing, Club Argentino, Compañía de Seguros y Universitario, Club de Gimnasia y Esgrima de Buenos Aires, Racing Club, Asociación Cristiana de Jóvenes, Club Deportivo América, Club Atlético de San Isidro, Colegio Militar, Club Pedestre Velocidad y Resistencia, entre otros), o a la República Argentina.

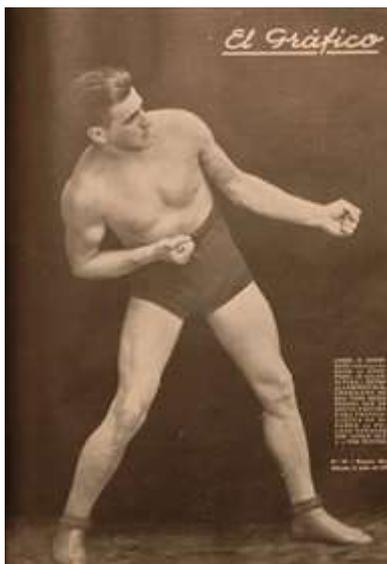
Entre los segundos se destacaron los reconocidos británicos John Alcock y Arthur Brown, quienes realizaron el primer vuelo transatlántico sin escalas; Stewart, quien llevó a cabo uno de los primeros recorridos aéreos nocturnos de Montevideo a Buenos Aires; el italiano Antonio Locatelli, uno de los primeros en cruzar en avión la cordillera de los Andes; los alemanes Max Holtzem y Eugen Geberth, célebres en aviación acrobática; el aviador acróbata canadiense Wilmott; el italiano Massetti, reputado en lucha; el inglés Thomas Lipton, famoso en *yachting*; el estadounidense Charles Paddock, reconocido en atletismo (carreas de velocidad); el francés Georges Carpentier, el norteamericano Jack Dempsey o el uruguayo Ángel Rodríguez, consagrados en boxeo; el español Alonso y el australiano Gerald Patterson, renombrados en tenis; el anglosajón Gordon Dukes, ilustre en esquí; el norteamericano Norman Ross, notorio en natación y campeón olímpico en 1920; el hawaiano Duke Kahanamoku, campeón olímpico e inventor del surf; y los norteamericanos Richard Landon y Frank Loomis, reconocidos en atletismo y campeones olímpicos. Esta preeminencia de extranjeros sugiere la importancia asignada en este período a figuras de renombre internacional, y sus funciones modélicas a la hora de proyectar y transmitir arquetipos corporales masculinos modernos y exitosos, aunque no necesariamente argentinos.

En segundo lugar, y frente a la variedad de deportistas mostrados, se configuraron una heterogeneidad de situaciones deportivas. En esa diversidad de imágenes, hubo una pluralidad de espacios y lugares deportivos deliberadamente fabricados (ríos, mar, playa, montañas nevadas, carreteras, piletas de natación, pistas de atletismo, *ringside*, aeródromos, canchas de tenis, de rugby, de fútbol, de críquet, entre otros), materiales (vestimenta deportiva específica para cada deporte: camisas, camisetas, pantalones y medias deportivas, gorros, calzado deportivo, guantes de box, mallas acuáticas, gafas de aviación, antiparras de automóvil, entre otros; pelotas de fútbol, tenis, básquetbol, rugby, raquetas de tenis, sables de esgrima, arcos, redes, jabalinas, discos, balas, entre otros; medicamentos: ungüentos

y lanolina; tecnología deportiva (botes de remo, bastones de esquí, bicicletas, automóviles, aeroplanos, barcos, entre otros) y universos kinésicos específicos (técnicas y gestualidades corporales «propias» de cada deporte). Los cuerpos y sus contextos kinésicos, técnicos y gestuales exhibidos combinaron y proyectaron distintos sentidos y significados: fuerza, robustez, fortaleza, corpulencia y vigor (figura 1), acción motriz *in situ*, agonismo, dinamismo corporal, competencia y despliegue energético (figura 2), o distinción social, estatus, capital cultural y capital económico (figura 3). Aunque hubo escenas deportivas registradas en plena competencia y, en ocasiones con público presente, la mayoría de las tapas fueron deliberadamente creadas a partir de poses, gestos, portes, movimientos, miradas, técnicas corporales, vestimentas, ciertas reglas de apariencia y ambientaciones espaciales, los cuales delinear ideales corporales masculinos que englobaron dimensiones kinésicas, morales y estéticas, específicas y prefiguradas.

Figura 1

«Ángel Rodríguez, edad, 27 años; peso, 78 kilos; altura, 1 metro 77, campeón suramericano de box, peso medio pesado, que en breve partirá para Francia. Cuenta en su haber 42 peleas ganadas por *knock out* y 2 por puntos».



Fuente: *El Gráfico*, 1920.

Figura 2

«Rugby. Una escena de gran movimiento producida durante un partido disputado por los clubs Atlético Belgrano y Universitario de Buenos Aires»



Fuente: *El Gráfico*, 1920.

Figura 3

«Sir Thomas Lipton, el brillante *yachtsman* inglés, propietario del "Shamrock IV", que, con su nueva participación en la regata "Copa América", ha demostrado, una vez más, que por sus venas corre sangre de verdadero *sportsman*».



Fuente: *El Gráfico*, 1920.

En tercer lugar, esta diversidad de espacios, materiales deportivos, universos kinésicos, gestos técnico-deportivos y protagonistas presentó algunos patrones comunes. La mayoría de los varones expuestos fueron jóvenes, blancos, delgados, estilizados, aseados, con cierto reconocimiento social, con una apariencia «saludable» y con un porte corporal que transmitió ciertos valores morales vinculados con el esfuerzo, el valor, la dedicación, el riesgo, el carácter y la disciplina. Además, de entre la pluralidad de deportes que emergieron en las tapas (la lucha, el rugby, el waterpolo, el esquí, el automovilismo, el ciclismo, el básquetbol, el tenis, el fútbol, el remo, el *yating*, el atletismo, la natación, el box y la aviación), los últimos siete tuvieron más de una aparición, y se destacaron, con mayores presentaciones, el atletismo, la natación, el box y la aviación. En varias ocasiones, las representaciones deportivas de la natación o el atletismo estuvieron acompañadas de breves epígrafes («Luis Suarez, 800 metros llanos en 2',2" 3/5», «Abelardo Piovano, 200 metros llanos en 22 segundos», «Jorge Llobet Cullen, bala 12 metros, martillo 37 metros y medio»), los cuales promocionaron, junto con el esfuerzo físico extremo, la idea de récord (argentino, sudamericano

o internacional) a partir de números que sintetizaron la obsesión por la eficacia, la eficiencia y la cuantificación del rendimiento físico y sus múltiples e infinitas posibilidades (figura 4). Lentamente el universo de los números y cifras tradujo el éxito físico-deportivo masculino nacional, y se convirtió en un dato insoslayable del plano deportivo moderno.

Figura 4

«Nuevos *recordmen* sudamericanos. Luis Suarez, 800 metros llanos en 2',2" 3/5. Abelardo Piovano, 200 metros llanos en 22 segundos. Jorge Llobet Cullen, bala 12 metros, martillo 37 metros y medio»



Fuente: *El Gráfico*, 1921.

La aviación merece una mención particular. La misma fue una de las actividades con mayor presentación en portadas en este período. En ocasiones la escena cuasi-deportiva o, en ciertas circunstancias, recreativa o relacionada con el pasatiempo, puso en circulación sentidos asociados con los desafíos extremos, los retos mortales, las proezas impensadas, las pruebas imposibles, el riesgo inconmensurable y el espectáculo como, por ejemplo, el caso de los aviadores acróbatas Max Holtzem y Eugen Geberth quienes, en uno de sus tantos y peligrosos actos acrobáticos, perdieron la vida en un accidente aéreo. La relación entre la máquina, la tecnología, el riesgo, la aventura, la virilidad y el desafío físico fue una de las problemáticas más exhibidas y estimuladas en este período en las carátulas de *El Gráfico* (figura 5).

Figura 5

«Circo del aire: el piloto Holtzem y el acróbata Geberth (a la derecha), quienes, a causa del mal tiempo, no han podido todavía ofrecer a nuestro público el impresionante espectáculo de acrobacia aérea, realizado ya en Rosario y, últimamente, en el aeródromo de San Isidro, en exhibición privada para los periodistas».



Fuente: *El Gráfico*, 1921.

Por último, cabe indicar que hubo algunas pocas tapas que manifestaron otro tipo de estética y disposición masculina a la caracterizada por los patrones dominantes anteriormente comentados. Estas subvertían o erosionaban, aunque sea paródicamente, ciertos estereotipos, y roles de género y sexuales (figura 6). Aunque fueron unas pocas portadas, proyectaron ficciones somáticas que potenciaron la ambigüedad y la polifonía de sentidos corporales y entraron en tensión semiótica y visual con los significados hegemónicos transmitidos en este período.

Figura 6

«Notable instantánea de la emocionante lucha sostenida recientemente entre el campeón italiano Massetti y la conocida artista nacional Olinda Bozán»



Fuente: *El Gráfico*, 1919.

3. De la variedad de escenas deportivas a la producción del primer arquetipo varonil deportista argentino

Entre 1922 y 1924, las tapas alusivas a los varones plantearon ciertos cambios y, al mismo tiempo, algunas continuidades. Entre las últimas persistió la diversidad de escenas deportivas y de deportes en las portadas de *El Gráfico*, aunque se sumaron algunas otras actividades deportivas como la pelota vasca, el polo, la esgrima, el motociclismo, el paracaidismo, el ajedrez y el billar. También, permaneció la variedad de protagonistas, espacios deportivos, materiales y ámbitos kinésicos específicos similares al primer período, pero se incorporaron algunos materiales y espacios, producto de los deportes que se añadieron. Sin embargo, hubo modificaciones significativas. Una de ellas estuvo vinculada con los porcentajes de carátulas masculinas, los cuales incrementaron muy fuertemente. Entre 1922 y 1924, se alcanzó un 90% aproximadamente del total de primeras planas productoras de interpretaciones deportivas masculinas. Otra importante variación estuvo ligada a una mayor presencia de tapas de deportistas argentinos frente a los extranjeros. No obstante, la discontinuidad más significativa de este período

estuvo relacionada con la emergencia o la constitución de un nuevo arquetipo masculino, en especial, a partir de un deporte: el boxeo. Esta práctica corporal, si bien ya había estado presente en el período anterior, se convirtió en la más citada y preponderante en el período, pero no apareció de la nada. Su emergencia se produjo a partir de notables actuaciones deportivas de varios boxeadores, en especial, de uno de ellos: Luis Ángel Firpo (1894-1960) quien tuvo once portadas en este período y llegó a totalizar veinte entre los años 1920 y 1930. Todo un récord para un varón deportista argentino de aquella época.

Antes de adquirir fama internacional en septiembre de 1923 producto de haber sido el primer boxeador argentino — y sudamericano — en pelear por un título mundial contra el famoso campeón mundial norteamericano Jack Dempsey (1895-1983), Firpo apareció, como ningún otro deportista, en una docena de carátulas. En general, las mismas lo fabricaron y modelaron a partir de diferentes escenas deportivas: desde la típica pose de boxeador (físicamente erguido, en guardia, piernas separadas un ancho de hombro, brazo izquierdo adelantado en lo alto, brazo derecho recogido, vista al frente, gesto adusto, rostro concentrado, entre otros) (figura 7) hasta el retrato a medio cuerpo o cuerpo entero, los clásicos fotomontajes desafiando a otro boxeador a cuerpo entero o solo a partir de caras enfrentadas, los típicos «testimonios» fotográficos de una pelea (figura 8), o la distintiva imagen del boxeador sentado en un rincón. La mayoría de los planos deportivos estuvieron localizados en un *ringside*, con la clásica vestimenta de boxeador.

Figura 7

«El campeón argentino Luis A. Firpo, que ha obtenido su primera victoria en Norte América, frente a Maxted, debiendo medirse el martes próximo con Mc. Cann. Si venciera a este y a algunos otros pesados, como Fulton, Miske, Weinert o Brennan, tendría grandes posibilidades de ser opuesto al campeón mundial Jack Dempsey».



Fuente: *El Gráfico*, 1922.

Figura 8

«El décimo round: el *referee* Festal baja el brazo marcando el décimo segundo. Tracey hace esfuerzos por incorporarse, pero ya está fuera de combate. Se ve, a la derecha, a su entrenador Hansen penetrando al *ring*, y a su segundo Culpin (al fondo), disponiéndose a hacer lo mismo con el objeto de levantarlo. Nuestro campeón (Firpo) aún conserva una actitud agresiva».



Fuente: *El Gráfico*, 1922.

Lentamente, las numerosas tapas construyeron y promovieron al gran deportista argentino, cuyos éxitos excedieron al universo local y nacional. Las portadas, a partir de los breves textos, resaltaron su status (campeón sudamericano de box de peso pesado), sus triunfos deportivos en el extranjero (en Cuba, México y, especialmente, EEUU), su promisoria carrera, su inminente enfrentamiento con el gran campeón mundial (el norteamericano Jack Dempsey), así como su prestigiosa figura, fuerza, tamaño físico, y ciertas cualidades morales como el arrojo, la valentía y su actitud agresiva en el cuadrilátero. Además de estas cuestiones, las carátulas exaltaron la nacionalidad de Firpo remarcando su pertenencia a la Argentina y su contribución a la grandeza nacional: el gran boxeador argentino, «nuestro campeón»⁵, entre otros elogios.

El combate entre Firpo y Dempsey fue inaugural en muchos sentidos: fue la primera pelea de boxeo por un título mundial entre un argentino y

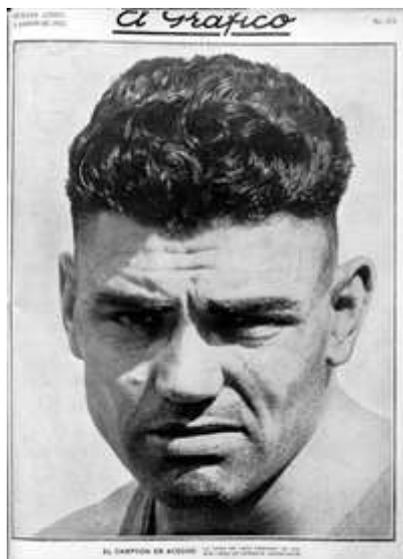
5 El Gráfico. (1922). *El gran match del momento*, edición 17.

un norteamericano; por primera vez, a escala mundial, un representante argentino — imaginado por la prensa general a partir de múltiples caracterizaciones, metonimias y metáforas —, apareció en las tapas o en secciones deportivas de prestigiosos periódicos y revistas de más veinte países. Fue uno de los primeros espectáculos deportivos en convertirse en un negocio millonario (fue la segunda pelea moderna en superar, solo en recaudación por *tickets* vendidos, el millón de dólares⁶); en la Argentina, por primera vez, se transmitió un evento deportivo a través de la radio (Matallana, 2006; Ulanovsky, 1995). Por primera vez, en este país, miles de personas se reunieron en pequeñas, medianas o grandes ciudades para escuchar, generalmente, desde las sedes de los periódicos — locales o nacionales — y de algunos prestigiosos clubes, la información que llegaba desde EEUU, entre otros países (Scharagrodsky, 2021).

Firpo fue «bautizado» por la prensa norteamericana (por el periodista Damon Runyon) como el *Wild Bull of the Pampas* (El Toro salvaje de las Pampas). La prensa adoptó la figura del toro como la de un animal asociado a la bravura y el coraje, así como a impresionantes atributos físicos. La figura de Firpo como un auténtico toro fue caracterizada a partir de la pura potencia física, representada en el enorme tamaño de su cuerpo (mayor al de Dempsey), su cara romboidal, su frente ancha, su voluptuoso tronco superior, su gran pecho, sus gestos adustos y su derroche de energía: un claro estereotipo masculino moderno (Mosse, 2000). El cuerpo y, muy especialmente, la cara de Jack Dempsey también fueron objeto de re-semantización por parte de la revista (figura 9): esta proyectaba concentración, vigilia, firmeza, enojo y cierta hostilidad.

6 La primera pelea moderna en superar el millón de dólares en recaudación fue la protagonizada por el estadounidense Jack Dempsey y el héroe de guerra francés George Carpentier en 1921. En el día del combate, asistieron más de 90.000 espectadores, la multitud más grande reunida, por ese entonces, para un evento deportivo en Estados Unidos. Firpo vs. Dempsey reunió 85.000 espectadores en el mítico Polo Grounds de Nueva York.

Figura 9
«El campeón en acecho. La cara de Jack Dempsey el día que libra un combate importante»



Fuente: *El Gráfico*, 1923.

El Gráfico y la prensa nacional, a excepción de las revistas socialistas argentinas (Guíamet, 2016), produjeron un tipo de masculinidad anudada a lo latino (su origen italiano) y a la argentinidad especificada por la fuerza, el coraje, el ímpetu, la hidalguía, el valor, el orgullo nacional, la honestidad, la corrección y la caballerosidad sin trampas frente a un claro representante sajón cuyos atributos masculinos estuvieron asociados más a la técnica, a cierta racionalidad boxística, a la disciplina y a la vasta experiencia en el arte de boxear, en comparación al esencializado espíritu combativo, casi emotivo, indisciplinado y poco planificado mundo latino. Ello se enlazó en la reafirmación de la construcción ficcional del contexto norteamericano como un universo peligroso, en donde la trampa, el cálculo y el dinero eran aspectos centrales del «herético» país del norte⁷ (Scharagrodsky, 2021).

7 En una de las tantas escenas caricaturescas de un reconocido diario argentino apareció el dibujo de un fraile rezando y afirmando: «Virgencita mía, haz que triunfe el latino! Que se baje el orgullo de los herejes del Norte». «Firpo soloooo...» (*Crítica*, 1923, p. 13).

A pesar de perder en circunstancias dudosas y poco claras,⁸ el combate le otorgó a Firpo prestigio, status, reconocimiento social, trabajo — dentro y fuera de la Argentina —, dinero, fama nacional e internacional (Lupo & Del Prado, 2009; Bauso, 2003) y, con el paso de las décadas, se convirtió en el padre del boxeo argentino y en uno de los ídolos deportivos nacionales más reconocidos e importantes de la primera mitad del siglo XX. Lentamente Firpo se transformó en una masculinidad rentable y estéticamente deseable frente al universo femenino, lo que reforzaba y naturalizaba la hetero-deportividad. Entre las décadas de 1920 y del 1950, con independencia del signo político partidario, intendentes, legisladores y presidentes buscaron la figura de Firpo, su consentimiento y su imagen fotográfica con el fin de utilizarla para potenciar sus políticas o prestigiar sus posiciones.⁹

Aunque Firpo — y también Dempsey¹⁰ — se convirtieron en los protagonistas más exhibidos en las tapas de *El Gráfico* en este período, otros referentes deportivos, en mucha menor proporción, tuvieron su espacio central en las portadas como, por ejemplo, el también famoso boxeador italiano Erminio Spalla¹¹ y, en un par de tapas, aparecieron el nadador argentino Alberto Zorrilla, el ítalo-argentino Enrique Tiraboschi (cruzó el canal de la Mancha), el argentino Luis Antonio Brunetto (medalla de plata en salto triple en los Juegos Olímpicos de París 1924), el argentino Luis Garramendy (intento cruzar el río de la Plata sin éxito), el reconocido nadador Romeo Maciel, el tenista argentino Alfredo Villegas, entre otros. Entre el box, en primer lugar y, luego, el fútbol, el atletismo y la natación concentraron la mayoría de las primeras planas. Dependiendo del año, agruparon entre un 60% y un 85% del total de tapas del período.

8 El hecho más comentado en el mundo periodístico deportivo argentino durante buena parte del siglo XX fue que Firpo tiró y expulsó — por primera vez — afuera del *ring* al reconocido campeón estadounidense en el primer *round* siendo ayudado y asistido por terceros (fundamentalmente periodistas) para regresar al cuadrilátero, cuando ya se habían superado los 10 segundos reglamentarios. La crítica más mordaz a la dimensión colonial estadounidense desde la literatura argentina la ofreció el escritor Julio Cortázar (1914-1984) en *Circe* de la siguiente manera: «Vino la pelea Firpo-Dempsey y en cada casa se lloró y hubo indignaciones brutales, seguidas de una humillada melancolía casi colonial».

9 Firpo fue fotografiado con varios políticos en el periodo de 1930 y 1940. En la década de 1950, participó de la promoción de los Primeros Juegos Deportivos Panamericanos realizados en la ciudad de Buenos Aires. Recorrió 15 países de América entre el 26 de setiembre y el 4 de noviembre de 1950 para promocionar los juegos efectuados en 1951. El 13 de setiembre de 1954, Juan Domingo Perón hizo entrega pública a Firpo y a Dempsey, en un colmado Luna Park, de dos medallas de oro recordando el histórico *match* (Lupo & Del Prado, 2009, p. 29).

10 Jack Dempsey apareció en la carátula en 5 ocasiones en el período 1922-1924 y llegó a estar en 10 tapas durante la década de 1920.

11 Erminio Spalla salió en la portada en 6 ocasiones en el período 1922-1924 y llegó a presentarse en 8 tapas durante el decenio de 1920.

Las portadas continuaron combinando escenas deportivas previamente elaboradas a partir de fotomontajes y fotografías testimoniales más «reales», producto de la competencia deportiva. Entre los espacios que prevalecieron en los panoramas deportivos, se identifican aquellos vinculados con el box (*ringside*), el fútbol (cancha de fútbol), el atletismo (pistas de carreras, entre otros) y la natación (piletas, mar, entre otros). Lo mismo sucedió con la cultura material: se resaltaron algunos significantes de cada deporte como los guantes de boxeo, la pelota de fútbol, el calzado especial para atletismo o las mallas para natación. Los cuerpos y sus alcances kinésicos, técnicos y gestuales mostrados continuaron fusionando y definiendo distintos sentidos y significados: potencia física, firmeza, fibra, dureza y resistencia (figura 10), antagonismo kinésico, energía corporal, actividad física intensa, rivalidad y disputa deportiva (figura 11), o prestigio social, buen gusto, elegancia, donaire y gallardía (figura 12). A pesar de que hubo escenas deportivas identificadas en plena competencia, la mayoría de las carátulas fueron construidas a partir de universos kinésicos predefinidos, los cuales delineaban y proyectaban usos corporales masculinos legítimos durante una práctica deportiva.

Figura 10

«Ha llegado a Buenos Aires este buen púgil, de excelente físico. Ex entrenador de Georges Carpeniter. Se llama Jack Walker; tiene 21 años de edad, 71 172 kilos de peso. Es mulato. Hijo de italiana y estadounidense; nació en Pittsburgh, EE.UU. Walker lanza un desafío por intermedio de esta revista a los siguientes profesionales sudamericanos: Ostuni, Casariego, Galtieri, Borneto, Sotelo, Maresca, Arregui, Viotti y Relly».



Fuente: *El Gráfico*, 1923.

Figura 11

«Campeonato de la Asociación Argentina. Escena del partido por la final del campeonato 1923, entre Boca Juniors y Huracán. En un pequeño entrevero, Calomino triunfa sobre Nóbile (caído) y Federico, posesionándose de la pelota».



Fuente: *El Gráfico*, 1924.

Figura 12

«Luis Lacey. Capitán del *team* argentino de polo que acaba de realizar una gira triunfal por Inglaterra y Estados Unidos. Es considerado el más grande *back* del mundo».



Fuente: *El Gráfico*, 1922.

Al igual que en el período anterior, la mayoría de los varones visibilizados y, de alguna manera, fabricados fueron en su mayoría personas jóvenes, blancos¹², simétricos, energéticos, limpios, con cierta fama social, de cierta nacionalidad (mayoría argentinos) y con un físico que puso en circulación, transmitió y celebró ciertos valores morales como el orden, la buena conducta, la consagración y la templanza. Sin embargo, en esta época, las tapas comenzaron un arduo trabajo estético y comercial: construyeron varios ídolos, entre ellos, Firpo quien condensó y, al mismo tiempo, proyectó deseables cualidades viriles para aquella etapa, articuladas con dimensiones vinculadas con su modesto y humilde origen social. Haber sido un niño pobre y trabajador desde pequeño fue un dato reivindicado y celebrado por la prensa en general, en un contexto social en el que nuevos sectores sociales

12 Aunque muy pocas tapas exhibieron cuerpos mulatos o de piel morena, y estos pocos deportistas estuvieron vinculados fundamentalmente con el boxeo, *El Gráfico* no estuvo exento, como otros medios de prensa de la época, de valoraciones, apreciaciones o enunciados que asociaron el color de piel mulato o negro del deportista con la inferioridad, la animalidad, o incluso la mala suerte: «Por regla general trae malos resultados que un negro obtenga una victoria en cualquier terreno sobre un hombre blanco. Este triunfo suele subirsele a la cabeza y, entonces, llega a hacerse insoportable». (*El Gráfico*, 1924, p.8).

se incorporaron a la dinámica social de consumo general y, muy especialmente, deportiva. Este nuevo mercado deportivo comenzó a producir ídolos populares altamente rentables y, al mismo tiempo, apetecibles y fácilmente identificables para estos nuevos sectores sociales en ascenso.¹³ Por otra parte, la celebración del triunfo, los récords y logros deportivos continuaron siendo una preocupación en las tapas de la revista. Por último, hubo algunas pocas portadas que mostraron otro tipo de estética y disposición masculina a la caracterizada por los patrones dominantes (figura 13). Estas pocas carátulas esbozaron cuerpos masculinos en donde el coraje, la fuerza, la disputa motriz o la intensa tensión agonística permitieron el surgimiento de nuevos tonos viriles y morales donde se reivindicó la inteligencia, la sencillez, la prudencia, la reflexión y el estudio meticulado de la actividad deportiva.

Figura 13

«Ricardo Reti. El notable profesional de ajedrez que viene realizando entre nosotros con gran éxito difíciles exhibiciones de partidas simultáneas»



Fuente: *El Gráfico*, 1924.

4. La consolidación de ciertos deportes «masculinos» y la fabricación de ídolos deportivos nacionales

A partir de 1925, *El Gráfico*, ya convertido en una reconocida revista especializada en deportes y en cultura física, presentó algunas modificaciones y,

13 En la Argentina, el crecimiento del salario real, entre 1922 y 1929, fue del 19 %.

al mismo tiempo, ciertas continuidades con relación a las tapas de varones de períodos anteriores. Entre las permanencias siguió exhibiendo una diversidad de representaciones deportivas y de deportes, aunque se sumaron algunas otras prácticas deportivas como, por ejemplo, el golf, la lucha libre, las pesas, el florete y el hockey con patín. De igual manera, persistió la heterogeneidad de protagonistas, espacios deportivos, materiales y universos kinésicos específicos similares al primer período, pero se añadieron algunos materiales y espacios producto de algunos deportes que se agregaron. Los porcentajes de primeras planas masculinas siguieron siendo absolutamente predominantes. Salvo en 1925 donde hubo poco más del 60% de tapas masculinas, desde 1926 y hasta el final de la década de 1920 los porcentajes se situaron en el orden aproximado de un 90% sobre el total de primeras planas. En el decenio de 1930, las proporciones de portadas masculinas constituyeron aproximadamente un 86% sobre el total de carátulas. Al igual que en el período anterior, la presencia de tapas de deportistas argentinos fue mayor frente a los modelos corporales masculinos extranjeros.

Al mismo tiempo, hubo varios cambios significativos. Uno de ellos estuvo vinculado con la revista como artefacto cultural. A partir de 1925, hubo modificaciones importantes en el diseño de la revista: se achicó el formato (a 30 x 22 centímetros), aumentó el número de páginas (de 40 a 52) y, por primera vez, apareció el color. Esto último convirtió al producto en uno más atractivo, por lo que el éxito comercial de la revista se consolidó. En 1928 se imprimieron alrededor de 58.000 ejemplares: «(...) llegando a los 100.000 ejemplares en la década de 1930» (Archetti, 1995, p. 419).

Sin embargo, la discontinuidad más significativa de este período estuvo relacionada con la emergencia o la constitución de un nuevo arquetipo masculino, en especial a partir de un deporte: el fútbol. Esta práctica corporal reglada, presente en las etapas anteriores, por primera vez, fue la que mayor tapas ofreció. Varias fueron las figuras deportivas proyectadas y todas ellas estaban asociadas a un equipo de fútbol y/o a la selección argentina. La mayoría de los futbolistas exhibidos fueron jugadores de clubes porteños o de zonas aledañas como, por ejemplo, Boca Juniors, River Plate, San Lorenzo, Racing, Independiente, Platense, Vélez Sarsfield, Ferro Carril Oeste, Huracán, Chacarita Juniors, Argentinos Juniors, Talleres de Remedios de Escalada, Sportivo Barracas, Sportivo de Almagro, Argentino de Quilmes, Atlanta, Estudiantes de La Plata, Gimnasia Esgrima La Plata, entre otros. En este lapso, sobresalieron las menciones a los clubes de fútbol por sobre otras instituciones deportivas.

Entre los jugadores destacados con más portadas, aparecieron Guillermo Stábile, primer goleador de la historia de la Copa Mundial de Fútbol en

1930; o Cesáreo Onzari, considerado el primer jugador en conseguir el llamado «gol olímpico» del club Huracán; Bernabé Ferreyra o Roberto Peucelle, de River Plate; Natalio Perinetti, de Racing Club; Raimundo Orsi, de Independiente; Luis Felipe Monti, de San Lorenzo; Alejandro Scopelli, de Estudiantes de La Plata; Franciso Varallo, de Gimnasia; Esgrima La Plata, luego en Boca Juniors; **Ángel Luis Bossio**, de Talleres de Remedios de Escalada; Ludovico Bidoglio o Roberto Cherro, de Boca Juniors. Este último fue uno de los más citados.

Existieron muchas variantes de situaciones deportivas futbolísticas generadas en las tapas de la revista *El Gráfico*: desde la «típica» pose del futbolista pateando, cabeceando o deteniendo una pelota, pasando por el retrato del rostro, el medio cuerpo o el cuerpo entero, los clásicos fotomontajes de un jugador de fútbol realizando algún gesto técnico complejo (figura 14) o desafiando a otro jugador de fútbol, las habituales escenas de los protagonistas parados, sentados o en cuclillas hasta los típicos «testimonios» fotográficos de un partido o imágenes acriolladas, aporteñadas y argentinizadas de los grandes ídolos del fútbol local (figura 15). La mayoría de las secuencias deportivas fueron retratos que acentuaron el rostro o el cuerpo entero del jugador. Además, la identificación del jugador y el club fue el tono dominante. Las imágenes fotográficas y los fotomontajes de las portadas combinaron diferentes espacios: ciertas zonas de la canchas de fútbol (cerca del arco, del córner, del mediocampo, entre otros), tribunas de estadio, planos de la vida cotidiana e, inclusive, imágenes sin un fondo definido. Asimismo, la pelota y la vestimenta (del club o de la selección argentina) formaron parte del ambiente previamente fabricado y fueron los grandes significantes de la esfera deportiva. En especial el fútbol, a partir de las páginas de *El Gráfico*, colaboró en la construcción y cohesión de la «comunidad imaginada» moderna argentina y, al mismo tiempo, fomentó un particular relato sobre las habilidades y potencialidades de «lo criollo» (un ideal corporal basado en la descendencia de españoles e italianos), sobre o contra el modelo anglosajón: «El imaginario del estilo de fútbol criollo opuesto al británico no es solo creación de la prensa argentina sino también de la inglesa local que, continuamente, opone el estilo británico asociado al sentido táctico, la disciplina, el método, la fuerza y el poder físico, a las virtudes criollas, basadas en la agilidad y en la virtuosidad de los movimientos» (Archetti, 2005, p. 4).

Figura 14

«El *centre-half* de Racing, Andrés Stagnaro, de 22 años. Acrecienta a cada nuevo partido su prestigio de futbolero por la eficacia y calidad de su juego».



Fuente: *El Gráfico*, 1930.

Figura 15

«Campeonato 1933. Varallo: ¡hay que embromarse! Al menor descuido cualquiera de estos tipos se planta la faina».



Fuente: *El Gráfico*, 1933.

Aunque Roberto Cherro¹⁴ y, en menor proporción, el resto de los jugadores mencionados fueron los principales protagonistas en las tapas de *El Gráfico* en este período; otros referentes deportivos tuvieron, en muchas ocasiones, su espacio central en las portadas como, por ejemplo, el famoso ciclista Cosme Saavedra, el nadador Alberto Zorilla (primer campeón olímpico de Sudamérica en los Juegos Olímpicos de Ámsterdam 1928), el boxeador Luis Rayo, los automovilistas Antonio Gaudino o Raúl Riganti, el motociclista Ernesto Blanco, entre muchos otros. No obstante, la figura más expuesta, en esta temporada, no fue un futbolista, sino un auténtico ídolo popular vinculado al boxeo: Justo Suárez.¹⁵ Este boxeador argentino de peso liviano se ganó el reconocimiento y la admiración de buena parte de la prensa, de la «patria» deportiva y de importantes sectores de la sociedad argentina. A pesar de morir muy joven de tuberculosis, fue considerado uno de los grandes íconos del deporte argentino, ya que fusionó, según la prensa, sencillez, humildad, valentía, coraje y practicidad, con un tono de glamur, belleza y ascenso social (figura 16). En ese sentido, su origen social extremadamente humilde (trabajó desde los 9 años como lustrador y canillita, y comenzó a pelear por dinero a los 10 años en festivales porteños), su extracción popular, su color de piel, su particular forma de boxear y su rápido éxito social provocaron una enorme admiración e identificación con los sectores populares, quienes se sintieron empáticamente conectados con su historia de vida: «Suárez fue, sin lugar a dudas, el primer boxeador que atrajo a multitudes y ayudó a consolidar la popularidad del boxeo profesional y aumentar su atractivo económico» (Archetti, 2005, pp. 24-25).

14 Roberto Cherro apareció en la tapa en 10 ocasiones en el período 1928-1936.

15 Justo Suárez salió en la portada en 12 ocasiones en el período 1929-1931.

Figura 16
«Justo Suárez y su flamante esposa»



Fuente: *El Gráfico*, 1930.

En este período comenzaron a aparecer tapas de deportistas acompañados de sus esposas. La idea de complementariedad potenció y naturalizó el lugar de las mujeres en ciertos espacios y prácticas. Este tipo de portadas se reiteró en décadas posteriores en futbolistas y otros deportistas. Sin duda, este tipo de formato produjo, transmitió y puso en circulación variados sentidos generizados y sexualizados, entre ellos la diseminación y reafirmación de un sentido ideal de familia, sinónimo de alegría y sosiego (ambos sonríen) y de amor o afecto corporal (las manos de la mujer apoyadas en los hombros del varón), la mujer como figura sostén del ídolo deportivo masculino y la difusión de una determinada economía de deseo: la heterosexual como la única alternativa de deseo posible en un ídolo popular moderno.

No fue extraño que haya sido nuevamente un boxeador la figura más repetida en las carátulas de *El Gráfico*. Recordemos que, luego del fútbol, el box fue el deporte con más primeras planas en este período y, entre el lapso de 1920 y 1930, fue el deporte que más medallas olímpicas consiguió para la Argentina (Scharagrodsky, 2018a). Entre 1925 y 1939, entre el fútbol y el box concentraron casi el 60% del total de tapas del período. También, hubo una importante cantidad de escenas deportivas vinculadas con el automovilismo, el atletismo, el ciclismo y la natación. Asimismo, entre los

deportes menos mencionados, se detectan la esgrima, el ajedrez, el golf, el waterpolo, la lucha libre, las pesas, el florete, el hockey con patín, la pelota vasca, el criquet o el billar.

Las portadas continuaron combinando acontecimientos deportivos previamente formulados a partir de fotomontajes, dibujos y fotografías testimoniales, como resultado de la competencia deportiva. Entre los espacios que prevalecieron en las situaciones deportivas, estuvieron aquellos emparentados con el fútbol (cancha de fútbol), el box (*ringside*), el automovilismo (paisajes de carreteras, entre otros), el atletismo (pistas de carreras, entre otros), el ciclismo (pistas) y la natación (piletas, mar, entre otros). Lo mismo sucedió con la cultura material: se recalcaron algunos significantes propios de cada deporte como la pelota de fútbol, los guantes de boxeo y, en mucho menor medida, las máquinas: automóviles, bicicletas, barcos, aviones, motocicletas, entre otras. Los cuerpos y sus universos kinésicos, técnicos y gestuales exhibidos continuaron fusionando y definiendo distintos sentidos y significados: valentía habilidad, destreza, ingenio, caballerosidad, inteligencia táctica, «picardía» criolla, despliegue físico e intensidad (figura 17); resistencia, firmeza, carácter, dinamismo y rudeza (figura 18); o ascendencia social, buen gusto, nobleza, prestancia, apostura e hidalguía (figura 19).

Por otra parte, si bien hubo escenas deportivas exhibidas en plena competencia, la mayoría de las tapas proyectaron modelos corporales masculinos que condensaron esferas motrices, morales y estéticas específicas. Aunque no fueron mayoría, las portadas con deportes asociados imaginaria y arbitrariamente a los sectores más acomodados de la sociedad argentina, especialmente porteña (golf, tenis, hipismo, entre otros), pusieron en circulación y naturalizaron cierta disposición o *hexis* corporal vinculada con la distinción social y con cierta estética jerárquicamente superior a la manifestada por el resto de los y las deportistas. Esto último reforzó, desde la revista, prácticas deportivas y consumos supuestamente «distinguidos» o de acceso para unos pocos grupos sociales pero, al mismo tiempo, difundió y defendió las prácticas deportivas populares en el marco de un mercado en plena expansión y crecimiento.

Figura 17

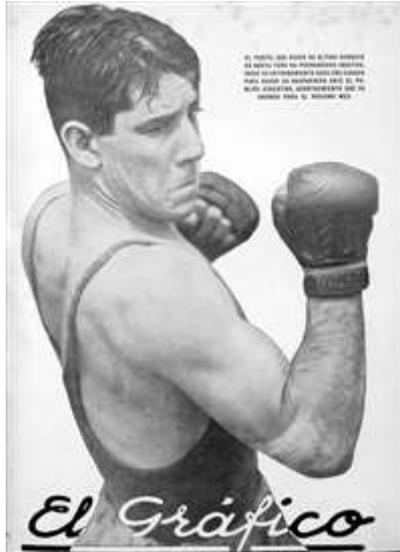
«Gimnasia y Esgrima - Estudiantes de La Plata. En el gran partido a que dio lugar la disputa del clásico platense, abundaron las escenas vigorosas como esta, en la que Minella intenta despojar de la pelota a Scopelli».



Fuente: *El Gráfico*, 1931.

Figura 18

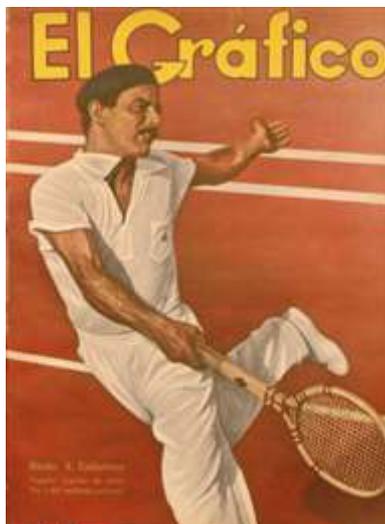
«El torito (Justo Suárez), que desde su último combate en Nueva York ha permanecido inactivo, inició su entrenamiento hace una semana para hacer su reaparición ante el público argentino, acontecimiento que se anuncia para el próximo mes».



Fuente: *El Gráfico*, 1930.

Figura 19

«Héctor A. Cattaruzza. Popular jugador de tenis, N° 1 del ranking nacional»



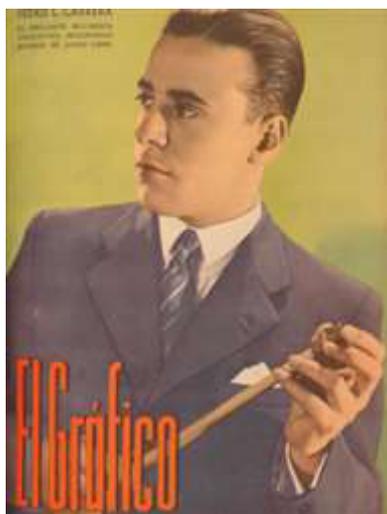
Fuente: *El Gráfico*, 1939.

Al igual que en la fase anterior, la mayoría de los varones presentados fueron jóvenes, atléticos, conocidos y exitosos, bellos para el canon dominante, higiénicos, de cierta nacionalidad (mayoría argentinos) y con un físico que puso en circulación y, al mismo tiempo, fortaleció ciertos valores morales como la contracción al trabajo, la meticulosidad en el cuidado físico, la pericia lúdica, el mérito individual, la importancia del éxito popular y la formación del carácter viril. En esa época las tapas profundizaron la construcción de varios ídolos nacionales masculinos rentables y estéticamente deseables; en consecuencia, naturalizaron la hetero-deportividad. Entre ellos se destacaron el futbolista Roberto Cherro y el boxeador Justo Suárez. Ambos conjugaron ciertas disposiciones corporales y estéticas muy aceptadas en esas décadas por el ya masivo público deportivo.

La celebración del triunfo, los récords y logros deportivos persistieron siendo una preocupación en las carátulas de la revista. Por último, hubo algunas pocas portadas que mostraron otro tipo de estética y disposición masculina a la caracterizada por los patrones dominantes (figura 20), aunque sin erosionar fuertemente el modelo corporal masculino preponderante. Estas pocas primeras planas esbozaron cuerpos masculinos asociados al buen juicio, la quietud corporal, cierta tranquilidad y una estética cuasi insípida.

Figura 20

«Pedro L. Carrera. El brillante billarista argentino, *recordman* mundial de juego libre»



Fuente: *El Gráfico*, 1939.

En decenios subsiguientes los porcentajes de tapas masculinas siguieron aumentando. En los años 1940, hubo un 95% aproximadamente de por-

tadas masculinas; en la década de 1950, un 98% aproximadamente; y en el lapso de 1960, un 99%. En la época de 1970, el 100% de las carátulas fueron masculinas. En estas cuatro décadas, aunque las escenas deportivas se elaboraron a partir de varios deportes y protagonistas, el fútbol se consolidó como el proyecto corporal deportivo popular y nacional moderno en las tapas de *El Gráfico*, y buena parte de la sociedad argentina parece haberlo aceptado de muy buena manera.¹⁶

5. Consideraciones finales

El Gráfico fue una de las revistas deportivas más leídas y consumidas en la Argentina. En las décadas analizadas, identificamos tres períodos. El primero, entre 1919 y 1921, estuvo vinculado con una variedad y dispersión de acontecimientos deportivos masculinos que unieron y, al mismo tiempo, forjaron espacios, materiales, universos kinésicos, gestos técnico-deportivos y protagonistas. En este contexto, las tapas exaltaron un patrón corporal masculino dominante: varones jóvenes, blancos, delgados, estilizados, aseados, con cierto reconocimiento social, con una apariencia «saludable», eficaces, eficientes, argentinos aunque con un predominio de extranjeros y con un porte corporal que transmitió ciertos valores morales como el esfuerzo, el carácter, el valor, la dedicación, el riesgo, el esmero y la disciplina.

El segundo lapso, entre 1922 y 1924, agrupó la coexistencia de una diversidad de situaciones deportivas, junto con la producción del primer arquetipo varonil deportista argentino a partir de un caso transnacional. En este escenario, y ya con un altísimo porcentaje de carátulas deportivas masculinas, el boxeador Luis Firpo se convirtió en una excusa perfecta para difundir el paradigma de varón deportista argentino ejemplar a partir de la valentía, la fuerza, el ímpetu, la hidalguía, el arrojo, la juventud, la fama, la apariencia «saludable», la humildad, la pertenencia nacional y la emoción derivada de la ficcionalizada «herencia» latina.

El tercer momento, entre 1925 y 1939, estuvo relacionado con la consolidación de algunos deportes ligados imaginaria — y arbitrariamente — al deliberadamente fabricado universo masculino. Entre ellos predominaron el fútbol, el boxeo y, en menor grado, el automovilismo, ciertas actividades atléticas, el billar, el rugby o la aviación. La preocupación por mostrar logros argentinos continuó, así como la búsqueda de algunos prototipos viriles exitosos, rentables y sexualmente deseables como el de varios futbolistas y

16 La persona con más tapas en toda la historia de la revista fue un jugador de fútbol: Diego Armando Maradona. Fueron aproximadamente 160 portadas (a solas o compartidas con otros protagonistas) en casi 30 años a partir de finales de los años 1970.

boxeadores. Entre ellos se enfatizaron ídolos populares como Roberto Cherro y Justo Suárez, y los planos deportivos se enfocaron recurrentemente en esos dos deportes. Las instituciones deportivas mayormente mencionadas estuvieron vinculadas con el fútbol de la capital argentina y zonas cercanas. En ese sentido, los cuerpos y sus campos kinésicos, técnicos y gestuales exhibidos permanecieron fusionando y definiendo distintos sentidos y significados.

Más allá de que en todos las etapas se difundió un patrón masculino dominante, hubo distintos modelos masculinos que coexistieron, se complementaron y se transmitieron a partir de las tapas: algunos priorizaron la potencia, la firmeza, la fibra y la resistencia; otros, la habilidad, la destreza, la picardía «criolla» y la actividad física intensa; y otros, la distinción social, la prestancia, el estatus y el buen gusto. Sin ser preponderantes, en todos los períodos analizados, junto con un consumo deportivo cada vez más conectado con los sectores medios y populares, las portadas de la revista *El Gráfico* no dejaron de transmitir y diseminar ciertas prácticas deportivas de los segmentos bien acomodados, asociados con la distinción social y con cierta estética cuyos tonos delataron cierta superioridad moral, económica, cultural y social.

Cabe mencionar que, en estos períodos, el patrón hegemónico tuvo pequeñas y minúsculas fisuras e intersticios que lo perturbaron o diluyeron, ya que la propia revista expuso cuerpos, gestos o escenas deportivas que supuestamente erosionaron algunas de las características, sentidos o prescripciones señaladas y aceptadas por las tapas, y los referentes del universo deportivo. Con independencia de estas microfisuras, las portadas de la revista crearon un horizonte de sentidos y una experiencia visual saturada de exclusiones: varones obesos, enclenques, enfermos, ancianos, «sucios» (algo absolutamente común en una práctica deportiva), completamente desnudos, de origen oriental, enanos, exageradamente altos, super transpirados, asimétricos, con una economía de deseo «dudosa», estéticamente descuidados, físicamente «anormales», entre otros, los cuales nunca tuvieron un lugar de figuración en las tapas de la revista deportiva más importante y longeva de la Argentina.

Referencias

- Alabarces, P. (2002). *Fútbol y Patria. El fútbol y las narrativas de la nación en la Argentina*. Buenos Aires: Prometeo.
- Andújar, C. S. (2013). Orígenes de la prensa diaria deportiva: El Mundo Deportivo. *Materiales para la historia del deporte*, 11, 7-27.
- Archetti, E. (1995). Estilo y virtudes masculinas en El Gráfico: la creación del imaginario del fútbol argentino. *Desarrollo Económico*, 35(139), 419-442.
- Archetti, E. (2001). *El potrero, la pista y el ring. Las patrias del deporte argentino*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Archetti, E. (2005). El deporte en Argentina (1914-1983). *Trabajo y Sociedad*, 7(VI), 1-30. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2792152>
- Armus, D. (2007). *La ciudad impura. Salud, tuberculosis y cultura en Buenos Aires, 1870-1950*. Buenos Aires: Edhasa.
- Barrancos, D., Guy, D., & Valobra, A. (Coord.). (2014). *Moralidades y comportamiento sexuales. Argentina (1880-2011)*. Buenos Aires: Biblos.
- Bauso, M. (2003). Luis Ángel Firpo. El toro salvaje de las finanzas. *Todo es Historia*, 434, 7-25.
- Bergel, M., & Palomino, P. (2000). La revista *El Gráfico* en sus inicios: una pedagogía deportiva para la ciudad moderna. *Prismas: revista de historia intelectual*, 4, 103-122.
- Biernat, C., & Ramacciotti, K. (2014). *Historia de la salud y la enfermedad*. Buenos Aires: Biblos.
- Bontempo, M. P. (2012). *Editorial Atlántida. Un continente de publicaciones, 1918-1936* (tesis de doctorado). Universidad de San Andrés, Buenos Aires, Argentina. Recuperada de <http://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/8791/1/5bP%5d%5bW%5d%20D.%20His.%20Paula%20Bontempo.pdf>
- Burke, P. (2001). *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona: Crítica.
- Butler, J. (2002). *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del «sexo»*. Barcelona: Paidós.
- Dyreson, M. (2011). Imperial 'Deep Play': Reading Sport and Visions of the Five Empires of the 'New World', 1919–1941. *The International Journal of the History of Sport*, 28(17), 2421-2447.
- Frydenberg, J. (2011). *Historia social del fútbol: del amateurismo a la profesionalización*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Gorelik, A. (1998). *La grilla y el parque. Espacio público y cultura urbana en Buenos Aires, 1887-1936*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- Guiamet, J. (2016). El trompeador Firpo. El boxeo dentro del imaginario del socialismo argentino de los años veinte. *Anuario de la Escuela de Historia Virtual*, 7(9), 61-80.
- Hora, R. (2014). *Historia del turf argentino*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- López, A. (2017). Cuerpos de papel: cómo narraron el deporte las revistas especializadas en la Argentina del siglo XX. En O. Ron, G. Cachorro & E. Ferretty (Coord.). *Cuerpo, Arte y Comunicación* (pp. 61-68). Buenos Aires: Biblos.
- Lupo, V., & Del Prado, H. (2009). *100 Ídolos Porteños. 1910-2010. Deportistas de la Ciudad de Buenos Aires. Del Centenario al Bicentenario*. Buenos Aires: Editorial Corregidor.

- Matallana, A. (2006). Una voz en todos lados. La radio en la Argentina. *Todo es Historia*, 464, 6-26.
- Miranda, M. (2012). La Argentina en el escenario eugénico internacional. En M. Miranda & G. Vallejo (Dir.). *Una historia de la eugenesia. Argentina y las redes biopolíticas internacionales 1912-1945* (pp. 19-64). Buenos Aires: Biblos.
- Mosse, G. (2000). *La imagen del hombre. La creación de la masculinidad moderna*. Madrid: Talasa.
- Nari, M. (2004). *Políticas de maternidad y maternalismo político 1890-1940*. Buenos Aires: Biblos.
- Palla, J. (2018). Bitácora de Willie Farrell. Pugilismo, escenarios y negocios a ambos lados del Atlántico (1920-1960). *Claves. Revista de Historia*, 4(7), 57-86.
- Raney, A., & Bryant, J. (2006). *Handbook of Sports and Media*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Reggiani, A. (2016). Notas sobre el surgimiento de la medicina deportiva en Argentina (1930-1940). *Historia Crítica*, 61, 65-84.
- Reggiani, A. (2019). *Historia mínima de la eugenesia en América Latina*. Ciudad de México: El Colegio de México.
- Rocchi, F. (2000). El péndulo de la riqueza: la economía argentina en el período 1880-1916. En M. Lobato (Dir.). *Nueva Historia Argentina* (pp. 15-69). Tomo 5. Buenos Aires: Sudamericana.
- Rocchi, F. (2016). A la vanguardia de la modernización: la incipiente formación de un campo publicitario en la Argentina durante la década de 1920. *E.I.A.L.*, 27(2), 47-76.
- Roldán, D. (2012). *La invención de las masas. Ciudad, corporalidades y culturas. Rosario, 1910-1945*. La Plata: Editorial de la Universidad Nacional de la Plata.
- Roldán, D., & Godoy, S. (2017). Antes del espacio público: una historia de los espacios verdes y libres de la ciudad de Rosario (1900-1940). *Cadernos de História, Dossiê História e Cidades*, 18(28), 150-177.
- Scharagrodsky, P. (2015). Los arquitectos corporales en la Educación Física y los Deportes. Entre fichas, saberes y oficios (Argentina primera mitad del siglo XX). *Trabajos y Comunicaciones*, 42, 1-18.
- Scharagrodsky, P. (2018a). El padre de la medicina deportiva argentina o acerca de cómo fabricar campeones, décadas del '20 y '30, siglo XX. *Recorde: Revista de História do Esporte*, 11(2), 1-29.
- Scharagrodsky, P. (2018b). La constitución de la medicina deportiva argentina o acerca de cómo construir una de las primeras *recordwoman*, Argentina, décadas del 20 y 30. *Aljaba*, 22(2), 99-120.
- Scharagrodsky, P. (2020). Las peleas económico-comerciales más allá del box. Prensa, avisos publicitarios y radio en Argentina en los años '20. *Pensar la Publicidad*, 14(1), 89-103.
- Scharagrodsky, P. (2021). La prensa y la «pelea del siglo»: Luis Ángel Firpo vs. Jack Dempsey. Argentinidad, latinidad y virilidad en los años '20. En P. Scharagrodsky (Comp.). *Hombres en Movimiento. Deporte, cultura física y masculinidades* (pp. 159-198). Buenos Aires: Prometeo.
- Sontag, S. (2006). *Sobre la fotografía*. México: Alfaguara.

- Steimberg, O. (2013). *Semióticas. La semiótica de los géneros, de los estilos, de la transposición*. Buenos Aires: Eterna Cadencia.
- Tate, S. (2020). *A History of the British Sporting Journalist, C. 1850-1939: James Catton, Sports Reporter*. Cambridge: Cambridge Scholars Publisher.
- Torres, C. (2013). «Corrió por el prestigio de su país»: El maratón olímpico y el nacionalismo deportivo en Argentina y en Chile (1924-1936). *The Latin Americanist*, 57(3), 3-28.
- Traversa, O. (2005). Las tapas de los periódicos como dispositivo: Una discusión crítica. *Encrucijadas*, 33, s.p.
- Traversa, O. (2009). Por qué y cómo estudiar las tapas de las revistas: el papel de la noción de dispositivo. *Figuraciones*, 5, s.p.
- Ulanovsky, C., Merkin M., Panno, J., & Tijman, G. (1995). *Días de Radio: Historia de la radio argentina*. Buenos Aires: Espasa Calpe.
- Ullivarri, M. (2020). Boxeo, espectáculo y deporte. Hacia la construcción de una institucionalidad pugilística en la Buenos Aires de los años veinte. *Anuario del Instituto de Historia Argentina*, 20(1), e113.

Fuentes

El Gráfico, Buenos Aires.

Crítica, Buenos Aires.