

**Fotografía de prensa y proyecto regional.
La fotografía en la construcción de una identidad regional en
el interior argentino (Bahía Blanca, 1900-1930)**

María de las Nieve Agesta

Universidad del Sur/CONICET

Desde sus orígenes en el siglo XIX, la fotografía constituyó un dispositivo visual privilegiado de construcción de lo real sustentado por la confianza en la objetividad que parecía garantizarle la mediación mecánica de la cámara. De este modo, el valor de evidencia que adquiría la imagen ante los ojos de sus contemporáneos resultaba incuestionable y la convertía en un artefacto prodigioso de documentación y de exhibición. Como ha señalado Susan Sontag¹, entre muchos otros, su aparente transparencia ocultaba, sin embargo, los procedimientos de una lógica constructiva fundada tanto sobre la subjetividad del fotógrafo como sobre las condiciones históricas de su producción, circulación y consumo. Así, la transformación de estas últimas a partir de la inclusión de fotografías en la prensa, significó la articulación de las imágenes con nuevos contextos vinculados al mercado masivo donde su eficacia era puesta al servicio de la información y la seducción. En este marco, las reproducciones fotográficas establecieron una relación de complementariedad con el lenguaje verbal, que condicionó y, en muchos casos, direccionó el acto interpretativo² en función de las

¹ Susan Sontag, *Sobre la fotografía* (Buenos Aires: Sudamericana, 1980).

² Gabriel Bauret, *De la fotografía* (Buenos Aires: La Marca Editora, 2010)

intencionalidades y de las representaciones de editores, periodistas y fotógrafos. En este sentido, las imágenes mecánicas se presentaron en ocasiones como “instrumentos de poder”³ en tanto generaban, mediante la activación del trinomio *ver/conocer/dominar*, un efecto de posesión simbólica de lo representado. Ciertamente, el nuevo artefacto visual tuvo un rol fundamental en la definición de los confines territoriales de la Nación Argentina durante los siglos XIX y XX.⁴ En regiones alejadas de los principales centros urbanos, como Bahía Blanca, donde la delimitación regional era todavía imprecisa, la imagen fotográfica resultó de suma importancia en la legitimación de las pretensiones de hegemonía de la ciudad sobre las zonas aledañas.

Conocida como la *California del Sur*,⁵ Bahía Blanca fue concebida por propios y extraños desde fines del 1800 como un futuro emporio comercial basado en el desarrollo de la economía agroexportadora y la extensión de las vías de comunicación que lo situaban como nodo de una amplia zona de influencia. Su exponencial crecimiento demográfico, urbanístico, cultural y material a partir de la creación del puerto y de la llegada del ferrocarril durante la década de 1880, convirtió al poblado fortinero en una ciudad de carácter moderno, legitimando así sus pretensiones de hegemonía regional sobre el sudoeste de la provincia de Buenos Aires y la Norpatagonia. De este modo, los recursos más diversos e innovadores confluyeron en la construcción y difusión de una imagen progresista de la localidad que, valiéndose de las redes existentes y en consolidación, afirmara su posición como centro del sur argentino.

La multiplicidad y la diversidad de los medios periodísticos, estaba convirtiendo a Bahía Blanca en un punto de irradiación cultural que, gracias a la prolongación de las vías ferroviarias, se extendía hacia

³ Sontag, *Sobre la fotografía*, 18.

⁴ Véase, por ejemplo, Mariana Giordano, “Nación e identidad en los imaginarios visuales de la Argentina. Siglos XIX y XX”, *Arbor. Ciencia, Pensamiento y Cultura* (Madrid: 185 (740), noviembre-diciembre 2009), 1283-1298, disponible en <http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/395/396> y Paula I. Laguarda, “Vender las pampas. El imaginario de la modernización y la fotografía propagandística en el Territorio Nacional de La Pampa”, *Quinto Sol*, (Santa Rosa: 14, 2010), 47-72, disponible en <http://sociohistoricos.files.wordpress.com/2011/01/14-laguarda.pdf>

⁵ Esta y otras representaciones de la ciudad construidas y difundidas en el siglo XIX han sido analizadas por Diana I. Ribas en *Del Fuerte a la ciudad moderna. Imagen y autoimagen de Bahía Blanca* (Bahía Blanca: UNS-Departamento de Humanidades, 2008).[tesis doctoral inédita]

las distintas localidades de los territorios bonaerenses, pampeanos, rionegrinos y neuquinos. En vísperas del Centenario de 1910, la aparición de un nuevo formato, la revista ilustrada, permitió articular el discurso verbal y el visual en la construcción del mensaje periodístico a partir de la incorporación de diversos dispositivos y técnicas de (re)producción de las imágenes. La inclusión de la fotografía en la prensa implicó sin dudas una proliferación inédita de lo visual que, como nunca antes, parecía afirmar la posibilidad humana de capturar el mundo en una porción de papel. Marca de modernidad e instrumento de seducción, la técnica fotográfica fue rápidamente incorporada a la heterogeneidad visual que componía este nuevo formato periodístico. Junto a ilustraciones y caricaturas, la fotografía emergió con fuerza convirtiéndose en el elemento distintivo de revistas editadas en Bahía Blanca como *Letras y Figuras* de dirección anónima (1908), *Proyecciones* (1909-1910) y *Ecos* (1910-1911), fundadas por Fernando García Monteavaro; *Instantáneas*, de Ricardo Redondo (1911-1912); *La Semana*, de Andrés Moreno Neuroni (1915); y *Arte y Trabajo*, dirigida por Miguel Jannelli (1915-1926).⁶

La atracción que ejerció la fotografía sobre los bahienses, al interior y fuera del circuito lector, se debió a su accesibilidad económica tanto como a la facilidad de los procedimientos que permitían incursionar no solo en el consumo sino también en la producción visual. Si bien esta circunstancia no fue diferente de lo sucedido en otras ciudades del país y el extranjero,⁷ la relativa escasez de imágenes en una localidad como Bahía Blanca y la mentalidad progresista dominante de la élite en consolidación contribuyeron al éxito y la expansión de esta práctica que ofrecía la oportunidad de conjugar la experimentación científica con las apetencias artísticas y los intereses socio-políticos. De este modo, se fueron creando las condiciones de posibilidad para la profesionalización de la actividad y, paralelamente, para el desarrollo de grupos y asociaciones de aficionados. Fueron ellos los que alimentaron

⁶ A pesar de que *Arte y Trabajo* se editó hasta 1946, tomamos aquí únicamente la primera etapa de la publicación que se extendió hasta 1926.

⁷ Véase, por ejemplo, sobre Europa, Pierre Sorlin, *El "siglo" de la imagen analógica. Los hijos de Nadar* (México: La Marca editora, 2004) y sobre la Argentina, Amado Casavalle y Miguel Ángel Cuarterolo, *Imágenes del Río de la Plata. Crónica de la fotografía rioplatense 1840-1940* (Buenos Aires: Editorial del Fotógrafo, 1985) o Juan Gómez, *La fotografía en la Argentina. Su historia y evolución en el siglo XIX 1840-1899* (Buenos Aires: Abadía Editora, 1986).

el mercado de insumos químicos y mecánicos que se estaba conformando en la ciudad, los que colaboraron asiduamente con las publicaciones enviando sus tomas y los que concurrieron a las clases dictadas por los primeros fotógrafos profesionales. La primera parte de este artículo se centrará, precisamente, sobre estos procesos y sobre los orígenes y las transformaciones de la fotografía en Bahía Blanca, prestando especial atención a los cambios en las formas de concebirla y de ejercitarla.

Los apartados siguientes se ocuparán de algunos de los géneros fotográficos preferidos por las revistas ilustradas mencionadas con el objetivo de abordarlos como medios de exhibición de la experiencia visual moderna, pero también de construcción de esta misma experiencia. La gran cantidad de imágenes contenidas en los documentos y su diversidad temática, nos condujeron a combinar el análisis cualitativo con los métodos de sistematización cuantitativa a fin de extraer conclusiones generales y comparar el perfil de las publicaciones en el transcurso del período considerado. A partir de ello, pudimos definir géneros y asuntos recurrentes, como el retrato de élite y los paisajes de la ciudad y la región, que concretaron algunas de las principales preocupaciones locales. En el primer caso, que no abordaremos aquí en profundidad, se trataba de un uso social del arte de Daguerre que permitió consolidar simbólicamente la posición de los sectores dominantes y legitimar la estructura sexual y de clases existente gracias a la mediación mecánica de la cámara que propiciaba la naturalización de las distinciones. Los paisajes urbanos o naturales operaron, por su parte, en dos sentidos: el pedagógico, en tanto favorecían el conocimiento del territorio y sus progresos, y el estratégico, como dispositivos de configuración del espacio regional y de afianzamiento de las pretensiones hegemónicas de Bahía Blanca sobre el sudoeste bonaerense y parte de la Patagonia.

Arte y ciencia, visualidad y poder, aparecieron ligados en las imágenes fotográficas publicadas por las revistas ilustradas. Ayudadas por las técnicas de reproducción fotomecánicas y respaldadas por su aparente neutralidad, éstas se convirtieron en medios privilegiados de intervención social y cultural así como en documentos de las transformaciones que la modernización estaba introduciendo en la experiencia cotidiana de los bahienses.

La fotografía en Bahía Blanca, entre la ciencia y el arte

La fotografía, a diferencia de otras formas visuales como las artes plásticas, tuvo en Bahía Blanca un desarrollo temprano. Ya a mediados del siglo XIX, durante la etapa fortinera, Carlos Funes Derieul detectó en los archivos del ex juzgado de paz bahiense la presencia de Miguel Pisornio, primer fotógrafo italiano arribado a la región. De la década de 1860 datan las imágenes fotográficas de la ciudad tomadas por Antonio Pronsato que son las más antiguas conservadas en los acervos locales.⁸ La fascinación que la nueva técnica suscitó entre la población se manifestó en la rápida proliferación de usos, dispositivos, locales comerciales y fotógrafos (profesionales o aficionados) que tuvo lugar en los decenios posteriores. Al promediar 1890 la llegada de máquinas estereoscópicas de origen francés posibilitó el acceso a imágenes tridimensionales de paisajes urbanos⁹ y a fines de esa misma década la fotomecánica permitió que las fotografías fueran incorporadas a la prensa con fines publicitarios. Como señala Diana I. Ribas, el aviso del Velódromo de los hermanos Verardo fue el primero en utilizar este recurso en 1899 en las páginas de *La Nueva Provincia*.¹⁰ De esta manera, afirma la autora, se jerarquizaba el objeto promocionado, se atraía la atención de los potenciales consumidores y, en virtud de las funciones de certificación y designación atribuidas a la fotografía,¹¹ se

⁸ “La fotografía y nuestro agradecimiento”, *La Nueva Provincia* (Bahía Blanca: 105 (36152), 11 de abril de 2003), 8.

⁹ Los orígenes de esta técnica se remontan hasta 1832, momento en que Sir Charles Wheatstone creó el primer estereoscopio de reflexión total basado en el principio de que si dos imágenes aleañas presentaban cierta diferencia de perspectiva, el ojo tendría la sensación de relieve. Primero mediante daguerrotipos y, más tarde, utilizando el nuevo invento de la fotografía, se multiplicaron los visores y las cámaras para solaz de la sociedad de fines del siglo XIX y principios del XX. Jorge Greco y Jorge Calvo, “De linternas y estereoscopios. El uso de las imágenes”, en *Historia de la fotografía. Memoria del 9º Congreso de Historia de la Fotografía* (Rosario: Sociedad Iberoamericana de Historia de la Fotografía, 2007), 155-160. En Bahía Blanca, estas “máquinas del tiempo” pueden hallarse en el Museo Histórico municipal y en el Histórico Café Museo (Av. Colón 602) donde se ha conformado un “Parque estereoscópico” para uso de la clientela.

¹⁰ Ribas, *Del Fuerte a la ciudad moderna*.

¹¹ Philippe Dubois indica que la relación que los signos indiciales—dentro de los cuales incluye a la fotografía—establecen con su objeto referencial está siempre regida por el principio de una conexión física del orden de la singularidad, la certificación y la designación. La primera de ella se refiere a la unicidad e individualidad de la huella fotográfica; la segunda a su poder de ratificación de la existencia del objeto del que procede; la tercera, a su potencial de demostración. Philippe Dubois, *El acto fotográfico y otros ensayos* (Buenos Aires: La Marca Editora, 2008).

ofrecía una evidencia de los medios de transporte introducidos por la modernidad.

La asociación con el consumo fue, sin dudas, una de las más frecuentes y duraderas que, habiéndose iniciado en la centuria anterior, se profundizó en el transcurso del siglo XX. Junto a los periódicos, las guías comerciales fueron las primeras en integrar este tipo de imágenes tanto con fines mercantiles así como con el objetivo de testimoniar los progresos urbanos. En efecto, la articulación de los elementos visuales y textuales y las secuencias de imágenes de edificios privados y públicos contribuyeron a construir la representación de una Bahía Blanca moderna y en crecimiento. Gracias a las guías comerciales de la época tenemos conocimiento asimismo de una de las primeras casas de fotografía que existió en la ciudad: *La Aurora* de los hermanos Voltz (1896).¹² [Imagen 1] Ubicada en Soler 123, próxima al centro cívico, *La Aurora* se presentaba como laboratorio, depósito de artículos fotográficos y espacio de aprendizaje para todos aquellos que estuvieren interesados. El ofrecimiento de lecciones gratuitas así como la venta de productos para fotógrafos, evidenciaba la existencia de aficionados a la nueva práctica ya en el año 1900. A su vez, el dibujo que ilustraba el aviso de Voltz daba cuenta de la conjunción de técnica y arte que la caracterizaba mediante la yuxtaposición visual de la cámara y la paleta con los pinceles. El sol y los laureles aludían, por su parte, al triunfo del progreso y de la razón cristalizados en el desarrollo material y cultural que se conjugaban en el arte fotográfico. Como sostiene Sandra Fernández, éste se presentaba así como el símbolo moderno por excelencia al encarnar la simbiosis entre la exploración estética y las transformaciones tecnológicas que volvían posible la reproducción incesante y la mostración rápida y verosímil de la realidad.¹³

¹² A partir de la observación de las fotografías que se encuentran conservadas en el Archivo Fotográfico de la Asociación Bernardino Rivadavia, Diana Ribas pudo establecer que entre 1881 y 1883 Justino Baricalla instaló un estudio fotográfico en la localidad y que entre 1889 y 1891 funcionó también un taller a cargo de Roberto Grieve. Ribas, *Del fuerte a la ciudad moderna*.

¹³ Sandra R. Fernández, *La revista El Círculo o el arte de papel. Una experiencia editorial en la Argentina del Centenario* (Murcia: Universidad de Murcia, 2010), 136.

Aunque presente durante todo el período, esta representación



[Imagen 1] *Guía comercial de Bahía Blanca* (Bahía Blanca: 1900), 4.

estuvo reservada en las revistas ilustradas a ciertos usos, estudios y temáticas fotográficos y adquirió mayor importancia sobre todo a partir de la década de 1920. La idea de la transparencia del medio propia de la concepción de la “fotografía como espejo de lo real”¹⁴ confabuló contra el carácter artístico que se le atribuía así como contra los principios de propiedad y autoría. Aunque ya profundizaremos sobre esta cuestión en las páginas siguientes, valga aquí a modo de ejemplo el caso de las postales analizado por Julio Moisés. Tal como indica este investigador, los escasos profesionales de principios del siglo debían, no solo adaptar sus cámaras y lentes a la creación de vistas que cautivaran al público, sino que también debían luchar por el reconocimiento de la autoría de sus tomas. A pesar de esto, únicamente en un pequeño porcentaje de ellas se consignó el nombre y apellido al dorso dado que en la mayoría de los casos los fotógrafos negociaban de este modo la cesión de negativos para que fueran impresos por los líderes del rubro.¹⁵ Igualmente, las imágenes reproducidas en los magazines entre 1900 y 1920 aparecieron firmadas rara vez; en general, cuando se debían a cesiones de los laboratorios más importantes. Ante la urgencia de la

¹⁴ Dubois, *El acto fotográfico*.

¹⁵ Julio Moisés, “Historia de las tarjetas postales de Bahía Blanca (1907-1944). Ediciones de Adelino Gutiérrez, Casa Muñiz y Eladio Bautista”, en *Historia de la fotografía* (Rosario: Sociedad Iberoamericana de Historia de la Fotografía, 2007), 183-187.

edición o la escasez coyuntural de imágenes, las casas impresoras disponían libremente de las fotografías reproduciéndolas una y otra vez en el transcurso de los años o, incluso, publicándolas en más de un medio periodístico a la vez, tal como ocurría en otros lugares de la Argentina durante el cambio de siglo.

La multiplicación de imágenes ligadas al consumo y al entretenimiento durante esta etapa estuvo fuertemente ligada a la producción de revistas y de postales que cumplieron un rol fundamental en la configuración de una cultura visual moderna. Entre 1905 y 1930 se editaron en la ciudad, según Moisés, cinco series de postales que estuvieron a cargo de las firmas Fotografía Londres de H. Boote y Cía (1905-1906), Adelino Gutiérrez-Casa Muñoz (1907-1944), J. García (1906-1910), Jesús M. Cons (1908-1911) y Eladio Bautista (1918-1939). Ellas circularon y compitieron en el mercado con las de las organizaciones gráficas que imprimían grandes tiradas para todo el país con temáticas fundamentalmente amorosas o paisajísticas. El estudio de Moisés revela que, en el caso de las producciones locales, fueron las vistas urbanas de Bahía Blanca las que predominaron en las preferencias de los editores. Una vez más, como sucedía con el humor gráfico, la representación del mundo conocido se convertía en una ventaja comparativa para las industrias bahienses ya que, podemos conjeturar, los compradores elegían enviar a sus amistades imágenes que testimoniaran la prosperidad de su ciudad de origen con las cuales pudieran identificarse.

El aumento del consumo y la demanda de fotografías para los nuevos semanarios, impulsó asimismo la creación de nuevas casas del rubro y la profesionalización de sus propietarios. De los tres estudios que existían en 1900 se llegó a nueve en 1918 y en 1923 para descender nuevamente hasta cinco en 1927. Situados en derredor a la plaza central, los talleres fueron configurando un sector urbano dedicado al rubro que se articuló linealmente en torno a la calle O'Higgins/Alsina cerca de la cual se ubicaron también los establecimientos de insumos fotográficos como ópticas y/o droguerías. [Imagen 2] Al igual que las imprentas y las redacciones, los estudios se localizaron en el centro comercial y administrativo de la ciudad donde se concentraban la potencial clientela y el mayor número de aficionados. Estos datos de los establecimientos y sus direcciones extraídos de las guías comerciales dan cuenta de la

fundación de locales comerciales pero no del incremento en el número de fotógrafos de los cuales tenemos noticias a partir de las publicidades y notas aparecidas en la prensa. Venancio Giménez, por ejemplo, era uno de estos fotógrafos ambulantes especializado en retratos escolares al que el *Diario del Pueblo* dedicó un artículo en 1914 ante el acto vandálico que terminó con la destrucción de su máquina;¹⁶ Juan José Martins, quien en 1925 promocionaba sus servicios en la revista *Arte y Trabajo*, se presentaba, a su vez, como fotógrafo domiciliario cuyos recursos técnicos le permitían obtener “los efectos de luces deseables” a fin de producir imágenes artísticas en “cualquier casa”. El interés que suscitaba la nueva práctica también se concretó en el número creciente



López Pló”, *Arte y Trabajo*
(Bahía Blanca: 10 (134),
noviembre-diciembre de 1925), 56.

de cultores amateurs que en 1904 conformaron la primera Sociedad Fotográfica de Aficionados con el objetivo de “estimular el cultivo de la fotografía, difundiendo su enseñanza é iniciando paseos, concursos, etc. en los que se sacarán vistas y se premiarán las que resulten más completas y modernas”.¹⁷ Además de su modernidad, la fotografía sumaba “la virtud de no ser difícil y proporcionar agradables distracciones no requiriendo por otra parte, una dedicación absoluta,

¹⁶ “Una máquina fotográfica”, *Diario del Pueblo* (Bahía Blanca: 8 (1074), 8 de julio de 1914), 3.

¹⁷ “Sociedad fotográfica de aficionados”, *La Nueva Provincia* (Bahía Blanca: 7 (1787), 4 de octubre de 1904), 1. Lamentablemente, no hemos podido rastrear de ella más que las referencias periodísticas.

sinó á ratos perdidos y por vía de distracción”.¹⁸ A pesar de estas declaraciones, dos de los miembros que integraron la comisión iniciadora, Pedro López Plo y Oreste Belardinelli, se transformaron años más tarde en profesionales.¹⁹ Los otros dos, Roberto Arata y Juan Carlos Miranda, por su parte, formaban parte de la élite local que contaba con dinero disponible para invertir en un pasatiempo ciertamente costoso.

Aunque no sabemos qué ocurrió con la mentada agrupación, las trayectorias de López Plo y Belardinelli adquirieron gran visibilidad a través de la prensa. El primero instaló su estudio en la Avenida Colón 261 y pronto se hizo cargo de la provisión fotográfica de *Letras* y de la *Revista Comercial* de Ricardo Ducós, entre 1909 y 1910 cooperó regularmente con *Proyecciones* y luego de 1915 se convirtió en colaborador artístico de *Arte y Trabajo* y en el modelo paradigmático de la nueva figura del “repórter gráfico”, ese hombre que “hace girar en la sociedad al capricho de su nota”.²⁰ [Imagen 3] Durante la segunda y la tercera décadas del siglo, la reducción del tamaño de las máquinas fotográficas y los cambios que se estaban produciendo en el periodismo, propiciaron la aparición del repórter que recorría las calles en busca de la noticia. En 1923, para *Arte y Trabajo* valía más

un modesto y andariego repórter, que un soberbio editorialista. Porque el editorial interesa á un núcleo pequeño, según sea el tema que se toque, pero la noticia espeluznante, el hecho policial, la crónica mundana, tienen multitud incalculable de lector. Las fuerzas de una publicación residen en la artillería de noticias que proporciona al público.²¹

Se trataba de los pasos iniciales del foto-periodismo en el ambiente local donde, a diferencia de los primeros años, la propia

¹⁸ *Ibidem*.

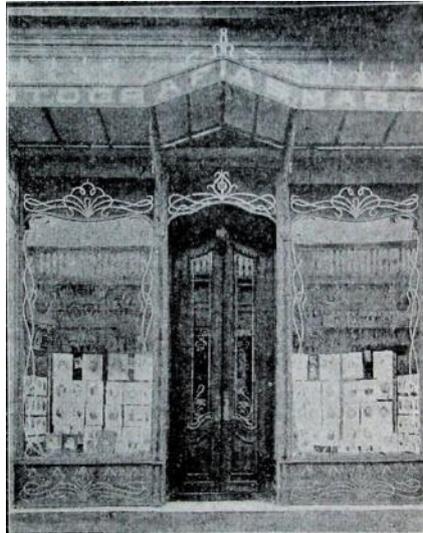
¹⁹ Como señala Pierre Sorlin, resulta imposible trazar una frontera tajante entre diletantismo y profesionalismo en la práctica fotográfica. La accesibilidad técnica y económica del nuevo arte cuestionó la equivalencia entre oficio y maestría, relegando a un lugar secundario la experiencia profesional. Abundaron, entonces, casos como los mencionados aquí de profesionales que no eran más que aficionados reconvertidos que habían abierto un estudio y creado su propia clientela. Sorlin, *El “siglo” de la imagen analógica*.

²⁰ “El repórter”, *Arte y Trabajo* (Bahía Blanca: 9 (116), 30 de noviembre de 1923), 38. La nota estaba ilustrada con la fotografía de López Plo, “repórter gráfico de *Arte y Trabajo*” que luego apareció en 1925 en la sección dedicada a los colaboradores de *Arte y Trabajo*. [Imagen 3]

²¹ *Ibidem*.

imagen se iba convirtiendo en relato acompañada por textos muy breves.²²

Oreste Belardinelli, por su parte, abrió la Fotografía San Martín en la calle del mismo nombre. Como indicaba en el aviso publicitario, Belardinelli se especializaba en trabajos finos, realizaba ampliaciones, reproducciones y miniaturas y era agente de la casa Gregorio Ortuño y Cía. para la venta de cinematógrafos y pianos eléctricos. A diferencia de otros colegas que, como veremos, provenían del campo de las artes plásticas, Belardinelli partió de la experiencia fotográfica para incursionar después en el mundo del cine. Aunque la muerte truncó su exitosa carrera en 1918, la actividad desarrollada hasta entonces



[Imagen 4] “Fotografía San Martín”,
Guía Colósimo (Bahía Blanca: 1910)

repercutió positivamente en la difusión de la técnica y la imagen fotográfica. Al igual que hacían otros establecimientos, la casa San Martín promocionaba su labor no solo por medio de la publicidad gráfica sino también en las calles gracias a sus vidrieras y escaparates. El aviso en la *Guía Colósimo* muestra precisamente la profusión de fotografías que inundaba el espacio público y atraía a los transeúntes a través de los cristales de los comercios. [Imagen 4] Prueba de ello eran los breves comentarios que les dedicaban los periódicos y las revistas ilustradas, sirviendo, a la vez, como anuncios promocionales:

²² Véase Gisele Freund, “El nacimiento del fotoperiodismo en Alemania”, en *La fotografía como documento social*, (México: Ediciones Gustavo Gili, 1993), 99-121.

Esta conocida y antigua fotografía de los señores Voltz Hermanos, tienen expuestos en sus vidrieras, unos retratos sobre porcelana admirablemente bien hechos, con arreglo a los últimos adelantos de este arte fotográfico.

Los precios para los retratos sobre porcelana son reducidos según nos manifiesta el joven Voltz. Merece la pena visitar la fotografía “Aurora”.²³

En las vidrieras de la pinturería de Londres se exhiben desde ayer, artísticos trabajos fotográficos pertenecientes al señor A. Polo quien acaba de establecer una nueva fotografía montada con todos los últimos adelantos de ese maravilloso arte. *Los trabajos en exhibición atraen la admiración del público*, que sabe apreciarlos en todo su mérito.²⁴

Algunos locales organizaban, incluso, auténticas galerías donde junto a las propias producciones se exponían obras pictóricas que jerarquizaban, por contigüidad, a la fotografía elevándola a la categoría de “arte”.

Fue este el caso de los estudios de Baltasar Prieto y de Zevallos donde, siguiendo la tradición iniciada por Nadar, se realizaron las



[Imagen 5] *Arte y Trabajo* (Bahía Blanca: 11 (144), 31 de diciembre de 1926), 8.

primeras exposiciones de pintores bahienses. En 1919, por ejemplo, *Arte y Trabajo* bajo el título “El arte en la fotografía” comentó que habiendo visitado la Casa Prieto “hemos podido admirar en ella, aparte

²³ “Fotografía Aurora”, *La opinión* (Bahía Blanca: 2 (337), 25 de octubre de 1900), 1.

²⁴ “Nueva fotografía”, *La Nueva Provincia* (Bahía Blanca: 16 (5017), 11 de enero de 1914), 6. [la negrita es nuestra]

de varios óleos y pasteles de mérito, una notable colección de ampliaciones fotográficas, capaces de contentar al más exigente perito en el arte” junto a las que se exhibieron fotos y pinturas sobre tela, porcelana y vidrio. Entre las fotografías expuestas destacó aquellas “en tono sepia, por el acierto en la coloración, pose de las figuras y exacto tiempo de exposición, así como por el esmerado trabajo de taller”.²⁵ Además de publicitar los trabajos de Prieto, la revista introducía mediante estas breves reseñas criterios de apreciación y de valoración específicos del lenguaje fotográfico tanto como conocimientos técnicos que iban configurando la competencia de los consumidores. [Imagen 5] Las publicidades permitían (re)conocer los procedimientos, los nuevos aparatos y las marcas líderes europeas y porteñas que, como Contessa Nettel y Lutz & Schulz, tenían representación en la ciudad.²⁶ Los anuncios recurrían a palabras como placas, películas, ampliaciones, revelado, lentes, retoque, papeles sensibles y reflectores; aludían a retratos en bromuro, sepia y lápiz, al foto-óleo, a la platinotipia, a la impresión en carbón y al estilo Van Riel;²⁷ y promocionaban estereoscopios, vistas, monóculos, pantoscopios, grafoscopios y fotómetros además de los papeles Liford, Kodak, Tensi, Velox y Aristo ante un público que se vislumbraba cada vez más informado.

La penetración de la fotografía en el imaginario de la época puede estimarse a partir de la generalización de esta terminología específica pero también a partir de la difusión de otras palabras y expresiones que, asociadas a la nueva práctica, adquirirían sentidos diferentes. Los nombres escogidos por los semanarios *Luz y Sombra*—que paradójicamente no incorporó fotografías—, *Proyecciones* e *Instantáneas* se convertían en el marco de sus proyectos editoriales en

²⁵ “El arte en la fotografía”, *Arte y Trabajo* (Bahía Blanca: 4 (66), 15 de febrero de 1919): 24.

²⁶ El Estudio Fotográfico de Baltasar Prieto era el representante de Contessa Nettel en Bahía Blanca y ofrecía planes de pago para adquirir las máquinas. La droguería de Ambrosio Proverbio, por su parte, era la depositaria genera de los artículos de la casa Lutz & Schultz de Buenos Aires en su local de San Martín 76.

²⁷ Podemos conjeturar que se referían al estilo de las fotografías de los álbumes editados por la Galería Van Riel de Buenos Aires y que, poco después de su fundación en 1913, se convirtió en uno de los establecimientos de moda de la ciudad. Desde su traslado a la calle Florida 659, su propietario Frans Van Riel alternó la actividad retratística con la de marchante de arte y promotor de exposiciones. Ana María Fernández García, *Arte y emigración. La pintura española en Buenos Aires (1880-1930)* (Gijón: Universidad de Oviedo/Universidad de Buenos Aires, 1997), 82.

verdaderos manifiestos que proclamaban su apuesta por la imagen y por los recursos modernos. Si como afirma Pierre Sorlin, “la mayor o menor facilidad con que las nuevas palabras son adoptadas traduce la manera en que el público se representa la innovación y se acostumbra a ella”,²⁸ la rápida incorporación del campo semántico proveniente de la fotografía denunció la general aceptación que ésta tuvo en la sociedad bahiense. A diferencia del cine que recibió enconadas críticas y suscitó la desconfianza de algunos sectores, la foto fue apropiada de inmediato por distintos medios y grupos sociales como símbolo de modernidad y signo de distinción. Probablemente, la escasez de imágenes, la ausencia de un campo artístico más o menos desarrollado y un cierto desajuste temporal del problema respecto de los centros europeos y americanos, impidieron que se generaran debates como los que, hacía más de cincuenta años, habían enfrentado en el Viejo Continente a los cultores de una y otra disciplina a propósito de la artísticidad de la nueva técnica.

Además de divulgar el vocabulario propio y los diversos dispositivos y procedimientos tecnológicos, los avisos publicitarios permitían acceder al interior de los estudios para conocer la variedad de recursos que éstos ofrecían a sus clientes. Las fotos que muestran el local de Fotografía Fidelibus tal como apareció en los anuncios de 1923 y 1927, respectivamente, [Imágenes 6 y 7] nos permiten apreciar individualmente los “elementos modernísimos” que Fidelibus ponía a disposición de su clientela mientras que la comparación entre ambas devela la importancia atribuida a la actualización de implementos técnicos y decorativos para garantizar el éxito comercial de la firma. Como indica, entre otros, Luis Príamo,²⁹ el retrato de estudio, individual o colectivo, impulsó y sostuvo el desarrollo de la actividad fotográfica de entonces. Durante las primeras décadas de la centuria, algunos factores estimularon la costumbre de retratarse: por un lado, la reducción del formato que se había producido a fines del siglo anterior (*carte de visite* y *cabinet*) y, por el otro, el abaratamiento de los precios que había significado un descenso significativo desde los \$100/200 que, según

²⁸ Sorlin, *El “siglo” de la imagen analógica*, 27.

²⁹ Luis Príamo, “Fotografía y vida privada (1870-1930)”, en Fernando Devoto y Marta Madero (dirs.), *Historia de la vida privada, La Argentina plural: 1870-1930* (Buenos Aires: Taurus, 1999), 274-299.

Andrea Cuarterolo,³⁰ costaba una única fotografía a mediados del siglo XIX, hasta los \$6/7,50 la docena que promocionaban los avisos publicados en las revistas bahienses. Si bien un solo retrato resultaba más caro que un ejemplar de treinta páginas de una revista ilustrada (50/60 centavos contra un promedio de 20), éste respondía a la necesidad de la naciente burguesía de construir una imagen de sí misma que permitiera demostrar y reforzar mediante la exhibición su estatus económico y social. Para Gisele Freund “mandarse a hacer el retrato” era uno de los actos simbólicos mediante los cuales los individuos de la clase social ascendiente manifestaban su ascenso, tanto de cara a sí mismos como ante los demás y se situaban entre aquellos que gozaban de consideración social”.³¹ En Bahía Blanca, donde la élite en formación requería de mecanismos efectivos de distinción y donde la representación pictórica resultaba prácticamente inaccesible,³² la fotografía se transformó en un medio privilegiado de plasmación de la propia imagen.

En este contexto en el cual los atributos adjudicados al individuo eran más importantes que los elementos subjetivos, los recursos que los estudios podían ofrecer eran definitorios al momento de elegir fotógrafo. No resulta sorprendente, entonces, que Fidelibus hubiera decidido publicitar su “amplia y moderna galería” utilizando los medios fotográficos para mostrar la diversidad de herramientas con que contaba: muebles, cámaras, aparatos de iluminación, obras escultóricas, objetos decorativos, escenografías y telas. El estudio se hallaba dotado “de los últimos adelantos que este arte requiere [como] grandes reflectores eléctricos para fotografías nocturnas”.³³ La comparación entre ambas imágenes separadas únicamente por cuatro años, evidencia, al igual que el texto, la relevancia de los dispositivos de iluminación para las tomas en espacios interiores. La escasez de aparatos de flash

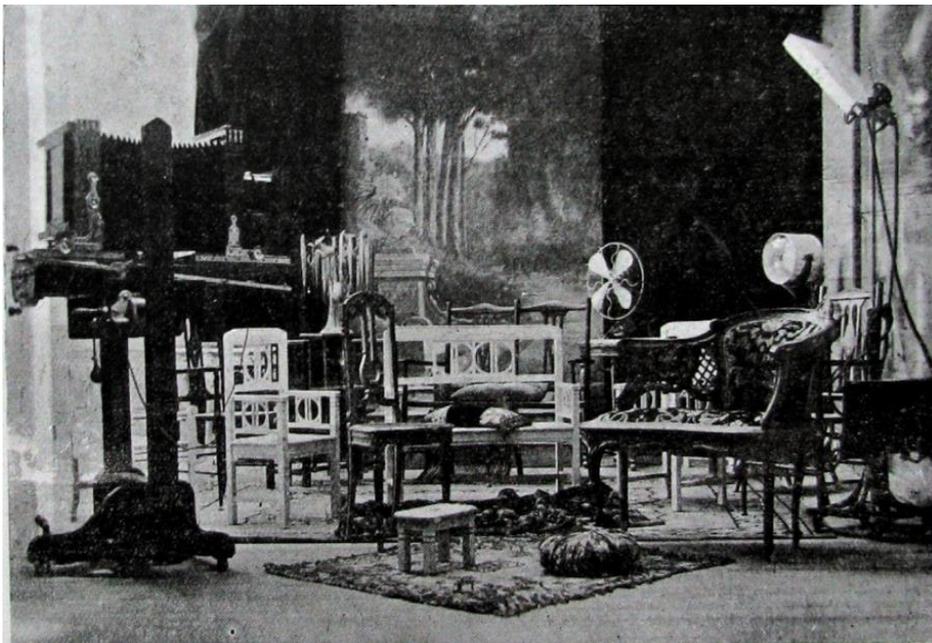
³⁰ Andrea L. Cuarterolo, “El retrato rioplatense en el siglo XIX: un espejo de la mentalidad burguesa”, en *Historia de la fotografía* (Buenos Aires: Sociedad Iberoamericana de Historia de la Fotografía, 2006), 95.

³¹ Freund, *La fotografía como documento social*, 13.

³² Ribas menciona la presencia temporaria y esporádica de retratistas durante el siglo XIX: Pedro Blaqué en 1894 y Monysset en 1895. Igualmente, tanto ellos como los dos pintores de la Sociedad Americana de Bellas Artes que expusieron en la ciudad en 1896 confeccionaban sus retratos a partir de fotografías. Ribas, *Del fuerte a la ciudad moderna*, 340-341.

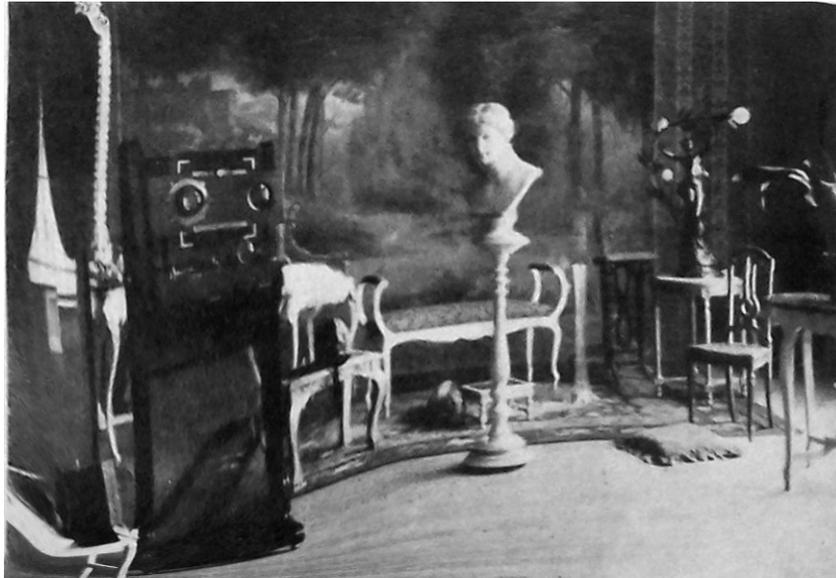
³³ “Fotografía moderna Fidelibus”, *Arte y Trabajo* (Bahía Blanca: 6(90), 31 de marzo de 1921) 5.

modernos—en esa época aún se utilizaba el magnesio—³⁴ era una dificultad que confabulaba contra la calidad de las imágenes y requería, por lo tanto, del uso de fuentes de luz naturales o artificiales. Durante los años que mediaron entre ambas fotos, Fidelibus había optado, en consecuencia, por invertir en lámparas de mayor potencia, en amoblamiento moderno y, por supuesto, en una máquina de última generación. Mantenerse al día con los cambios de la técnica y del gusto eran requerimientos imprescindibles para convertirse en el estudio de moda.



[Imagen 6] "Fotografía Fidelibus", *Arte y Trabajo* (Bahía Blanca: 9 (117), 31 de diciembre

³⁴ Véase Telma Campanha de Carvalho Madio, "A fotografia na imprensa diária paulistana nas primeiras décadas do século XX: O Estado de S. Paulo", *História* (São Paulo: 26 (2), 2007): 61-91, disponible en: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-90742007000200005&lng=es&nrm=iso .



[Imagen 7] “Fotografía Fidelibus”, *Fomento* (Bahía Blanca: 1927)

José Fidelibus, nacido en Italia, sumaba a su destreza técnica una formación como pintor en su tierra de origen que garantizaba ante los ojos del público la artísticidad de sus obras. Bajo el título de “El artista de la fotografía”, el número especial editado por el diario *La Nueva Provincia* con motivo del centenario de Bahía Blanca en 1928 afirmaba que

Su vocación lo ha elevado a esa índole de preocupaciones. Pintor de excelente escuela en sus mocedades, fue el sostenedor fiel del principio de que el “arte es la reproducción de la naturaleza” y si las circunstancias, la lucha diaria no le hubiera indicado que el camino a seguir era otro para su propia situación, hoy probablemente habría de figurar con relieves destacados entre los más conocidos de sus país natal—Italia—o le contaríamos entre los nuestros, si, como ahora ocurre, la Argentina hubiera seguido ejerciendo atracción en su espíritu.³⁵

Los conocimientos pictóricos respaldaban la actividad del fotógrafo en tanto funcionaban como aval de su gusto estético. La conjunción moderna de arte y ciencia que proponía Fidelibus pronto lo convirtió en el favorito de la sociedad y de las publicaciones bahienses. *Arte y Trabajo* lo incorporó como colaborador permanente llegando a publicar 93 imágenes de su autoría. Este número resulta aún más significativo si consideramos que casas de mayor trayectoria como Zevallos, Prieto y Belardinelli tenían respectivamente 88, 45 y 42 fotografías atribuidas durante todo el período. [Véase Anexo nº 1, Tabla

³⁵ *Centenario de Bahía Blanca* (Bahía Blanca: La Nueva Provincia, 1928), 693.

3] Además de los recursos técnicos que ofrecía Fidelibus, su educación pictórica se había convertido en el factor diferencial que, según la revista de Jannelli, explicaba “porqué, las producciones de su estudio fotográfico, tienen una distinción especial, llegando a ser, en su género, verdaderas realizaciones artísticas”.³⁶ En efecto, muchos de sus retratos y paisajes fueron introducidos en la sección “Arte fotográfico” que, al igual que Fidelibus, se sumó a la revista en el año 1919. Este fotógrafo no era ni había sido el único en incurrir en las artes plásticas: luego de la muerte de Oreste, Tito Belardinelli, su hermano y más tarde reconocido pintor, se hizo cargo de su estudio y continuó proveyendo de material a las publicaciones; Pitoni, de la firma Bazzana y Pitoni, se promocionaba también como “pintor y dibujante diplomado”. Sin embargo, en ningún caso se hizo referencia a la dimensión artística de sus composiciones en las revistas. A diferencia de los demás, Fidelibus montó un dispositivo publicitario que, mediante el uso de la fotografía misma, reivindicó el carácter moderno y, a la vez, artístico de sus producciones. La imagen reforzó, sin dudas, el mensaje ya que Pitoni y Bazzana que publicitaban su “instalación eléctrica de gran potencia” basada en “el sistema de la moderna cinematografía, completada de reflectores fijos y movibles para la difusión de rayos azules, permitiendo así los más variados y artísticos efectos de luz”, no recibieron igual atención por parte de la prensa. [Véase Anexo nº 1, Tabla 3]



[Imagen 8] *La Semana* (Bahía Blanca: 1 (3), 19 de junio de 1915), 2.

³⁶ “Nuestros colaboradores”, *Arte y Trabajo* (Bahía Blanca: 8 (113), 30 de julio de 1923): 20.

La asociación entre fotografía y arte no fue una prerrogativa local sino que, como señala Freund,³⁷ existió desde los comienzos de la práctica fotográfica: el mismo Nadar dibujaba caricaturas, Gustave Le Gray se dedicaba a la pintura y los hermanos Bissot eran hijos de un pintor. De acuerdo a la autora, estos primeros artistas fotógrafos cedieron su sitio ante los fotógrafos de oficio o se convirtieron ellos mismos en profesionales, muchas veces en detrimento de la calidad de los retratos. En Bahía Blanca la búsqueda y la naturaleza artística de la fotografía se desarrollaron paralelamente desde los inicios. Como vimos en la Imagen 1, los hermanos Voltz habían aludido a esta dimensión en su aviso del año 1900; quince años después el anuncio de *La Favorita* de A. Vetri continuaba vinculando la fotografía a la pintura y a las musas. [Imagen 8] A pesar de perseguir los fines comerciales que Zevallos condensó en el lema “Complacer siempre a su clientela”, las casas de fotografía no abandonaron la experimentación técnica y estética, ya fuera a partir del uso del color, los planos, los encuadres y las composiciones o bien del retoque y los efectos ópticos. Las



[Imagen 9] “Arte fotográfico. Haydée Merlini”, *Arte y Trabajo* (Bahía Blanca: 6 (92), 31 de mayo

³⁷ Freund, *La fotografía como documento social*, 47.

“Colaboraciones artísticas” que Belardinelli envió a *Instantáneas* con tomas de la localidad de Tigre, los paisajes pampeanos y patagónicos que regularmente se publicaron entre 1909 y 1926, revelaban las preocupaciones estéticas de los profesionales, más allá de las solicitudes que recibían. En muchas ocasiones, sin embargo, la introducción de innovaciones constituía una estrategia eminentemente comercial destinada a acrecentar la competitividad del establecimiento fotográfico. Al igual que sucedía en los estudios porteños, la manipulación técnica de las imágenes estaba orientada a satisfacer la demanda de un público de elite cuyo gusto se adaptaba a las modas impuestas por las prácticas europeas.³⁸ En efecto, estos artilugios visuales eran también utilizados en los retratos a fin de provocar la maravilla de los espectadores. Fidelibus, por ejemplo, envió en 1921 una fotografía de Haydée Merlini que, para sorpresa de los observadores, mostraba a la niña al parecer departiendo consigo misma. [Imagen 9] Debajo, en un recuadro, *Arte y Trabajo* aclaraba: “Una original fotografía que fué [sic] obtenida con un aparato ideado por nuestro colaborador artístico, señor J. Fidelibus. Con dicho aparato se pueden conseguir con una sola placa diversos poses del mismo modelo”. La repetición de la figura no respondía, ciertamente, a la voluntad exhibitiva del comitente sino a una intención lúdica y comercial del fotógrafo que, de esta forma, reforzaba su reputación al demostrar pericia y conocimientos técnicos. Más allá de los encargos recibidos, la representación de la figura humana era igualmente objeto de una experimentación guiada por la voluntad de congelar y descomponer el tiempo haciendo uso de las mejoras que se habían introducido en la composición y en las cámaras desde fines del siglo XIX.³⁹ En el medio local, fue Godofredo Calvento, miembro de una familia de prosapia, quien efectuó las primeras instantáneas que, incluidas en la sección social de *Proyecciones* bajo el título de “Sorpresas fotográficas”, retrataban a las damas y niñas de la alta sociedad mientras se paseaban distraídamente por las calles bahienses.

La creciente profesionalización de la actividad se produjo paralelamente a una preocupación cada vez mayor por la cuestión de la autoría. Excluyendo el caso de *Letras* que por la escasez de fotografías

³⁸ Andrea Cuarterolo, *De la foto al fotograma. Relaciones entre cine y fotografía en la Argentina (1840-1933)* (Montevideo: Centro de Fotografía, 2013).

³⁹ Ídem.

no resulta significativo, el análisis cuantitativo de las aparecidas en las revistas ilustradas a partir de 1909 indica un aumento desparejo pero constante del porcentaje de imágenes firmadas: del 13% que éstas representaron en *Proyecciones e Instantáneas* se llegó a más del 16% en *Arte y Trabajo*. [Véase Anexo nº 1, Tabla 1] Los casos de *Ecos* (3,5%) y *La Semana* (1,53%) contradicen, sin embargo, la lectura lineal y progresiva introduciendo en este proceso otros factores asociados a la publicación misma, a su dirección y sus fines y, sobre todo, a los mecanismos editoriales de incorporación de material gráfico. Aunque no podemos afirmarlo con certeza, la ausencia de imágenes con asignación de autoría pudo deberse a que muchas de ellas provenían de clisés disponibles en las casas impresoras o bien eran enviadas por familiares y amigos de las personas retratadas a quienes no interesaba el nombre del autor. Si bien algunos, como Prieto o Fidelibus, rubricaban sus fotografías, en la mayoría de los casos era la revista la que se ocupaba de consignar al nombre del estudio o del fotógrafo al pie de la toma. Un examen anual comparativo de *Arte y Trabajo* demuestra que hacia la década de 1920 se extremó el cuidado de los editores respecto de la cuestión de la atribución llegando incluso a consignarla en 101 imágenes durante el año 1922 frente a las 25 de 1917. A partir de allí, sin embargo, el aumento no fue constante sino oscilante, lo cual prueba la coexistencia en ella de distintos conceptos de la fotografía asociados respectivamente al arte y a la documentación. Según advierte Telma Campanha,⁴⁰ en los medios gráficos convivieron durante mucho tiempo dos conceptos diferentes de la propiedad intelectual referidos a los distintos usos de las representaciones fotográficas: uno ligado a las imágenes de las secciones de grabados donde se publicaban retratos sociales de estudio o paisajes; y otro vinculado a las imágenes de actualidad que eran producidas por el personal de la revista. Mientras en el primer caso se reconocía con frecuencia el crédito al autor o al estudio de origen, en el segundo rara vez se registraban esos datos. En efecto, en las revistas analizadas la información sobre los acontecimientos del mes o la semana era presentada como “Actualidades gráficas”, “Notas varias” o bajo un título descriptivo del

⁴⁰ Campanha de Carvalho Madio, “A fotografia na imprensa diária paulistana”.

suceso que la dirección enviaba a cubrir a uno de sus reporteros regulares.

A pesar de que hasta 1925 no se los incluyó entre los colaboradores artísticos en las ediciones aniversario, sabemos, gracias a algunos artículos, de la existencia de fotógrafos fijos que las revistas mandaban a recorrer las calles en busca de noticias que no siempre encontraban. *Proyecciones* relató en más de una ocasión las excursiones fotográficas exitosas o frustradas de sus reporteros. Valga a manera de ejemplo, la crónica del 2 de febrero de 1910⁴¹, donde se narraba la jornada del “fotógrafo soñador en busca de algo que pudiera constituir una nota gráfica, aquí donde los temas de objetivo son tan escasos que á veces dan ganas de empeñar una máquina”. Desesperado por el fracaso de su búsqueda, el hombre sintió que su suerte cambiaba cuando vio un grupo de gente reunido en la calle: “Allí ha ocurrido un suceso extraño.



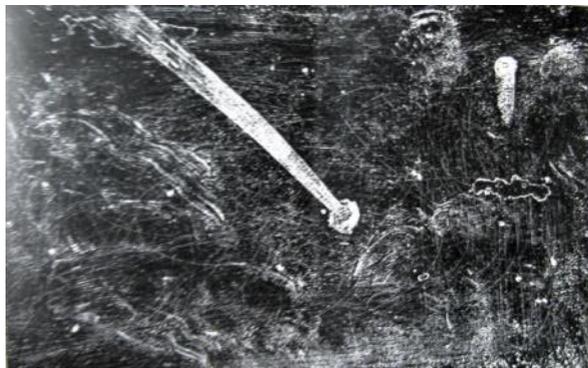
[Imagen 10] “Excursiones fotográficas”,
Proyecciones (Bahía Blanca: 1 (31), 2 de
febrero de 1910), 10.

Por fin voy á conseguir grabar una placa, siquiera para que no me tachen de holgazán”. Lamentablemente, nos cuenta el semanario, “cuando estuvo cerca del *motivo* encontró que no tenía motivo... para vanagloriarse de triunfo alguno. Lo que allí había era un caballo de cuerpo presente, la cosa más natural del mundo. Sintió una impresión de desaliento y se quedó pensando”. El fotógrafo decidió entonces *copiar* “el caballito” y llevarlo a la redacción donde lo presentó como un “Rocinante extinto” que “se ha suicidado porque lo vendieron á la municipalidad, la cual lo tiene en la calle, en exhibición, desde ayer”. A modo de castigo por el “cuento” pero también en premio a su

⁴¹ “Excursiones fotográficas”, Bahía Blanca, *Proyecciones*, año 1, n° 31, 2 de febrero de 1910, 10.

originalidad, *Proyecciones* decidió publicar la foto en cuestión para que “otra vez no nos tome el pelo”. [Imagen 10] Más allá de la veracidad de la anécdota, su valor reside, por un lado, en la explicitación de los mecanismos de la prensa periódica que imponían la necesidad de encontrar—o de crear—la noticia; y por el otro, en la revelación de los modos de construcción de sentido a partir de la articulación de los medios gráficos y verbales que cuestionaba la transparencia de la imagen fotográfica.

Lo mismo sucedía con los envíos de algunos aficionados que, en el afán por ver publicados sus trabajos, recurrían a todo tipo de ardidés técnicos y mentiras inverosímiles. En mayo de 1910, uno de ellos envió a



[Imagen 11] “El cometa Halley”, *Proyecciones* (Bahía Blanca: 1 (44), 7 de mayo de 1910), 6.

Proyecciones una toma del cometa Halley, la obsesión del momento, de la cual afirmaba:

Esté seguro de que no es fraguada. Ha sido tomada a las cinco de la madrugada del primero de mayo, con un exposición de treinta y cinco minutos, empleando el objetivo Coers. La cola del astro aparece desmesurada por la misma razón de su marcha, como igualmente la forma de Venus, que se distingue arriba del cometa, resulta extraña. Eso sí, la fotografía ha sido retocada y ampliada tres veces. Es todo lo que tiene de artificio.

Junto a esta carta de su autor, *Proyecciones* publicó la supuesta fotografía de Halley que, a pesar de las aclaraciones técnicas, los editores encontraban evidentemente falsa y digna de burla, tal como se deducía del tono irónico del artículo. [Imagen 11]

Gracias a este tipo de artículos, a los correos de lectores y, en el caso de *Ecos*, a la sección de consejos fotográficos, conocemos la interacción entre los cultores amateurs del arte de Daguerre y las revistas. Desde 1910 el “Telégrafo sin hilos” de *Proyecciones* respondió a los lectores diciendo que insertaría sus envíos fotográficos solo en caso

de que le parecieran “interesantes”, “si no, quedarán archivad[o]s”.⁴² Para *Instantáneas*, por su parte, la aceptación dependía del mérito artístico y no de la curiosidad que suscitara lo narrado. Este cambio del criterio de selección, aunque aparentemente menor, conllevaba sin embargo una transformación en la consideración de la autoría. La revista de Redondo que, hasta el momento de su surgimiento, tuvo el mayor porcentaje de fotografías firmadas, consignó no solo los estudios proveedores sino también el nombre de algunos aficionados que—como Carlos Mac Kay—colaboraban con la nota gráfica. *Arte y Trabajo* continuó esta práctica y es en virtud de ello que conocemos a algunos de los aficionados que recorrían el país tomando vistas de personas y paisajes. Entre ellos se encontraban las señoritas Murrie y Sherriff, Julio Ortiz, Raúl Ramos, Aníbal Margiotto, J. M. Iglesias, Juana C. de Louge, Enrique Berthold, Luis Ortega y Salvador Smilovich. Estos nombres nos permiten conjeturar que, a pesar de haberse extendido, la práctica de la fotografía continuaba siendo una afición de hombres y mujeres relativamente acomodados y con inquietudes estéticas que tenían el tiempo y el dinero para viajar e invertir en máquinas, lentes y productos específicos.

El precepto de artisticidad fue también invocado por *Ecos* que “respondiendo á un deseo manifiesto de numerosos aficionados al arte fotográfico” decidió iniciar una sección “de fórmulas y consejos útiles”⁴³ donde publicar las imágenes remitidas por los fotógrafos amateurs y responder a las consultas que ellos mandaban a la redacción. El apartado era casi idéntico al de *Caras y Caretas*, tanto en su estructura como en su aspecto formal: una sucesión de fórmulas y procedimientos,⁴⁴ las respuestas a las dudas recibidas y una toma modélica realizada por un lector. Si bien la información no difería de la

⁴² “Telégrafo sin hilos”, *Proyecciones* (Bahía Blanca: 2 (55), 6 de agosto de 1910), 23.

⁴³ “Fotografía”, *Ecos*, (Bahía Blanca: 1 (38), 29 de julio de 1911), 22.

⁴⁴ Las fórmulas publicadas entre julio y octubre de 1911 fueron las siguientes: Metol-hidroquinona, Revelador especial concentrado, Baño fijador, Baño revelador para reproducciones, Reforzador al plomo, Debilitador al Ferrocianuro, Debilitador al agua celeste, Baño virofijador, Clarificador de negativos y positivos en cristal, Revelador Pyramidol, Revelador Pirogálico, Revelador al Ortol, Revelador para positivos de proyecciones y Fijador espacial para positivos de proyecciones, Para lavar poco, placas y papeles, Para secar rápidamente placas ó papeles, Para lavar las ampollas en los papeles, Tonos carmín y rojos en los papeles de ennegrecimiento directo, Eliminador de Hiposulfito, Para conservar soluciones de hiposulfito de soda, Procedimiento para evitar que las pruebas se arrollen.

del semanario porteño, la ventaja comparativa de *Ecos* para el público de la ciudad y la región consistía en la posibilidad de preguntar directamente y recibir consejos personalizados. Los interrogantes provenían, así, de Bahía Blanca y de su zona de influencia, ya fuera del interior de la provincia de Buenos Aires (Tres Arroyos, Coronel Suárez, Tandil, Patagones, Dolores, Azul, Médanos), de La Pampa (Guatraché y Santa Rosa) o de la Norpatagonia (Neuquén y Gral. Roca). *Instantáneas* introdujo, con el auspicio de Cigarrillos 43, otra forma de relacionarse con los aficionados y los usuarios del arte fotográfico: el concurso de belleza infantil. Si bien el propósito del certamen era brindar una oportunidad para que la audiencia exhibiera a sus niños garantizando, a la vez, la provisión de material gráfico para la publicación, la calidad de las imágenes preocupó también a los editores que establecieron como “condición precisa para la mejor reproducción de la fotografía la calidad de ésta [...] el envío de buenas fotografías”.⁴⁵ En la elección de los ganadores de entre los 250 retratos recibidos intervinieron cuestiones, no solo vinculadas a la gracia del modelo, sino también de carácter propiamente artístico como la composición, la luz y el encuadre de la foto. El hecho de que el concurso se dirimiera mediante el voto popular, es una prueba de las capacidades visuales adquiridas por los lectores quienes parecían haber internalizado los criterios de apreciación estética de la nueva técnica.

Tal como se desprende de este apartado, las revistas ilustradas cumplieron un rol fundamental en la difusión de los primeros estudios y de las técnicas fotográficas, en la profesionalización de los fotógrafos, en el afianzamiento de su dimensión artística y en la formación del gusto y de las competencias del público. La fotografía, por su parte, contribuyó al éxito de los magazines al convertirlos en artefactos culturales modernos donde arte y ciencia se conjugaban para construir representaciones de la sociedad, del espacio urbano bahiense y de las regiones circundantes. Las aspiraciones y los logros de la civilización y el progreso se articularon a partir de los textos y las imágenes con las ambiciones políticas y territoriales de Bahía Blanca sobre el sudoeste bonaerense y el sur del país.

⁴⁵ “Concurso de belleza infantil”, *Instantáneas* (Bahía Blanca: 1 (16), septiembre de 1911), 2.

De la Bahía Blanca social al paisaje fotográfico: distinción de clase y hegemonía regional

Si hasta 1880 la fotografía había vivido en la Argentina su primera etapa de industrialización a partir de la aparición de formatos más pequeños y económicos, su asociación con la imprenta marcó lo que John Tagg⁴⁶ denomina su segunda industrialización, cuya principal característica fue su inclusión en los objetos editoriales gracias a los procedimientos de la fotomecánica de medio tono. Como señala Verónica Tell,⁴⁷ esta transformación redundó en una difusión ampliada de la fotografía que, de esta manera, adquirió mayor resonancia en la construcción y consolidación de los imaginarios sociales. En Bahía Blanca las imágenes fotográficas tuvieron, a partir de su incorporación a las revistas ilustradas, una circulación inaudita que las convirtió en medios privilegiados de configuración de la realidad social. Tanto a través de los retratos de estudio como de las imágenes noticiosas, la sociabilidad local y sus miembros destacados se convirtieron en temáticas recurrentes. Secciones como “Galería de Damas” también llamada “Mundo Gentil” o “Damas bahienses” y “Nuestros niños” o “Galería infantil” estuvieron presentes en todas las publicaciones mostrando las familias de la *high society* bahiense mientras que otras como “Medallones” y “Nuestros hombres” solo se incluyeron en algunas de ellas. Al igual que los apartados dedicados a los artistas del momento—primero teatrales y musicales y luego cinematográficos—, al retrato fue el género privilegiado en tanto permitía destacar la individualidad de los representados a la par de sus atributos sociales. La importancia que éste adquirió en el afán de exhibición y de legitimación de la naciente burguesía retrocedió, sin embargo, a medida que otros grupos sociales se apropiaban del lenguaje fotográfico y, gracias al abaratamiento de los insumos y artefactos, creaban sus propias imágenes para que luego fueran publicadas en las páginas satinadas de los magazines. Las fotografías contribuyeron, así, tanto a la construcción de la diferencia como a la visibilización de los nuevos sectores que estaban irrumpiendo en el espacio público.

⁴⁶ John Tagg, *El peso de la representación. Ensayos sobre fotografías e historias* (Barcelona: Gustavo Gili, 2005).

⁴⁷ Verónica Tell, “Reproducción fotográfica e impresión fotomecánica: materialidad y apropiación de imágenes a fines del siglo XIX”, en Laura Malosetti Costa y Marcela Gené, *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires* (Buenos Aires: Edhasa, 2009), 141-164.

Aunque no abordaremos aquí en profundidad la fotografía social, cabe señalar que desde sus comienzos, todas las revistas ilustradas reservaron secciones a la exposición de retratos de las mujeres, los niños y, más ocasionalmente, los hombres de la alta sociedad local. El análisis cuantitativo de las publicaciones consideradas revela que este género representó poco más del 28% de las fotografías, siendo solo superado por las “Actualidades” que alcanzaron casi el 60% del total. Dentro de estas últimas pueden encontrarse, sin embargo, noticias gráficas de eventos de la sociabilidad, el deporte o la política que recurrían al retrato individual y colectivo como medio de homenajear y difundir a las figuras intervinientes. A pesar de hallarse presente durante todo el período, el peso relativo de ambas secciones no fue el mismo en todos los magazines. Hasta aproximadamente 1915, el retrato social cuyo único o principal objetivo era enaltecer y exhibir a los representados, tuvo mayor importancia que en los impresos posteriores a esta fecha. En *Proyecciones e Instantáneas* los porcentajes llegaron al 36% para descender luego al 11,28% en *La Semana* y al 27% en *Arte y Trabajo*. Consideramos que esta tendencia se debió fundamentalmente a las transformaciones sociales que se estaban produciendo en la ciudad ya que, desde fines del siglo anterior, debido a la consolidación del modelo económico y al crecimiento demográfico, se estaba conformando una élite local que requería de los nuevos medios culturales y, sobre todo, visuales, para reforzar su posición y solidificar sus vínculos de pertenencia tanto frente a sí misma como ante el resto de la población.

En este sentido pueden explicarse también las modificaciones en las formas de representación verificables en el transcurso de las décadas. Las poses rígidas, artificiales y distantes del principio cedieron ante otras más naturales y emotivas donde emergía la subjetividad de los retratados junto a los atributos de su clase social. Así, mientras durante los primeros quince años la probidad, la virtud y la distinción de la naciente burguesía constituían el objeto primordial de la representación fotográfica, en el período siguiente, una vez definido el grupo dominante y consolidada su posición hegemónica, serían las marcas individuales las que pasarían a un primer plano. Por supuesto, las causas de estas variaciones no fueron únicamente de orden social sino que se articularon asimismo con los cambios en las formas de concebir

el cuerpo y en los modos de representarlo. La creciente familiaridad con las técnicas y convenciones fotográficas redundó en una actitud más espontánea de los modelos frente a la cámara así como la difusión de nuevos aparatos y dispositivos de iluminación permitió realizar tomas en espacios cotidianos, más íntimos y relajados. La posibilidad cada vez mayor de acceder a estos artefactos implicó además la aparición de otros sectores sociales en la superficie impresa que, hasta entonces, solo habían sido registrados ocasionalmente en relación a acontecimientos masivos o a instituciones dirigidas por la élite. Los picnics de gremios y sociedades, los festejos de carnaval, las romerías españolas, los encuentros deportivos, los banquetes de las colectividades y los clubes, se hicieron presentes en las revistas a medida que caras no tan conocidas afloraban en las galerías. El retrato de estudio retrocedía ante el avance de la fotografía doméstica y los decorados artificiales iban cediendo su lugar a los interiores hogareños y los escenarios urbanos.

El retrato social, sin embargo, no fue el único género fotográfico presente en las revistas ilustradas. El paisaje urbano o rural, local, regional o nacional ocupó también gran parte de la superficie impresa durante todo el período. Ya en 1908, las ocho fotografías aparecidas en *Letras y Figuras* plasmaban distintos panoramas y edificios de Bahía Blanca y demostraban, de este modo, el interés de la revista por exhibir los progresos de la ciudad, reforzando, así, su imagen moderna.⁴⁸ En el transcurso de los años siguientes el porcentaje de fotografías paisajísticas se mantuvo estable entre el 5% y el 10% aunque varió considerablemente el objeto de las representaciones. [Anexo n° 2] Más allá de algunas referencias ocasionales a Europa (Italia), Oriente (India) y América (Paraguay, Chile y Brasil), la casi totalidad de las imágenes eran del territorio argentino y, en especial, de la región pampeana, la Patagonia y de Bahía Blanca misma. Las proporciones entre las tres, sin embargo, se fueron modificando en función de dos factores: el alcance territorial de las revistas y las posibilidades de realización de las

⁴⁸ En la Argentina, la fotografía fue habitualmente utilizada como testimonio del progreso desde, al menos, 1870. Gracias a su aparente objetividad, este medio se consideraba especialmente adecuado para estos usos en tanto permitía mostrar “fielmente” el desarrollo del país. Véase, por ejemplo, Laguarda, “Vender las pampas”, Margarita Gutman, *El poder de la anticipación. Imágenes itinerantes del futuro metropolitano en el primer Centenario* (Buenos Aires: Infinito, 2011) y Catalina Fara, “Una ciudad de papel. Las imágenes de Buenos Aires en *Caras y Caretas* 1920-1939”, *Avances. Revista del área de Artes* (Córdoba: 19, 2011-2012): 97-109.

pretensiones de hegemonía regional de la localidad. Así puede explicarse, por ejemplo, el aumento de la atención prestada a la región sudoeste de la provincia de Buenos Aires en una revista que, como *Arte y Trabajo*, se había gestado en Médanos o el incremento de las imágenes de Bahía Blanca en *La Semana* cuya circulación se circunscribía principalmente al ambiente local. De igual forma, así como el crecimiento en la cantidad de vistas patagónicas durante los años 1910-1912 coincidió con la última propuesta de capitalización de la ciudad impulsada por el gobernador José Inocencio Arias, su descenso y el paralelo acrecentamiento de las imágenes dedicadas a paisajes de La Pampa y la región del Sudoeste bonaerense evidencian que, frustrados los proyectos de reorganización territorial, la atención de los bahienses se volvió fundamentalmente a su zona más próxima de influencia. Si bien las ambiciones de convertirse en centro del sur del país no desaparecieron e incluso se revitalizaron durante la década de 1940 como consecuencia de las discusiones sobre la provincialización de los territorios nacionales,⁴⁹ entre mediados de los años diez y hasta entonces los debates sobre la proyección sureña de la localidad quedaron postergados:⁵⁰

La imagen fotográfica, sostenida por la ilusión de transparencia, constituyó el medio privilegiado para la construcción de representaciones territoriales y, por lo tanto, de configuración de una identidad nacional fundada en la apariencia de la patria.⁵¹ Como sostiene Graciela Silvestri, la difusión de paisajes fotográficos y pictóricos se produjo paralelamente al aumento de horas dedicadas a la geografía en la currícula escolar y a los debates clásicos en torno a la

⁴⁹ Juliana López Pascual, “El desafío de la Patagonia. Domingo Pronsato y la proyección de Bahía Blanca sobre el territorio austral. (Bahía Blanca, 1940-1970)”, en *IV Jornadas Interescuelas/Departamento de Historia* (Mendoza: Departamento de Historia de la Facultad de Filosofía y Letras - Universidad Nacional de Cuyo, 2013). [mimeo]

⁵⁰ Como bien señala Juliana López Pascual, hacia 1918 y 1919 existió un período de breve resurgimiento a causa de la movilización pampeana que se había iniciado con el objetivo de obtener el estatus de provincia para la gobernación. López Pascual, “El desafío de la Patagonia”. Sobre los *proyectos* de capitalización, provincialización y federalización durante el siglo XX véase Hernán Silva y otros, *Bahía Blanca, una nueva provincia y diversos proyectos para su capitalización* (Bahía Blanca: Departamento de Humanidades de la Universidad Nacional del Sur, 1972).

⁵¹ Graciela Silvestri, “Postales argentinas”, en Carlos Altamirano (ed.), *La Argentina en el siglo XX* (Buenos Aires: Ariel, 1999), 111-135 y Graciela Silvestri, *El lugar común. Una historia de las figuras de paisaje en el Río de la Plata* (Buenos Aires: Edhasa, 2011).

problemática definición de las regiones. En tanto aún no se habían consolidado completamente las fronteras y muchos territorios eran casi desconocidos, la autora afirma que la síntesis visual de los paisajes tenía bases estéticas antes que científicas y se asentaba sobre las cualidades de lo bello, lo pintoresco y lo sublime. Hacia la década de 1930, Silvestri identifica cuatro formas del paisaje que, repetidas hasta el cansancio, se habían consolidado como representativas de la Nación: la pampa, los Andes, la zona tropical y la región austral. Durante las décadas anteriores, esta investigadora afirma que las vistas urbanas difundidas en las postales habrían predominado por sobre los escenarios naturales, lo cual permite suponer que todavía no se habían afianzado el conjunto de convenciones que vinculaban la morfología regional con un grupo de paisajes paradigmáticos.

Si bien esta aseveración resulta válida para las postales producidas en el ámbito local,⁵² el análisis de las revistas ilustradas previas a esa fecha pone en cuestión el carácter generalizador de la misma. En efecto, hacia el Centenario, las típicas imágenes de la Cordillera y los lagos patagónicos fueron reproducidas en numerosas ocasiones con el título “Paisajes del Sur” o “Maravillas del Sur”. El hecho de que junto a ellas y bajo idéntica denominación se colocaran los “rincones pintorescos” de Bahía Blanca y el sudoeste bonaerense, indica, no obstante, que dichas representaciones visuales estaban puestas al servicio de la construcción de una identidad, no nacional, sino regional. Parece confirmar esta hipótesis, la comprobación de que de otros paisajes canónicos—como las Cataratas del Iguazú—fueron publicados en muy escasas ocasiones y la recuperación de tópicos como los panoramas serranos o marítimos fueron apropiados en clave local. El paisaje que, al decir de Silvestri, permite articular subjetividad y naturaleza reforzando los vínculos emocionales con el espacio, estuvieron orientados también aquí a cimentar el espíritu de pertenencia a una comunidad específica y situada. La Patria, sin embargo, constituía un marco de referencia demasiado amplio y abstracto para los bahienses de la época y, a pesar de circular en el

⁵² Moisés, “Historia de las tarjetas postales de Bahía Blanca” y Julio Moisés, “Postales fotográficas de Bahía Blanca (1900-1960)”, en *Historia de la Fotografía* (Buenos Aires: Sociedad Iberoamericana de Historia de la Fotografía, 2006), 195-200.

imaginario local, pasó a un segundo plano frente a la necesidad de reivindicar el “pago chico” y su zona de influencia.

Paisaje y proyección regional: Bahía Blanca, “capital del Sur argentino”

El comercio de Bahía Blanca debiera, pues, preocuparse de este estado de cosas y mirar a la Patagonia como cosa propia: obra previsor, sería ligársela con vinculaciones de todo orden, financieras especialmente. [...] El deber de Bahía Blanca comercial es el de atraer a sí el centro de las actividades que se entrelazarán con la Patagonia, campo actual de fecundidades variadas, teatro mañana de orientaciones de capitales que fructificarán prodigiosamente.⁵³

Desde las últimas décadas del siglo XIX, Bahía Blanca había demostrado sus pretensiones autonómicas y la intención de extender su influencia hacia la zona sudoeste de la provincia de Buenos Aires y el sur del país. Dichas aspiraciones se concretaron en los sucesivos proyectos de provincialización, capitalización o federalización que intentaron llevarse a cabo entre 1884 y 1912. La prensa, en un principio *El Porvenir* y más tarde *La Nueva Provincia*, cumplió un papel fundamental como impulsora de estos planes que parecieron frustrarse definitivamente con la muerte de dos de sus más fervientes promotores: Carlos Pellegrini y José Inocencio Arias.⁵⁴ La idea de transformarse en centro de la región patagónica permaneció, sin embargo, en el imaginario de los bahienses gracias a la circulación de representaciones discursivas y visuales en los medios gráficos, las instituciones culturales y los círculos políticos.⁵⁵ El “sur” fue considerado como el espacio de expansión natural de la ciudad en tanto que, habiendo sido creada como

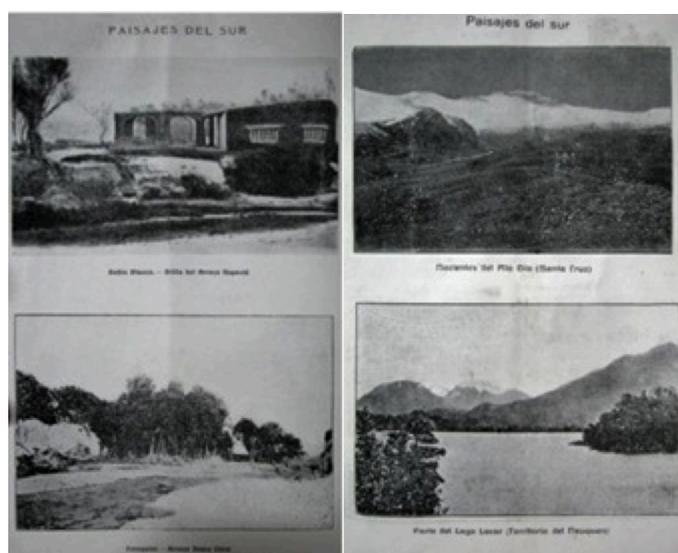
⁵³ “Visiones del Sur. Bahía Blanca y el porvenir de la Patagonia”, *El Siglo* (Bahía Blanca: 3 (907), 19 de agosto de 1919), 9.

⁵⁴ En la década de 1940 sería Domingo Pronsoato quien encabezaría el proyecto de capitalización. Véase López Pascual, “*El desafío de la Patagonia*”.

⁵⁵ Dichas representaciones se concretaron en las denominaciones dadas a la ciudad (*Chicago del Sur*), en los nombres y lemas de los medios periodísticos (*Brisas del Sur*; *El Sud*; *La Novela del Sur*; *La Nueva Provincia*, *el diario del Sur argentino*; *El Siglo*, *diario regional del Sur*; *Bandera Blanca*, *órgano de los Centros de ex-alumnos del sur argentino*) y en la designación otorgada a ciertas instituciones en el transcurso del siglo (*Liga de ganaderos del Sur*; *Liga del Sur*; *Centro Social Sud*; y más adelante, *Artistas del Sur*; *Instituto Tecnológico del Sur*; *Universidad Nacional del Sur*).

puesto de avanzada en la frontera, su crecimiento demográfico y económico la convertían en el núcleo urbano austral más destacado.⁵⁶

La fotografía, factor fundamental en la construcción de los paisajes nacionales y en su condensación como “lugares comunes cristalizados”,⁵⁷ operó, en este contexto, en dos direcciones complementarias: como medio de conocimiento de región y, por extensión, como herramienta simbólica de dominio territorial. En el primer sentido, a pesar de repetir motivos y convenciones pictóricas, la imagen fotográfica se sustentó sobre una idea de realidad que se convirtió en garantía de fidelidad respecto de lo representado. Ver la escena tomada por la cámara era equivalente, para los espectadores de



Blanca: 2 (59), 3 de septiembre de 1910), 15 y *Proyecciones* (Bahía Blanca: 2 (61), 21 de septiembre de 1910), 18.

la época, a conocer personalmente el sitio registrado y, por lo tanto, a distinguir los paisajes de la región y el país. Esta observación no suponía, sin embargo, una contemplación pasiva. Retomando el par foucaultiano *saber-poder*, Marta Penhos recalca el papel preponderante de la vista como instrumento de dominio y la centralidad de las imágenes en el proceso de adquisición y transmisión de conocimientos del territorio sudamericano tanto como en el proyecto político de consolidación de la

⁵⁶ De acuerdo al censo de 1914 las ciudades más populosas al sur de Bahía Blanca (70269 hab.) eran Patagones (8288 hab.), Bariloche (6909 hab.) y Trelew (4396 hab.). Las demás tenían, todas, una población menor a 3500 habitantes.

⁵⁷ Silvestri, *El lugar común*.

autoridad española durante la colonia.⁵⁸ Del mismo modo, al reproducir las imágenes de la Patagonia y del sudoeste bonaerense, las publicaciones ilustradas expandían hacia ellos el campo de influencia de la ciudad. El hecho de que la inmensa mayoría de los paisajes escogidos por las revistas fueran de las regiones aledañas y no de otros lugares igualmente representativos de la Nación, reafirma la hipótesis de que Bahía Blanca se percibía sí misma como parte integrante y conductora de estas áreas cuyos progresos registraba también con regularidad. *Proyecciones*, fue la primera en incluir la sección “Paisajes del Sur” que, significativamente, se inauguró con un “rincón pintoresco” de las orillas del Arroyo Napostá. La serie de veinte fotografías que el magazine de Monteavaro publicó desde su número 59 hasta el 61, estuvo compuesta de la siguiente manera: “Bahía Blanca. Orillas del Arroyo Napostá”, “Tornquist. Arroyo Sauce Chico”, “Puerto Bueno. Lago Nahuel Huapi (Neuquén)”, “Lago Nahuel Huapi (Neuquén). Lado Oeste cerca del desagüe”, “Río Fénix (Santa Cruz)”, “Lago del Volcán (Santa Cruz)”, “Vista de las sierras Curamalán Grande”, “Monte Sarmiento (Tierra del Fuego)”, “Región Aurífera (Santa Cruz)”, “Ushuaia (Tierra del Fuego)”, “Isla de Mármol, Lago Buenos Aires (Santa Cruz)”, “Pigüé. Entrada a la Estación”, “Chubut. Puerto Pirámides”, “Una estancia en Río Gallegos”, “Río Negro, desde Tragua”, “Río Limay, límite de los territorios Río Negro y Neuquén”, “Río Negro. Choele Choel”, “Chubut. Río Percey”, “Nacientes del Río Gío (Santa Cruz)” y “Parte del Lago Lacar (Territorio de Neuquén)” [Imágenes 12 y 13]. Las categorías de lo pintoresco y lo sublime se combinaban aquí con la dimensión productiva de los territorios nacionales; la explotación minera, la pesca y la ganadería resultaban igualmente importantes que los criterios estéticos en la definición del potencial austral. Como sostiene Pedro Navarro Floria, en la valorización de la “Suiza argentina” se conjugaron factores estéticos, éticos, económicos y políticos.⁵⁹ La inclusión de Tornquist, Pigüé y Bahía Blanca en esta selección puede resultar llamativa al lector actual, pero, en un momento donde las fronteras regionales eran aún tema de

⁵⁸ Marta Penhos, *Ver, conocer, dominar. Imágenes de Sudamérica a fines del siglo XVIII* (Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2005).

⁵⁹ Pedro Navarro Floria, “La “Suiza argentina”, de utopía agraria a postal turística: la resignificación de un espacio entre los siglos XIX y XX”, en Pedro Navarro Floria, *Historia de la Patagonia: 3º jornadas* (Neuquén: Universidad Nacional de Comahue, 2008), disponible en <http://www.hechohistorico.com.ar/Trabajos/Jornadas%20de%20Bariloche%20-%202008/NavarroFloria1.pdf>.

debate y reflexión, las fotografías adquirieron un poder performativo en la delimitación territorial al reunir el sudoeste bonaerense y la Patagonia en un mismo apartado y bajo idéntica denominación.

Estimuladas por la reactivación de los proyectos de capitalización, las revistas ilustradas en torno al Centenario y hasta bien entrada la década de 1920 prestaron especial atención al Sur argentino, sobre todo a los territorios del Río Negro. Allí se condensaban las bellezas naturales y los progresos de la modernización. En el primer caso, los lagos, los bosques y los valles cordilleranos monopolizaron el interés de los bahienses, en particular de aquellos que tenían la posibilidad de realizar excursiones de placer por la zona. Los “Recuerdos de viaje” mostrando sitios pintorescos comenzaron a aparecer en los magazines como *La Semana* e *Instantáneas* llegando, más tarde, a ocupar la portada de *Arte y Trabajo*. A medida que se iba consolidando un imaginario en torno a sus rasgos distintivos, el paisaje andino fue, sin embargo, acentuando sus características asociadas a lo sublime.⁶⁰ Brenda Bassi, por ejemplo, relató su experiencia de lo inefable en “El Lago de los Cántaros”, un texto pleno de lirismo extraído del cuaderno de viajes de la autora:

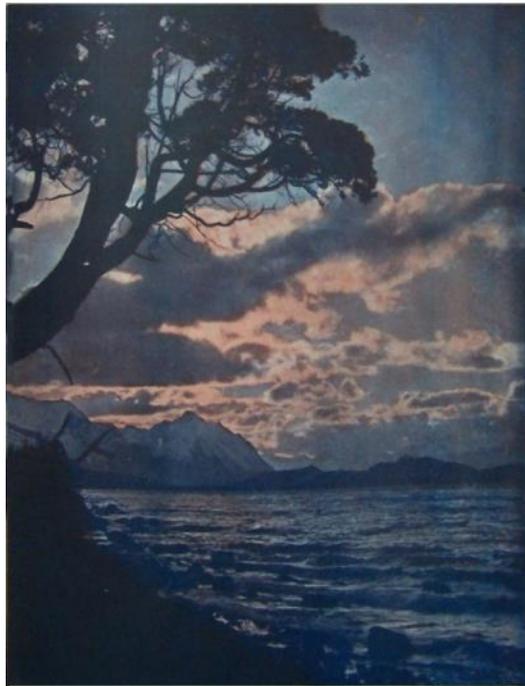
Percibíamos la sensación de que en nuestra alma se infiltraba suavemente la Naturaleza entera, nos penetrábamos de su esencia misma, nos sentíamos refundidos en ella. [...]

Un encanto inefable emanaba de ese ambiente saturando el alma de emociones indecibles. Reinaba en torno un silencio misterioso, diríase que el Espíritu de la Montaña, rozando con sus alas todo cuanto nos rodeaba en ese momento, hubiéralo adormecido; quizá, vigilante celoso de sus dominios, para escuchar mejor el eco de los pasos cuando se atreve a pisar allí la planta humana.⁶¹

⁶⁰ Como señala Silvestri, lo sublime se refiere a la naturaleza en sus manifestaciones extraordinarias, poderosas y desmesuradas, y “es ese extraño poder, ajeno a la razón, el modelo para calificar emociones, pasiones, y obras de arte en su más exquisita expresión”. Silvestri, *El lugar común*, 241. Los paisajes patagónicos, dice la autora, no se separaron completamente del gusto por lo pintoresco en tanto su reproducción reiterada los transformó en *paisajes típicos*.

⁶¹ Brenda Bassi, “El Lago de los Cántaros”, *Arte y Trabajo* (Bahía Blanca: 5 (78), 29 de febrero de 1920): 10.

La sensación casi metafísica que embargaba a Bassi ante el contacto con la desmesura de la Naturaleza, se correspondía con las imágenes de Junín de los Andes tomadas por Mary Sherriff y publicadas en dos números de la revista de Jannelli bajo el título “La Suiza argentina”. El cerro Tronador y los lagos Frías, Huahun, Lacar y Caleufo componían el grupo de cinco fotografías enviadas por Miss Sherriff donde se congregaban el silencio, la soledad y la grandiosidad propios de lo sublime. El coloreado de las imágenes enfatizó incluso estas cualidades mediante la utilización de tonos oscuros y azulados que permitían crear una sensación de infinitud y misticismo, una ilusión de profundidad a partir de la aplicación de la perspectiva aérea y un cierto desasosiego fundado en los cielos y aguas turbulentas. En su tapa del 31 de marzo de 1924, *Arte y Trabajo* reprodujo un paisaje del Nahuel Huapi con estas características cuyo título, “Hermosuras de la región”,



[Imagen 14] "Hermosuras de la región", *Arte y Trabajo* (Bahía Blanca: 9 (119), 31 de marzo de 1924), tapa.

daba cuenta de la persistencia aún entonces de una representación de Bahía Blanca asociada a la Patagonia. [Imagen 14]

Tal pretensión se asentaba, asimismo, sobre cuestiones de orden infraestructural ya que fue desde esta ciudad que partió la extensión de las líneas ferroviarias hacia Neuquén y Río Negro, vía Patagones. El mismo Arturo Coleman, superintendente del Ferrocarril Sud, dedicó

seis capítulos de sus memorias a narrar sus expediciones a la zona cordillerana y a describir el definitivo asentamiento de la empresa ferroviaria en ella. La presencia de los capitales ingleses era percibida por los bahienses como un factor de progreso que continuaba la labor realizada en la localidad. En abril de 1920, de hecho, el artículo de *Arte y Trabajo* “El Valle del Río Negro”, resaltaba la valiosísima obra, que se debe al capital extranjero y que en breve tiempo cambió por completo el aspecto de una vasta región, transformándola de estéril erial en fértil oasis, donde la lujuriente vegetación parece cantar un himno al genio del hombre y al coraje de quienes se atrevieron a invertir sus dineros en obra que aun habrá de tardar tiempo en restituirlos.⁶² La selección de fotografías a continuación, diez en total, exhibían las obras de ingeniería, en especial, hidráulica,⁶³ realizadas por los británicos (puentes, diques, canales) junto a escenas de la explotación agrícola y ganadera del valle. Todas ellas confluían en la construcción de una imagen de la Patagonia como tierra de promisión fundada en la riqueza natural y en las posibilidades de desarrollo de una economía primaria orientada a la exportación. En este sentido, su circuito productivo se entroncaba necesariamente con Bahía Blanca en tanto era en sus puertos donde se embarcaban las materias primas rumbo a los mercados europeos. Las distintas vías de comunicación, terrestres y marítimas, se transformaban entonces en elementos fundamentales para el progreso concebido en estos términos. [Imagen 15] Además de destacar la labor de las empresas ferroviarias, las revistas recalcaban las inversiones de los empresarios navieros que permitían conectar las zonas agrícola-ganaderas con los nodos portuarios. Fue el caso de la flota costera de J. Caprile y Cía. que en 1921 estableció una línea de transporte por mar entre el puerto de Bahía Blanca, Patagones y San Antonio Oeste “que redundará en grandes beneficios para el comercio en general y particularmente para los productores del Sur Atlántico”.⁶⁴

⁶²“El Valle del Río Negro”, *Arte y Trabajo* (Bahía Blanca: 5 (80), 30 de abril de 1920), 16.

⁶³Las obras hidráulicas eran especialmente importantes en una zona semi-desértica como la del Neuquén. Ya en 1911, *Ecos* había registrado los adelantos en la canalización de la Cuenca Vidal que culminó con la formación del lago artificial Pellegrini. “La Cuenca Vidal”, *Ecos* (Bahía Blanca: 1 (20), 18 de marzo de 1911): 5.

⁶⁴“Iniciativa de aliento. Navegación marítima al sur”, *Arte y Trabajo* (Bahía Blanca: 6 (90), 31 de marzo de 1921): 23.

Del mismo modo que el desarrollo productivo, el proceso de urbanización de las ciudades patagónicas era registrado con regularidad en las secciones fotográficas. El acontecer social y las transformaciones urbanas de localidades como Patagones, Choele Choel, Río Colorado y, sobre todo, Viedma, eran tratados por las publicaciones ilustradas y sus figuras notables eran incluidas en las galerías. La capital de Río Negro, en particular, mostraba los progresos más notorios que merecieron más de un artículo laudatorio:

Dicha ciudad, llamada en un futuro muy próximo a ser uno de los emporios comerciales de la inmensa zona patagónica, cuenta en la actualidad con numerosas casas comerciales, todas serias, con fuertes capitales propios, que testimonian al observador su progreso material, sólido y efectivo. A esto debe agregarse la iniciativa particular de sus pobladores y el empeño tesonero y progresista de sus autoridades gubernativas para augurar a la ciudad de Viedma un rápido crecimiento en su economía pública como en su desenvolvimiento material e intelectual.⁶⁵

Como en el caso bahiense,⁶⁶ los edificios públicos y privados, los jardines y sus monumentos, los establecimientos comerciales y los espacios de sociabilidad eran los componentes centrales de los nuevos paisajes urbanos. Este género fue, sin embargo, distintivo de los pueblos de las provincias de Buenos Aires y La Pampa antes que de las pequeñas poblaciones patagónicas donde la Naturaleza primaba por sobre los signos de la intervención humana.

Durante la década de 1920, si bien siguieron publicándose imágenes del sur, fueron las ciudades bonaerenses y pampeanas las que concentraron la atención periodística. La frustración de los proyectos de autonomización, aunque, como vimos, no implicó un corte de los vínculos con la Patagonia los limitó a cuestiones de carácter económico y cultural: para entonces, ya no resultaba viable de momento un programa de reestructuración administrativa que dejara a Río Negro bajo la jurisdicción bahiense. La nueva sección del magazine de Jannelli, “*Arte y Trabajo en la región*” dio cuenta de estas transformaciones ocupándose de las localidades situadas al sudoeste de la provincia.

⁶⁵ “«Arte y Trabajo» en Río Negro”, *Arte y Trabajo* (Bahía Blanca: 5 (77), 31 de enero de 1920): 19.

⁶⁶ Sobre las representaciones fotográficas del progreso bahiense véase María de las Nieves Agesta, “Las imágenes del progreso en la prensa bahiense del Centenario”, en Pedro Navarro Floria, *Historia de la Patagonia: 3º jornadas*, (Neuquén: Universidad Nacional de Comahue, 2008), disponible en <http://www.hechohistorico.com.ar/Trabajos/Jornadas%20de%20Bariloche%20-%202008/Agesta.pdf>.

Desde la primera década del siglo, *Proyecciones*, *Ecos*, *Instantáneas* y *La Semana* se habían ocupado de informar las noticias de las localidades más próximas: una fiesta en Saavedra, la inauguración del hotel de Sierra de la Ventana, la viticultura en Médanos, el nuevo edificio del Banco Comercial y una manifestación en Tres Arroyos, la estación de ferrocarril y un picnic en Coronel Dorrego, los disfraces del carnaval de Olavarría. En los años veinte, las notas sobre estos sitios se volvieron considerablemente más extensas y ocuparon un lugar central en las ediciones de *Arte y Trabajo*. Sin dudas, entre las causas de esta expansión se encontró el aumento de la tirada de la revista y su distribución en nuevos puntos de provincia que querían verse también representados en sus páginas. No obstante, debido a la identificación entre la “región” y estos territorios, podemos sostener que a partir de ese momento se reforzó la idea de Bahía Blanca como centro del sudoeste bonaerense y del territorio pampeano.

Valgan a manera de ejemplo dos artículos publicados en la edición del 30 de diciembre de 1922. El primero dedicó siete páginas y veintiocho fotografías a mostrar el desarrollo económico, urbanístico, cultural y social de Tres Arroyos. La nómina de las imágenes sintetiza, en gran medida, los componentes progresistas valorados por los editores: los comercios al mayor y menor de Josefa P. de Ceriani y de Ángel San Román, la fábrica de fideos *La Americana*, la pastelería y



[Imagen 16] "Sierra de la Ventana", *Arte y Trabajo*
(Bahía Blanca: 11 (143), 30 de noviembre de 1926), 31.

facturería de Eugenio Rivolta, las panaderías de Fernández García, Pedro Miras, Blanco hnos. y Esteban Diodati, la Compañía de luz eléctrica, el Hotel *España*, la casa consignataria de Farías y García, la

cigarrería, librería y agencia de lotería *Casa Iglesias*, la presidenta de la sociedad *Damas de Beneficencia y Pro-Asilo de Ancianos* Herminia B. de Cantagalli y la vicepresidenta María O. de Fernández y Fernández, Avenida Moreno, la fábrica de complementos agrícolas, el bar *Castilla* y su orquesta (cuatro fotos), las maquinarias para la fabricación de hielo, los principales periódicos, el establecimiento de embutidos *La Sudamericana*, molino *Americano*, el restaurante *Las 14 provincias*, el depósito de cal, piedra y artículos de construcción Reno Selva, el mercado *Adolfo Alsina* y una panorámica de la plaza central y sus edificios públicos. Idénticos criterios orientaron la selección en el apartado que a continuación se consagraba a González Chaves; “industria, comercio y nota social”, resumía el título, para incluir luego fotografías de la sala de cine, los motores generadores de luz, una escuela, el interior de la iglesia, el monumento de la plaza y una dama de la alta sociedad local. La pujanza y la modernidad de la región se fundaban así en su capacidad productiva y comercial, en la creación de actividades e instituciones culturales y educativas, en el lustre de su sociabilidad, en la fluidez de sus comunicaciones y en la disponibilidad de servicios. Encabezado por Bahía Blanca, el sudoeste bonaerense se convertía en paradigma del progreso acelerado asociado al modelo socioeconómico capitalista de integración internacional.

La zona se mostraba autosuficiente, contando incluso con sus propios centros turísticos costeros y serranos. No era necesario llegar hasta las sierras cordobesas si a pocos kilómetros podían visitarse los cordones serranos de Tandilia o Ventania [Imagen 16]; el nuevo balneario de Monte Hermoso volvía ocioso el viaje hasta Mar del Plata. Aunque esto no fuera así en las preferencias reales de los viajeros (“la Feliz”, por ejemplo, continuó siendo uno de los destinos favoritos), era ésta la propuesta de las publicaciones ilustradas:

...es precisamente a esos que prefieren el turismo admirativo, sin molestias y sin fatigas, que recomendamos un paseo hasta Sierra de la Ventana, sitio en donde hallarán en pequeña escala, todo lo que la naturaleza brinda en los alrededores del Nahuel Huapi. Estas condiciones han sido las que aceleraron el progreso del pueblo, pues varias familias de la sociedad bahiense lo eligieron como estación de veraneo y en los últimos tres o cuatro años se han visto surgir acá y acullá numerosos chalets y palacetes, con

jardines y arboledas, que contribuyen al embellecimiento conjunto.⁶⁷

Belleza y progreso. Esa era la fórmula que, de acuerdo a las representaciones visuales y discursivas construidas por los magazines, reunía el sudoeste bonaerense. Bahía Blanca, punta riel y puerto de salida al mar, se presentaba como la candidata más firme a convertirse en centro de referencia para las localidades aledañas. Compartiendo estas pretensiones, los grupos letrados que editaban las revistas utilizaron los nuevos recursos técnicos de producción y reproducción de la imagen para ofrecer sustento visual a los proyectos de hegemonía regional y actuaron ellas mismas como prueba del proceso de modernización que se estaba operando en la ciudad.

Conclusiones

Y así como Rosario es el centro de la actividad comercial é industrial del interior de la República. Bahía Blanca lo es de las extensas regiones y de las poblaciones que en el sur van acrecentando paulatinamente el progreso argentino.⁶⁸

La articulación entre la imagen fotográfica y los medios impresos, transformó a principios del siglo XX las prácticas de consumo y producción visual en Bahía Blanca. Las revistas ilustradas rápidamente se apropiaron de la fotografía que, gracias a la fotomecánica, pudo ser reproducida en sus páginas a gran escala y bajo costo. El desarrollo temprano de la fotografía se debió en parte a la escasa circulación de imágenes que no alcanzaba a satisfacer la avidez visual de la incipiente sociedad moderna y a la relativa facilidad atribuida al uso de la cámara que, a diferencia de las artes plásticas, no parecía requerir de una formación sistemática y prolongada. De esta manera, se multiplicaron en la época los estudios, los grupos de aficionados y la producción de postales generando un fluido intercambio de bienes técnicos y artísticos. En este contexto, los magazines contribuyeron a moldear competencias y criterios de apreciación visual, convirtiéndose, a la vez, en factores fundamentales

⁶⁷ "Sierra de la Ventana, F.C. Sud", *Arte y Trabajo* (Bahía Blanca: 4 (68), 20 de abril de 1919): 19.

⁶⁸ "Bahía Blanca", *La Nueva Provincia* (Bahía Blanca: 4 (1062), 16 de abril de 1902): 1.

para el proceso de profesionalización de los nuevos fotógrafos que colaboraban regularmente mediante la provisión de material gráfico

La difusión que estas imágenes alcanzaron dentro y fuera de la localidad a partir de su inserción en las revistas culturales, aumentó, sin duda, su influencia en la estructuración de las mentalidades y en las formas de percepción de la realidad socio-histórica. Si el retrato fue una herramienta primordial en la promoción y legitimación de los sectores dominantes, la fotografía de paisajes naturales o ciudadanos contribuyó a la construcción de una imagen de Bahía Blanca como ciudad progresista a fin de legitimar sus pretensiones de centro regional y sentar las bases de una identidad local. Las vistas urbanas que en distintos lugares del país y el mundo habían conquistado el favor del público a través de las tarjetas postales, se multiplicaron también en las revistas ilustradas bahienses. Los paisajes fotográficos buscaron plasmar escenarios que concentraran rasgos de identificación regional y, a la vez, evidenciaran sus progresos. La proximidad y la consecuente articulación de imágenes de la Patagonia y el sudoeste bonaerense como partes de un mismo recorte regional adquirió, entonces, un poder performativo en la definición de la zona de influencia de Bahía Blanca; ellas constituían su ámbito obvio de expansión económica, cultural y hasta administrativa. Si bien la frustración de los planes de capitalización en 1912 limitó las pretensiones de dominio político sobre los territorios del sur, la localidad persistió en sus intenciones de convertirse en centro de referencia para las poblaciones del sudoeste de la provincia de Buenos Aires y en nodo comercial para la región austral. En consonancia con ello, se reprodujeron vistas canónicas de los paisajes cordilleranos y otras inéditas de los progresos que tenían lugar en las localidades aledañas donde recurrían, al igual que en las imágenes de Bahía Blanca, a tópicos surgidos del imaginario moderno como la prosperidad económica concretada en la infraestructura agro-ganadera, ferroporтуaria y comercial, la civilización de las costumbres y el desarrollo cultural y urbanístico condensado en la edificación pública y privada.

La tríada *ver/conocer/dominar* fue, de este modo, activada mediante la inclusión de la fotografía en las publicaciones periódicas: el reconocimiento de las bellezas naturales y de las riquezas de la zona contribuía a reafirmar la representación del Sur como tierra de

promisión y de futuro que, a su vez, sostenía las pretensiones de Bahía Blanca de presentarse como centro urbano y económico de las áreas cercanas. A diferencia de lo que sucedía en las publicaciones porteñas donde el énfasis de la producción paisajística estaba puesto—además de sobre la propia identidad urbana—sobre la creación de un sentimiento de pertenencia a la comunidad nacional, fue la identificación y la proyección regional lo que priorizaron las fotografías aparecidas en las revistas ilustradas bahienses durante las tres primeras décadas del siglo XX. Si bien, como hemos analizado más profundamente en otra ocasión,⁶⁹ los impresos editados en Europa, Buenos Aires y otras ciudades del país como Rosario constituyeron el modelo sobre el que se asentaron las producciones locales, lo cierto es que dicha relación se efectuó en términos de apropiación⁷⁰ antes que de imitación. A pesar de responder a una agenda temática impuesta por estos referentes, de reutilizar material visual o discursivo proveniente de sus redacciones o de recurrir a similares estrategias de estructura y diagramación, los contenidos de estas publicaciones otorgaron muy escasa—y en algunos casos, nula—atención a sucesos y figuras ajenos al medio bahiense y circundante: escritores, fotógrafos e ilustradores locales tenían una posición privilegiada en la factura de sus textos e imágenes a la par que el acontecer político y social de la ciudad y las vistas fotográficas del núcleo urbano y de su área de influencia ocupaban la mayor parte de sus páginas. La articulación de los procedimientos desplegados por las revistas capitalinas y del Viejo Continente y los contenidos generados y/o referidos a Bahía Blanca y su zona, testimoniaba, así, el carácter moderno de este nodo sureño y otorgaba legitimidad a sus demandas de hegemonía regional.⁷¹

⁶⁹ María de las Nieves Agesta, *Mundos de papel. Las revistas en el proceso de modernización cultural de Bahía Blanca (1902-1927)* (Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur, 2013) [tesis doctoral inédita]

⁷⁰ Roger Chartier, *El mundo como representación* (Barcelona: Gedisa, 1992).

⁷¹ Si bien excede el objetivo del presente artículo, consideramos que la realización de un estudio comparativo entre publicaciones de diferentes lugares del país sería sumamente valioso para abordar la tensión entre la construcción de las identidades locales y regionales y la de una identidad nacional a través de las imágenes fotográficas de las revistas ilustradas. Para ello sería necesario no sólo establecer vínculos entre las investigaciones ya existentes referidas, principalmente, a unos pocos centros urbanos, sino también avanzar sobre el análisis de producciones análogas originadas en otras provincias y localidades de la Argentina. De esta manera, se podría elaborar una historia plural que tenga en cuenta las circulaciones, los préstamos y las apropiaciones y que contemple el amplio territorio nacional en su complejidad.

Referencias bibliográficas

- Agesta, María de las Nieves. *Mundos de papel. Las revistas en el proceso de modernización cultural de Bahía Blanca (1902-1927)*. Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur, 2013 [tesis doctoral inédita].
- . “Las imágenes del progreso en la prensa bahiense del Centenario” en Navarro Floria, Pedro (dir.), *Historia de la Patagonia: 3º jornadas*. Neuquén: Universidad Nacional de Comahue, 2008. Disponible en <http://www.hechohistorico.com.ar/Trabajos/Jornadas%20de%20Bariloche%20-%202008/Agesta.pdf>
- Bauret, Gabriel. *De la fotografía*. Buenos Aires: La Marca Editora, 2010.
- Campanha de Carvalho Madio, Telma. “A fotografia na imprensa diária paulistana nas primeiras décadas do século XX: O Estado de S. Paulo”. *História* (São Paulo: 26 (2), 2007), 61-91, disponible en: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-90742007000200005&lng=es&nrm=iso
- Casavalle, Amado y Miguel Ángel Cuarterolo. *Imágenes del Río de la Plata. Crónica de la fotografía rioplatense 1840-1940*. Buenos Aires: Editorial del Fotógrafo, 1985.
- Chartier, Roger. *El mundo como representación*. Barcelona: Gedisa, 1992.
- Cuarterolo, Andrea L. *De la foto al fotograma. Relaciones entre cine y fotografía en la Argentina (1840-1933)*. Montevideo: Centro de Fotografía, 2013.
- . “El retrato rioplatense en el siglo XIX: un espejo de la mentalidad burguesa”, en *Historia de la fotografía*. Buenos Aires: Sociedad Iberoamericana de Historia de la Fotografía, 2006. 95-101
- Dubois, Philippe. *El acto fotográfico y otros ensayos*. Buenos Aires: La Marca Editora, 2008.
- Fara, Catalina. “Una ciudad de papel. Las imágenes de Buenos Aires en *Caras y Caretas 1920-1939*”. *Avances. Revista del área de Artes*. Córdoba: 19, 2011-2012. 97-109

- Fernández García, Ana María. *Arte y emigración. La pintura española en Buenos Aires (1880-1930)*. Gijón: Universidad de Oviedo/Universidad de Buenos Aires, 1997.
- Fernández, Sandra R. *La revista El Círculo o el arte de papel. Una experiencia editorial en la Argentina del Centenario*. Murcia: Universidad de Murcia, 2010.
- Freund, Gisele. *La fotografía como documento social*. México: Ediciones Gustavo Gili, 1993.
- Giordano, Mariana. "Nación e identidad en los imaginarios visuales de la Argentina. Siglos XIX y XX". *Arbor. Ciencia, Pensamiento y Cultura* (Madrid: 185 (740), noviembre-diciembre 2009), 1283-1298. Disponible en <http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/395/396>
- Gómez, Juan. *La fotografía en la Argentina. Su historia y evolución en el siglo XIX 1840-1899*. Buenos Aires: Abadía Editora, 1986.
- Gutman, Margarita. *El poder de la anticipación. Imágenes itinerantes del futuro metropolitano en el primer Centenario*. Buenos Aires: Infinito, 2011.
- Laguarda, Paula I. "Vender las pampas. El imaginario de la modernización y la fotografía propagandística en el Territorio Nacional de La Pampa". *Quinto Sol*, (Santa Rosa: 14, 2010), 47-72. Disponible en <http://sociohistoricos.files.wordpress.com/2011/01/14-laguarda.pdf>
- López Pascual, Juliana. "El desafío de la Patagonia. Domingo Pronsato y la proyección de Bahía Blanca sobre el territorio austral. (Bahía Blanca, 1940-1970)" en *IV Jornadas Interescuelas/Departamento de Historia*. Mendoza: Departamento de Historia de la Facultad de Filosofía y Letras - Universidad Nacional de Cuyo, 2013. [mimeo]
- Moisá, Julio. "Historia de las tarjetas postales de Bahía Blanca (1907-1944). Ediciones de Adelino Gutiérrez, Casa Muñiz y Eladio Bautista" en *Historia de la fotografía*. Rosario: Sociedad Iberoamericana de Historia de la Fotografía, 2007. 183-187

- . "Postales fotográficas de Bahía Blanca (1900-1960)" en *Historia de la Fotografía*. Buenos Aires: Sociedad Iberoamericana de Historia de la Fotografía, 2006. 195-200
- Navarro Floria, Pedro. "La "Suiza argentina", de utopía agraria a postal turística: la resignificación de un espacio entre los siglos XIX y XX", en Navarro Floria, Pedro (dir.) *Historia de la Patagonia: 3º jornadas*. Neuquén: Universidad Nacional de Comahue, 2008. Disponible en <http://www.hechohistorico.com.ar/Trabajos/Jornadas%20de%20Bariloche%20-%202008/NavarroFloria1.pdf>
- Penhos, Marta. *Ver, conocer, dominar. Imágenes de Sudamérica a fines del siglo XVIII*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2005.
- Príamo, Luis. "Fotografía y vida privada (1870-1930)" en Devoto, Fernando y Marta Madero (dirs.) *Historia de la vida privada, La Argentina plural: 1870-1930*. Buenos Aires: Taurus, 1999. 274-299
- Ribas, Diana I. *Del Fuerte a la ciudad moderna. Imagen y autoimagen de Bahía Blanca*. Bahía Blanca: UNS-Departamento de Humanidades, 2008. [tesis doctoral inédita]
- Silva, Hernán et. al. *Bahía Blanca, una nueva provincia y diversos proyectos para su capitalización*. Bahía Blanca: Departamento de Humanidades de la Universidad Nacional del Sur, 1972.
- Silvestri, Graciela. "Postales argentinas" en Altamirano, Carlos (ed.), *La Argentina en el siglo XX*. Buenos Aires: Ariel, 1999. 111-135
- Silvestri, Graciela. *El lugar común. Una historia de las figuras de paisaje en el Río de la Plata*. Buenos Aires: Edhasa, 2011.
- Sontag, Susan. *Sobre la fotografía*. Buenos Aires: Sudamericana, 1980.
- Sorlin, Pierre. *El "siglo" de la imagen analógica. Los hijos de Nadar*. México: La Marca editora, 2004.
- Tagg, John. *El peso de la representación. Ensayos sobre fotografías e historias*. Barcelona: Gustavo Gili, 2005.
- Tell, Verónica. "Reproducción fotográfica e impresión fotomecánica: materialidad y apropiación de imágenes a fines del siglo XIX" en Malosetti Costa, Laura y Marcela Gené. *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*. Buenos Aires: Edhasa, 2009. 141-164.

ANEXOS**Anexo n° 1. Estadísticas de las colaboraciones fotográficas de las revistas**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 1. Cantidad de fotografías por número por revista y cantidad de fotografías con asignación de autoría

	Letras	Letras y Figuras	Proyecciones	Ecos	Instantáneas	La Semana	Arte y Trabajo	TOTAL ES
Números relevados	11	5	61	53	44	30	104	308
Total de fotografías en tapa	0	2	1	4	43	0	57	107
Porcentaje de tapas fotográficas	0,00%	40,00%	1,63%	7,54%	97,72%	0,00%	54,80%	34,74%
Fotografías con asignación de autoría	0	0	0	0	12	0	21	33
Total de fotografías interiores	8	40	592	470	567	195	3819	5691
Promedio de fotografías por número	0,72	8	9,7	8,86	12,88	6,5	36,72	18,47
Fotografías con asignación de autoría	4	0	76	17	73	3	607	780

Tabla 2. Cantidad de fotografías interiores por número por revista y categorías temáticas

	Letras	Letras y Figuras	Proyecciones	Ecos	Instantáneas	La Semana	Arte y Trabajo	TOTAL ES
Retratos sociales *	4	21	211	113	205	22	1034	1610
Actualidades	4	10	276	313	280	163	2351	3397
Paisajes		8	58	24	61	9	375	535
Moda			5	13	12		2	32
Obras de arte			11	2		1	7	21
Otros		1	31	5	3		41	81
TOTALES	8	40	592	470	561	195	3810	5676

* La clasificación de las fotografías se realizó de acuerdo a un criterio funcional que, aunque puede parecer rígido y artificial (en el fondo todas las imágenes eran “sociales”), resulta útil para comprender las características y las transformaciones en los usos de la fotografía. En “Retratos sociales” se incluyeron, entonces, aquellas imágenes que tenían sobre todo una finalidad de homenaje y exposición de los rasgos individuales del representado. Consideramos en esta categoría los retratos de las secciones “Galería de Damas” (también llamada “Mundo Gentil”), “Nuestros niños” (o “Galería infantil”), “Notas necrológicas”; “Enlaces”, “Medallones” y “Nuestro hombres” y “Arte y Artistas” así como otras secciones análogas dedicadas a actores, músicos y escritores. En “Actualidades” se incorporaron las fotografías cuyo principal objetivo en la exposición de eventos deportivos, sociales, políticos, culturales, económicos y religiosos que habían tenido lugar en la ciudad y en el país en el transcurso del mes, la quincena o la semana que separaban la edición actual de la anterior.

Con “Paisajes” nos referimos a las fotografías de Bahía Blanca, la región, Argentina o el resto de los países que pretendían mostrar la belleza de los escenarios naturales o los progresos de los espacios urbanos.

En la categoría “Moda” fueron incluidos los figurines y maniqués que difundían los últimos modelos, en general, parisinos, mientras en “Obras de arte” se introdujeron las reproducciones fotográficas de obras cuyo fin primordial era ilustrar a los lectores.

(afic.)								
Fot. Caras y Caretas				4				4
Fot. Malschewski			4					4
Fot. Arata					4			4
Fot. Tosson							4	4
Fot. Pitoni							4	4
Srta. Murrie (afic.)							3	3
Fot. J. Asensio			3					3
Fot. LNP			2					2
Fot. Letras	2							2
Fot. La Valle							2	2
Fot. Auber							2	2
J. M. Iglesias (afic.)							2	2
Fot. Rolendio							2	2
Fot. Plumazos							2	2
Fot. Sadowsky							2	2
Fot. González Montero				1				1
Fot. Bazzana y Pitoni							1	1
Fot. Legleyze							1	1
Fot. Jorgensen y Cabalgante							1	1
Fot. H. Erich							1	1
Fot. Leo							1	1
Fot. Revista BAP							1	1
Fot. Orlandi							1	1
Fot. Gimeno							1	1
Fot. Andrigo							1	1
Luis Ortega (afic.)							1	1
Fot. Smilovich							1	1
Fot. Ubaldini							1	1
Julio Ortiz (afic.)							1	1
Enrique Berthold							1	1

(afic.)								
Raúl Ramos (afic.)							1	1
Aníbal Margiotto							1	1
Fot. Fitipaldi							1	1
Fot. Vida Social							1	1
TOTALES	4	0	76	17	85	3	456	641

Anexo nº 2. Porcentaje de paisajes fotografiados por región y por revista

Fuente: Elaboración propia

