MUJERES Y PRODUCCION/ CONSUMO CULTURAL EN LA ARGENTINA PERONISTA: LAS REVISTAS DE LA EDITORIAL ABRIL.

Eugenia Scarzanella
Profesora de la Universidad de Bolonia, Italia.

RESUMEN

El artículo se ocupa de las publicaciones destinadas al público femenino de una editorial argentina, la Editorial Abril. De libros para niños y tebeos (como El Pato Donald y Salgari) en 1948 la Editorial pasó a publicar fotonovelas (como *Idilio*) y al final de los cincuenta, revistas de moda y actualidad (como *Claudia*). El artículo se basa principalmente en los testimonios de mujeres y hombres que trabajaron en la Editorial Abril y en el análisis de las revistas. Trata de rescatar el rol de las mujeres en la producción y en el consumo cultural de la época peronista.

Palabras clave: Mujeres, Cultura Popular, Fotonovelas, Revistas Femeninas.

ABSTRACT

The article deals with the publicacions addressed to the female public of an Argentinian publisher, Abril Publishers. From children books and cartoons (such as Donald Duck and Salgari) in 1948 the Publishers went to publish illustrated novels (such as *Idilio*) and at the end of the 50s, fashion and current events magazines (such as *Claudia*). The article is mainly based on the experiences of women and men that worked in the Abril Publisher and the magazine analysis. It tries to rescue the women role in the production and cultural consumption in the peronist time.

©Universitat de Barcelona

Key words: Women, Popular Culture, Illustrated Novels, Female Magazines.

Introducción

La industria editorial argentina en los años de la Segunda Guerra Mundial tuvo buenas posibilidades de desarrollo gracias a la oportunidad brindada por la interrupción de las importaciones de libros y revistas desde Europa que abastecía el mercado local con productos substitutivos hechos en el país.1

A fines de los treinta, inmigrantes españoles crearon algunas de las más importantes editoriales argentinas de libros. Los italianos que dieron vida a la Editorial Abril, especializada en revistas populares introdujeron, como los españoles, nuevas modalidades y un nuevo estilo en el medio editorial, renovándolo completamente. Se trataba de los inmigrantes judíos Cesare Civita, Paolo Terni y Alberto Levi, que habían abandonado Italia después de la aprobación de las "leyes raciales".2

Las publicaciones de Abril apuntaban a un mercado compuesto principalmente por mujeres: tebeos, libritos para niños, fotonovelas y revistas femeninas. Al mismo tiempo, Abril constituyó un nuevo sector de trabajo para las mujeres contratadas como dibujantes, guionistas, «diagramadoras» periodistas, fotógrafas, modelos y empleadas en la administración y publicidad.

Entre las lectoras y las trabajadoras de Abril había un grupo importante de mujeres de origen italiana. Las lectoras pertenecían a la última oleada de la inmigración italiana de posguerra y las hijas y nietas de los refugiados en los años de la guerra desarrollaron un papel importante entre las trabajadoras. En ambos casos se trataba de mujeres jóvenes, pertenecientes a la clase media.

Se puede suponer que las italianas fueron particularmente atraídas por las revistas de Abril porque

[1] De Sagastizábal, Leandro. La edición de libros en la Argentina. Una empresa de cultura, Eudeba, Buenos Aires, 1995

[2] Scarzanella, Eugenia. "Entre dos exilios: Cesare Civita, un editor italiano en Buenos Aires, desde la Guerra Mundial hasta la dictadura militar (1941-1976)", *Revista de Indias*, nº 245, 2009 (en prensa).

©Universitat de Barcelona

se trataba de una tipología de publicación que ya conocían en Italia y que constituía una novedad en el mercado argentino. Me refiero a las historietas de Walt Disney (El Pato Donald y Mickey) o las historietas del semanal Salgari, pero sobre todo a las fotonovelas.3 La fotonovela (que no hay que confundir con la cinenovela4) fue un invento italiano muy difundido en Francia, España y en los países latinoamericanos. Llegó a la Argentina casi contemporáneamente a su nacimiento en Italia: *Bolerofilm*, de Mondadori, apareció en 1947, e *Idilio,* de Abril, en 1948.5

Por su relación con el cine «neorealista popular» y el divismo (otra invención italiana de los años veinte), la fotonovela trajo a la Argentina un producto cultural típicamente italiano y al mismo tiempo internacional.6

Por un lado, se puede decir que la fotonovela fue capaz de adaptar los productos hollywoodianos al gusto del público latino. Por otro lado, se puede hipotizar que el cine italiano del neorealismo popular, o sea películas como Cadenas, Tormento del director Raffaele Matarazzo, y divos como Amedeo Nazzari y sus fotonovelas, fueron un instrumento de integración de los inmigrantes, especialmente mujeres, en una nueva realidad manteniendo sus propios consumos culturales y valores. En síntesis, así como el melodrama italiano había constituido un bagaje que acompañó a los italianos de la época de la inmigración masiva, las fotonovelas y películas italianas ofrecieron un instrumento de identidad que podía ser apreciado también por la sociedad huésped. Y así, como en la opera lírica el público culto italiano y argentino apreció sobre todo la música y el público popular el libreto, en la posguerra el neorealismo de directores como Rossellini fue apreciado por intelectuales, mientras que el de directores como Matarazzo y las fotonovelas fueron apreciadas por el sector medio y popular.

No se debe olvidar que hubo una cierta consagración del cine popular italiano por parte del

---

[3] Brunoro, Gianni. "Il richiamo della Pampa". In: Gianni Brunoro y Roberto Reali (ed.), *Magica America. Un'antologia fumettistica,* ANAFI, Reggio Emilia, 2004, pp. 4-11

[4] Antes del nacimiento de las fotonovelas se publicaban cine novelas con textos y fotos, versiones libres de películas norteamericanas y europeas, había *Cinevita* en Italia (desde los anos treinta) y *Cinevisión* y *Aventuras* en Argentina (desde 1946)

[5] Flores, Roberto. *Fotonovela argentina*, Asociación Argentina de Editores de Revistas, Buenos Aires, 1997; Bravo, Anna. *Il fotoromanzo*, Il Mulino, Bologna, 2003

[6] Detti, Ermanno. *Le carte rosa. Storia del fotoromanzo e della narrativa popolare*, La Nuova Italia, Scandicci, 1990

©Universitat de Barcelona

régimen oficial argentino puesto que la primera dama Eva Duarte de Perón había sido una actriz (en tanto que en los años veinte en la Casa Rosada, quizás no por casualidad, había vivido una cantante de ópera). Evita apoyó a Amedeo Nazzari, divo del neorealismo popular que no quiso ser utilizado en Argentina para interpretar roles estereotipados como de «italiano malo».7 A Juan Domingo Perón le gustaba hacerse fotografiar con actrices italianas como Gina Lollobrigida (Giana Loris en las fotonovelas donde había empezado su carrera) de visita en el país.

Antes de la aparición de las fotonovelas de la editorial Abril, los lectores argentinos estaban ya acostumbrados a publicaciones de comedias ilustradas con fotografías y de cinenovelas con textos reducidos y ubicados debajo de las fotos o con textos incluidos en el interior de las mismas. Además, el público estaba preparado para recibir el nuevo producto italiano gracias a que conocía desde hacía tiempo el melodrama en las novelas semanales y en el sainete.

1. Tebeos y Fotonovelas

Escuchamos como nacían estos productos de la voz de algunos de los protagonistas.8 Eleonora Smolensky entró a Abril a los dieciocho años. Su experiencia nos indica cómo nació y cuál era el carácter particular de esta editorial. La familia de Nora había emigrado a la Argentina después de la promulgación de las Leyes raciales (1938).9 Como los Smolensky más de mil judíos italianos eligieron la Argentina (y sobre todo Buenos Aires) como su destino. La mayoría de los jefes de familia eran profesionales de clase media. Trajeron al nuevo país un capital de conocimientos y a veces un capital financiero que les permitió iniciar nuevas actividades.10

Cesare Civita fue uno de ellos. En Italia había trabajado a los más altos niveles en la editorial Mondadori de Milán. Con Cesare Zavattini se había ocupado de revistas femeninas y había editado

[7] Pruzzo Piero; Lancia, Enrico. *Amedeo Nazzari*, Gremese Editore, Roma, 1983, pp. 11 y 23
[8] Eleonora Smolensky, Marisa Rossi, Paola Ravenna, Franca Beer, Eduardo Guibourg, Héctor Zimmerman, Buenos Aires, Setiembre de 2007 y Adriana Civita, Londres, octubre de 2008. Agradezco a todos la colaboración
[9] Había llegado a Buenos Aires a los nueve años con su familia desde Trieste
[10] Smolensky, Eleonora Maria; Vigevani Jarach, Vera. *Tantas Voces. Una Historia: Italianos Judíos En La Argentina, 1938-1948*, Temas Grupo Editorial, Buenos Aires, 1999

©Universitat de Barcelona

la primera revista italiana de historietas de Walt Disney (Topolino). Con los socios Alberto Levi y PaoloTerni creó la editorial Abril en 1941. En 1944 entraron en la sociedad otros dos exiliados: Leone Amati y Manuel Diena.11

Las primeras publicaciones fueron para la infancia. Es a través de lazos de amistad que Eleonora, como la mayoría de los otros empleados, empezó a trabajar en la editorial.

Los relatos biográficos nos muestran una red que se construyó en el tiempo y que permitió el desarrollo de actividades empresariales y culturales. A partir del núcleo inicial de los judíos-italianos, los contactos se extienden a italianos ya residentes no judíos (sobre todo en el sector de los antifascistas), a judíos de otra procedencia, a intelectuales argentinos que se encontraban marginados antes por la junta militar del '43 y después por el régimen de Perón, por su actitud de izquierda o antiperonista.

Así Eleonora se encontró en Abril con un ambiente de trabajo muy especial, todos eran jóvenes, muchas eran mujeres, muchos eran amigos, muchos los intelectuales con intereses en el arte, la literatura. Las relaciones eran muy informales. Nora (como se firmaba) escribió y dibujó cuentos para las colecciones Bolsillitos y Gatito, pequeños libros semanales a precio bajo vendidos en los kioscos. El estilo de los cuentos no era el tradicional moralista, los dibujos eran alegres, los cuentos se referían también a la actualidad (viajes en el espacio) y los personajes llegaron a ser tan populares como los de Disney.12 Bajo la dirección de Boris Spivacow (un «ruso»13 que había dado lecciones de español a Civita y sus socios y había sugerido el nombre Abril para la editorial), Nora trabajó con otras mujeres jóvenes, sobre todo judías.14

El éxito de las publicaciones infantiles fue enorme y el trabajo en la editorial Abril se convirtió para estas mujeres en una oportunidad de ganar dinero, estatus y autonomía.

---

[11] Brunoro, Gianni. "Cesare Civita "il nostro uomo all'Abril".In: Gianni Brunoro y Roberto Reali (ed.), *Magica America. Un'antologia fumettistica,* Reggio Emilia: ANAFI, 2004

[12] Para los chicos más pequeños Abril publicaba la *Colección 2, 3 y 4*. Los libritos ofrecían diversión y al mismo tiempo las madres los utilizaban para educar los chicos: como decía un poético aviso publicitario "El día, la noche, la lluvia, el viento. Todo lo aprenden con un cuento".

[13] Así eran llamados en Buenos Aires los judíos asquenazí.

[14] Spivacow, Boris. *Memoria de un sueño argentino. Entrevistas de Delia Maunás*, Ediciones Colihue, Buenos Aires 1995.

©Universitat de Barcelona

Civita, gracias a las ganancias de los libritos para niños, decidió reinvertir en un sector nuevo: el de las historietas. Empezó en 1947 con los derechos de la revista italiana Salgari y en 1948 con el del semanal Misterix (personaje también creado en Italia).

A través de un amigo de familia, Marisa Rossi a veinte años entró a trabajar en Misterix. Es italiana y pertenece a una familia de antigua inmigración.15

Sus recuerdos, como los de Nora, subrayan un clima muy particular que dominaba en la editorial y que constituye el hilo rojo de todos los testimonios y explica la novedad de la producción cultural de Abril, novedad que la pondrá a la vanguardia durante todos los años cincuenta y sesenta. Con respecto a la producción de historietas hay un recuerdo del mundo bohemio e irreverente de la editorial (en el contexto de una Argentina oficial caracterizada por el moralismo peronista), ligado a la llegada, en 1950, de los dibujantes y guionistas italianos Hugo Pratt, Mario Faustinelli, Alberto Ongaro: tipos excepcionales, jóvenes, alegres y «muy adelantados». El trabajo era en equipo, entre amigos. El tiempo libre se compartía con las mismas personas, en míticas reuniones en el barrio de Acassuso.

Marisa escribía los diálogos de los personajes de las historietas (los "globos"), algunos de ellos, como el Sargento Kirk de Pratt (con texto de Oesterheld) lograron una rápida popularidad. En 1950, Marisa pasó de Misterix a Idilio, el semanal de fotonovelas.

Cesare Civita en 1947 había regresado a Italia y contactado a editores italianos de fotonovelas para comprar los derechos sobre todo de historias dibujadas. Los costos elevados, la necesidad de adaptar los guiones al medio argentino, la decisión de dar espacio sobre todo a las novelas con cuadros fotográficos, empujaron al editor a producir en Argentina sus propias fotonovelas.
Se creó un equipo con guionistas, fotógrafos (como George Friedmann), modistas, escenógrafos, directores (como Ralph Pappier y Leo Fleider) y actores locales .El Sindicato Surameris, creado por la editorial (dirigido por Alberto Löwenthal, otro refugiado italiano) no solamente importaba y distribuía productos italianos, sino que producía y vendía productos argentinos.

[15] Fue su abuelo, un pintor contratado para hacer frescos en un teatro, al llegar a la Argentina.

©Universitat de Barcelona

El éxito de *Idilio* fue increíble, en poco tiempo se convirtió en la segunda revista más vendida en el país, con más de 350.000 copias semanales.

La Editora Abril Limitada, que por impulso de Cesare Civita se había fundado en 1947 en San Pablo, Brasil (con los socios italianos Enrico y Marcello Frisoni, Enrico Rimini y Piero Kern), empezó la publicación (con la dirección de Vittorio Civita, hermano de Cesare) de la edición brasileña del semanario de fotonovelas con el título: Capricho. En 1950 apareció en Buenos Aires el mensual *Nocturno* que publicaba en forma completa los cuentos ya aparecidos en *Idilio* por entregas. ¿Cuál era el trabajo de Marisa en Idilio? Escribir el editorial que aparece en cada número en la primera página con el título «Señorita Idilio», escribir los guiones, contestar las cartas de las lectoras, colaborar con la realización de los set fotográficos (que a veces se confeccionaban en su departamento); en fin, colaborar con Gino Germani en la página más famosa de la revista: la del consultorio psicoanalítico e interpretación de los sueños del Dr. Rest (nombre bajo el cual se escondían el sociólogo italiano y el psicólogo argentino Enrique Butelman), ilustrada por los fotomontajes surrealistas de Grete Stern.16

En estas revistas el tema de los guiones es «el amor frustrado ». Los sentimientos son «fuertes», los personajes viven una continua lucha contra las adversidades (¿metáfora de la emigración?) y conducen el lector a través de una trama apasionante y rica de golpes de efecto y secretos desvelados.

Los escenarios son en general como en las fotonovelas de producción italiana sin referencias precisas a lugares geográficos, fuera del tiempo y del espacio, pero en la producción argentina hay varios cuentos que se desarrollan en el campo, en las estancias. En general se trata de escenarios urbanos o rurales sin miseria, que si bien en Italia ayudaban a olvidar la situación posbélica de un país destruido, del otro lado del océano acompañaban el sueño de progreso de los inmigrantes y el de la Argentina justicialista.

Las cartas de las lectoras ilustraban los problemas de las mujeres de la época, no solamente la

[16]Germani, Ana Alejandra. *Gino Germani, Del antifascismo a la sociología,* Taurus, Buenos Aires, 2004

©Universitat de Barcelona

familia, el drama pasional, sino también el trabajo, pero nunca la política. Marisa, utilizando el seudonimo Sylvia Wattau, o firmando como la actriz Tita Merello, las contestaba dando respuestas tradicionales que a menudo contradecían las sugerencias de Germani. Él las quería menos conformistas, al estilo de los fotomontajes de Grete Stern, que acompañan el texto y expresaban una visión crítica y desencantada de la condición femenina.

A la clásica pregunta sobre qué hacer cuando el novio pedía la «prueba de amor», Marisa siempre respondía que «el amor no necesita pruebas». Los términos «sexo» y «sexualidad» eran excluidos del vocabulario del consultorio.17 Para satisfacer la curiosidad de las lectoras Marisa inventaba informaciones sobre la vida cotidiana de los actores más famosos.

Idilio. Revista juvenil y femenina, salía los martes y se vendía en los kioscos al costo de 40 centavos. Las tapas mostraban siempre una joven pareja en una situación particular que el título hacía adivinar y que se explicaba en la última página de la revista; por ejemplo «¡Mira que casualidad !» (él la mira mientras está leyendo la revista Bride) o «Todo arreglado ¡salimos!» (el novio llega atrasado pero con flores). Flirt, noviazgo y matrimonio son los temas principales, pero aparecía también el lugar de trabajo, con la mujer oficinista o empleada de comercio. Según un canon típico de la fotonovela, a veces en la tapa ponían una mujer frente al espejo o un tercer personaje que miraba la pareja, sugiriendo el voyeurismo del lector.18

La segunda página, «El psicoanálisis le ayudará», prometía a la lectora «ayudarle a conocerse a sí misma, a fortalecer su alma, a resolver sus problemas, a responder a sus dudas, a vencer sus complejos y a superarse». Las imágenes creadas por Grete Stern contrastaban con los estereotipos visuales de las fotonovelas y abrían un espacio a la irracionalidad del sueño, pero sobre todo a una sutil crítica de las mismas fotonovelas donde las mujeres eran muchas veces Cenicientas o Madonas que se sacrificaban.19

---

[17] Vezzetti, Hugo. El psicoanálisis y los sueños en *Idilio*, en Stern, Grete, *Sueños*, Ediciones Fundación CEPPA, Centro de Estudios de Políticas Públicas Aplicadas, Buenos Aires, 2004

[18] Cardone, Lucia. *Con lo schermo nel cuore. Grand Hôtel e il cinema (1946- 1956)*, Edizioni ETS, Pisa, 2004, p. 73

[19] Plotkin, Mariano Ben. "Tell me your dreams: Psychoanalysis and popular culture in Buenos Aires, 1930-1950", *The Americas*, vol. 55, nº 4, 1999, pp. 601-629; Vezzetti, Hugo."Las promesas del psicoanálisis en la cultura de masas", en

©Universitat de Barcelona

Las respuestas a las cartas, como subraya Hugo Vezzetti, «casi siempre buscaban las claves del problema en la historia infantil», se analizaban casos de timidez, complejos de inferioridad, «fijación al padre e idealización de su figura», «actitud inconsciente de rechazo y de indiferencia hacia el papel femenino», etc. Los sueños ilustrados de Grete Stern identificaban situaciones típicas: había sueños de «elementos dinámicos», «de absurdos», «de formas», etc. El consultorio psicológico con el tiempo se transformó, segun Enrique Butelman, «en una especie de consultorio sentimental».20

En las otras páginas de la revista, además de las fotonovelas por entregas (dos por número) y a dibujos (dos por número) hay muchos cuentos y breves notas de moda, de cocina, de cine, la sección de las cartas de las lectoras y dos breves historietas en cuatro cuadros con los personajes de Cota, la señorita Idilio y de Flechita (un descuidado cupido).

Hay muchos cuentos de autores italianos como Milly Dandolo, Liala, Giovanna Anguissola, Luciana Peverelli, Giorgio Scerbanenco, Bruno Corra.

Tomamos como ejemplo de la estructura de la revista el número 33 de julio de 1949. La cubierta tiene como título «Larga distancia»21: dos empleados en una oficina, un hombre y una mujer, sentados en su mesa hablan por teléfono, el gerente detrás los mira y piensa que ellos están trabajando mientras que en realidad están charlando y flirteando entre ellos. En segunda página encontramos la sección «El psicoanálisis le ayudará», en las páginas sucesivas, un cuento de la escritora italiana Milli Dandolo y la primera fotonovela. Se trata de una producción local (Copyright Sindicato Surameris SRL) de Amerigo Nevada, «Trágico Romance». En este número (la fotonovela terminará en el numero 52) el lector conoce a algunos de los personajes que lo acompañarán en lo sucesivo en un cuento complicado y dramático. Franco, con traje de obrero intenta un atraco en una fábrica y al disparar hiere a una joven empleada, Leila (que se descubrirá ser su ex-novia). Arabela, la novia de Franco, es una mujer elegante de pieles y sombrero (muy

---

Devoto, Fernando y Madero, Marta (comps.). *Historia de la vida privada en la Argentina. La Argentina entre multitudes y soledades. De los años treinta a la actualidad,* vol. 3, Taurus, Buenos Aires, 1999, pp. 173-197

[20] Priamo, Luis. "Notas sobre los *Sueños* de Grete Stern", en Grete Stern, *op.cit*.

[21] La foto es de George Friedman y los actores son Patricia Castelli e Iván Grondona

©Universitat de Barcelona

diferente del estilo simple de Leila y esto hace prever su rol negativo en el cuento). El policía que busca a Franco en su vivienda viste al estilo norteamericano con gabardina. El hospital adonde es llevada Leila herida es lindo y confortable. El paisaje es el de un mundo urbano moderno con fábricas, barrios obreros, servicios eficientes de salud. En los números sucesivos nuevos personajes entran en juego en la historia, criminales sin escrúpulos (como los de la pandilla de Vincent el francés), maridos traidores, monjas piadosas. El final recompone todos los pedazos del rompecabezas y Franco encuentra la felicidad con Leila, su antigua novia, mientre los malos mueren o son detenidos.

En las páginas sucesivas de este número de la revista encontramos novelas cortas (de Conrado Nalé Roxlo, Manuel Cabrera y Juana Anguizzola),22 fotos de ejercicios de gimnasia, juegos de memoria, consejos para la casa (como quitar los malos olores), publicidad, fotos de actrices. La segunda fotonovela del número, «Una mujer infernal», es un producto italiano, una novela de Luciana Peverelli con dibujos a media tinta de Alvaro Mairani. También en esta novela hay contraste entre personajes buenos y malvados, amor contrastado, ingenuidad contra intrigas. El ambiente en esta entrega es rural, pero la historia se desarrolla en Venecia.

Sucesivamente encontramos otros cuentos, una sección cinematográfica, fotos y moldes de ropa y otra fotonovela de dibujos «Amantes valerosos» ambientada en alejadas comarcas entre cazadores de pieles con apellidos anglosajones.

Antes de la segunda fotonovela con fotos que cierra el número hay otros cuentos, poesías, historietas breves y cartas de las lectoras a Silvia Watteau. La fotonovela final es de producción local y se titula «Estrella del circo» (empieza en el n.32 y termina en el n.42 de 1949). Las fotos muestran mujeres con ropa de espectáculo que dejan piernas, brazos y pechos descubiertos. A pesar de las diferencia de la ambientación, esta fotonovela, como la anterior y otras en los números siguientes, dan a la familia, a las relaciones entre sus miembros (muchas veces difíciles y de rivalidad entre hermanos) y a los secretos inconfesados (madres naturales, abandonos, etc.) un rol

[22] En otros números el nombre de la escritora italiana aparece correctamente escrito: Giana Anguissola (1906-1966).

©Universitat de Barcelona

importante.23

Esta estructura de la revista no cambia mucho en los años sucesivos. A un decenio de distancia de los primeros números se puede notar que las fotonovelas con dibujos han desaparecido y ya no se utilizan los dibujos, sino fotos para ilustrar los cuentos. El número de las fotonovelas aumenta y también su dimensión y su duración en el tiempo. Aumenta el espacio dedicado a la información cinematográfica y el dedicado a la psicología y al contacto con las lectoras (nuevas secciones como «Secreteando» y «Carta y Respuesta» por Alberto).

El guión de las fotonovelas mantiene las características iniciales, a veces en fotonovelas de producción italiana aparecen temas ligados a la realidad del momento: el tema de la emigración («Tierra de pasiones» de Dante Guardamagna, 1958) o del bandidaje en Calabria («Amor culpable» de Italo Tassotti, 1958). En los guiones argentinos encontramos temas como el de los prófugos de guerra y de las investigaciones sobre energía nuclear («Una muchacha moderna» de Ralph Pappier, 1958). La ambientación varía al pasar de la ciudad al campo, de los EEUU a Italia, a la Argentina. Con respecto a las primeras fotonovelas los lugares son más identificables y muestran un escenario cosmopolita donde se desarrollan las mismas pasiones.

Con respecto a los lectores italianos, se puede suponer que Idilio, reproduciendo en español muchos cuentos y fotonovelas italianas, pudo haber constituido un instrumento de alfabetización al nuevo idioma. El lector podía «leer» las fotos (según la técnica aprendida mirando las películas cinematográficas, o sea estableciendo relaciones lógicas entre ellas) y leer los «globos» aprendiendo sin esfuerzo un castellano literario (tal era el estilo de los textos).

Cabe tener en cuenta que la última oleada inmigratoria italiana no solamente tenía características diferentes de las del pasado (era más culta y más deseosa de integrarse en la sociedad argentina) sino que sufrió más que en el pasado la presión del Estado para elegir la ciudadanía argentina. Perón quería movilizar políticamente las colectividades extranjeras (y la italiana en particular) y modificó

[23] En 1945 se había estrenado la famosa película "La cabalgada del circo", de Mario Soffici con Libertad Lamarque, Eva Perón y Hugo del Carril: una historia de amores y travesías de un grupo de actores de circo, con escenografía de Ralph Pappier.

©Universitat de Barcelona

la Constitución para imponer la naturalización a los recién llegados.24 Se trataba de dejar de ser italianos de Argentina para transformarse en argentinos. La prensa étnica perdió su atracción y probablemente las revistas populares de Abril fueron un eficaz instrumento de integración, gracias a un lenguaje y una cultura que el inmigrante conocía bien y que podía compartir con los argentinos. Las producciones locales fueron siempre alternadas con producciones italianas y el público argentino aprendió a conocer otros personajes italianos que provenían ya no del cine sino de diferentes sectores del entretenimiento popular como la canción y la TV y prestaban sus rostros a las fotonovelas. La homogeneización del consumo cultural se mantuvo así en el tiempo.25
Las primeras fotonovelas no indicaban los apellidos de los actores y de todos los realizadores. A partir de la fotonovela «Aventuras en Buenos Aires» (nº 53, 1949) aparecieron los nombres de los actores y de quienes realizaban la producción, la dirección, el argumento y guión, la fotografía. De esta manera, la estructura del producto sigue el modelo de su hermano mayor, el cine.

El intento pedagógico de la revista *Idilio* se manifestaba en las respuestas a las cartas de los lectores. Estas ofrecían una guía de comportamiento en la vida social y familiar. Secciones como «perfiles de mujeres argentinas» acercaban la historia del país al público y en la publicidad lo acostumbraba al consumo de productos nuevos y baratos como la sidra Luisa Fernanda, la malta Palermo, el jabón de tocador Manuelita, las sábanas Grafa y la crema de miel y almendra Hinds para la piel. Para migrantes del extranjero y del interior, Idilio fue una guía al nuevo mundo urbano, una diversión, un tema de conversación entre gente de distintos lugares y mismos valores y sueños. La revista cultivaba una relación directa con sus lectoras no solamente con los consultorios y la correspondencia sino también a través de concursos (como por ejemplo el que elegía la «pareja romántica del año») que permitían ganar los productos de consumo durables más caros y más modernos como radio, televisores, tocadiscos automáticos, etc.

---

[24] Capuzzi, Lucia. *La frontiera immaginata: profilo politico e sociale dell'immigrazione italiana in Argentina nel secondo dopoguerra*, F. Angel, Milano, 2006, pp. 322-330

[25] *Nocturno* en 1960 publicó por ejemplo varias fotonovelas italianas con protagonista como el cantante Achille Togliani y la presentadora TV Edy Campagnoli, además de actores de teatro y cine como Lyla Rocco, Paolo Carlini, Roldano Lupi

©Universitat de Barcelona

A pesar del menosprecio de los intelectuales, la fotonovela fue un instrumento de integración y a través de la difusión de modelos culturales compartidos que ayudó a los que venían de afuera a no sentirse «sapos de otro pozo».

2. La Revista *Claudia*

En los años cincuenta Civita propuso a Mondadori una co-producción de fotonovelas con actores italianos y argentinos con el fin de vender en Italia, Francia y en toda América Latina. Sin embargo, la idea de crear un producto que podía expresar un estilo de vida al mismo tiempo europeo y americano tuvo su realización en la revista femenina *Claudia*, una nueva publicación de la editorial Abril, lanzada en junio de 1957.

¿Cómo se presentó *Claudia* a sus lectoras? La cubierta, dibujada, del primer número muestra a una joven rubia con abrigo deportivo de estilo inglés en bicicleta mirando un cartel con una mujer sobre un viejo biciclo (según varios testimonios era el talismán de Cesare Civita, o sea, la imagen que puesta en el primer número de una publicación aseguraría el éxito y que era precisamente una bicicleta). La imagen moderna y la antigua, las fechas pintadas en el cartel,1887-1957, parecen sugerir al lector que con *Claudia* comienza una nueva época, una nueva modernidad que las tradicionales revistas femeninas ya no representan.26 En este primer número encontramos un artículo («Así miran los hombres») que se refiere a la realidad nacional, con fotos sobre un fenómeno típico de Buenos Aires, el «piropo», un «deporte masculino obligatorio», o sea los comentarios masculinos al pasaje de una mujer linda por la calle. El primer artículo de moda se refiere al contrario al escenario internacional «París dicta su línea» La estructura de la revista consta de varias secciones: de moda, con moldes: («Los secretos de fabricación»), cocina («Su majestad el

[26] En el cartel se lee: "1887- 1957 Exposición". Una exposición continental se realizó en Buenos Aires en 1882. Las revistas femeninas tradicionales eran *Para Ti, Vosotras* y *Atlántida*. Ver: Cosse, Isabella, "Los nuevos prototipos femeninos en los años 60 y 70: de la mujer doméstica a la joven "liberada", en: Andujar, Andrea; D`Antonio, Débora; Grammático, Karin; Gil Lozano, Fernanda; Rosa, María Laura y Pitta, Valeria. *Historia, Género y Política en los 70*, Buenos Aires, Editorial Luxemburg (en prensa)

©Universitat de Barcelona

queso»), psicología («La mamá de él»27), belleza, medicina, discos y cantantes, libros, gimnasia, juegos y crucigramas, varios cuentos. Naturalmente la sección de moda es importante (no solamente «la nueva línea en los abrigos en París», sino «la moda práctica»: «mejor vestida tendrá más éxito en su trabajo», y «el ABC de las pieles», que apelan a diferentes capas sociales, de la empleadas de clase media a las señoras burguesas) y la de informaciones sobre el manejo de la casa con la publicidad de los nuevos productos para el ama de casa moderna («Aquí está el invierno, sepa cómo defenderse»: sobre varios tipos de combustibles, y publicidad de las cocinas Orbis: «su aspecto diferente, la novedosa forma….ya trasfundan progreso»).

El primer número se agotó en menos de un día y el tiraje del segundo número aumentó del 25%. Para acercarnos a *Claudia* escuchamos el testimonio de algunas mujeres italianas que trabajaron en la revista.

Franca Beer, hija de refugiados judío-italianos, había trabajado (como Marisa Rossi) en la sección historietas de la editorial y en Idilio (había aconsejado a Löwenthal la adquisición de los derechos de las fotonovelas italianas cuya protagonista era la lindísima Sofia Lazzaro, es decir, la futura estrella Sofia Loren). Civita, que había adquirido los derechos de las revistas francesas *Elle* y *Marie Claire*, la llamó para preparar el primer número de *Claudia,* revista de moda, cultura y actualidad dirigida por Mina Civita, la esposa del editor.28

Junto a Mina, Franca elegía las fotos de moda de las revistas francesas; pero, como había ocurrido antes con las historietas y las fotonovelas, pronto empezó la producción local de fotos de moda. Comenzaron a aparecer fotos de Senderowich en ambientación local (el jardín zoológico de Buenos Aires, El Tigre) con modelos que vestían creaciones de casas de moda argentinas como la de Jacques Dorian (un veneciano inmigrado en 1951) y Wanya de War (llegada de París en 1945). La sustitución de importaciones era válida también en este sector, gracias a la recuperación de la industria textil a inicios de los sesenta.29

---

[27] Para el rol de la suegra estuvo dispuesta a dejarse fotografiar una tía de Franca Beer
[28] Llegó desde Roma con su familia en 1939
[29]Saulquin, Susana. *Historia de la moda argentina. Del miriñaque al diseño de autor*, Emecé, Buenos Aires, 2006

©Universitat de Barcelona

La revista respondía a la novedad representada por la democratización de la moda, la difusión del prêt-a- porter y de una nueva forma de comercialización: las boutiques. Los nuevos consumidores de clase media buscaban informaciones sobre la tendencia internacional de la moda. La revista, además, surgió en el clima del desarrollismo de Frondizi en una época de democracia y revolución de las costumbres y expansión del consumo. Franca inventó una sección («los hallazgos de Franca») en que se fotografiaban objetos diferentes «desde el tirabuzón a los zapatos» indicando la tienda donde se podían comprar: Leemos que: «Franca se asoma a las vidrieras de Buenos Aires aspirando a descubrir sin fines publicitarios, lo que cada una de su lectoras hubiera querido encontrar de más lindo, novedoso y a la vez accesible». Al comienzo la publicación era gratuita pero pronto se hizo de pago y finalmente Franca creó una verdadera agencia publicitaria con exclusividad para la editorial Abril. La sección era un catálogo completo del gusto argentino de la época (y uruguayo- en Montevideo Linda Olivetti se encargó del trabajo). *Claudia* abrió también una boutique y realizó en los canales 7 y después 9, un programa televisivo semanal, *Modas en TV*,30 (Virginia de Carlo, elegida a través de un concurso, representaba en este programa «la cara de Claudia», que tenía que llevar a la moda «el espíritu de la muchacha argentina de hoy»). Desde su aparición *Claudia* había lanzado en sus páginas un concurso «Claudia busca a Claudia»: que representa un indicador preciso del proyecto de la revista, e identifica a su lectora tipo. En la presentación del concurso en febrero de 1959 leemos que «El tipo femenino de Claudia ha ido tomando forma a través de las creaciones de nuestros artistas, que mes a mes han elegido nuevos rasgos ideales para representarla».

Una agenda anual, *El libro de Claudia*, acompañaba a las mujeres en su vida cotidiana como «consejero cordial y seguro para todos los días». Los nuevos estilos de vida y los nuevos consumos se expresaban en secciones dedicadas a la organización de cocktails, a los consejos para saber reconocer los estilos de los muebles y para comprar heladeras y lavarropas.31

[30] Las cartas enviadas a la revista atestiguaban el éxito del programa. El director artístico era Juan Silbert, el director general Edgardo Borda y la escenógrafa Biyina Klappenbach.
[31] *Libro de Claudia*, 1963

©Universitat de Barcelona

Las lectoras llamaban a la redacción preguntando qué y dónde comprar. Querían también información sobre espectáculos de cine, música y teatro. La revista además de la moda daba espacio a la cultura y a la actualidad.

La promoción de nuevas formas de consumo a través de las páginas de *Claudia* incluye también el turismo. Las «expediciones-moda» con la caravana de fotógrafos y modelos a otras ciudades argentinas como Córdoba o a lugares de vacaciones como Mar del Plata o Pinamar, promueven un glamour nacional en el tiempo libre y playas y ciudades antiguas del interior.32

París y Roma (de que escribe la periodista Adriana Civita) son destinaciones ideales pero no al alcance de las clases medias. En los comienzos de los setenta estas caravanas de la moda llegarán, en sintonía con el clima de la época hasta el Cuzco, buscando un lugar y un estilo de exotismo indígena.33

Mina Civita logró la colaboración de escritores italianos de renombre como Giuseppe Marotta, Alberto Moravia, Italo Calvino, Dino Buzzati y de otros intelectuales europeos, norteamericanos y argentinos (como Cortázar, Somerset Maugham, ecc.) en la sección «Las grandes firmas». Cuando Franca dejó el trabajo de la revista para dedicarse a su agencia de publicidad entró a colaborar con Mina Civita otra italiana, Paola Ravenna, llegada a la Argentina después de las Leyes raciales. Ella inauguró como vicedirectora (el otro vicedirector era Eduardo Guibourg) la época más brillante de *Claudia*.34

En los primeros años sesenta se perfeccionó lo que el periodista Hector Zimmerman llamó el «estilo Claudia», «optimista, colorido y sobrio». Se sentía en sus páginas un «esnobismo liviano» que favorecía el interés de lectores hombres y de gente culta. La tirada era de 130.000 ejemplares mensuales (llegó a 250.000 en ocasión de la visita de De Gaulle a la Argentina en 1964).

Los años sesenta se caracterizan por nuevos contenidos: la psicóloga Eva Giberti empieza a colaborar sobre los problemas de la juventud y de la infancia. Los temas de las nuevas generaciones

---

[32] "*Claudia* en Córdoba", nº 37, junio de 1960; "Adriana en Roma", nº 31, diciembre de 1959

[33] "*Claudia* en Machu Picchu" y "Moda sport en el Cuzco" (mayo y junio de 1973) muestran modelos con ropa deportiva y pieles cerca de indios con trajes tradicionales

[34] Marisa Rossi también trabaja para *Claudia* con notas sobre actrices y otros temas

©Universitat de Barcelona

y de los cambios en la familia representan una constante. Se trata de interpretar una realidad nueva, un «mundo al revés» como se titula una mesa redonda conducida por Adriana Civita en que participan psicoanalistas, escritores, artistas. Esta mesa redonda como otras se organizan en el Abril Roof, el último piso de la editorial donde se desarrolla la actividad de relaciones públicas de la Editorial. La imagen fotográfica de estas reuniones que muestra a Adriana y sus huéspedes, ejemplifica el entorno cultural de la revista, el medio culto y refinado de los intelectuales que analizaban sin prejuicios un mundo en transformación.35 Interrogándose sobre los hábitos de los jóvenes modernos, imprevisibles como la Mafalda de Quino, Adriana se pregunta «¿Pero qué es normal?»

Se da espacio a las mujeres en el trabajo y en la política y adquiere un lugar cada vez más relevante el psicoanálisis. Al comienzo de los años setenta la experiencia del consultorio de *Idilio* (imagen y texto) será replicada en formas más sofisticadas y a través del nuevo medio televisivo. *Claudia* y la firma Odol esponsorizan, un programa en TV titulado «Mirando la vida»: a través de una corta película con actores se contaba una "historia verdadera" y se representaba un problema. Seguía una entrevista de Adriana a psicólogos y psicoanalistas.

Los roles tradicionales femeninos son analizados a la luz de los cambios de la sociedad argentina: un artículo sobre los supermercados afirma que éstos representan una «revolución en el sistema de ventas» y apelan a una mujer que trabaja y puede hacer las compras una sola vez por semana el sábado o el domingo, transformando una tarea femenina tradicional en una ocasión de diversión de toda la familia: «Y luego todos llevarán alegremente las bolsas y será una fiesta abrirlas en casa».

Paola Ravenna había empezado a trabajar para la oficina del personal de Abril dirigida por Gino Germani y después pasó como «diagramadora» al sector de las revistas. En *Claudia* seguía la moda, la decoración, la correspondencia con los lectores.36

Trabajar en *Claudia* en aquella época constituía un motivo de orgullo. Para un periodista, como

[35] Participan en el debate: la periodista Adriana Civita, el psicoanalista Mauricio Abadi, la escritora Beatriz Guido, el actor Eduardo Bergara, el humorista Quino, la actriz Cipe Lincovsky y el psicoanalista Eduardo Pavlosky. *Claudia*, nº 136, septiembre de 1968

[36] También su familia había emigrado como consecuencia de las Leyes raciales

©Universitat de Barcelona

recuerda Eduardo Guibourg, decir «yo trabajo en la Editorial Abril era como decir ahora yo trabajo en el New York Times».

La directora Mina Civita era una mujer muy culta y favoreció el encuentro entre la revista de moda y el fermento cultural de la época que tenía en el Centro de Arte del Instituto Di Tella (inaugurado en 1964) su punto de irradiación (el Centro estaba colocado en la misma manzana -«la manzana loca»- donde se encontraba la nueva sede de Abril y el Centro de Sociología Comparada de Gino Germani).37

Adriana Civita, la hija mayor de Cesare, como hemos visto, trabajaba en Claudia. Adriana, así se firmaba, era una periodista que abandonó los temas femeninos para ocuparse de la actualidad .Su modelo fue una de las firmas más prestigiosas de *Claudia*, la italiana Oriana Fallaci. Simbólico fue el encuentro de las dos periodistas en Vietnam desde donde enviaban reportajes.38 Adriana estaba acostumbrada a tratar temas de crónica difíciles en otra revista de la Editorial (*Siete Días Ilustrados*) como el alcoholismo, la prostitución, pero el traslado a una realidad tan dura como la de la guerra no le fue seguramente fácil: « viví toda la experiencia como si fuera una película: una película de ésas que hacen llorar todo el tiempo ». Adriana escribía en *Claudia* una columna «Pro y contra», respondía ("Me han escrito") a las cartas de las lectoras que llegaban en gran cantidad a la revista y abordaba en sus artículos sobre todo los temas ligados a los cambios en la sociedad y en las costumbres.

En los años sesenta se registró la presencia de mujeres en el campo de la información política nacional e internacional, presencia que fue paralela al debate sobre el nuevo rol de las mujeres en la sociedad.39 Una encuesta de Abril en 1965 indicaba que la política interesaba solamente en un 10 por ciento a las lectoras mientras que la sexualidad ocupaba el primer lugar.40 Este era un tema

---

[37] King, John. *El Di Tella y el Desarrollo Cultural Argentino en la Decada del Sesenta*, Ediciones de Arte Gaglianone, Buenos Aires, 1985

[38] *Claudia*, nº 189, febrero de 1973

[39] Feijoó, María del Carmen y Nari Marcela M.A., "Women in Argentina During the 1960s", *Latin American Perspectives*, vol. 23, n.1, 1996, pp. 7-26; Cosse, Isabella. "Cultura y sexualidad en la Argentina de los sesenta: usos y resignificaciones de la experiencia transnacional", *Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe*, vol. 17, núm. 1, 2006, pp. 39-60.

[40] Ulanovsky, Carlos. Paren las rotativas. Diarios, revistas y periodistas (1920-1969), Emecé, Buenos Aires, 2005

©Universitat de Barcelona

presente en *Claudia*, pero abordado con cautela. El psicoanálisis (colaboraba Pichon Riviere) y las encuestas sobre el estilo de vida de los jóvenes, los análisis sobre las nuevas relaciones familiares, la educación moderna de los hijos (gracias a la colaboración de Eva Giberti) abrían un espacio, pero la revista mantuvo un trato sobrio y «científico» en este campo. *Claudia* exhibía una combinación de apertura mental, «moderado feminismo» y «buen gusto»: Vale la pena citar una anécdota de Franca: la palabra regla fue cancelada del aviso publicitario de Evanol, un «calmante» contra los dolores «femeninos» por ser considerada de mal gusto.

Si tomamos en cuenta como ejemplo los números del año 1968 podemos ver en la sección «grandes temas» cuáles son las nuevas cuestiones que se proponen a las lectoras: los reportajes «¿cómo ve el hombre actual?» y «¿cómo ve la mujer actual?» interrogan a actores, médicos, deportistas, embajadores, escritores, políticos, amas de casa, sobre los cambios de la sociedad argentina. Viejos y nuevos problemas de la pareja se discuten en artículos como los siguientes: «¿tolerar o no tolerar?» (dedicado al adulterio), «El boom del erotismo», «La pareja frente a la iglesia y a sí misma», «El amor físico», «Por qué se separa la gente». 41

Aparecen también en las páginas del mensual nuevas profesiones femeninas, de nivel superior a la clásica de la empleada: la modernidad no excluye sin embargo el antiguo discurso del amor y de la pareja. En el número de diciembre de 1968 discuten de las carreras universitarias una médica, una ingeniera, una abogada, una socióloga; la portadilla del artículo de Ana Godel afirma «Para la mujer actual el ejercicio de una profesión es algo más que independencia económica: es también un medio de expresión que enriquece su vida y su relación con el hombre».

De una costilla de *Claudia*, nació *Adán*, revista para hombres, una versión soft de *Playboy*, pero su primer número salió desafortunadamente en los días del golpe de Onganía y tuvo vida breve porque pronto la censura le hizo «perder la audacia» y el público abandonó un producto que, según Eduardo Guibourg «no era ni chicha ni limonada».

Solamente en mayo de 1973, *Claudia* juzgó posible publicar una pequeña enciclopedia del sexo:

[41] Respectivamente en los números 134, 135, 136, 138 de 1968

©Universitat de Barcelona

«*Claudia secreta*», aunque como suplemento en fascículos separados y en confección cerrada, que prometía ayudar a vivir felizmente el sexo.42

Claudia se vendía en Uruguay, Chile, Colombia, Perú, Centroamérica y, desde el 1965, se publicó una edición mexicana. La editorial Abril creó una revista que abarcaba un espacio cultural mucho más amplio del inicial, ligado a historietas y a fotonovelas. Si éstas últimas fueron expresión de un feliz transplante de un producto cultural italiano a la realidad argentina, con *Claudia*, Civita y la editorial Abril abrieron a un espacio más grande.

La sociedad argentina ya no estaba dividida en colectividades extranjeras, y además estaba abierta a los modelos culturales europeos y norteamericanos, de la minifalda al pop art. Un artículo de Sara Gallardo en el número de agosto de 1960, titulado «Nosotros los argentinos» significativamente empezaba con Pueyrredón para terminar hablando de los argentinos venidos de varios lugares como Giovanni Racchini cultivador de flores llegado de Italia.

Claudia fue expresión de un proyecto que se concretizó también con las revistas de actualidad *Siete Días ilustrados* (1967) y *Panorama* (1963) o sea el de crear un producto moderno y al mismo tiempo internacional y latinoamericano.43 El espacio político para esta apertura fue muy reducido, abarcó la breve temporada de la democracia de Frondizi e Illia.44

La mayoría de los redactores y colaboradores de las revistas de Abril simpatizaban con ideologías de izquierda y, como en el primer período de su vida, la editorial continuó siendo una oportunidad de empleo para periodistas e intelectuales discriminados por sus ideas, así como continuó siendo vista con sospecha por los aparatos de inteligencia de las fuerzas armadas. Desde el golpe de Onganía la declaración de Civita -«en esta editorial no somos anti-nada, salvo antinazis y antifascistas»- valía muy poco como garantía de sobrevivencia.45

Los militares que desde el 1966 gobernaban la Argentina en nombre del nacionalismo y de la

---

[42] Cabe notar que una enciclopedia médica en fascículos publicada en la misma época por la Editorial Abril, *El libro de la vida*, se publicitaba con la foto de una familia joven con un chico, todos desnudos.
[43] Ulanovsky, Carlos. *Paren las rotativas. Diarios, revistas y periodistas (1970-2000)*, Emecé, Buenos Aires, 2005
[44] De Riz, Liliana, *Historia argentina. La política en suspenso.1966/1976*, Paidós, Buenos Aires, 2000
[45] Ulanovsky, Carlos, *op.cit*., p. 143

©Universitat de Barcelona

vuelta a los valores tradicionales no podían ciertamente apreciar el modelo de prensa de Abril. Al mismo tiempo, la izquierda nacionalista desconfiaba de todo lo que le parecía burgués y «extranjerizante». Entre dos fuegos, Abril no sobrevivió a la difícil coyuntura de los años entre la muerte de Perón y el golpe del 1976. A pesar de la buena voluntad de la dirección de la revista femenina de elegir en el 1974 como «mujer del año» a Isabel Perón,46 por cierto muy lejana del ideal de la mujer estilo *Claudia* que en los primeros sesenta se encarnaba por ejemplo en la juventud y rebeldía de Geraldine Chaplin, tuvo que admitir que una época se había terminado y al poco tiempo Cesare Civita, amenazado de muerte por la Triple A, abandonó la Argentina y vendió la editorial.

Fuentes Primarias

"Adriana en Roma". *Claudia* , nº 31, diciembre de 1959

"Claudia en Córdoba". *Claudia*, nº 37, junio de 1960

Claudia. nº 136, septiembre de 1968.

Claudia, nº 189, febrero de 1973

"Claudia en Machu Picchu"; "Moda sport en el Cuzco". *Claudia,* mayo y junio de 1973

Libro de Claudia. 1963

Bibliografía

Bravo, Anna. *Il fotoromanzo*, Il Mulino, Bologna, 2003

Brunoro, Gianni. "Cesare Civita "il nostro uomo all'Abril". In: Gianni Brunoro y Roberto Reali (eds.). *Magica America. Un'antologia fumettistica,* Reggio Emilia: ANAFI, 2004

----------"Il richiamo della Pampa". In: Gianni Brunoro y Roberto Reali (ed.), *Magica America. Un'antologia fumettistica,* ANAFI, Reggio Emilia, 2004

Capuzzi, Lucia. *La frontiera immaginata: profilo politico e sociale dell'immigrazione italiana in Argentina nel secondo dopoguerra*, F. Angel, Milano, 2006

©Universitat de Barcelona

Cardone, Lucia. *Con lo schermo nel cuore. Grand Hôtel e il cinema (1946- 1956)*, Edizioni ETS, Pisa, 2004

Cosse, Isabella. "Cultura y sexualidad en la Argentina de los sesenta: usos y resignificaciones de la experiencia transnacional", *Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe*, vol. 17, nº 1, 2006

---------- "Los nuevos prototipos femeninos en los años 60 y 70: de la mujer doméstica a la joven "liberada", en: Andujar, Andrea; D`Antonio, Débora; Grammático, Karin; Gil Lozano, Fernanda; Rosa, María Laura y Pitta, Valeria. *Historia, Género y Política en los 70*, Buenos Aires, Editorial Luxemburg (en prensa).

De Riz, Liliana, *Historia argentina. La política en suspenso. 1966/1976*, Paidós, Buenos Aires, 2000

De Sagastizábal, Leandro. *La edición de libros en la Argentina. Una empresa de cultura*, Eudeba, Buenos Aires, 1995.

Detti, Ermanno, *Le carte rosa. Storia del fotoromanzo e della narrativa popolare*, La Nuova Italia, Scandicci, 1990

Feijoó, María del Carmen y Nari Marcela M. A. "Women in Argentina During the 1960s", *Latin American Perspectives*, vol. 23, nº 1, 1996

Flores, Roberto. *Fotonovela argentina*, Asociación Argentina de Editores de Revistas, Buenos Aires, 1997

Germani, Ana Alejandra. *Gino Germani, Del antifascismo a la sociología,* Taurus, Buenos Aires, 2004

King, John. *El Di Tella y el Desarrollo Cultural Argentino en la Decada del Sesenta*, Ediciones de Arte Gaglianone, Buenos Aires, 1985

Priamo, Luis. "Notas sobre los *Sueños* de Grete Stern", en: Stern, Grete. *Sueños*, Ediciones Fundación CEPPA, Centro de Estudios de Políticas Públicas Aplicadas, Buenos Aires, 2004

Plotkin, Mariano Ben. "Tell me your dreams: Psychoanalysis and popular culture in Buenos Aires, 1930-1950", *The Americas*, vol. 55, nº 4, 1999

Pruzzo Piero, Lancia Enrico, *Amedeo Nazzari*, Gremese Editore, Roma, 1983

Saulquin, Susana. *Historia de la moda argentina. Del miriñaque al diseño de autor*, Emecé, Buenos Aires, 2006

Scarzanella, Eugenia. "Entre dos exilios: Cesare Civita, un editor italiano en Buenos Aires, desde la Guerra Mundial hasta la dictadura militar (1941-1976)", *Revista de Indias*, nº 245, 2009 (en prensa)

Smolensky, Eleonora Maria, Vigevani Jarach, Vera. *Tantas Voces. Una Historia: Italianos Judíos En La Argentina, 1938-1948*, Temas Grupo Editorial, Buenos Aires, 1999

Spivacow, Boris. *Memoria de un sueño argentino. Entrevistas de Delia Maunás*, Ediciones Colihue, Buenos Aires 1995

©Universitat de Barcelona

Ulanovsky, Carlos. *Paren las rotativas. Diarios, revistas y periodistas (1920-1969)*, Emecé, Buenos Aires, 2005.
----------. *Paren las rotativas. Diarios, revistas y periodistas (1970-2000)*, Emecé, Buenos Aires, 2005

Vezzetti, Hugo. "El psicoanálisis y los sueños en *Idilio"*, en: Stern, Grete. *Sueños*, Ediciones Fundación CEPPA, Centro de Estudios de Políticas Públicas Aplicadas, Buenos Aires, 2004
---------- "Las promesas del psicoanálisis en la cultura de masas", en: Devoto, Fernando y Madero, Marta (comps.). *Historia de la vida privada en la Argentina. La Argentina entre multitudes y soledades. De los años treinta a la actualidad,* vol. 3, Taurus, Buenos Aires, 1999

©Universitat de Barcelona