

HOBBY. UNA REVISTA POPULAR DE LA CULTURA AUTODIDACTA EN LA ARGENTINA DE LOS AÑOS TREINTA Y CUARENTA¹

HOBBY. A POPULAR MAGAZINE OF SELF-TAUGHT CULTURE IN ARGENTINA IN THE 1930S AND 1940S

Leandro Gustavo Lacquaniti²

Palabras clave *Resumen*

Publicaciones periódicas, Autodidactismo, Sectores populares, Tiempo libre

Recibido 8-2-24
Aceptado 12-7-24

HOBBY fue una revista popular de periodicidad mensual que circuló en Argentina entre agosto de 1936 y mayo de 1975. Escasos son los trabajos que directa o indirectamente han estudiado esta publicación periódica. El análisis de los contenidos y la circulación de *HOBBY* durante sus primeros números permite pensar relevantes aspectos de la cultura de masas en la Argentina de los años treinta y cuarenta; especialmente aquellos temas referidos a la cultura autodidacta, el tiempo libre y las actividades de ocio de los sectores populares. En este artículo se establece un diálogo particular con la historia cultural que estudia las publicaciones periódicas de carácter popular en la sociedad argentina de entreguerras. Especialmente se examinan narrativas e imaginarios que circularon en la revista *HOBBY* sobre la figura del “inventor popular”. Se analizan también algunas propuestas de esta revista relacionadas con las actividades de ocio y turismo que, por aquel entonces, habían comenzado a ser extendidas entre los sectores populares.

Key words *Abstract*

Periodical publications, Self-education, Popular sectors, Free time

Received 8-2-24
Accepted 12-7-24

HOBBY was a popular monthly magazine that circulated in Argentina between August 1936 and May 1975. There are few works that have directly or indirectly studied this periodical publication. The analysis of the contents and circulation of *HOBBY* during its first issues allows us to think about relevant aspects of mass culture in Argentina in the 1930s and 1940s; especially those topics referring to self-taught culture, free time and leisure activities of the popular sectors. This article establishes a particular dialogue with cultural history that studies popular periodical publications in Argentine society between the wars. It especially examines narratives and imaginaries that circulated in *HOBBY* magazine about the figure of the “popular inventor.” Some proposals from this magazine related to leisure and tourism activities, which at that time had begun to be extended among the popular sectors, are also analyzed.

1 Una versión previa de este artículo fue discutida en el grupo Historia cultural de la política. Argentina siglo xx y xxi del Instituto de Historia Argentina y Americana “Dr. Emilio Ravignani” coordinado por Alejandro Cattaruzza. Agradezco especialmente las críticas y los comentarios de sus integrantes. Andrés Gattinoni y Julián Delgado también aportaron ideas sugerentes para mejorarlo. Agradezco, de igual modo, las observaciones realizadas por los evaluadores anónimos. Por supuesto, los errores que pudieran encontrarse en esta versión son de mi absoluta responsabilidad.

2 Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas / Universidad Nacional de San Martín, Instituto de Investigaciones Políticas, Argentina. Dirección postal: Teodoro García 1907, 1704 Ramos Mejía, Buenos Aires. C. e.: lacquanitileandro@hotmail.com.

HOBBY fue una revista popular de carácter mensual que circuló en Argentina entre agosto de 1936 y mayo de 1975. En sus inicios adoptó el estilo del *magazine* norteamericano y ofreció a los lectores un programa variado de actividades y ocupaciones para el uso del tiempo libre.³

Escasos son los trabajos que directa o indirectamente han estudiado esta publicación periódica (Capello Silva 2013). Considero que el análisis de los contenidos y la circulación de *HOBBY* durante sus primeros números permite pensar relevantes aspectos de la cultura de masas en la Argentina de los años treinta y cuarenta; especialmente aquellos temas referidos a la cultura autodidacta y las actividades de ocio de los sectores populares (Gelber 1999; Thompson 2012; Stedman Jones 2014; Maase 2016). Este artículo dialoga con la historia cultural que ha estudiado las publicaciones periódicas de carácter popular en la sociedad argentina de entreguerras (en una lista que no pretende ser excluyente se pueden mencionar: Romero 1990; Sarlo 2000; Saítta 2013; Bontempo 2012 a). Principalmente con aquellos trabajos que han analizado el modo en que las revistas construyeron y difundieron determinadas representaciones y narrativas sobre las identidades de los sectores populares urbanos (Romero, 2007; González Leandri 2001). *HOBBY* comenzó a circular en una sociedad cuya población en los años treinta se distinguía por sus altos índices de alfabetización (en 1938 se estimaba una cifra cercana al 88%, el nivel más alto en comparación con otros países de la región), por un público lector en constante crecimiento y por una industria editorial y periodística en auge (Pellegrino Soares 2007). En ese contexto, la lectura como práctica de entretenimiento de los sectores populares fue una propuesta ampliamente valorada y fomentada por arcos políticos e ideológicos diversos; entre ellos, liberales, anarquistas, socialistas, comunistas y nacionalistas. Para esos sectores, la lectura podía ayudar a instruir cívicamente al ciudadano y a elevar y refinar su gusto cultural (Rubinzal 2021). Para ello, se promovió la fundación de bibliotecas populares y clubes sociales, considerados como ámbitos propicios para el desarrollo de experiencias colectivas de lectura y prácticas políticas (González Leandri 1990; Pasolini 1997; Quiroga 2003; Korn y Romero 2006; Gutiérrez y Romero 2007; Horowitz 2019). También los edificios de las editoriales fueron lugares idóneos para el desenvolvimiento de actividades asociativas y de sociabilidad cultural (Buonuome 2018). La editorial *HOBBY*, por su parte, participó de ese fenómeno fomentando los hábitos de lectura, organizando reuniones y conferencias y promoviendo la creación de clubes y asociaciones de aficionados a diferentes actividades vinculadas con el autodidactismo.

En este artículo se analizan dos propuestas que fueron centrales en el proyecto inicial de *HOBBY*. La primera de ellas fue la de promover la fabricación de inventos en los talleres hogareños. La revista insinuaba que este tipo de invenciones le permitirían

3 El término *hobby* como sinónimo de empleo productivo del tiempo comenzó a utilizarse de manera regular y creciente en diversos ámbitos de la esfera pública norteamericana en el contexto de la Gran Depresión. El concepto *hobby* era una construcción ideológica y discursiva que servía para discriminar buenos hábitos y costumbres sanas entre los trabajadores y los desempleados (Gelber 1999, pp. 268-294).

al trabajador realizar una actividad económicamente redituable y encontrar una vía de ascenso social. Bajo la narrativa del emprendedor autodidacta, *HOBBY* difundió una concepción ética del trabajo que fomentaba el uso productivo y eficiente del tiempo libre de las familias trabajadoras en sus talleres hogareños. Al mismo tiempo, construyó un determinado imaginario sobre la figura del “inventor popular” (Sarlo 2004).

La segunda propuesta de *HOBBY* estuvo orientada a fomentar algunas prácticas de ocio asociadas con el turismo, que por aquel entonces habían comenzado a ser extendidas entre los sectores populares. Estas actividades involucraron la participación tanto del Estado como de distintas asociaciones civiles que tuvieron un rol destacado en la generación de propuestas para esos sectores (Bisso 2009; Pastoriza 2011; Piglia 2014; Ballent y Gorelik 2001). A comienzos de la década del treinta, los trabajadores habían conquistado nuevos derechos relacionados con la reducción de la jornada laboral en Argentina, factores que dotaron a estos sectores de mayor disponibilidad para el ejercicio de actividades recreativas.⁴ En ese contexto, *HOBBY* funcionó como una especie de guía que informaba a los lectores sobre algunos entretenimientos que podían realizarse al aire libre. Entre estos se sugerían, por ejemplo, las salidas de camping y la pesca deportiva; prácticas que en esos años habían comenzado a ser extendidas entre los sectores populares y que, desde la perspectiva de la revista, eran moralmente más virtuosas en comparación con otros pasatiempos ofrecidos por la industria cultural. Ayudar a civilizar las costumbres de los trabajadores y sus familias en sus tiempos libres fue entonces una de las ideas centrales que orientó el proyecto de *HOBBY*.

En cuanto a la metodología empleada en este artículo, se analizan de manera cualitativa distintas secciones de esta revista: editoriales del director, el correo de lectores, notas, artículos, portadas y otros materiales publicitarios. Lejos de agotar el tema, se pretende con este trabajo sugerir algunas hipótesis que alienten potenciales investigaciones sobre este emprendimiento editorial.

HOBBY: REVISTA DE PEQUEÑOS TALLERES CASEROS E INICIACIÓN INDUSTRIAL PARA GRANDES Y CHICOS

En agosto de 1936 se lanzó al mercado editorial la revista mensual *HOBBY*, un emprendimiento dirigido por Roberto Castromán, empresario que desempeñó su actividad en medios de comunicación, como la prensa escrita y la radio.⁵ *HOBBY* fue planteada originalmente como una revista de divulgación de contenidos científicos y técnicos, pero su propuesta fue mucho más amplia: promovía actividades para las tareas escola-

4 Desde 1905, se había instaurado la ley de descanso dominical, pero en 1929 se reglamentó la jornada laboral de ocho horas y en 1932 se sancionó la ley de sábado inglés para los trabajadores de comercio.

5 En 1924, Roberto E. Castromán había sido director de *Mundo Ford. Revista mensual de Automovilismo, Industria, Campo y Caminos*, junto a Alfredo A. de Villate. Era, además, miembro de la Cámara Argentina del Libro y luego fue socio fundador de la Sociedad Argentina de Editores al crearse esta institución en 1946.

res, difundía notas sobre actividades recreativas al aire libre, publicaba artículos y manuales para capacitarse en algún oficio o actividad laboral y organizaba regularmente eventos, reuniones, muestras y conferencias para sus socios.

El alcance popular de la revista puede, en parte, explicarse por su valor en el mercado.⁶ En 1936, fue de 30 centavos, cifra que se mantuvo hasta mediados de los años cuarenta, cuando comenzó a comercializarse a 40 centavos y, luego, a 50 centavos.⁷ En el primer número se indicó que había alcanzado la sorpresiva cifra de tres mil suscriptores y que el costo anual de suscripción era de 3,50 pesos moneda nacional.⁸ De manera similar a otras revistas populares, *HOBBY* se autogestionó, además, con el cobro de espacios publicitarios a empresas nacionales e importadores locales. Bajo modernas pautas y estrategias de comercialización, estos anuncios dieron difusión a una variedad de artefactos eléctricos relacionados con la americanización de la economía doméstica y contribuyeron en la formación de un cierto perfil del ciudadano consumidor (Rocchi 1999; Rocchi 2003; Gené y Buonuome 2013).

Las revistas de divulgación técnica y científica fueron un fenómeno extendido de lectura entre los sectores populares si se contempla, por ejemplo, el éxito de otras publicaciones similares a *HOBBY*, como la aparición de *Ciencia Popular* en 1928 e *Ideas Prácticas* en 1944, ambas del empresario Jorge A. Duclot. La revista *HOBBY* contribuyó, junto a éstas, en la formación de un determinado tipo de saber práctico de carácter autodidacta en el hogar; una cultura del “hágalo usted mismo” que fue un dominio que, en aquellos tiempos, se consideraba casi exclusivamente masculino (Gelber 1997; Samuel 2008; Pérez 2012).

En líneas generales, la publicación sugería que todo trabajador debía cultivar algún tipo de *hobby*. Entre los artículos y las notas de la revista, pueden encontrarse referencias a los siguientes temas: radiofonía, filatelia, fotografía, electricidad, mecánica, carpintería, albañilería, herrería, jardinería, piscicultura, miniaturismo, encuadernación y otras labores vinculadas con el armado y la reparación de objetos del hogar. En cuanto a las actividades al aire libre, se publicaron regularmente artículos y notas sobre camping, pesca, aeromodelismo y *yachting*. Algunos de estos temas configuraban secciones fijas a las que en cada número se les suman otras notas de bricolaje. A este programa de lectura de la revista se adicionaba otro, vinculado con la edición ocasional de manuales sobre autodidactismo que también ofrecían una variedad amplia de propuestas y que se vendían por separado en el mercado.⁹

6 Hacia 1930, el salario mensual en términos reales de un obrero no calificado en Argentina podía promediar los 120 pesos moneda nacional (Cuesta 2014, p. 141).

7 *HOBBY* tenía un valor similar al de otras revistas argentinas de divulgación científica y técnica, que oscilaban en la época entre los 20 y 40 centavos. Se desconocen datos sobre su tiraje inicial.

8 La suscripción internacional en otros países americanos tuvo un costo de 4,50 pesos moneda nacional y de 5 pesos en el resto de los países europeos.

9 Asimismo, la editorial *HOBBY* publicó otras revistas relacionadas con el autodidactismo: en 1938, lanzó al mercado *CURSOS. Revista mensual de enseñanza técnica* y, en 1939, la *REVISTA POLITÉCNICA*.

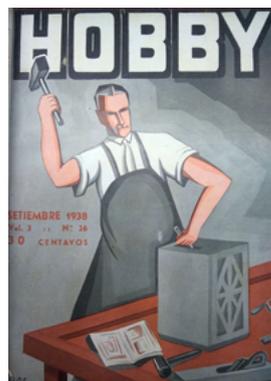
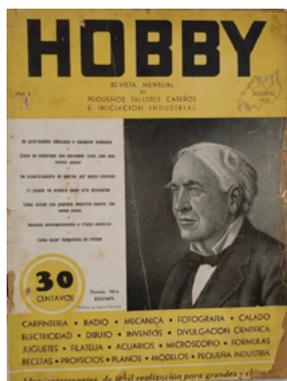


Figura n° 1 (izquierda): Primera portada del número inicial de la revista *HOBBY*. En la imagen, el científico estadounidense Thomas Alva Edison como prototipo del inventor autodidacta. *HOBBY*, n° 1, agosto de 1936.

Figura n° 2 (centro): Portada que presenta el taller hogareño como espacio para el aprendizaje de los niños. *HOBBY*, n° 11, junio de 1937.

Figura n° 3 (derecha): Portada que alude al trabajo del inventor autodidacta en su taller hogareño en su tiempo libre. *HOBBY*, n° 26, septiembre de 1938.

El público de lectores imaginado por *HOBBY* estuvo conformado principalmente por los hombres de las familias de los sectores populares urbanos.¹⁰ Las imágenes de las familias que periódicamente ilustraron la portada de la revista se asemejaban a las del universo gráfico y periodístico de otras revistas de ciencias y bricolaje de los Estados Unidos. De la lectura de los editoriales de Roberto Castromán se infiere que este empresario del mundo periodístico se inspiró especialmente en algunas publicaciones norteamericanas para construir su proyecto editorial. En este punto puede conjeturarse que, si como advirtió Marcela Gené (2005), algunas agencias de comunicación y difusión estatales del peronismo utilizaron ciertos patrones de la iconografía norteamericana para la elaboración de imágenes de los trabajadores, estas agencias públicas también pudieron haber utilizado como insumo ciertas representaciones que una revista popular como *HOBBY* había puesto en circulación en la cultura de masas desde mediados de los años treinta.

El subtítulo de *HOBBY* anunciaba que era una revista de “Ideas interesantes de fácil realización, para grandes y chicos”. Quedaban excluidas las mujeres del público selecto, sin que ello supusiera un problema para el director:

Me piden dedique algunas páginas especiales para las señoras y niñas. Francamente, pienso que, existiendo tan hermosas revistas consagradas a la mujer, que publican interesantes labores apropiadas para las delicadas manos femeninas, sería invadir una jurisdicción muy dignamente ocu-

10 Sin ofrecer una definición clara al respecto, la revista construyó un imaginario de las familias trabajadoras que podía incluir a obreros y otros profesionales de los sectores medios. Un dato, sin dudas interesante y que merece ser mayormente explorado, es la concepción racial en la representación de los integrantes de esas familias: en las imágenes que aparecían en las portadas del período, los hombres y las mujeres solían ser de tez blanca.

pada. Sin embargo, algo apropiado para la mujer, procuraré insertar. Desde ya, todos los trabajos de calado, repujado, etc., entiendo que les resultarán de gran atracción (*HOBBY*, n° 2, septiembre de 1936, p. 2).

Aunque la revista solía publicar notas y artículos para el público femenino,¹¹ *HOBBY* buscó captar especialmente la atención del público masculino. Las imágenes sobre la familia tipo que circulaban en la revista eran aquellas que situaban en un primer plano a los padres y a los hijos. Con respecto a la figura paterna, la revista promovió el arquetipo de un trabajador patriota, puritano y de costumbres moralmente sanas, que empleaba productivamente su tiempo libre y que acompañaba a sus hijos varones en la realización de los inventos y los pasatiempos propuestos por *HOBBY*.

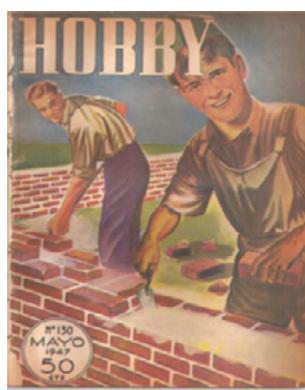


Figura n°4 (izquierda): Portada que ilustra cierto modelo ideal de familia imaginado por la revista. *HOBBY*, n° 45, abril de 1940.

Figura n° 5 (centro): Portada que alude al taller hogareño como espacio compartido entre padres e hijos. *HOBBY*, n° 46, mayo de 1940.

Figura n° 6 (derecha): Portada que refiere a uno de los artículos publicados en este número de la revista sobre la construcción de la casa propia. *HOBBY*, n° 50, marzo de 1947.

HOBBY promovió pautas de comportamiento dentro del hogar que estaban modeladas sobre la base de estilos de la vida cotidiana de las clases medias y que los sectores populares fueron internalizando a medida que tuvieron acceso a la vivienda propia durante la coyuntura de entreguerras (González Leandri 2001, p. 217). Las representaciones simbólicas de las familias tenían una clara delimitación de los roles de género en la esfera doméstica. Con ese objetivo, *HOBBY* demarcó actividades específicas para los padres, para las madres y para los hijos y reprodujo un tipo ideal de masculinidad asociado a las tareas manuales y al mantenimiento y la refacción del hogar que comenzaba en esos años a asentarse en el imaginario social de la Argentina (Pérez 2012).

11 En 1937, por iniciativa de la revista, en la editorial se fundó el Club de Aficionados a la Encuadernación, asociación en la cual las mujeres tuvieron un lugar destacado en la organización de cursos y actividades.

La figuración del padre trabajador empleando su tiempo libre en la esfera doméstica reproducía una concepción individualista del obrero: un trabajador que puede pensarse con una conciencia reformista y de integración social y con deseos de movilidad social ascendente. Es decir, una imagen que refuerza más sus proyecciones de éxito individual que sus intereses colectivos de clase. La idea de que el obrero debía ser productivo en su tiempo libre, y en el mejor de los casos realizar una actividad lucrativa a través de la venta de algunos de sus productos o servicios en el mercado, marcó el tono de las notas de la revista. Una sección dedicada especialmente a ese fin fue “Ideas para ganar dinero”. Se publicaban allí artículos que indicaban cómo arreglar equipos de radio, motores mecánicos o artefactos eléctricos. Otros referidos a los modos de pintar un cielorraso y reparar paredes estucadas, además de guías y cursos sobre trabajos de herrería, carpintería y albañilería, y otras propuestas para la construcción de la vivienda propia, de acuerdo con ciertos estilos de casas populares que estaban en boga en la época (Ballent 2009; Ballent y Liernur 2014; Pérez 2012). Esas ofertas referidas al autodidactismo y a actividades manuales en el hogar podían ampliarse por fuera de los límites estrictos de la revista mediante la edición de manuales que *HOBBY* sacaba regularmente a la venta. Resulta interesante detenerse en el prólogo de uno de esos textos cuyo título fue *Para aprender a construir una casa*, destinado especialmente al obrero autodidacta que deseara construir su “casa moderna” o una “vivienda económica”:

Esta obra, como su título sugiere, ha sido concebida con absoluta ausencia de pretensiones científicas, y sin otro deseo que el de proporcionar nociones claras y sencillas sobre la técnica constructiva. Creemos satisfacer con ella a los totalmente profanos en la materia que aspiran a la posesión de tales conocimientos, a los obreros del ramo que, por falta de tiempo o en razón del lugar de su residencia, no pueden seguir cursos de perfeccionamiento, y a los propietarios que, con justo motivo, tienen interés en saber si los edificios que hacen erigir son construidos de acuerdo con las reglas del arte. (Romero 1951, p. 6).¹²

En cuanto al rol de las mujeres, éstas podían tener otro tipo de participación en el hogar (siempre presentada de manera minoritaria en la revista) en tareas asociadas a la jardinería, a la decoración de la casa, la confección textil o la elaboración de productos de higiene. Se entendía que esas actividades hogareñas podían ayudarlas a “ganar un dinero extra”, complementando los ingresos de la economía familiar. Esta imagen de la mujer se presenta mucho más conservadora si se la compara con representaciones de otras revistas destinadas específicamente a un público femenino que circularon en esos años (Tossounian 2021; Bontempo 2022; Pérez 2012). Cierta contenido sexista y patriarcal puede leerse en la revista, por ejemplo, en la historieta “Don Simón y su *HOBBY*” que acompañaba los sucesivos números. Esta tira cómica narra la historia de un padre de familia que realizaba inventos y creaciones, en principio sorprendentes, ante la atenta mirada de su pequeño hijo Tito. Pero, por lo general, éstos fallaban o eran destruidos por picardías cometidas por el niño, ante lo cual Sisebuta regañaba a su marido por los repetidos intentos frustrados y por no colaborar con el

12 La primera edición de este manual es del año 1943.

orden y la limpieza del hogar del cual ella estaba especialmente a cargo (*HOBBY*, n° 2, septiembre de 1936, p. 4).

Por su parte, las actividades sugeridas a los hijos varones incluyeron el aeromodelismo, la filatelia, la invención de equipos de radiocomunicación y las labores manuales relacionadas con las prácticas escolares, tareas que, en ciertos casos, requerían de la ayuda de los padres. Era común encontrar notas dedicadas a los estudiantes sobre las efemérides patrias y otras propuestas vinculadas con las actividades escolares, como, por ejemplo, la construcción de una maqueta sobre el Cabildo de Buenos Aires o la elaboración de un busto de arcilla de Domingo Faustino Sarmiento (*HOBBY*, n° 10, mayo de 1937, p. 5; *HOBBY*, n° 154, mayo de 1949). Con respecto a los niños y los jóvenes, la revista buscó asumir una pedagogía cívica y patriótica. Los temas replicaban algunos modelos presentes en publicaciones como *Caras y Caretas* o la revista *Billiken* (Varela 1994; Bontempo 2012 b). Este proyecto le valió a la revista simpatías de algunos funcionarios del área de educación y de docentes de escuelas primarias que elogiaron los contenidos que estaban en vinculación con los programas de enseñanza escolar.¹³ Por ejemplo, las actividades áulicas sugeridas por *HOBBY* obtuvieron gestos de buena recepción entre algunos sectores del gremio:

Desde que apareció el primer número de la revista, hemos sido honrados con numerosas expresiones de felicitación y estímulo, todas ellas muy valiosas, pero aquellas provenientes de educadores y maestros, han tenido para nosotros doble aprecio, ya que evidencian algo que nosotros ni siquiera habíamos sospechado al planear la edición de esta revista: *HOBBY* resulta de grande utilidad para todos los docentes empeñados en realizar el patriótico propósito de las autoridades educacionales argentinas, en el sentido de hacer de la escuela, un taller donde la mente del niño despierte su vocación industrial (*HOBBY*, n° 3, p. 17).

De este modo, la propuesta de *HOBBY* se acoplaba a uno de los contenidos deseados, aunque aparentemente no logrados, de la enseñanza oficial que el Inspector de Enseñanza Ludovico Brudaglio señaló en cierta oportunidad en una carta remitida a Roberto Castromán:

HOBBY, ofrece a todo maestro un estímulo digno de ser aprovechado en nuestro ambiente donde se supone ubicada la fuente de energía destinada a vivificar las potencias creadoras del niño. Su revista recuerda a los maestros que "vivimos en un siglo industrial y la escuela pública debe adaptarse a la moderna civilización del trabajo" (*HOBBY*, n° 3, octubre de 1936, p. 17).

HOBBY pudo alcanzar un radio de circulación considerable en los ámbitos escolares. A comienzos de 1938, la casa editora había lanzado una nueva publicación mensual: la revista *YO SE*, una propuesta destinada especialmente al público escolar que incluyó contenidos y materiales para los docentes y los niños de la escuela primaria.¹⁴ Había

13 En el segundo número de *HOBBY*, Castromán acusaba haber recibido elogios de "tres brillantes intelectuales argentinos: el sabio e ilustre prelado, Monseñor Fortunato Devoto; el viejo y querido maestro de maestros, Don Pablo A. Pizzurno, y el eminente sociólogo, doctor Manuel Carlés." (*HOBBY*, n° 2, septiembre de 1936, p. 3).

14 La dirección de *YO SE* quedó a cargo del profesor Domingo Porta Caretto, integrante de la redacción

sido ésta, según el director de *HOBBY*, una demanda del gremio de maestros para que se proveyeran materiales didácticos acordes con los programas de enseñanza oficial (*HOBBY*, n° 18, enero de 1938, p. 322). En esa misma línea, en 1942, un docente escribió a la revista para informar que el Programa para la escuelas públicas y privadas de la Dirección General de Escuelas de la Provincia de Buenos Aires finalmente había incluido en la bibliografía correspondiente a la sección Trabajo Manual, la Colección de la Revista Hobby (*HOBBY*, n° 69, abril de 1942, p. 514).

Castromán mantuvo lazos estrechos con personalidades del universo católico y en más de una vez publicó notas destinadas a ponderar la enseñanza religiosa en las escuelas.¹⁵ En ocasión de los festejos por la edición del número cien de la revista, también dedicó unas breves palabras para celebrar los actos del IV Congreso Eucarístico Nacional que había tenido lugar en octubre de 1944, en el que se “palpitó en ellos la fe cristiana de nuestro pueblo [...] acorde con la fisonomía arraigadamente religiosa de la República” (*HOBBY*, n° 100, noviembre de 1944, p. 195). Asimismo, la ilustración de la portada de ese número presentaba los contenidos de un artículo referido a la fabricación hogareña de esculturas de yeso de la Virgen María.

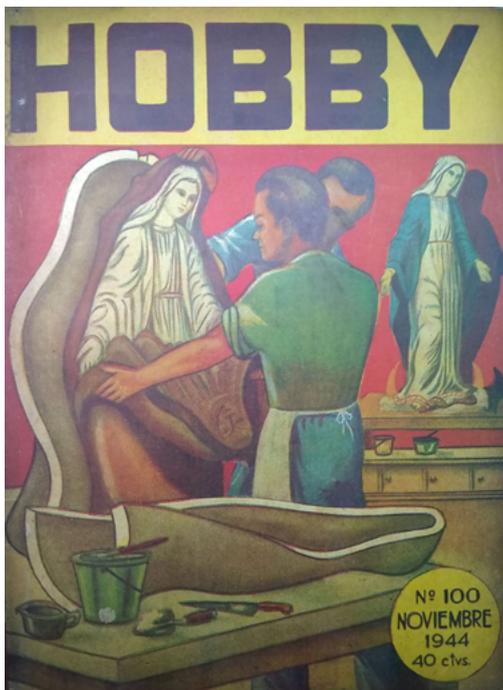


Figura n° 7: Portada que alude al artículo de la revista sobre la construcción hogareña de una escultura de yeso de la Virgen María. *HOBBY*, n° 100, noviembre de 1944.

de *HOBBY*. La primera edición de la revista tuvo un tiraje de sesenta mil ejemplares.

15 Por ejemplo, en el número de marzo de 1938 publicó un artículo sobre su visita al Colegio Apostólico de Escobar en el cual destacó su “vasta obra cultural” de enseñanza a los alumnos pupilos (*HOBBY*, n° 20, marzo de 1938, p. 475).

Aunque los temas de actualidad política nacional habitualmente no formaban parte de la propuesta de la revista, durante los años en que transcurrió la Segunda Guerra Mundial Roberto Castromán aportó varias reflexiones críticas en sus notas editoriales sobre la inserción de Argentina en esa coyuntura. En ellas pueden identificarse indicios sobre sus afinidades con el universo ideológico nacionalista, primero, y, luego, con el peronismo, gobierno en el que depositaba sus esperanzas de que la Argentina pudiera alcanzar un futuro de soberanía industrial e independencia económica (*HOBBY*, n° 119, X, junio de 1946, p. 643; *HOBBY*, n° 124, noviembre de 1946, p. 195).¹⁶

HOBBY daba lugar a avisos publicitarios sobre distintos cursos hogareños de formación técnica que auguraban una vía de ascenso social. Se sugería que los contenidos de la revista y los cursos por envío postal lanzados desde la editorial podían resultar indispensables para la capacitación de técnicos y profesionales en una sociedad en la que escaseaban los institutos de enseñanza especializados en el nivel técnico.¹⁷ Por su parte, los anuncios de la revista relacionados con ese tipo de capacitación pudieron haber seducido a un gran número de lectores en una coyuntura en la cual el mercado laboral demandaba mano de obra industrial semicalificada en un ciclo expansivo de la industria local, pero también profesionales y empleados para cubrir puestos en el sector administrativo público y privado. Entre los más significativos de esos anuncios se encontraban los de las *National Schools*, una entidad estadounidense que impartía cursos por correo o de manera presencial en su sede de la ciudad de Buenos Aires y que apuntó sectorialmente a los jóvenes (*HOBBY*, n° 3, octubre de 1936, p. 5).

HOBBY buscó captar principalmente la atención de un potencial público masculino que, en principio, no debía necesariamente contar con destrezas en las prácticas científicas, técnicas e industriales. En este sentido, la revista se presentaba como una publicación para los aficionados al arte de la invención.¹⁸ Aunque, indudablemente, el *hobbista* debía poseer cierto saber técnico para lograr poner en práctica las actividades manuales sugeridas por la publicación. Es decir, algunas herramientas intelectuales resultaban indispensables para la realización de los inventos, las fabricaciones y demás trabajos que aparecían en las notas y en los artículos. Por lo tanto, es posible pensar que el principal público destinatario de *HOBBY* haya estado compuesto por una varie-

16 Como dijimos, Roberto Castromán fue presidente de la Sociedad Argentina de Editores, entidad creada en 1946, que mantuvo vínculos estrechos con el gobierno de Juan Domingo Perón (Giuliani 2015, p. 165). En este punto, habría que revisar el argumento de Capello Silva acerca de que el director de *HOBBY* tuvo una relación conflictiva con el peronismo (véase Capello Silva 2013, p. 16).

17 Recién durante el gobierno de Juan Domingo Perón se impulsaron programas educativos integrales sobre enseñanza industrial y técnica a nivel secundario y universitario con la creación de las escuelas técnicas y la Universidad Obrera Nacional. Véase Dussel y Pineau (1995), Buchbinder (2010), Comastri (2023).

18 El crecimiento de esta comunidad de inventores populares durante el período de entreguerras, favorecido por la circulación de revistas como *HOBBY* y otras similares, puede explicar la amplia receptividad que tuvo luego la convocatoria del gobierno de Juan Domingo Perón a aportar ideas y proyectos de invención técnica para el diseño de los planes quinquenales, fenómeno que quedó registrado en las cartas remitidas a la Presidencia de la Nación (Comastri 2015).

dad de profesionales (ingenieros, físicos, químicos, docentes) y trabajadores calificados (industriales, electricistas, constructores, carpinteros, herreros, entre otros) que compartían un determinado “saber popular”.¹⁹



Figura n° 8 (izquierda): Publicidad de los cursos de formación técnica y profesional de la National Schools. *HOBBY*, n° 70, mayo de 1942, p. 626

Figura n° 9 (derecha). Publicidad de los libros de capacitación profesional ofrecidos por la National Schools. *HOBBY*, n° 81, abril de 1943, p. 569.

Un segmento de ese público quedó registrado en el correo de lectores, sección en la que principalmente su director, pero también el comité editorial de la revista, respondían las inquietudes y los comentarios tanto de los lectores como de los oyentes del programa de radio conducido por Roberto Castromán, cuya propuesta se vinculaba especialmente con los temas publicados en *HOBBY*. Los aficionados que participaban de esta sección pertenecían a ramas laborales y sectores sociales diversos: docentes, funcionarios públicos, químicos, ingenieros, técnicos, carpinteros, mecánicos, electricistas, por mencionar solo algunos. En raras ocasiones se encuentran respuestas de la dirección a cartas enviadas por mujeres, cuya presencia fue minoritaria también en esta sección de la revista. Es factible que la recepción de *HOBBY* desbordara los límites sociales que pueden fijarse sobre la base del correo de lectores y que, por lo tanto, su circulación haya sido más amplia que aquella que aporta esta muestra.

19 Se utiliza en este artículo la expresión “saber popular” en lugar de “saber del pobre” empleada por Sarlo, porque esta categoría permite imaginar una comunidad de inventores social y culturalmente más heterogénea. Una crítica a los problemas metodológicos en el uso de la expresión “saber del pobre” puede encontrarse en Benzecry (2000)).

Por su parte, los trece colaboradores que integraban el comité editorial, además de responder las inquietudes de los lectores, se encargaron de redactar diferentes secciones de la revista y publicaron regularmente artículos de distinta índole. Este comité estuvo conformado por hombres que detentaban algún tipo de saber profesional, científico o técnico, en áreas diversas. Con motivo del segundo aniversario del lanzamiento de la revista, en julio de 1938, *HOBBY* dedicó una sección especial para presentar al *staff*.

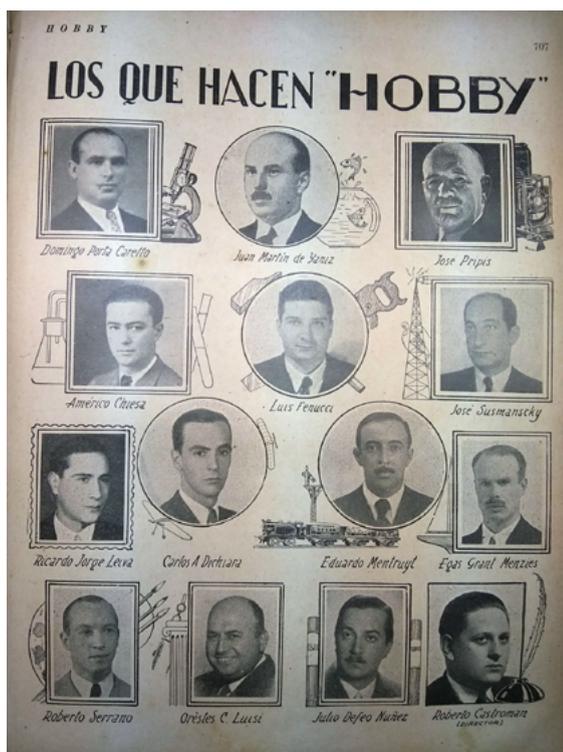


Figura n° 10:
Equipo directivo de la revista.
HOBBY, n° 24, julio de 1938, p. 707.

HOBBY ofició como representante de cierta comunidad de inventores autodidactas, quienes, además de comprar y leer la revista, eran invitados a participar en diversas actividades organizadas por la editorial.²⁰ En ocasión de la celebración del primer año de *HOBBY*, se organizó un concurso para que los seguidores presentaran portadas para la edición de ese número aniversario. Se realizó para tal fin una exhibición en el local de la editorial con todas las propuestas que habían sido enviadas, para finalmente votar y seleccionar la tapa ganadora (*HOBBY*, n° 12, julio de 1937). En otra oportunidad, Gastromán elaboró una encuesta para discutir el nuevo valor que éste pretendía asignarle a la revista. Ante ciertas condiciones que percibía adversas para garantizar la continui-

20 Este pacto de lectura entre los "lectores-colaboradores" y el comité editorial era una práctica habitual en las revistas de divulgación científica y técnica (Sarlo 2004, p. 74).

dad de la publicación,²¹ su director convocó a los lectores a participar en un “cabildo abierto” en el que podían optar entre reducir el número de páginas de la revista en la cantidad de dieciséis o incrementar en diez centavos su valor de venta (*HOBBY*, n° 126, enero de 1947, p. 323).

Desde la dirección se alentaba regularmente a los lectores a que enviaran sus contribuciones; a cambio, podían recibir un “obsequio de interés científico” (*HOBBY*, n° 2, septiembre de 1936, p. 2). Una primera convocatoria recibió más de ochenta contribuciones provenientes de ciudades y pueblos de distintas provincias argentinas, lo que evidencia su extensa circulación geográfica en el territorio nacional (*HOBBY*, n° 4, noviembre de 1936, p. 51). También se recibían colaboraciones y notas de lectores de otros países de la región. Los seguidores de *HOBBY* pudieron entonces publicar notas y artículos en los sucesivos números de la revista, en los que ofrecían soluciones a problemas técnicos que habitualmente se planteaban en la sección del correo de lectores o enviar fotografías de inventos y trabajos realizados en sus talleres hogareños.

LA EXPERIENCIA DEL INVENTOR AUTODIDACTA EN SU TALLER HOGAREÑO

Los contenidos sobre divulgación científica e invenciones caseras de *HOBBY* fueron similares a los de otras propuestas editoriales como *Radio Revista*, *la Guía del Inventor*, *Revista Ondas* o *Ciencia Popular*. *HOBBY* integró ese conjunto de publicaciones en el cual los saberes expertos se combinaban con otros concebidos por fuera de los espacios estrictamente académicos (Montaldo 2016; Caravaca, Daniel y Plotkin 2018). El resultado de este proceso de circulación, apropiación y resignificación de conocimientos se tradujo en un determinado tipo de saber popular sobre los diversos modos posibles de hacer ciencia y experimentación tecnológica, generado por una cultura de la mezcla. Los artículos y las notas de la revista *HOBBY* evidencian ese cruce de conocimientos, cuyos autores tenían procedencias sociales y profesionales diversas. Mientras que algunos detentaban saberes más institucionalizados, otros estaban formados bajo una cultura autodidacta.

De acuerdo con Beatriz Sarlo, en la Argentina de los años veinte el arquetipo del inventor popular como “héroe cultural” fue ideado sobre la base de la apropiación de ciertos elementos imaginarios de la cultura norteamericana que circularon a través de distintos emprendimientos periodísticos (Sarlo 2004, pp. 88-89). La paulatina formación de un público autodidacta que compartía la creencia de que la invención era un “camino que promete el doble desenlace de la riqueza y la fama” (Sarlo 2004, p. 17) y, por lo tanto, una vía posible para el ascenso social puede ayudar a explicar ciertos datos del crecimiento del número de registros de marcas y patentes de invención entre fines de los años veinte y comienzo de los años treinta (Sarlo 2004, p. 99). La radiodifusión fue, por ejemplo, un tema omnipresente en *HOBBY* y en muchas otras

21 Muy presumiblemente los problemas se referían a la escasez y el encarecimiento del papel prensa.

revistas que despertaron fantasías entre los inventores populares, convirtiéndose en un fenómeno de masas que logró cautivar la atención de miles de aficionados (Sarlo 2004; Matallana 2006; Matallana 2013). Incluso la atracción de la técnica moderna pudo cautivar a reconocidos escritores como Horacio Quiroga, quien fue un apasionado de la fotografía, o Roberto Arlt, cuya obsesión por trabajar en un proyecto que diera “el batacazo” y lo convirtiera en millonario (un sistema de vulcanización de las medias de mujer para evitar que los puntos se corran) estuvo entre sus preocupaciones principales cuando instaló un pequeño taller en el barrio de Lanús en 1941 (Saítta 2000 a, pp. 286-287).

Los temas tratados en *HOBBY* abarcaron diferentes oficios, constituyéndose la revista en una guía de variedades para el inventor popular. Ésta sugería a los lectores emplear productivamente el tiempo libre en sus talleres hogareños. Por ejemplo, en una nota anónima publicada en el primer número de la revista que llevó por título El encanto de la realización, los interpelaba especialmente: “¿Conoce usted la alegría de un *hobby* que transforma las horas de tedio, en felicidad y placer? [...]. El trabajo en el pequeño taller casero es un *hobby* absorbente que todos pueden realizar: hombres, jóvenes y niños.” Y agregaba:

¿ha observado usted, alguna vez, a un grupo de muchachos fascinados en la ejecución de un aeroplano, una canoa o una simple casilla para el perro? Su entusiasta animación es digna de admirar. El trabajo empeñoso les está enseñando a bastarse a sí mismos, desarrollando su habilidad creadora, dosificándolos de paciencia y abriendo nuevos horizontes para su mente (*HOBBY*, n° 1, agosto de 1936, p. 1).

En ese mismo número inicial se publicó otro artículo titulado Los talleres caseros, traducción de un texto que había sido publicado en la revista neoyorkina *El exportador americano. Noticiero internacional de autotécnica y equipos*. Castromán decidió incluirlo en su revista porque en este escrito “está claramente explicada la organización de los clubs de talleres aficionados en los EE.UU., órgano que *Hobby* fomentará en el país” (*HOBBY*, n° 1, agosto de 1936, p. 2). La revista asumió entonces un rol singular en la construcción de una determinada comunidad de inventores autodidactas, grupo social al que pretendió brindarle una particular visibilidad. Por ejemplo, en el tercer número de la revista, Castromán solicitó a los lectores que enviaran fotografías sobre sus talleres hogareños para publicarlas en la llamada Galería de Hobbistas y con miras a realizar una futura exhibición en el local de la editorial:

Deseo inaugurar una sección en la que publicaré fotografías que se remitan de talleres caseros. Invito pues a que acomoden las herramientas, barran las virutas y adopten una pose de circunstancias, mientras el amigo chasirete toma la escena, con vistas a la posteridad... ¿Estamos? (*HOBBY*, n° 3, octubre de 1936, p. 3).

HOBBY fue vehemente con la idea de que un pequeño taller podía generar interesantes recursos económicos y hasta convertirse en una promisoría industria. En un editorial de abril 1943, Roberto Castromán argumentó que:

La pequeña industria, que siempre encontró en las páginas de HOBBY un aliento entusiasta y persistente, ha estado de parabienes. Ha surgido el pequeño industrial con medios modestos y ya gravita en el medio social deparando a muchos, no solo relativa holgura económica, sino algo quizás máspreciado: independencia. Tal vez el ciclo inmediato que nos toque vivir esté caracterizado por el auge industrial; si así fuera, nos confortaría el halago de haber encaminado con nuestro aporte la suerte de algunos lectores (*HOBBY*, abril de 1943, n° 81, p. 515).

En esa misma línea, en una nota aparecida en el diario *La Nación* el 14 de febrero de 1946 se promocionaba la edición de *100 Industrias Explicadas*, de Miguel Ángel Segovia, un manual editado por la Editorial HOBBY que:

está dedicado a los que “desean alcanzar independencia económica iniciándose en la industria con poco capital”. Dentro del número especificado en el título hay industrias para las que se requiere más voluntad de iniciarlas que capital. Desde el papel de lija hasta la sidra; desde las espirales para matar mosquitos hasta las cintas para máquinas de escribir; desde los encurtidos hasta las caretas para Carnaval... Y así, cien pequeñas industrias que, bien estudiadas –y no cuesta mucho– pueden sacar de la estrechez económica a muchísima gente que se lo proponga. Se trata de industrias caseras, vale decir, que no requieren locales especiales y por lo tanto de fácil ubicación en el hogar. Bien puede decirse que el que no trabaja es porque no quiere (*HOBBY*, abril de 1943, n° 81, p. 523).

¿Cómo situar entonces esta experiencia popular del pequeño taller hogareño? Sin dudas, existe una relación estrecha con el desarrollo industrial y las características del modelo de sustitución de importaciones que tuvo lugar en la Argentina de aquellos años (Gerchunoff y Llach 1998; Belini y Korol 2012). Desde el pequeño taller se podían aportar productos que se sumaran a la cadena de engranaje de una estructura industrial en auge, de pequeñas y medianas empresas. La actividad en los talleres hogareños resultaba, además, complementaria y funcional con la economía de productos importados (especialmente aquellos eléctricos) de difícil reemplazo por su costo relativamente elevado. Es decir, siguiendo los consejos de la revista, en su taller casero un inventor aficionado podía elaborar una serie de productos o reparar desperfectos técnicos de otros bienes durante su tiempo libre para ganar así un dinero extra.

HOBBY Y LA FUNDACIÓN DEL “CLUB DE TALLERES CASEROS”

HOBBY fue una revista que promovió abiertamente un modelo de americanización de las prácticas de ocio de los sectores populares bajo la concepción del empleo productivo del tiempo libre. El imperativo de utilizar fructuosamente los tiempos de descanso sobre la base de una ética laboral vinculada con el emprendedurismo norteamericano fue un ideal constitutivo del proyecto de la revista, que se plasmó en sus números iniciales. Con ese objetivo, Roberto Castromán trató de replicar ciertas propuestas que estaban en boga en algunas publicaciones periódicas populares sobre autodidactismo y bricolaje en los Estados Unidos. No es casual, tampoco, que haya titulado la revista con este término anglosajón:

Deseo justificar el uso del vocablo inglés, HOBBY, en la denominación de esta revista. No hay duda de que nuestro idioma es riquísimo, pero es difícil encontrar una voz que se adapte adecuadamente a la índole de esta publicación. Por eso hemos tomado del inglés, la palabra HOBBY, que, por otra parte, hace mucho tiempo que tiene ciudadanía argentina... (HOBBY, n° 1, agosto 1936, p. 2).

La cosmovisión de Castromán podría situarse en sintonía con ciertas ideas del nacionalismo económico de Alejandro Bunge, una matriz de pensamiento que tuvo a Estados Unidos en la época como principal modelo de desarrollo industrial (Regalsky y Jáuregui 2003). Si HOBBY se proponía estimular la formación de trabajadores autodidactas y exitosos, dos arquetipos eran los mejores exponentes de esa cultura emprendedora: Thomas Alva Edison, “un humilde canillita que dedicó sus horas libres a ejercitar la invención en su pequeño taller, para luego convertirse en un magnate industrial” y Henry Ford, quien dijo que “los talleres caseros ofrecen a ricos y pobres, oportunidad de recreo y provecho. Muchos jóvenes han sentido despertar su vocación industrial trabajando en ellos. [...]. Yo, personalmente, encuentro verdadero descanso y placer, dedicando varias horas diarias en la ejecución de trabajos caseros” (HOBBY, n° 1, pp. 1-2). Como se indicaba en la primera página de cada uno de los sucesivos números, “por medio de esta publicación el aficionado puede despertar y afianzar su verdadera vocación industrial” y con ese propósito la revista alentaba a los jóvenes a que se inspirasen en sus pares norteamericanos: “EN LOS EE.UU MILLARES DE JÓVENES PAGAN SUS ESTUDIOS CON EL PRODUCTO DE TRABAJOS REALIZADOS EN LOS TALLERES CASEROS” (HOBBY, n° 2, septiembre de 1936, p. 1).²²

Con ese espíritu, HOBBY impulsó la creación de una asociación civil sin fines de lucro: el Club de Talleres Caseros, con sede en la capital porteña. Este club central, que se inauguró el 20 de febrero de 1937, se dedicaría a auspiciar intercambios con otros centros nacionales e internacionales del mismo estilo.²³ Por su parte, los clubes de talleristas funcionarían como una especie de gremio de artesanos en los cuales los jóvenes neófitos tendrían la posibilidad de “aprender por el contacto con los más experimentados y hábiles; de preparar los trabajos en el taller del club, terminándolos luego en el tallercito casero, usando máquinas y herramientas que de otro modo serían difícilmente accesibles.” (HOBBY, n° 4, noviembre de 1936, p. 10).

HOBBY contó con una sección especial que funcionó como una especie de boletín informativo para los socios. Allí se detallaban aspectos referentes a la organización del Club de Talleres Caseros, el crecimiento del número de clubes de talleristas hogareños en otras regiones, instrucciones sobre cómo organizar un club de talleres caseros entre vecinos en los barrios, discusiones sobre pautas y estatutos e información sobre la organización de eventos, exposiciones, conferencias, cursos y otras actividades (HOBBY, n° 11, junio de 1937, p. 37). Como la creación de los clubes de talleres caseros fue

22 Mayúsculas en el original.

23 El local estuvo situado en la calle Alsina 758 de la ciudad de Buenos Aires en el mismo edificio de la editorial de la revista HOBBY. La cuota de socios fue, en principio, de 2 pesos moneda nacional para los mayores de dieciséis años y de 1 peso moneda nacional para los “cadetes” menores a esa edad.

un proyecto que estuvo inspirado en la experiencia de los clubes estadounidenses, Castromán señaló que “HOBBY ha adaptado el emblema de los clubes similares de los EE.UU., para ser usado en el país, como una expresión de vinculación entre los aficionados de ambas naciones.” (HOBBY, n° 4, octubre de 1936, p. 10).²⁴ La filiación de HOBBY a ciertos modelos de ocio y uso del tiempo libre de la cultura norteamericana no estuvo exenta de reproches por parte de algunos sectores que acusaron al editor de “antipatria”. Castromán se defendió de las críticas indicando que, con motivo de la inauguración del Club de Talleres Caseros, el local de la revista había sido adornado con banderas argentinas, hecho que demostraba indudablemente el carácter patriótico de su emprendimiento. Agregaba, además, que “este detalle pareció sorprender a algunos concurrentes, quienes estaban en la creencia de que HOBBY era una empresa extranjera. Yo estoy seguro que los amigos que tienen la benedictina paciencia de leer mi página todos los meses, habrán sospechado mi cercano parentesco con Santos Vega, de manera que, en lo que a mí respecta no necesito mostrar mis comprobantes de argentinidad” y tampoco resultaba necesario “comprobar los sentimientos patrióticos de todo el staff de la revista” (HOBBY, n° 9, marzo de 1937, p. 64).



Figura n° 11. Artículo que auspicia la creación de Clubs de Talleres Caseros. HOBBY, n° 4, noviembre de 1936, p. 19.

24 La revista norteamericana *Popular Science Monthly* fomentó la National Homeshop Guild, una red constituida por trescientos clubes locales en Estados Unidos (Gelber 1997, p. 89).



Figura n° 12. Miembros del consejo administrativo del Club de Talleres Hogareños. Sentados de izquierda a derecha: Osvaldo Jousse (vicepresidente); Rafael A. Val (secretario); Juan Chomel (presidente); Roberto Castromán (tesorero). De pie de izquierda a derecha: Julio Defeo Núñez (protesorero); Elías Grimberg, Rafael Fernández Castillo, Raúl Castromán y Adolfo Desulovich (vocales)
HOBBY, n° 8, marzo de 1937, p. 7.



Figura n° 13. Celebración de la inauguración del Primer Club de Talleres Caseros de Argentina.
HOBBY, n° 8, marzo de 1937, p. 7.

OCIO Y TURISMO AL AIRE LIBRE: EL CAMPING Y LA PESCA DEPORTIVA

El tiempo libre no debía ser empleado únicamente de manera productiva. En las horas de descanso también se consideraba recomendable darle lugar al ocio. Desde *HOBBY* se alentaron diferentes actividades con esos fines, siendo el *camping* y la pesca deportiva dos pasatiempos que podían complementarse en los ratos de entretenimiento al aire libre. La revista consideraba que el *camping* y la pesca eran un buen recurso para paliar los efectos que conllevaban el cansancio y la rutina de la vertiginosa vida urbana. Una vía de escape al asedio de la aglomeración y el ruido de la gran ciudad.

La práctica del *camping* fue habitualmente promovida en la revista. Las notas y los artículos brindaban consejos sobre cómo acampar y qué artefactos debían llevarse para la ocasión (*HOBBY*, n° 5, diciembre de 1936, p. 55 y *HOBBY*, n° 6, enero de 1937, pp. 59-60). El *camping* se presentaba como una alternativa vacacional ideal para las personas “jóvenes, o de espíritu jovial, decidido y amante de las aventuras” que no podían costearse económicamente “una estadía más o menos prolongada en un hotel en las sierras o en un balneario de moda” (*HOBBY*, n° 5, diciembre de 1936, p. 56). El *camping* y el senderismo en un país que extendía la red vial eran un camino hacia la aventura, pero también prácticas misionales y patrióticas,²⁵ en el sentido de que “pasar por lugares y sitios nuevos [...] se aprende a conocer mejor el país, sus habitantes, modalidades y costumbres”, especialmente para “los habitantes de la ciudad, [que] aunque argentinos, poco o nada conocen acerca de la vida y costumbres de los pobladores de la campaña” (*HOBBY*, n° 5, diciembre de 1936, p. 56).

Este tipo de actividades requerían del buen comportamiento del joven excursionista, quien debía “vestirse pulcramente” para no dar la impresión de un “vulgar atorrante o vagabundo” y de esta manera “tratará también de ir siempre bien afeitado y peinado para dejar tras sí favorable impresión” y “ser un correcto caballero y un hombre de bien en todas partes”, ya que:

desgraciadamente hay otros que creen que la circunspección y el recato son cosas simplemente de la ciudad, donde hay un vigilante a la vista, y que basta salir al despoblado para que sea lícito adoptar posturas insolentes o provocativas, excederse en el consumo de bebidas alcohólicas, emplear gestos o expresiones procaces, dejar papeles o basura tirados por todos lados, y en fin, comportarse como unos perfectos guarangos (*HOBBY*, n° 5, diciembre de 1936, p. 56).

Por su parte, la pesca deportiva también podía ayudar a mejorar las costumbres de los sectores populares en sus tiempos libres.²⁶ Pocas actividades son tan autodidactas como la pesca deportiva. Por lo general, cada persona debía confeccionar sus líneas de pesca (en ese entonces, no era común conseguirlas en el mercado), el aprendizaje de este deporte consis-

25 La consideración del *camping* como práctica misional y patriótica de los jóvenes se asemejaba, así, con ciertos ideales fomentados por el scoutismo argentino (Bisso 2016).

26 Considero importante detenerme brevemente en el análisis de la pesca deportiva, frente a otras actividades lúdicas o de turismo, porque su estudio ha sido un objeto no del todo atendido por la historiografía, a pesar de la popularidad que esta adquirió en los años de entreguerras.

tía en el método de la prueba y error y las técnicas se adquirían principalmente de boca en boca. En esos tiempos, tampoco eran abundantes los centros de formación del pescador deportivo.²⁷ Por ello, un rol especial para la instrucción de este deporte lo tuvieron algunas revistas de variedades. En estas publicaciones se informaba a los aficionados sobre las distintas técnicas, los armados de líneas y las novedades sobre los equipos de pesca. Durante los años treinta, se modernizaron las prácticas deportivas con la mejora de los equipos, como el *reel* automático y las cañas de menor peso, artículos que eran publicitados en las revistas. Allí se detallaban las condiciones y los ambientes propicios para la captura de los distintos tipos de peces. Las notas y los artículos acerca de la pesca auspiciaban, al mismo tiempo, el turismo por diferentes lagunas, ríos y zonas costeras de la Argentina. De esta manera, un incipiente turismo de masas con eje en la pesca deportiva comenzó a gestarse en estos años. Y esta práctica tuvo un desarrollo significativo y una notoriedad extendida entre los sectores populares de la región metropolitana (López, Colautti y Baigún 2012, pp. 241-243).

Algunos datos informan sobre el crecimiento de un potencial público lector de notas sobre pesca deportiva en esos tiempos. El cronista Carlos Ernesto Mangudo Escala fue uno de los pioneros que comenzó a escribir artículos de pesca de manera regular en la revista *Caras y Caretas* hacia mediados de los años treinta. Bajo el seudónimo Capitán Reel fue el jefe de redacción de una sección denominada La caña de pescar. En sus líneas periodísticas, dirigidas a esos “aspirantes al Premio Nobel de la paciencia” (*Caras y Caretas*, n° 1900, 2 de marzo de 1935, p. 56), se conjugaban notas de turismo, información y actualidad sobre el estado del pique. Allí invitaba a los lectores a iniciarse en este deporte “nivelador social” (*Caras y Caretas*, n° 1949, 8 de febrero de 1936, p. 131) que “posee características tan emocionantes que el que lo practica una vez difícilmente puede olvidarlo” (*Caras y Caretas*, n° 2096, 3 de diciembre de 1938, p. 22). Además de desempeñarse como cronista de pesca en *Caras y Caretas* (revista de la que sería director entre 1936 y 1939), publicó los primeros libros sobre esta práctica en Argentina: *El deporte de la pesca en el Río de la Plata* (1934), *La pesca deportiva en los ríos argentinos* (1939) y *La pesca en el Parque Nacional Nahuel Huapi* (1949). En 1940, fundó la revista *Pique*.

Desde *Caras y Caretas*, Capitán Reel se había convertido en una especie de vocero oficial de los pescadores deportivos. Reclamaba en sus notas nuevas legislaciones y protección estatal para esta actividad en un momento que “aumenta la afición por la pesca”:

Como un remedio a la nerviosidad de la época, cada vez es mayor el número de personas que busca un refugio en el sedante deporte de la pesca. Quien recorra los muelles de los clubs de pesca, las escolleras de la ribera, los riachos de Tigre, las orillas de las lagunas de Chascomús y las playas Atlánticas, se asombrará de la cantidad enorme de aficionados a la pesca. Por mi parte, cada vez recibo más cartas de aficionados nóveles que piden y que exigen un poco de atención oficial para este deporte que no puede ser más sano y más benéfico (*Caras y Caretas*, n° 1978, 29 de septiembre de 1936, p. 136).

27 El club de pescadores más importante hasta entonces en Argentina había sido fundado en 1903 en el barrio de Palermo de la ciudad de Buenos Aires, aunque este fue un espacio de uso casi exclusivo de la élite porteña.

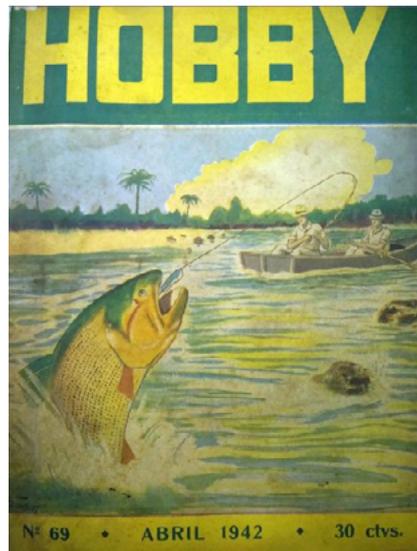


Figura n° 14 (izquierda). El camping como actividad recreativa para la juventud. *HOBBY*, n° 30, enero 1939.

Figura n° 15 (derecha). Las notas sobre pesca deportiva se incluyeron en una sección especial de la revista. *HOBBY*, n° 69, abril 1942.

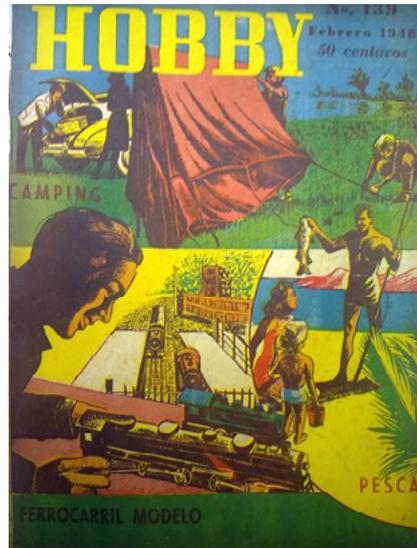


Figura n° 15 (izquierda). El turismo familiar de *weekend* fue una actividad especialmente promocionada por la revista. *HOBBY*, n° 125, diciembre 1946.

Figura n° 16 (derecha). Portada que muestra al camping y a la pesca como prácticas turísticas recomendadas para las familias. *HOBBY*, n° 139, febrero 1948.

HOBBY también reservó una sección especial para informar a los pescadores deportivos, actividad que era percibida como una práctica moralizante para los sectores populares en sus tiempos libres. Desde abril de 1938 comenzaron a publicarse periódicamente artículos en los que se detallaban diversos aspectos sobre cómo iniciarse en este *hobby*, “accediendo a numerosas sugerencias de los lectores, que desean obtener la satisfacción provechosa de volver a casa con el entusiasmo de haber logrado buenos resultados en la pesca” (HOBBY, n° 21, abril de 1938, p. 517). El primero de los artículos de esa serie titulado “La pesca del pejerrey” brindaba una introducción al arte de la pesca de los “flechas de plata” dando “algunas indicaciones útiles para los aficionados a este paciente deporte que tiene tan vasto campo” (HOBBY, n° 21, abril de 1938, p. 549) en el estuario del Río de la Plata. En el número siguiente, el artículo “Pesca de la tararira” ofrecía otros consejos útiles para realizar esta práctica en “aguas mansas de poca profundidad” (HOBBY, n° 22, mayo de 1938, p. 613) de ríos, lagunas y afluentes de la Cuenca del Salado y el Delta del Paraná. Los números posteriores continuaron informando al pescador deportivo acerca de otras especies ictícolas autóctonas de las distintas regiones del territorio argentino. HOBBY participó entonces, junto a otras revistas populares de la época, en la construcción de un público lector ávido de notas periodísticas dedicadas a la pesca deportiva, a la vez que dio lugar a la voz de los aficionados que ocasionalmente publicaban notas y enviaban cartas a la editorial en búsqueda de mayor información sobre esta actividad.

CONSIDERACIONES FINALES

Era una verdadera providencia que mi casa fuera el centro de la pasión 'hobbística' de los vecinos y mía. En aquella buhardilla-taller teníamos, verdaderamente cuanto herramienta y material necesarios para fabricar lo que se nos viniera en gana.
Oesterheld - Solano López 2000, p. 28.

En septiembre de 1957, comenzó a publicarse en la revista *Hora Cero Semanal* la historieta de ciencia ficción *El Eternauta*, escrita por Héctor Oesterheld y con dibujos de Francisco Solano López. La historieta narra la aventura épica de un grupo de hobbistas que, encerrados en el taller hogareño de un chalet de la ciudad de Vicente López, deben resistir y enfrentar una invasión alienígena en Buenos Aires. Más allá de su carácter ficcional, la trama recuperaba algunos elementos pretendidamente realistas de la vida cotidiana de los sectores populares urbanos de aquellos años. Por ejemplo, muestra la profundidad con la que había calado en el imaginario y en la cultura popular la experiencia del tallerista hogareño quien junto a su grupo de amigos tenían como *hobby* dedicarse al arte de la invención.

Este fenómeno de inventores aficionados había comenzado a gestarse en Argentina desde las primeras décadas del siglo XX, proceso en el cual las revistas de autodidactismo tuvieron un protagonismo central en la divulgación de cierto conocimiento científico y técnico. HOBBY participó de ese circuito y alimentó las fantasías de los

inventores populares desde agosto de 1936 hasta mayo de 1975. Lejos de agotar su análisis histórico, este artículo presentó una primera aproximación al estudio de esta revista durante sus números iniciales, entre mediados de los años treinta y comienzos de los años cuarenta.

HOBBY fue una publicación periódica que adoptó el estilo del *magazine* norteamericano y que ofreció a los lectores un programa de actividades y ocupaciones para el buen uso del tiempo libre. El plan de lectura estuvo compuesto por artículos y notas de divulgación científica que fomentaban la práctica del autodidactismo. Especialmente original fue la idea de patrocinar el Club de Talleres Hogareños, una entidad civil sin fines de lucros cuya membresía reunió a inventores locales, muchos de ellos de carácter *amateur*. La idea de impulsar el desarrollo de los clubes de talleristas hogareños estuvo inspirada en la experiencia de otras revistas de divulgación científica norteamericanas. El Club de Talleres Hogareños fue creado por iniciativa de la editorial *HOBBY* en 1937 y funcionó como un espacio de sociabilidad y de aprendizaje para los *hobbistas*. Desde allí se impulsó la creación de otros clubes que replicaran su funcionamiento en pueblos y ciudades de todo el territorio argentino.

La revista de Roberto Castromán promovió un modelo de americanización de las prácticas de ocio que estuvo dirigida a los sectores populares y especialmente al público masculino. A través de la cultura del “hágalo usted mismo” difundió un determinado tipo ideal sobre la masculinidad, tanto para los padres como para los hijos de la familia trabajadora. Al mismo tiempo, delimitó roles de género en la esfera doméstica, definiendo en particular las tareas que debían asumir los hombres en el hogar: la refacción y mantenimiento de la casa mediante el uso de determinadas herramientas, la reparación de ciertos bienes de uso cotidiano y la fabricación de productos en el taller hogareño para ser vendidos junto a otros servicios en el mercado.

En mayo del año 1975, con un total de 429 números, *HOBBY* editó su última publicación luego de un trayecto de casi cuatro décadas. Por entonces, la revista estaba siendo dirigida por Marcelo Oscar Castromán, (hijo del fundador de la publicación) luego del fallecimiento de Roberto Castromán en 1960. Las razones de su repentina desaparición del mercado editorial no son del todo claras, si se tiene en cuenta que en su último número el director de la revista adelantaba algunos temas de la publicación siguiente (*HOBBY*, n° 429, Año XXXIX, mayo de 1975, p. 1).

Se pueden plantear ciertas conjeturas, a falta de análisis más detallados, sobre el cierre de este emprendimiento editorial. Es probable que la edición de *HOBBY* hubiera dejado de ser rentable, a la vez que su potencial público lector podría haber disminuido o cambiado de preferencias. Al mismo tiempo, si el pasaje de una economía productiva de pequeños talleres estaba sucumbiendo gradualmente ante la concentración de la producción industrial en grandes firmas, cierta apertura del comercio internacional y el retraimiento de algunas medidas oficiales de carácter proteccionista, esa situación también pudo tener efectos en la erosión de un imaginario en el cual el trabajador y sus conocimientos técnicos e industriales eran socialmente valorados.

Más aún, una economía abierta al mercado de las importaciones pudo haber atentado contra las prácticas de los inventores locales que ocasionalmente habían encontrado previamente, en el contexto de sustitución de importaciones, espacios para comercializar sus productos. Los sueños de una Argentina industrial cimentada sobre la base de pequeñas empresas e inventores locales se desvanecían junto a ciertas ilusiones de los *hobbistas* que habían sido alimentadas desde la revista.

BIBLIOGRAFÍA

- BALLENT, A. & GORELIK, A., 2011. País urbano o país rural: La modernización territorial y su crisis. En A. CATTARUZZA (comp.). *Crisis económica, avance del Estado e incertidumbre política (1930 - 1943)*. Buenos Aires: Sudamericana.
- BALLENT, A., 2009. *Las huellas de la política. Vivienda, ciudad, peronismo, 1943-1955*. Buenos Aires: UNQUI/ Prometeo, pp. , pp. 87-106.
- BALLENT, A. & LIERNUR, J., 2014. *La casa y la multitud. Vivienda, política y cultura en la Argentina Moderna*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- BELINI, C. & KOROL J. C., 2012. *Historia económica de la Argentina en el siglo XX*. Buenos Aires: Siglo XXI, pp. 21-111.
- BENZECRY, C., 2000. La imaginación técnica o Arlt como Menocchio. *Nueva Sociedad*. n° 170, pp. 180-185.
- BISSO, A., 2009. Segundo acercamiento de vuelta. Socialistas y otros grupos antifascistas frente a la movilización, el ocio y la cultura de masas en el período conservador. En A. Bisso, *Sociabilidad política y movilización. Cuatro recorridos bonaerenses (1932-1943)*. Buenos Aires: Buenos Libros, pp. 64 -93.
- BISSO, A., 2016. La Asociación Nacional del Scoutismo: motivaciones y formas de movilización durante el período de gobiernos nacionales concordancistas (1932-1943). *Estudios del ISHiR*, n° 16, pp. 31-46.
- BONTEMPO, P., 2012 a. Editorial Atlántida. Un continente de publicaciones, 1918-1936. Tesis de Doctorado. Buenos Aires: Universidad de San Andrés.
- BONTEMPO, P., 2012 b. Los niños de *Billiken*. Las infancias en Buenos Aires en las primeras décadas del siglo veinte. *Anuario del Centro de Estudios Históricos Prof. Carlos. S. A. Segretti*, n° 12, pp. 205-221.
- BONTEMPO, P., 2022. Prensa para la mujer moderna. Lectoras, consumidoras, nuevas lecturas. En G. BATTICUORE & M. VICENS (coord.). *Mujeres en revolución. Otros comienzos*. Córdoba: Editorial Universitaria Villa María, pp. 383-415.
- BUCHBINDER, P., 2010. *Historia de las Universidades Argentinas*. Buenos Aires: Sudamericana.
- BUONOUME, J., 2018. Sociabilidad cultural, periodismo y movilización en el socialismo argentino: la Casa del Pueblo de Buenos Aires, 1927-1953. *Estudios Sociales*, n°55, año XXVIII, pp. 199-224.
- CARAVACA, J.; DANIEL, C. & PLOTKIN, M. (editores), 2018. *Saberes desbordados. Historia de diálogos entre conocimientos científicos y sentido común (Argentina, siglos XIX y XX)*. Buenos Aires: IDES. Disponible en <https://publicaciones.ides.org.ar/libro/saberes-desbordados-historias-dialogos-conocimientos-cientificos-sentido-comun-argentina>.
- COMASTRI, H., 2015. La política científica en el primer peronismo. Discursos e imaginarios sociales. Tesis de Doctorado en Historia. Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires.
- COMASTRI, H., 2023. Ciencia y peronismo: apuntes historiográficos sobre una relación compleja. En O. ACHA et al., *Historia del peronismo. Un manual para su investigación*. Buenos Aires: Prometeo, 2023, pp. 101-123.
- CUESTA, M., 2014. Precios, Salarios y Empresa en la Argentina próspera. El caso del Mercado Central de Frutos (1887-1930). *H-industri@. Revista de Historia de la Industria, los servicios y las empresas en América Latina*, n°8, pp. 121-152.

- DUSSEL, I. & PINEAU, P., 1995. De cuando la clase obrera entró al paraíso: la educación técnica estatal en el primer peronismo. En A. PUIGGRÓS (dir.), *Discursos pedagógicos e imaginario social en el peronismo (1945-1955)*. Buenos Aires: Galerna, pp. 107-173.
- GELBER S., 1997. Do it yourself: Constructing, Repairing and Maintaining Domestic Masculinity. *American Quarterly*, n° 49 (1), pp. 66-112.
- GELBER, S., 1999. *Hobbies. Leisure and the culture of work in America*. Nueva York: Columbia University Press.
- GENÉ, M., 2005. *Un mundo feliz. Imágenes de los trabajadores en el primer peronismo. 1946-1955*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica- Universidad de San Andrés.
- GENÉ, M. & BUONUOME, J., 2013. Consumidores virtuosos. Las imágenes publicitarias en el diseño gráfico de *La Vanguardia* (1913-1930). En L. MALOSETTI COSTA & M. GENÉ (Comp.). *Atrapados por la imagen*. Buenos Aires: EDHASA, pp. 137-164.
- GERCHUNOFF, P. & LLACH, L., 1998. *El ciclo de la ilusión y el desencanto. Un siglo de políticas económicas argentinas*. Buenos Aires: Ariel, pp. 61-199.
- GIULIANI, G., 2015. La edición de libros y el peronismo. Tesis de Doctorado en Historia. Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires.
- GONZÁLEZ LEANDRI, R., 1990. Lo propio y lo ajeno. Actividades culturales y fomentismo en una asociación vecinal. Barrio Nazca (1925-1930). En D. ARMUS (comp.). *Mundo urbano y cultura popular. Estudios de historia social argentina*. Buenos Aires: Sudamericana, pp. 91-128.
- GONZÁLEZ LEANDRI, R., 2001. La nueva identidad de los sectores populares. En A. CATTARUZZA (dir.). *Nueva Historia Argentina: Crisis económica, avance del Estado e incertidumbre política (1930-1943)*. Buenos Aires: Sudamericana, pp. 201-238.
- GUTIÉRREZ, L. & ROMERO, L. A., 2007. Sociedades barriales y bibliotecas populares. En L. GUTIÉRREZ & L. A. ROMERO. *Sectores populares, cultura y política. Buenos Aires en la entreguerra*. Buenos Aires: Siglo XXI, pp.71-107.
- HOROWITZ, J., 2019. Las bibliotecas populares como asociaciones cívicas. El papel de las bibliotecas en la creación del ambiente político y social del Gran Buenos Aires anterior a 1945. *Desarrollo Económico*, vol. 58, n° 226, pp. 373-398.
- KORN, F. & ROMERO, L. A., 2006. *Buenos Aires/entreguerras: la callada transformación, 1914-1945*. Buenos Aires: Alianza, pp. 9-32.
- LÓPEZ, H., COLAUTTI D. & BAIGÚN, C., 2012. Pesca y peces en la zona metropolitana: una perspectiva histórica. En J. ATHOR (comp.). *Buenos Aires, la historia de su paisaje natural*. Buenos Aires: Fundación Azara, pp. 241-243.
- MAASE, K., 2016. *Diversión ilimitada. El auge de la cultura de masas (1850 - 1970)*. Madrid: Siglo XXI, pp. 37-78.
- MATALLANA, A., 2006. "Locos por la radio". *Una historia social de la radiofonía en la Argentina, 1923-1947*. Buenos Aires: Prometeo.
- MATALLANA, A., 2013. *Jaime Yankelevich: la oportunidad y la audacia*. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- MONTALDO, G., 2016. *Museos del consumo. Archivos de la cultura de masas en Argentina*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- OESTERHELD, H. & SOLANO LÓPEZ, F., 2000. *El Eternauta*. Barcelona: AGEA.
- PASOLINI, R., 1997. Entre la evasión y el humanismo. Lecturas, lectores y cultura de los sectores populares: La Biblioteca Juan B. Justo de Tandil, 1928-1945. *Anuario IEHS*, n° 12, pp. 373-401.
- PASTORIZA, E., 2011. *La conquista de las vacaciones. Breve historia del turismo en la Argentina*. Buenos Aires: EDHASA, pp. 101-194.
- PELLEGRINO SOARES, G., 2007. *Semear horizontes: uma história da formação de leitores na Argentina e no Brasil 1915-1954*. Belo Horizonte: Editora UFMG, pp. 31-73.
- PÉREZ, I., 2012. *El hogar tecnificado. Familias, género y vida cotidiana 1940-1970*, Buenos Aires: Biblos.
- PIGLIA, M., 2014. *Autos, Rutas y Turismo. El Automóvil Club Argentino y el Estado*. Buenos Aires: Siglo XXI.

- QUIROGA, N., 2003. Lectura y política. Los lectores de la biblioteca popular Juventud Moderna de Mar del Plata (fines de los años treinta y principios de los cuarenta). *Anuario IEHS*, n° 18, pp. 449-474.
- REGALSKY, A. & JÁUREGUI, A., 2003. Americanización, proyecto económico y las ideas de Alejandro Bunge en los años 20. En M. I. BARBERO & A. REGALSKY (ed.). *Americanización. Estados Unidos y América Latina en el siglo xx. Transferencias económicas, tecnológicas y culturales*. Buenos Aires: EDUNTREF, pp. 71-100.
- ROCCHI, F., 1999. Inventando la soberanía del consumidor: Publicidad, privacidad y revolución del mercado en Argentina, 1860-1940. En F. Devoto & M. Madero (ed.). *Historia de la vida privada en la Argentina*. Buenos Aires: Taurus, pp. 301-321.
- ROCCHI, F., 2003. La americanización del consumo: las batallas por el mercado argentino 1920-1945. En M. I. BARBERO & A. REGALSKY (ed.). *Americanización. Estados Unidos y América Latina en el siglo xx. Transferencias económicas, tecnológicas y culturales*. Buenos Aires: EDUNTREF, pp. 131-190.
- ROMERO, L. A., 1951. *Para aprender a construir una casa*, Buenos Aires: Editorial HOBBY.
- ROMERO, L. A., 1990. Buenos Aires en la entreguerra: libros baratos y cultura de los sectores populares". En D. ARMUS (comp.), *Mundo Urbano y cultura popular. Estudios de Historia Social Argentina*. Buenos Aires: Sudamericana, pp. 39-67.
- ROMERO, L. A., 2007. Los sectores populares urbanos como sujetos históricos. En L. GUTIÉRREZ & L. A. ROMERO. *Sectores populares, cultura y política. Buenos Aires en la entreguerra*. Buenos Aires: Siglo XXI, pp. 25-46.
- RUBINZAL, M., 2021. Libros y lectores en disputa: la primera Feria del Libro en Argentina. *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana Dr. Emilio Ravignani*, n° 55 (julio-diciembre), pp. 55-79.
- SAÍTTA, S., 2000 a. *El escritor en el bosque de ladrillos. Una biografía de Roberto Arlt*, Buenos Aires: Debolsillo-Sudamericana.
- SAÍTTA, S., 2013. *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- SAMUEL, R., 2008. *Teatros de la memoria. Pasado y presente de la cultura contemporánea*. Valencia: PUV, pp. 69-79.
- SARLO, B., 2000. *El imperio de los sentimientos*. Buenos Aires: Norma.
- SARLO, B., 2004. *La imaginación técnica. Sueños modernos de la cultura argentina*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- STEDMAN JONES, G., 2014. *Lenguajes de clase. Estudios sobre la historia de la clase obrera inglesa (1832-1982)*. Madrid: Siglo XXI, pp. 85-98.
- THOMPSON, E.P., 2012. *La formación de la clase obrera en Inglaterra*. Madrid: Capitán Swing, pp. 441-456.
- TOSSOUNIAN, C., 2021. *La joven moderna en la Argentina de entreguerras. Género, nación y cultura popular*. Rosario: Prohistoria.
- VARELA, M., 1994. *Los hombres ilustres de Billiken. Héroes en los medios y en la escuela*. Buenos Aires: Colihue.