

Fecha de recepción: febrero 2026

Fecha de aceptación: abril 2026

La moda en la historieta argentina. El caso Divito como editor de moda en el hacer de sus “Chicas”

Sara Peisajovich⁽¹⁾

Resumen: El proyecto tiene como objetivo estudiar la figura del ilustrador Guillermo Divito y rastrear sus gestos en relación con la figura de editora de moda, personaje fundamental en la comunicación de moda y en el devenir histórico del sistema de la moda. Así, se intentará dar cuenta del lugar central en la construcción de un estilo femenino en el vestir de la década del cuarenta y cincuenta en Argentina. En esa línea, se distinguen los rasgos más significativos de su hacer artístico y del modo en que sus Chicas bajaban línea en relación con el vestir, ampliando el abanico de posibilidades de la vestimenta del momento.

Guillermo Divito fue un personaje central en el devenir de la historieta argentina. Su taquillera producción Rico Tipo y Chicas a partir de 1944 marcó un antes y un después en los modos de hacer de la historieta y también en la comunicación de una época. Resulta interesante estudiar este caso que propondrá un nuevo abordaje en relación con las prácticas vestimentarias y la comunicación de moda desde la perspectiva nacional, al tratarse de un ejemplo paradigmático dentro de las revistas de historieta argentinas. Pero también desde en relación con un nuevo modo de comunicar moda en otro medio masivo de comunicación: la historieta.

A partir del análisis y estudio de dos casos concretos, la revista Chicas de noviembre y diciembre de 1949 y 1951 respectivamente, se dará cuenta de los motivos que ubican a Guillermo Divito como el exponente masculino de la editorial de moda.

Palabras claves: Moda - historieta - editorial - revistas - ilustración - vestimenta - femenino - arte - comunicación - significado.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 89]

⁽¹⁾ Ver CV en pág. 90

Introducción

“Es nuestro rol reconocer tendencias de la moda cuando apenas son las semillas del futuro. Los diseñadores crean, pero sin las revistas sus creaciones jamás serían reconocidas o aceptadas”. Carmel Snow cit. *The Stylocrats*, Time, 18 de agosto de 1947.

La cita corresponde a quien la historia de la comunicación de moda ubica como una de las críticas y editoras de moda más influyentes: Carmel Snow. Su referencia tiene que ver con el alcance del ejercicio del editor de moda, una figura que se constituyó con anterioridad a la invención del sistema de la moda, que con el paso del tiempo se fue actualizando y que en la actualidad sigue operando como pieza fundamental en la mecánica de ese hacer. Teniendo en cuenta que el sistema de la moda se consolida a mediados del Siglo XIX con varios gestos llevados a cabo por el modisto inglés Charles Frederick Worth, la comunicación de moda como se entiende en la actualidad dió sus primeros pasos en la Corte de Versalles. El gesto de decidir qué debe vestir la comunidad tuvo como primeros actores a la nobleza de ese momento y fue mutando con el devenir histórico, sirviéndose de las invenciones técnicas de cada época y de los intereses de cada momento. Hoy en día continúa marcando el ritmo de la moda.

En esa cruzada, quienes debían impartir y difundir la novedad fueron las revistas de moda, en todas sus variantes, en todos sus formatos y en todos sus orígenes. La revista de moda percibe una serie de particularidades que la hacen única. Opera como configurador del vestido escrito, ese que Barthes estudió en profundidad a finales de 1960. El vestido escrito es el descrito, el transformado en lenguaje, el que está al nivel de las palabras, a diferencia del vestido imagen, que es retratado por la lente de fotografías de moda o ilustrado por virtuosos del dibujo y del vestido real, ese que cuelga de perchas en locales de indumentaria o en nuestro closet y también el que desde hace más de cinco décadas es expuesto en museos.

La revista se encarga de la estructura particular que da cuenta del vestido real, que lo ilustra, lo describe, lo ubica en distintos imaginarios para crear estilos aspiracionales, para contar historias, para mostrar otras posibilidades de ser sin perder de vista la fundante necesidad de hacer girar la rueda del capitalismo. En ese sentido, las publicaciones de moda se muestran variopintas de acuerdo con quién las crea y a quién les habla. Un público se sentirá a gusto leyendo alguna *Vogue* y otro muy diferente solo buscará sumergirse en las páginas de *The Face* o *I-d* para entender qué está pasando en el universo de la moda y la cultura.

En el campo de la gráfica aparece un caso paradigmático para la escena nacional: *Rico Tipo* y las Chicas Divito. En un momento donde la moda comienza a democratizarse y las tendencias se multiplican lento, pero constantemente, en gran medida gracias a la producción en serie que se afianza en occidente y a una pujante juventud que se impone frente a la gris adultez, Argentina se hace eco de lo que en otras latitudes ya se había organizado y estandarizado: las publicaciones especializadas de moda. Pero lo curioso de Rico Tipo tiene que ver con una doble ruptura.

Por un lado y, atendiendo a que el foco de este escrito refiere al vestuario ideado para dar vida a personajes, una primera ruptura se percibe en la novedad de incluir a la moda en

una publicación de historieta. A partir de ahí, se configura una publicación que influye sobre el vestir de la década de 1940 y 1950 y que se ubica como un referente con relación a qué se usa, más allá de las distinciones sociales. No era típico contemplar una historieta como referente del canon de indumentaria del momento.

Por otro lado, una segunda ruptura se percibe en que su autor, Guillermo Divito, ofició como el editor de moda del momento, puesto comandado tradicionalmente por el género femenino. Las decisiones estilísticas en relación con la moda, con las tendencias que se mostraban, las publicidades que aparecían, los diseños de cada página donde los chistes quedaban reducidos a una suerte de pie de foto, o mismo la disposición de las tapas tanto en su Rico Tipo como en Chicas -la publicación especialmente dedicada a las chicas Divito- en serie con los títulos tradicionales para el momento, daban cuenta del oficio que a partir de 1930 ocupa un lugar fundamental en las publicaciones de moda, el rol de editora, en este caso, editor.

En el hacer de Divito se percibe, también, el poder del dispositivo tapa de revista para dar cuenta de un entramado en el cual la vestimenta se erige como característica fundamental. En simultáneo a pensar la posibilidad de analizar a su creador, Divito, como un editor de moda, capaz de dictaminar las relaciones en torno al cuerpo, al vestido y al gusto, el dispositivo tapa de revista generó eficazmente el contacto con su público: mujeres y hombres de todas clases sociales que querían vestir como las Chicas y seguir las leyes de indumentaria del momento. Así, cada una de sus tapas oficiaron como puerta de entrada a esos universos que luego se imprimían en cada página.

Las mujeres empezaron a vestirse como sus chicas. Con esas polleras cortas y ajustadas, tratando de minimizar la cintura todo lo posible. Los hombres, por su parte, también seguían los postulados de la revista y de los dibujos de su creador. Trajes cruzados, de enormes solapas, con cuatro botones ubicados en cuadrado (¡sólo se abrochaba el de arriba!) con pantalones de tiro alto que se angostaron pronunciadamente en la pantorrilla - antecesores del actual chupín, explicó Matías Bauzo para Infobae (2019, s/p) con motivo del aniversario de los cincuenta años de la muerte de Guillermo Divito.

Una historia del periodismo de moda dará cuenta del potente campo que digita el vestir desde hace varios siglos. Sus diferentes agentes se fueron configurando en línea con la coyuntura de cada momento y mutaron a partir de los avances tecnológicos. Con el paso del tiempo, la figura de la editora fue adquiriendo fuerza y poder hasta llegar a la actualidad, donde se erigen como personajes fundamentales en el sistema de la moda. En ese entramado podemos despuntar la potencia del hacer de Divito. Lo destacado del creador de una de las historietas argentinas más exitosas fue el estilo que fundó, crucial en su producto más popular: sus Chicas.

Las Chicas Divito eran personajes que vestían las prendas del momento y daban cuenta de un estilo que fue replicado en la calle por mujeres de casi todos los rangos etarios, sociales y económicos. Operaban como modelos, vestían trajes que luego eran adquiridos en las tiendas de moda o podían ser confeccionados por quienes se daban maña con la máquina de coser. Eran deseadas por los hombres, pero también por las mujeres. Querían imitarlas, querían ser una de esas Chicas y llevar la vida que mostraban en cada página. Sus chicas bajaban la línea del vestir del momento y generaban un deseo aspiracional digno de las

actrices de Hollywood. En ese gesto se percibe el oficio de la editora de moda, mejor dicho, del editor.

A partir de ahí, se piensa en lo novedoso de esa arista del hacer de Divito, no tan ligado a los aspectos formales de la historieta como lenguaje, sino poniendo el foco en las operaciones que empaparon las ediciones donde sus Chicas mostraron las tendencias de la década e influenciaron el vestir. Los variados gestos a la historia de la moda, el *flaneur* propio del trabajo de las editoras, el poder de incidir, impactar, modificar o contribuir a las tendencias de cada momento sin dudas se perciben en sus producciones y habilitan pensarlo en una figura diferente de lo habitual, la de editor de moda.

Una breve historia de la comunicación de moda

La comunicación de moda data de varios siglos de historia. Si se piensa en una línea de tiempo, se ubicará en primer lugar a las Pandoras, esas muñecas que viajaban de región en región para dar cuenta de los textiles y modelos que se usaban para que fueran vistos y copiados.

Luego, fue el turno de lo que hasta el día de hoy sigue digitando el modo de bajar línea en relación con el vestir: las publicaciones de moda. En la corte de Versalles, la vestimenta comenzó a ocupar un lugar central en la aspiración de clase. La nobleza instalaba la dominación cultural y se encargaba de decidir qué debía usarse, en qué momento del día, para qué evento y, sobre todo, quién debía de usarlo. Así, los géneros más costosos se guardaban para la realeza y sus opuestos, para el resto de la sociedad: “debo agregar que la camisola es sólo apropiada para las mañanas cuando es demasiado temprano para estar vestida apropiadamente, pero se necesita salir a caminar antes del mediodía” (Best: 2019, p. 36).

Luego de la Revolución Francesa y con la clase burguesa en lugar de la nobleza se comenzaron a crear publicaciones especializadas en moda. Francia se había erigido como potencia en relación con la indumentaria gracias a un proyecto de nación impulsando su industria como la más importante de Europa y París se volvió el epicentro de la moda, imitada por otras ciudades de Europa. Si bien Inglaterra había despegado con su industria textil y podía hacerle frente al poderío francés, el estilo parisino sólo se pudo opacar siglos después con la Segunda Guerra Mundial y las publicaciones especializadas dieron cuenta de eso.

Así, para finales del Siglo XVIII, el segundo estadio de la comunicación de moda consolidó su principal directriz y avanzó hacia nuevos modos de contar moda en línea con el desarrollo de las nuevas tecnologías. Ya no estaban solamente las muñecas, también aparecieron las publicaciones escritas que se sirvieron de grabados en blanco y negro y luego a color, para dictaminar el estilo del momento. Se acentuaron así las diferenciaciones de clase en relación con el vestir, y la vestimenta se volvió una poderosa herramienta para asentar la tiranía de los cuerpos y los modos en que cada uno se presentaba frente al otro para ser visto.

La primera revista de moda fue *Le Cabinet Des Modes*, que se imprimió desde 1785 a 1793. Salía cada quince días, contaba con ocho páginas y ofrecía grabados en blanco y negro. Desde el primer número ya se avizoraba su intención. En su prefacio del 15 de

octubre de 1785 dejaba en claro que “describiría en forma clara y precisa todas las prendas y nuevos adornos para ambos sexos con el fin de dar un conocimiento exacto y oportuno” y continuaba especificando: “esta publicación estará en lo sucesivo dividida en cuatro secciones o períodos temporales relativos a las estaciones, porque cada estación tiene sus modas y vestimentas” (2019, p.35).

A finales del Siglo XIX se crearon las principales revistas que continúan firmes en la actualidad. Hoy en día, Vogue o de Harper’s Bazaar son grandes medios que acompañaron el devenir historiográfico de la moda y que siguen digitando el día a día de marcas de moda, de diseñadores, de estilos y tendencia, en definitiva, del gusto. En sus inicios fueron incubadoras de artistas visuales como el caso de Man Ray y catapultaron a la fama a diseñadores que cambiaron la concepción del diseño, como Elsa Schiaparelli, Christian Dior o Yohi Yamamoto.

Supieron leer las épocas y tradujeron lo que pasaba en pocas palabras. Dieron lugar a personajes que marcaron un antes y un después en el entramado cultural. Diana Vreeland, una de las más reconocidas críticas y editoras de moda, no sólo resumió la vanguardia de los sesenta en su célebre *Youthquake*, sino que también creó el rol de curadora de moda y habilitó el arte como condición de producción en diferentes prácticas vestimentarias, ampliando el abanico de posibilidades del sistema de la moda.

Las publicaciones, guías y árbitros de la moda, establecieron los modos de consumo de todo el vasto y bipolar sistema de la moda. Sistema que va desde lo más utilitario hasta lo más aspiracional, desde lo más cuidado y artesanal hasta lo más masivo e industrial. Si bien tuvieron su momento germinal en Europa, para mediados del Siglo XX las publicaciones especializadas en moda rápidamente se establecieron en Estados Unidos y también en Latinoamérica. La historia de las revistas de moda argentinas también data de largo tiempo. La Moda de Alberdi ya a finales del Siglo XVIII comenzó a despuntar los modos y modismos del vestir nacional.

Al respecto, la periodista y crítica de moda Victoria Lescano relató en su libro *Letras Hilvanadas*: “Pero las bases de sus arbitrariedades sobre levitas, los colores en boga y los peinados matizados con la vida de salón -corresponde destacar que mientras dedicado a tal labor Alberdi alquilaba una habitación en la calle Florida devenida en tertulia constante de Mariquita Sánchez de Thompson-, compusieron un extraño corpus de moda y literatura distribuidos en treinta y dos ejemplares, que se vendieron por suscripción en la imprenta Libertad, en la librería de los señores Sastre, Balcarce, Saedman y Mompiey. Los ejemplares cotizaban en doce reales” (Lescano: 2014, p. 102).

A comienzos de la década de 1920 surge la Revista Atlántida y Para Tí y tres décadas después se crea Claudia. Allí las indicaciones sobre el vestir estaban acompañadas de fotografías en blanco y negro y a color. Algunas veces también se incluían ilustraciones, sobre todo para explicar el modo de confección de los prototipos elegidos para los moldes de cada edición. Con el tiempo, artistas como Dalila Puzovio fueron parte del staff. La destacada artista con su estilo *fashionguard* creó editoriales de moda inolvidables, como “*Mientras unos destruyen otros construyen*” con motivo del ensanchamiento de la Avenida 9 de Julio en 1979.

Pero las novedades de moda también aparecían en publicaciones como *Primera Plana* o *La Opinión*, donde la moda apenas ocupaba una columna. Sara Gallardo y Felisa Pinto fueron las críticas y editoras que describieron el ritmo del vestir argentino con un estilo muy particular. El humor y un nuevo léxico aplicado a los indumentos enmarcaron los cambios de estilo y las tendencias de las mujeres de los sesenta en adelante y aportaron un nuevo abecedario a la hora de describir moda.

Sin embargo, la moda apareció unas décadas antes en un espacio novedoso. En noviembre de 1944 Guillermo Divito, a sus treinta años, creó *Rico Tipo*, la revista de historieta más taquillera del momento y a pesar de ser una revista porteña fue leída en otras provincias de Argentina y en diferentes países de Latinoamérica (De Santis, 1993: p. 11). Lo destacado de Divito fue el estilo que fundó, que iba más allá de sus personajes. El modo en que logró establecer las características de sus protagonistas dándoles vida sin importar quién los dibujara permitió que muchas veces se identificaran sus creaciones y la publicación con su apellido. Ese estilo fue crucial para el devenir del objeto de estudio elegido en esta oportunidad: sus Chicas.

Las Chicas Divito fueron personajes inolvidables en la historieta argentina. No solamente por sus atuendos y looks que retrotraen a las modelos de estilo pin up, sino porque se demarcan del común de la vestimenta del momento. Impartieron tendencia, evidenciaron qué se vestía en otras latitudes y lo vistieron a gusto de su creador, Divito. El condimento aspiracional que abraza a todo el sistema de la moda y el poder de identificación del que también se hace eco el lenguaje cinematográfico fue parte también de las publicaciones de *Rico Tipo* y de Chicas.

Las Chicas Divito bajaban línea del vestir del momento y generaban un deseo aspiracional digno de las actrices de hollywood: “descomunales, inaccesibles –para el hombre como conquista, para las mujeres como ideal–, huecas, frívolas y eternamente dominantes, conscientes o no de su poder absoluto, las mujeres/chicas de Divito no hacen nada, sólo se muestran para ser miradas y admiradas, como las modelos de hoy”. La frase de Juan Sasturain que retomó Matías Bauzo sirve para dimensionar qué tan efectiva fue la comunicación de moda en la historieta, un campo aparentemente ajeno al universo *fashion*.

Divito, el editor de moda de los cuarenta y cincuenta

Cuando se aborda la figura de la editora de moda, automáticamente se remonta a 1947 cuando Carmel Snow, una de las primeras críticas de moda, presenció el primer desfile de Christian Dior. No pudo evitar sentenciar en su columna para *Harper's Bazaar*: “que dios ayude a quienes compraron antes de ver a Dior. Esto cambia todo” (Best: 2019, p. 176). A partir de ahí, el modisto francés se posicionó como el diseñador estrella del momento capaz de devolver el reinado a París, luego de su ocaso como consecuencia de la Segunda Guerra Mundial.

Con un claro estilo rupturista para el momento, caracterizado por la vuelta de la cintura de avispa, y decenas de metros de las más finas telas para confeccionar faldas y capas,

Dior ubicó a la alta costura parisina nuevamente en un lugar estratégico. El gesto de ver y señalar la importancia de una colección fue clave en el desarrollo de la crítica de moda. Al igual que en el sistema del arte, un gesto de ese tipo catapultó a un artista o lo encajona. De ese modo se fue definiendo la figura de crítica de moda y llegó a ocupar espacios centrales en las publicaciones especializadas y no especializadas. De hecho, esa crítica de 1947 fue tan significativa que escaló directamente a los diarios del momento y a partir de ahí las columnas de moda fueron incluidas en sus ediciones semanales y mensuales (2017).

Luego fue el turno de Diana Vreeland, Anna Wintour, Franca Sozzani e Isabella Blow en las principales *Vogue* del mundo: Estados Unidos, Italia e Inglaterra respectivamente. Son personajes que viajaban constantemente, que vivían en contacto directo con los diseñadores, que estaban actualizados sobre lo que se aproximaba y con una clara ambición por diferenciarse de los comunes espectadores que esperaban las noticias de moda para organizar su vestir. Las editoras buscaban la novedad y también sabían perfectamente de su poderío para condicionar el día a día del público. Eran expertas en analizar, evaluar, incluir o disipar los hechos de moda.

A nivel nacional, tanto Sara Gallardo y Felisa Pinto como Victoria Lescano en la contemporaneidad también marcaron agenda con relación al vestir. La misión de esas mujeres se configuró para poder ser las encargadas de conocer al detalle el ambiente de la moda, decodificar las tendencias, estar al tanto de la selección de las últimas colecciones, estar en primera fila de los desfiles, viajar y desentramar las novedades sobre el vestir y bajarlas a las publicaciones que llegaban a todos los recovecos de la sociedad para dar cuenta del último grito de la moda.

Es en ese entramado donde se ubica el hacer de Divito y sus chicas, en el gesto de señalar qué hay que vestir y cómo debe lucirse: “Durante los primeros cinco años de la década de 1940, aparecieron las faldas tubo cortas, sumamente ajustadas, “estilos Divito”, popularizadas por el famoso dibujante en la revista *Rico Tipo*” (Saulquin, 2011, p.149).

En el libro *Rico Tipo y las chicas de Divito* (1993), cuenta su autor, Pablo De Santis, que los largos viajes de Divito eran suerte de expediciones en busca de los atuendos para las Chicas. Esos vestuarios podían verse a gran escala en las páginas librando un pequeño espacio para sus chistes y también en las tapas. Al igual que las portadas de *Vogue* o *Harper's Bazaar*, las Chicas aparecían posando en diferentes escenarios, con atavíos que respetaban el estilo sensual y vanguardista que su editor proponía. La cintura de avispa en este caso no sólo daba cuenta de una tendencia internacional, sino de la posibilidad de que las mujeres argentinas luzcan minifaldas, escotes pronunciados y cinturones o fajas para ceñir la cintura.

Divito bajaba línea en relación con el vestir y marcaba el ideal del cuerpo femenino a seguir. La cintura tenía que ser diminuta (por eso el uso de las trusas creció exponencialmente (1993), el busto bien definido, la pollera corta, el pelo abultado, los accesorios en primer plano y las gafas a la última moda. Esas indicaciones eran seguidas a rajatabla por sus seguidoras, de eso dan cuenta la historia de la moda que lo cita como referente del estilo particular de la década del cuarenta en Argentina. También lo hacen las críticas de 1946 en el *Diario Clarín* donde se menciona cómo las mujeres reproducen en la calle Florida la figura que esquematizó Divito.

Las Chicas Divito aparecían en las tiras autoconclusivas de humor con montajes que poco tenían que ver con las esperadas viñetas de historieta. Sus historias se mostraban a toda página imitando las típicas producciones de moda. Se lucía en detalle cada parte del *look* elegido, como, por ejemplo, los trajes de baño cavados y con escotes pronunciados, de frente, de perfil y de atrás (Imagen 1).



Imagen 1.

Fuente: <https://migmuseo.blogspot.com/2021/09/chicas-de-divito-otra-mirada.html>



Imagen 2.

Fuente: Revista Chicas. Ilustración de la exposición virtual: Museo de la Ilustración Gráfica (<https://migmuseo.blogspot.com/2021/09/chicas-de-divito-otra-mirada.html>)

Los personajes de Divito se vestían muy bien, no se los trataba de forma burlona, justamente esa diferenciación no esperable en el género de la historieta contribuyó a que sus Chicas captaran la atención de mujeres y hombres y sus estilos sean replicados masivamente en la calle. También se mostraban los diseños para la noche, ya sean los bodies en diferentes colores en conjunto con pantalones achupinados o los strapless o los tops con escote bote (Imagen 2).

El estilo sensual y actual de las Chicas en contraposición con el de las señoras quedaba en claro al montar a ambos referentes en un mismo cuadro (Imagen 3).



Imagen 3. Fuente: Revista Patoruzú (1940), visto en <https://migmuseo.blogspot.com/2021/09/chicas-de-divito-otra-mirada.html>

La minifalda, la camisa con cuello almidonado de color blanca a tono con la pulsera y el saco en rojo carmín marcando bien la cintura dejan en evidencia lo poco aspiracional que se volvía el estilo aseñorado de su compañera de cuadro, que lucía, además de un gesto un poco mufado, un *look* que apenas le dejaba al descubierto su rostro y los tobillos.

Porque si se parte de la base de que la característica fundamental del lenguaje de la historieta radica en el modo de organización y combinación de los signos icónicos, de los plásticos, en los textos, en la organización espacial de cada uno de los elementos de la página, en sus encuadres, en el montaje y en la construcción de las secuencias, que Divito haya priorizado mostrar a sus Chicas y su vestuario con muy poco alrededor, sin dudas tiene más que ver con un ejercicio de editor de moda que con una intención de priorizar el humor.

Esta elección tiene su *sumum* en la revista especializada que Divito tituló Chicas. En el número 56 (Imagen 4) se percibe una publicación más del tipo de la *Para tí* y menos del de *Patoruzú*.



Imagen 4. Fuente: Tapa revista Chicas, edición N°56, noviembre de 1949

En la portada de ese número, que está dedicado a las vacaciones, se lee una leyenda que especifica que se trata de una edición de verano donde se aprecia la frondosa cabellera de una de las tres modelos de tapa, con un bronceado bien marcado, sosteniendo unas gafas de sol al estilo Ray Ban y de fondo se suman sus dos compañeras, luciendo trajes de baño enteros con escote de un solo hombro en color amarillo y otro *strpples* verde con pañuelo al tono. Las tres lucen felicidad en sus rostros y corren sobre la arena con el mar de fondo. La tapa promete que en el interior se podrá leer y ver más sobre los estilos veraniegos del momento y así sucede. En las sesenta y seis páginas de la publicación hay distintas editoriales de moda que tematizan sobre el verano y los lugares esperados para vacacionar. La producción en la primera doble página, “Extravagancia en la Playa”, muestra fotografías de famosas en playas de Estados Unidos y se lee: “En materia de modas, de actitudes, de impulsos, parecería que la playa está siempre unida a la extravagancia. Desde que nuestras abuelas pasaban frente al mar sus vacaciones, hubo comentarios al respecto y gente escandalizada”. La reseña continuaba dando consejos y recomendaciones para lucir extravagante en una playa cercana. En esa publicación también se incluían entrevistas a personalidades del ambiente en sus vacaciones, al lado de piletas de película o en playas paradisíacas. Había espacio para los cuentos de Jacques Durrieu con motivos veraniegos, para los registros de los viajes de Divito por Europa, infinitas publinotas a casas de moda de la época, publici-

dades de todo tipo que mostraban productos para el día a día de la mujer, los talcos y las lociones de Helena Rubinstein o las cacerolas a presión de Duilia.

Aparecían los moldes para imitar con ilustraciones en blanco y negro, las editoriales de Divito con sus Chicas en primer plano luciendo diferentes outfits titulados “Prepárese para sus vacaciones”, “Cuatro modelos de Chicas y uno para que lo haga usted”, “El abrigo junto al mar”, y varios más. Había espacio para el horóscopo, para el ida y vuelta entre lectoras y el psicólogo York, para publicar los problemas sentimentales y también para una historieta en cuatro cuadros de Pochita. Divito no sólo ilustraba a las chicas (aunque a veces cobraban vida en manos de otros dibujantes) también pensaba el contenido que ocuparían las páginas de cada edición, elegía qué se iba a contar y de qué modo, qué publicidad se incluiría y cuáles no, todas tareas de la editora de moda tradicional.

Conclusión

“Divito tuvo una complicada relación con la moda. Estiliza y hasta ridiculiza algunos rasgos que existían, sin imaginar que la realidad terminaría por copiarlo. Se convirtió en un experto en los detalles” (De Santis, 1993: 57). La cita condensa el gesto de Divito. Sin buscarlo, sin intención, su arte, sus decisiones editoriales, su mirada, su hacer marcaron un antes y un después en la moda argentina del momento. Las tendencias se comenzaron a consumir no solamente en la pantalla grande sino en una revista de historieta.

El rol que cumplió fue el de editor de moda, sin premeditación, pero influido por su estilo y por las búsquedas personales que ya lo habían categorizado con una *dandy* nacional y de un creador de estilos que excedía la destreza para inmortalizar personajes, como sus chicas. De hecho, muchas veces ni era su mano quien los ilustraba. Eso potencia aún más la teoría de su hacer como editor, la de la capacidad de entender qué es lo que está dejando de ser y qué es lo que se avecina. La posibilidad de orquestar arquetipos y ponerlos en marcha, funcionado para que luego otros tomen el lápiz y el papel y les sigan dando vida. La capacidad de incubar tendencias, de leer el presente, de vaticinar el futuro, presentarlo y dejarlo en marcha, sin duda mantiene estrecha relación con el oficio de editora de moda. Es a partir de los motivos estéticos, de vestimenta y de estilo que se pudieron leer en cada una de las producciones de sus Chicas lo que deja de manifiesto su hacer como editor. Porque la comunicación de moda puede rastrearse en diferentes momentos históricos, bajo condiciones de producción muy disímiles y sobre todo en variados soportes, como, por ejemplo, la historieta.

Pero al hablar de historieta se piensa en el humor como característica fundamental de las publicaciones y, sin embargo, en las Chicas el humor quedaba relegado a un segundo plano, porque lo que convocaba era la moda, la pose de las Chicas, su vestimenta, sus accesorios, su actitud frente a cada escenario donde se las ilustró. Ahí está la moda y ahí está el gesto del editor de moda. Hay distintas maneras de convocar la mirada del público, las Chicas lo hacían leyendo la modernidad y desde esa novedad mostraban el camino a seguir. En esa novedad de contar la moda, en un ambiente rupturista, de un modo van-

guardista para el género, Divito marcó el camino, una vez más, con la moda como condición de producción.

Bibliografía

- Alberdi, J. B. (2011) *La Moda, Gacetín semanal de música, de poesía, de literatura, de costumbres. Edición facsimilar*. Biblioteca Nacional.
- Barthes, R. (2008) *El sistema de la moda y otros escritos*. Paidós.
- Bauzo, M. (2019) *Trajes a medida, un vaso de whisky, mujeres descomunales: 50 años de la muerte de Divito, el playboy argentino*. Infobae.
- Beaton, C. (1990) *El espejo de la moda*. Parsifal Ediciones.
- Best, K. (2020) El estilo entre líneas: Una historia del periodismo de moda. Ampersand.
- Cingolani, G. (2009) “Acerca de la tapa de semanario como dispositivo”. Revista Figuraciones N°5, Buenos Aires, Crítica de Artes, UNA.
- De Santis, P. (1993) *Rico Tipo y las chicas de Divito*. Compañía Editora Espasa Calpe Argentina S. A.
- Frisa, M.L. (2020) *Las formas de la moda*. Ampersand.
- Lescano, V. (2014) *Letras Hilvanadas. Cómo se visten los personajes de la literatura argentina*. Mardulce.
- Pinto, F. (2004) *Moda para principiantes*. Era Naciente.
- Reggiani, F. (2015) *La instancia de la enunciación en el desarrollo de géneros y estilos de historieta*. La historieta. Instituto Nacional del Arte, UNR Editora.
- Saulquin, S. (2011) *Historia de la Moda Argentina*. Emecé.
- Steele, V. (2017) *Fashion Theory. Hacia una teoría cultural de la moda*. Ampersand.
- Steimberg, O. (1991) *Semiótica de los medios masivos*. Ediciones Culturales Argentinas.
- Traversa, O. (1997) *Cuerpos de papel. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1918- 1940*. Gedisa.
- Traversa, O. (2001) *Aproximaciones a la noción de dispositivo*, Signo y seña (12), Buenos Aires Facultad de Filosofía y Letra, UBA.
- Traversa, O. (2001) *Por qué y cómo estudiar las tapas de las revistas: el papel de la noción de dispositivo*. Revista Figuraciones (9), Buenos Aires, Crítica de Artes, UNA.
- Revista Chicas, edición N°56, noviembre de 1949.
- Revista Chicas, edición N°133, diciembre 1951.
- Centro Cultural Roberto Fontanarrosa (2021).
- Infobae (julio 2019). *Trajes a medida, un vaso de whisky, mujeres descomunales: 50 años de la muerte de Divito, el playboy argentino*.

Abstract: This project aims to study the figure of illustrator Guillermo Divito and trace his actions in relation to the role of fashion editor, a fundamental figure in fashion communication and the historical development of the fashion system. It will attempt to account for his central role in constructing a feminine style of dress in Argentina during

the 1940s and 50s. Along these lines, the most significant features of his artistic work will be distinguished, as well as the way in which his "Chicas" (Girls) set trends regarding clothing, expanding the range of sartorial possibilities of the time.

Guillermo Divito was a central figure in the development of Argentine comics. His highly successful series "Rico Tipo" and "Chicas," beginning in 1944, marked a turning point in comic book production and communication during that era. Studying this case is particularly interesting as it will propose a new approach to clothing practices and fashion communication from a national perspective, given that it is a paradigmatic example within Argentine comic magazines. But also in relation to a new way of communicating fashion in another mass medium: comics.

Through the analysis and study of two specific cases, the November and December issues of Chicas magazine in 1949 and 1951 respectively, this paper will explore the reasons why Guillermo Divito is considered the leading male figure in fashion publishing.

Keywords: Fashion - comics - publishing - magazines - illustration - clothing - feminine - art - communication - meaning.

Resumo: Este projeto visa estudar a figura do ilustrador Guillermo Divito e traçar suas ações em relação ao papel de editor de moda, figura fundamental na comunicação da moda e no desenvolvimento histórico do sistema da moda. Busca-se compreender seu papel central na construção de um estilo de vestimenta feminina na Argentina durante as décadas de 1940 e 50. Nesse sentido, serão destacadas as características mais significativas de sua obra artística, bem como a maneira como suas "Chicas" (Garotas) ditaram tendências de vestuário, ampliando o leque de possibilidades sartoriais da época.

Guillermo Divito foi uma figura central no desenvolvimento dos quadrinhos argentinos. Suas séries de grande sucesso, "Rico Tipo" e "Chicas", iniciadas em 1944, marcaram um ponto de virada na produção e comunicação de histórias em quadrinhos durante esse período. O estudo desse caso é particularmente interessante, pois propõe uma nova abordagem para as práticas de vestuário e comunicação da moda a partir de uma perspectiva nacional, visto que se trata de um exemplo paradigmático dentro das revistas em quadrinhos argentinas. Além disso, relaciona-se a uma nova forma de comunicar a moda em outro meio de comunicação de massa: os quadrinhos.

Por meio da análise e do estudo de dois casos específicos, as edições de novembro e dezembro da revista Chicas, de 1949 e 1951, respectivamente, este artigo explorará as razões pelas quais Guillermo Divito é considerado a principal figura masculina na publicação de moda.

Palavras-chave: Moda - quadrinhos - publicação - revistas - ilustração - vestuário - feminino - arte - comunicação - significado.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]

Sara Peisajovich es Licenciada en Crítica de Artes egresada de la Universidad Nacional de las Artes (UNA) y maestranda de Historia del Arte Moderno y Contemporáneo de la misma institución. Es docente titular de Moda y Prensa I y de Taller de Estilo e Imagen I en la Universidad de Palermo (UP). Está adscripta en la cátedra Crítica y Estética Especializada Visuales en la UNA. Investiga lo relacionado al binomio arte-moda. Ha presentado sus ensayos en las Jornadas de Estudios Sociológicos sobre Moda y Diseño (FADU) y en los Encuentros Latinoamericanos de Diseño de la UP. Algunos de sus ensayos fueron publicados en los Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación de la UP. Coordina el Grupo de Debate y Experimentación sobre Arte y Moda (GDEAM). Escribe en la sección Arte y Moda del portal Sucesos de Moda.