

La profesionalización de los oficios gráfico-visuales en el periodismo argentino de comienzos del siglo XX. El caso de Caras y Caretas entre 1898 y 1900.

Kozlowski Guillermo E.

Cita:

Kozlowski Guillermo E. (2019). *La profesionalización de los oficios gráfico-visuales en el periodismo argentino de comienzos del siglo XX. El caso de Caras y Caretas entre 1898 y 1900. XXI° Congreso de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo. Escuela de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Humanidades (UNSa), Salta.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/21redcom/161>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Ponencia y avances de investigación:

La profesionalización de los oficios gráfico-visuales en el periodismo argentino de comienzos del siglo XX. El caso de Caras y Caretas entre 1898 y 1900.

Guillermo E. Kozlowski, IEALC, FSOC, UBA.

1. Contexto histórico de la segunda mitad del siglo XIX y principios del XX en Argentina

El periodo comprendido entre mediados del siglo XIX y principios del XX resulta particularmente rico para analizar y comprender la evolución de la prensa nacional y el proceso de formación y formalización del campo de los oficios gráficos en el Río de La Plata.

Estos años estuvieron marcados por la consolidación del Estado Nacional, la expansión de las fronteras, la formación de las grandes urbes fruto de la masiva inmigración (mayormente de origen europeo), que sumada a las migraciones internas poblaron los centros urbanos en búsqueda de integrarse a la incipiente mercado laboral local, en el marco de la integración argentina al mercado mundial, en el formato del modelo agroexportador y el empeño de las elites nacionales por *aggiornarse* a la nueva etapa capitalista mundial, ocupando el lugar que les fuera designado en la división mundial del trabajo.

Eduardo Romano y Jorge Rivera dan cuenta del proceso de formación y formalización del oficio del escrito, dejando referentes claros y paradigmáticos como Horacio Quiroga, quizás el mejor ejemplo de escritor profesional. Jorge Rivera (1998) sistematiza los proyectos editoriales que allanan el terreno y dan inicio a la modernización de la empresa editorial argentina, mientras Alejandra Ojeda se concentra en la cuestión de la imagen y su irrupción en el la empresa editorial argentina y rioplatense. (Ojeda, 2016). A su vez, se relevaron y analizaron los espacios editoriales donde se dio jerarquía profesional a los escritores y - como veremos más adelante- a los profesionales de los rubros gráficos. Ojeda señala medios como La Nación y La Prensa, que, en su afán de modernización y búsqueda de nuevos horizontes comerciales, incurrieron en un considerable proceso de democratización de las producciones editoriales. Es decir, en términos comerciales se vio una predominante búsqueda por la ampliación de los publicos. Fueron, estos medios, los facilitadores y garantes primeros del proceso de profesionalización de los oficios gráficos. Escritores e ilustradores tuvieron allí un impulso para su inserción en el mundo editorial rioplatense y su

progresivo desarrollo profesional. Lectores de toda clase y procedencia lograron acceder y fueron interpelados por una cultura editorial en vías de modernización.

En cuanto a los oficios gráficos en particular, es puntual la importancia del trabajo con la revista ilustrada por excelencia para dar cuenta de este proceso. Caras y Caretas, significó un antes y un después en el mundo editorial y el campo profesional de los trabajadores gráficos. “Caras y Caretas llegó a concretarse por la persistencia de sus fundadores, pero sobre todo por la falta de interés en otra cosa que no fuera crear un entretenimiento rentable”. (Rogers, 2008)

2. Presentación del Marco teórico

Para el análisis específico del primer bienio de Caras y Caretas se cuenta con los trabajos de Rivera y Romano, así como con la digitalización completa de la colección de ejemplares realizada por la Biblioteca Nacional de España, y colecciones en formato papel disponibles en repositorios de acceso público en Buenos Aires y La Plata.

Complementariamente, la incorporación sistemática de la imagen visual a la prensa diaria argentina en este mismo período ha sido abordada por Ojeda (2016), la transformación de la organización empresarial de las revistas ha sido considerada en el mencionado trabajo, así como en los trabajos de Moyano, Ojeda y Sujatovich (2016, 2017), en tanto que el estudio de profesionalización de orladores, grabadores, litógrafos y armadores ha sido indagado también por Ojeda (2016, 2017) con énfasis en el auge del grabado para la prensa y de la litografía color para la ilustración y diseño de portadas y contraportadas.

3. Presentación metodológica

Nos propusimos aquí relevar el material visual presente en la revista para desde allí identificar quiénes fueron los trabajadores del campo de la imagen visual que participaron en sus primeros dos años de existencia (1898-1900), partiendo de la hipótesis de que el prestigio que permite firmar trabajos y obtener renombre se relaciona más con la inscripción en el campo de las relaciones políticas y sociales o el naciente campo cultural y artístico, que en el prestigio mismo de la actividad para las publicaciones periódicas. De allí que quienes no poseen vinculaciones con esos otros campos, tienden a quedar en el anonimato, más allá de cuál fuese su contribución efectiva al desarrollo de la comunicación visual en la prensa.

Se buscó relevar los trabajos visuales y sus autorías (en los casos en que esto pueda lograrse), clasificando los mismos según tipos clasificatorios basados en criterios de tipo de actividad (diseño o imágenes visuales), tecnología (grabado, litografía, fotografía), usos (informar, describir, divulgar, evocar, simbolizar, etc.) o géneros (caricatura e historieta, imagen realista, alegoría, etc.).

Al mismo tiempo, indagamos sobre las biografías de los ilustradores identificados; diferenciar trabajos firmados por figuras de prestigio (reconocidas en artículos periodísticos,

circuitos de exposición, apoyo estatal) de aquellos no firmados, asociando esta diferencia a posibles pertenencias diferenciadas a campos de validación externos a la revista (campo artístico, político, gremial, etc.).

Se realizó el relevamiento de los trabajos gráficos-visuales a través de una grilla estandarizada, se rastreó y relevó las firmas, generando un banco de firmas y autores. Se avanzó en casos puntuales en análisis de contenido enfocado a lo visual. Por último, se avanzó en el rastreo de datos biográficos.

4. Progresiva incorporación de la imagen y profesionalización de los oficios gráficos en la prensa argentina.

Un punto clave para comprender el fenómeno “Caras y Caretas”, es la búsqueda editorial por alcanzar a nuevos públicos. Esto, a partir del inédito paradigma empresarial adoptado por la prensa rioplatense en el periodo trabajado. Se desprende de los relevamientos realizados por Romano (2004) y Rivera (1998), que se pasa de una prensa predominantemente política y con fines partidarios, a una prensa que busca un modelo de negocio rentable.

Las editoriales encontrarán en los recién llegados a Buenos Aires, fruto de la masiva inmigración de origen europeo y las crecientes migraciones internas desde el campo hacia las ciudades, puntualmente a la capital y sus alrededores, el cambio que estaban buscando. La expansión del público. Tanto los unos como los otros, analizados como potenciales lectores, se presentan como un público con un bajo dominio del idioma o mayoritariamente analfabeto, respectivamente, hecho que empuja a la empresa gráfica argentina a repensar el diseño de sus publicaciones, el contenido, su distribución, su lenguaje y sobre todo la incipiente inclusión de piezas gráficas.

Se nos presenta entonces que la búsqueda de nuevos públicos y nuevas formas de lectura condicionó e impulsó las reformas en el formato de la prensa rioplatense, dejándose caracterizar por las dualidades. La búsqueda por satisfacer a públicos amplios hará que se recurra a un modo de comunicación que medie entre las producciones de alto nivel cultural e intelectual y aquellas que interpelen a las clases populares recurriendo a la predominancia de las ilustraciones, al lenguaje informal, la prosa gauchesca, el lunfardo, los artículos cortos y sencillos, las temáticas populares, etc. En pocas palabras, la empresa editorial buscaba hacerse eco de los discursos sociales e interpelar al lector popular. Todo esto, sin desafiar de más a la nueva burguesía, ni a la aristocracia argentina, que, a pesar de no ser los lectores predilectos de estas publicaciones, sus apellidos, sus hogares y sus vaivenes dentro de la estructura de poder, se ven reflejados constantemente en las páginas de Caras y Caretas.

“El año 1898 (es) el de la aparición de Caras y Caretas, punto de inflexión en la construcción de una prensa orientada a mercados amplios y heterogéneos, en el uso de la ilustración, la articulación entre contenidos y publicidad en la puesta en página, y como consecuencia de ello, el diseño gráfico como articulación entre comunicación y estética en el marco de las condiciones

tecnológicas disponibles. No casualmente, los principales nombres pioneros de la revista repiten la genealogía de grupos y ámbitos: Bartolomé y Emilio Mitre y Vedia, ex director y director de La Nación respectivamente, José S. Álvarez (Fray Mocho) proveniente del ámbito policial y participante en varias revistas anteriores; Mayol y Cao, provenientes de Don Quijote, etc. El esfuerzo innovador de las revistas ilustradas fue explícitamente enunciado: lograr una clara mejoría de las calidades visuales de las distintas artes gráficas puestas en juego, y que provenían de la experimentación e innovación que se extendía en la prensa europea consumida en nuestro país: grabados en madera y metal, litografías, y la novedad importada a Europa desde Norteamérica, e fotograbado de medio tono, cuya historia se remonta a comienzos de la década de 1880 y se completa con los adelantos decisivos logrados en la década siguiente. Asimismo, la estrategia de mercado cuyo éxito es abrumadoramente rápido en Estados Unidos a partir de 1895, expresada como formato y periodicidad “magazine”, será tomada como canon por los fundadores de Caras y Caretas.” (Ojeda, 2016)

Se desprende de lo comentado que nos encontramos con un naciente producto cultural de masas y para las masas, interpelando subjetividades tan heterogéneas como las de aquellos trabajadores industriales recién arribados de tierras lejanas, como el campesino luchando por integrarse a la idiosincrasia de la ciudad. Este tipo de productos culturales le habla y hace hablar a aquellos que pueblan las calles de Buenos Aires. El porteño de finales del siglo XIX se verá interpelado y lo que es clave para entender el éxito de la revista¹, se verá representado en las páginas de Caras y Caretas. Además, esta representación tendrá lugar junto al relato construido en las notas dedicadas a las capas altas de la sociedad porteña. Así, en suerte de miscelánea Caras y Caretas salta de un lado al otro de la sociedad porteña y de la ciudad en sí misma. Recorre las calles de Buenos Aires, sus plazas, sus barrios, sus tiendas, sus eventos populares, sus personajes. Representa un lado y el otro del espectro social. Educa y nivela a través de sus calendarios y conmemoraciones de fechas patrias y religiosas, relatando acontecimientos políticos, económicos, sociales y culturales. Cada cual habrá encontrado un lugar para sí y para encontrarse con los otros a partir de la prosa costumbrista y las caricaturas paródicas, de aquella nueva propuesta editorial.

5. Antecedentes e inicios de Caras & Caretas en Buenos Aires

A mediados de 1880 Eustaquio Pellicer fundó en Montevideo el ancestro más fiel de lo que sería años después la publicación a la que nos abocamos en este trabajo. Bajo la misma lógica comercial este joven periodista y escritor español estaba decidido a formar una empresa editorial propiamente dicha. Unos años más tarde se instalará en territorio porteño e insistirá con el emprendedurismo en el campo de la empresa cultural, transitando el mundo del cine y el periodismo, puntualmente en el diario La Nación.

Esta vez en sociedad con el ex director del diario La Nación, Bartolomé Mitre Vedia (hijo del fundador del emblemático diario y quien había sido presidente de la Nación), Eustaquio materializó su anhelado proyecto empresarial y en 1898 lanzaron el primer número -en

¹ El primer número vendió sus 10 mil ejemplares en muy corto tiempo, lo mismo sucedió con la segunda edición, evidencia de sus gran popularidad y penetración en la sociedad argentina de forma transversal, sin reparos de clase social. Tuvo picos de ventas que llegaron a 100 mil ejemplares por semana.

formato de Circular- de la Caras y Caretas argentina. Mitre Vedia ocupó el puesto de Director de la revista únicamente en la tapa de la Circular, dejándolo vacante antes de que saliera el primer número oficial de la revista. El puesto fue ocupado por José S. Álvarez (Alias Fray Mocho), quien ocuparía en adelante el rol de editor del proyecto.

José Sixto Álvarez Escañara, había trabajado también y con cierto reconocimiento en el diario de Mitre, se abocó a la dirección de la revista sin hacer abandono de su oficio de escritor al que explotó y derramó en las hojas de la revista sistemáticamente, publicando sus crónicas de estilo costumbrista, sus relatos, perfiles y reseñas, sin perder carácter humorístico y popular.

En lo que al trabajo editorial y de escritura de Pellicier respecta, es ilustrativo señalar que todos los números trabajados por esta investigación (a excepción del número Circular y publicaciones especiales como la edición número 13, dedicada a la conmemoración del año nuevo, 1ro de enero de 1899 o el número 25 dedicada al Día de la Anunciación de la Solemnidad a María, 25 de marzo de 1899), cuentan con una importante sección titulada "Sinfonía", que ocupa una posición privilegiada en las primeras hojas, firmadas todas y cada una de ellas exclusivamente por él.

6. Formato e innovación en el campo gráfico argentino

En cuanto a lo que el formato y la innovación en el contenido de la revista respecta, es dado señalar que el período abordado en esta investigación se enmarca en la transición desde un tipo de prensa prevalentemente letrada, que copiaba los modelos paradigmáticos de la prensa burguesa inglesa y francesa y su variante española, hacia el modelo del nuevo periodismo anglosajón, especialmente estadounidense, con una apelación a lo visual mucho más sistemática. Se observa a lo largo del análisis del corpus (el cual será especificado más adelante) y el encuentro con el contenido de las sucesivas publicaciones, que el lugar de la imagen en sus diversas formas es, sin lugar a dudas, predominante; observándose un juego constante entre tipografías desestructuradas, columnas deformadas, titulares con alto contenido artístico y simbólico, orlas y recuadros de gran valor y detalle, dibujos que van desde la caricatura al realismo, dando lugar también -y esto es sin dudas innovador- a la fotografía, tecnología sobre la que la editorial trabajará profundamente y de la cual se apropiará para que dé contexto a sus notas.

En cuanto a las temáticas trabajadas, ya fue mencionado la alta recurrencia a cuestiones de carácter social que se observan en estos números. Es evidente cómo el equipo editorial trabajó en notas que funcionaran como fuentes de interpelación para audiencias diversas. El lector de aquel entonces se podía encontrar reflejado página tras página, y cuando no fuera así, sin dudas, se sentiría atraído por conocer con detalles los eventos sociales en los que participaba la aristocracia nacional, los posicionamientos sociales y políticos de las personalidades en boga, aprender al respecto de las calles, negocios y personajes de la ciudad. Sin dudas Caras y Caretas recurría, cual collage, a los discursos sociales que poblaban el cotidiano urbano, para que desborden de creatividad y humor en las páginas de la revista. El discurso popular, acompañado de rica prosa, detallista y profundamente

trabajada, ofrecía información y un espacio de representación a un alto espectro del escenario social, auspiciando de arena para que se entrecuzaran y yuxtapusieran los discursos en una nueva esfera pública.

Como veremos en la sección dedicada exclusivamente a las portadas, éstas presentan como constante la caricatura política y temas estrictamente de coyuntura; mientras las notas son diversas, recurriendo a veces a la prosa romántica, a los discursos sociales populares, a la voz gaucha, arrabalera. El zigzag era constante entre la prosa, la poesía y la imagen romántica del gaucho y sus costumbres nobles, la prosa costumbrista. Las fotos de eventos sociales y populares. La caricatura del presidente y del capataz, que se encontraban en las páginas, sin diferencias evidentes en su retrato. Todo esto no hace más que hablar de la transversalidad de clase que caracteriza el contenido de la revista. Como dice Geraldine Rogers, la revista recicla “elementos usados y en cierta medida devaluados, concentra en un solo lugar materiales dispersos y los agrupa de manera sistemática para destinarlos a nuevos consumos” (Rogers, 2008). La revista no es más que un reflejo del cotidiano porteño. Espacio de la conjunción de lo culto con lo popular.

En cuanto a la publicidad, también irá ocupando un lugar cada vez mayor en la medida en que avancen las publicaciones. “Dado que en ese momento aún no se había desplegado el foteriodismo, la incorporación sistemática se dará primero por medio del grabado, ya desplegado en el campo de las revistas ilustradas en el medio siglo anterior. Es esperable que la publicidad, por hallarse más urgentemente impulsada al éxito mercantil inmediato, sea campo de ensayo de nuevos recursos, entre ellos el visual, y que éstos impacten sobre el conjunto del diario² a medida que la lógica de mercado sea más prevaleciente”. (Ojeda, 2016)

Así, la revista es rupturista en tanto ofrece un soporte de lectura atractivo y dinámico, que atrae a nuevos públicos, a partir de una lógica comercial que busca sustentarse a base de la publicidad. Colores y dibujos atrapantes, tanto para las notas como para las publicidades. Se apela constantemente a la caricaturización, el humor popular y al humor culto a la vez, con textos satíricos y se observa un intenso uso de figuras retóricas como la metonimia, la metáfora, la ironía y la parodia, en un juego constante entre la palabra escrita y la representación gráfica, la conjunción de lo icónico con lo verbal.

7. Corpus

El análisis del corpus se realizó a través de grillas estandarizadas que permiten leer las características compartidas y particulares de los 110 números que fueron publicados en el periodo de tiempo sobre el que hemos elegido trabajar, que se corresponde con los dos primeros años de vida de la revista en la ciudad de Buenos Aires: 1898 a 1900. La totalidad de los ejemplares se encuentran publicados y son de libre acceso en la web de la Biblioteca Nacional de España.

² Aquí Ojeda está específicamente hablando de la experiencia en la prensa diaria: La Nación y La prensa.

Así, fue posible relevar la recurrencias y continuidades que se van dando en los sucesivos números publicados en el mencionado recorte temporal. Desde las secciones que se institucionalizan como la mencionada sección "Sinfonía", otras que son recurrentes como "Menudencias", "Mascaras" o ciertas publicidades que ocupan siempre el mismo espacio, al final de cada número.

Entre las piezas gráficas-visuales que pueblan las páginas de la revista encontramos orlas, cabeceras, titulares, recuadros, retratos, ilustraciones, caricaturas contemporáneas y piezas que representan la actualidad política, social y económica.

DIBUJOS EN COLORES	
<p>MAYOL (Manuel). El arbitraje — 1. ¡Ya escampa! — 2. El floricultorquíst — 3. El nuevo Luis XIV — 4. Primavera política (El primer retoño) — 5. Beligerancia parlamentaria — 6. La baja del oro — 7. Gastro-mania</p>	<p>presidencial — 8. En tren de economías — 9. «Pelu-diando» — 10. El alcohol, los impuestos y la moral — 11. El pan de Navidad — 12.</p>

También se ha podido relevar, particularmente en lo que a la imagen refiere, quiénes son los profesionales que publican y firman en mayor medida sus obras. Siendo sin dudas, en este sentido, Manuel Mayol el dibujante estrella de la revista, seguido en cantidad de obras publicadas por grandes referentes del campo artístico regional, apellidos y sobrenombres como Cao, Villalobos, Sartory, Fortuny, Eusevi, Uberty, entre otros

ILUSTRACIONES	
DIBUJOS EN NEGRO	
<p>ARAUJO (Fermín). <i>Ilustración</i> de «Demi high-life» — 6. CAMARERO (León). <i>Ilustraciones</i> de «El saludador» — 3. «El barrendero orquídea» — 7. CAO (José M.^o). <i>Dibujos sueltos</i>. Presidencias — 2. Nuestra Exposición — 3. Reflexiones de un alcoholista — 7. «Impuestum tremens» — 8. Sueños de fin de curso — 9. Chafalonía — 7, 9 y 11. <i>Ilustraciones</i> de «El lecheco» — 1. «Sombreros franqucados» — 3. «En la sección feminista» y «Solicitada» — 4. «Reportaje endiablado», «Instantánea» y «Expansiones funerarias» — 5. «Los que hacen reír» y «La quinta de los Olivos» — 7. «Un juez de paz» — 8. «Recolutando» — 9. «El velorio del barro» y «Lo que rueda» — 10 y «Navidad» — 12. EUSEVI (Arturo). <i>Cabeceras</i> de «Sinfonía» — 2 y 11, y de «Menudencias» — 1, 3 y 11. FORADORI (José). <i>Cabeceras</i> de «Sinfonía» — 6 y «Menudencias» — 10. FORTUNY (Francisco). <i>Ilustraciones</i> de «Decadencia animal» — 6 y Escenas callejeras «El organito» — 9. GONZÁLEZ (Moderato). <i>Cabeceras</i> de «Sinfonía» — 5 y «Menudencias» — 6. <i>Ilustración</i> de «Siluetas teatrales» — 6. MAYOL (Manuel). <i>Orlas y Cabeceras</i> de «Sin Careta», «La cuestión de límites» y «El loco de los pensamientos» — 1. «La transmisión del mando» y «Roca y Colón» — 2. «Notas de la Exposición», «La Bolsa» y «El Saludador» — 3. «En la sección feminista» — 4. «En la fiesta de los muertos», «Club de Gimnasia y Esgrima» y «Expansiones funerarias» — 5. «Monumento a Garibaldi» — 6. «El arreglo de la Puna» — 8. «Sinfonía» — 1, 3 y 8.</p>	<p>«Menudencias» — 2, 4, 8, 9 y 12. <i>Caricaturas</i>. El perito Moreno — 1. El hombre del día (D'Herculeas) — 4. Bulrich urbano — 6. El doctor Del Pino — 7. Luis Luigi — 8. Maturango en peligro — 9. Don Eustoquio — 10. <i>Dibujos sueltos</i>. El problema del tránsito — 2. Siluetas barsalles — 3. «Tomá lustre». Lo de la Puna — 4. Costumbres criollas. (Garabatos pre-rafaelistas) — 6. Chafalonía — 9. Yapas — 12. <i>Ilustraciones</i> de «La cuestión de límites» — 1. «A Inés» y «A ella» — 2. «Metamorfosis» — 4. «El buitre» — 5. «Decadencia animal» y «El rumbo» — 6. «Cosmografía» y «Comentarios» — 7. «Monologando», «Gracias», «Más en criollo» y «De puertas afuera» — 8. «Un día á perros» — 9. «Vista al fiscal» y «Me mudo al norte» — 10. «Pompas de jabón». «La quemazón» y «Gases solidificados» — 11. «Sinfonía» — 1, 10 y 11. URTUBEY. <i>Cabeceras</i> de «Sinfonía» — 4 y «Menudencias» — 5. «Las virtutas» (Dibujo suelto) — 4. <i>Ilustración</i> de «Bailemos un poco» — 8. VILLALOBOS (Cándido). <i>Cabeceras</i> de «Los indios fueguinos» — 6. «Elecciones municipales» — 9. «Sinfonía» — 7, 9, 10 y 12 y «Menudencias» — 4 y 7. <i>Dibujos sueltos</i>. Tramwayanas — 3. Ciclomanía — 5. Los saltos del termómetro — 6. Persiguiendo ciclistas — 7. Callejeras y Refrescos — 10. <i>Ilustraciones</i> de «Pascajino» — 3. «Ecos de un baile» y «El empedrado de Penélope» — 4. «Reblandecimiento» — 6. «De puertas afuera» — 8. «Titeo corrido» — 9. «Lo que rueda» — 10. «Gases solidificados» — 11. Escena — 12 y «Sinfonía» — 4 y 10.</p>

“Es importante subrayar el vínculo existente entre este estilo y la inmigración europea en nuestro país, ya que el mismo fue importado y su desarrollo en nuestro contexto estuvo ligado a las comunidades extranjeras, tanto en lo referente a la producción de las imágenes como en la comitencia de las mismas. La catalogación de las denominadas páginas artísticas tiene por objetivo la recuperación de aquellos artistas que desarrollaron su arte en las páginas del semanario, como los españoles Cándido Villalobos Domínguez, Manuel Mayol Rubio, Francesc Fortuny y Ramón de Castro Rivera y el italiano Antonio Vaccari, entre otros. Es mediante estos ejemplos que se puede ver como se dirimieron las tensiones entre las Bellas Artes y las artes gráficas, donde el Art Nouveau funciona como intento de unificación de ambos polos. Es decir, son aquellos artistas quienes pendulaban entre el campo artístico y el mundo de los medios. Caras y Caretas, y en particular sus ilustradores, participaron de la conformación del campo artístico local desde el margen de las Bellas Artes, generando un discurso visual y una propuesta estética adaptada a los gustos extranjeros.”
(Cléricsi, 2012)

a. Ilustradores estrella

Sin dudas es Manuel Mayol el dibujante principal de Caras y Caretas. Esto no sólo por figurar su nombre en todas las tapas, bajo el rotulo de “Dibujante”, junto al director José S. Álvarez y el editor Eustaqui Pellier, sino porque a excepción de números especiales, todas las portadas de las ediciones publicadas entre 1898 y 1900 son ilustradas y firmadas por el andaluz.

El mencionado andaluz fue el dibujante principal de la revista ilustrada Caras y Caretas, Manuel Mayol Rubio (Heráclito), se radicó en Buenos Aires en 1888. Pintor de profesión, inició su carrera en el Río de la Plata en el semanario Don Quijote. Bastante después del periodo abarcado por esta investigación, en 1916, Manuel Mayol funda un suplemento mensual de Caras y Caretas llamado Plus Ultra. Esta revista apuntaba definitivamente a los estratos más cultos de la sociedad, siendo sus publicaciones de un alto valor literario, artístico y cultural.

José María Cao Luaces, también español, se radicó en Buenos Aires en 1886 y formó parte de varios proyectos editoriales rioplatenses. Al igual que Mayol, por ejemplo, realizó caricaturas e ilustraciones para el semanario Don Quijote.

Francisco Fortuny Oriundo de Tarragona, Cataluña, España. Estudió dibujo y pintura en la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando de Madrid, llegando a Buenos Aires en 1888, donde trabajó como ilustrador. Francisco Fortuny trabajó para diversos medios además de Caras y Caretas, entre ellos La Nación, PBT y El Cascabel. Sus trabajos de reconstrucción de escenas históricas, entre ellos los realizados sobre la Guerra del Paraguay, marcaron un punto de inflexión en ese género, y lo llevaron a ser ilustrador de los Manuales de Historia de la Editorial Estrada a partir de 1906.

Cándido Villalobos, también español, se radicó en el país a finales del siglo XIX

Arturo Eusevi, Proveniente de León España, se radicó en el país en 1888. Formó parte también de los Almanagues Sud-Americano y del semanario El Cascabel.

Antonio Vaccari, oriundo de Italia. En el Río de la Plata ejerció como director de los talleres gráficos de la Compañía General de Fósforos. Fue el gran promotor del grabado en acero en la Argentina.

José Foradori oriundo de Bolognia, Italia. Se radica en el país en 1897. Luego emigra a Chile donde sigue su carrera artística y ganó gran relevancia.

b. Portadas

Todas las portadas de los números publicados entre 1898 y 1900, exceptuando ediciones especiales, son firmadas por Manuel Mayol. Las temáticas retratadas mantienen relación con el contexto política y cuestiones de coyuntura, desde festividades, hasta debates económicos. Predomina en esta sección la caricatura como protagonista y el trabajo humorístico como sustento. Es importante señalar que el humor trabajado, según lo relevado por Geraldine Rogers (Rogers, 2008), no representa un desafío real a quienes son retratados, sino un tratamiento irónico y humorístico de la cotidianeidad rioplatense. La técnica de impresión utilizada para las portadas es siempre la litografía a color.

c. Publicidad

En lo que a la publicidad respecta, se evidencia a partir del análisis sistemático del contenido que no suelen ser piezas que sean acompañadas por la firma del autor. Esto se puede deber a que la procedencia profesional de la mayoría de los trabajadores gráficos trabajando en la revista por aquel entonces, era de formaciones en escuelas de arte y tenían un horizonte en dicho campo. Por ende, se puede deducir que la firma de piezas dedicadas a la publicidad no aportaba al desarrollo profesional y social del autor en la medida que sí lo hacían piezas de mayor desarrollo y valor artístico, como los retratos.

Aquí también predomina la firma de Manuel Mayol, aunque podemos encontrar piezas firmadas por Cao, Fortuny, Teodor y otros. Las firmas parecen estar supeditadas a la relevancia de la pieza, el nivel de complejidad pedido por el auspiciante y el lugar que ocupa en la revista.

Sin embargo, no quiere decir que las piezas publicitarias sean de bajo nivel artístico, pudiéndonos encontrar con piezas de un evidente desarrollo y trabajo.

La publicidad aún está en una etapa incipiente, a pesar de que su presencia ya sea predominante en las páginas de la revista. Incluso con el tiempo se hará cada vez más presente. Esto, sin dudas, se debe al claro horizonte empresarial con el que fue concebido y manejado el proyecto editorial. Así, observamos que hay números en los que las piezas publicitarias se confunden con piezas artísticas y viceversa. Algunas publicidades presentan un profundo trabajo y experimentación del dibujo y con el color. También éstas serán impresas mediante el uso de la litografía color.

d. Fotografía

La fotografía ocupa un lugar que tenderá a fortalecerse y crecer con el pasar de las publicaciones, llegando la editorial a vanagloriarse de su "GABINETE FOTOGRÁFICO DE CARAS Y CARETAS. Instalado convenientemente esta sección artística á fin de ofrecer al público las copias de los trabajos fotográficos hechos para el semanario, admitimos desde hoy cualquier pedido que se nos haga, ya sea de Reproducciones, Ampliaciones, Bromuros, Platinos, etc. Los pedidos pueden hacerse a la Administración, Maipú 592".

Así, será regular encontrarse en mayor medida con fotografías cuya autoría esté adjudicada directamente a Caras y Caretas. En casos puntuales encontramos trabajos adjudicados a Vargas, con la aclaración "Para Caras y Caretas" o Bixio, con la misma aclaración, entre otros.

8. Conclusiones:

A partir de la reconstrucción histórica que nos permiten hacer los autores mencionados podemos dar cuenta del rol preponderante que cumplió el semanario Caras y Caretas en el proceso de profesionalización no solo de los escritores sino de los profesionales gráficos, ilustradores, orladores, caricaturistas, fotógrafos y empresas de publicidad, que de un modo u otro ya no fueron referidos como colaboradores de la editorial, sino como trabajadores profesionales.

El tipo al que podemos llegar de profesional gráfico es desde ya que hombre, de procedencia europea, llegado al país con cierto nivel de desarrollo previo en el ámbito artístico y que tiende a trabajar simultáneamente para más de una editorial. Así, habrá constantes cruces con editoriales de la época como PBT, El Mosquito y el mismo diario La Nación.

Estos artistas trabajaban en ocasiones para distintos medios en simultáneo, aunque su imagen estuviera configurada por su pertenencia, en muchos casos, al ambiente de las Artes Plásticas. Según Jorge Rivera, los dibujantes de los semanarios populares como Giménez, Cao, Foradori, etc., se ajustan a "...la imagen arquetípica del bohemio de corbata voladora y chambergo aludo, una figura convencional que también atravesaba las escenas de ciertos sainetes, y que pasó a integrar, como una suerte de estereotipo urbano, la galería iconográfica del chafe, el compadrito, el encargado del conventillo, el mayoral de tranway, el milico 'veterano' y los negros del Congreso"
(Rivera, 1981: 1) (Ojeda, 2016)

En tanto y en cuanto la investigación no se encuentra en su estadio final, propongo y proyecto profundizar la búsqueda y relevamiento de cruces y colaboraciones profesionales de los profesionales entre sí y su pasaje por la incipiente prensa gráfica rioplatense. Además, intentaremos dar cuenta del grado de penetración y participación de los profesionales en el campo de las relaciones sociales, políticas y en el campo profesional rioplatense.

Para profundizar en el estudio de los inicios de los oficios gráficos les propongo releer a Jorge B. Rivera (Rivera, 1998) para repasar la formación del escritor profesional en el Río

de la Plata, a Eduardo Romano (Romano, 2004) para entender cómo el proceso de cambios que vivió la prensa en aquella época vino en gran parte de la mano con cambios sociales intensos en búsqueda de un nuevo público lector, en el marco de la modernización de la prensa hacia el modelo empresarial. También encontrarse o reencontrarse con Ojeda, A. (Ojeda, 2016) y Moyano, J. (Moyano, 2008) para repasar la evolución de los oficios del escritor y la presencia de la imagen en las publicaciones, respectivamente. Por último, Geraldine Rogers trabaja específicamente sobre Caras y Caretas en “Caras y Caretas: Cultura, política y espectáculo en los inicios del siglo XX argentino”.

9. Referencias:

- Clérici, Emiliano Marcelo (2012)** “Imágenes importadas. Páginas artísticas y Art Nouveau en Caras y Caretas (1900-1910)”. Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, Buenos Aires.
- Moyano, Julio (2008)** Prensa, modernidad y transición: problemas del periodismo argentino en el siglo XIX. Carrera de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires
- Ojeda, Alejandra (2015)** “La incorporación sistemática de la imagen visual a la prensa diaria argentina. El caso paradigmático del diario La Nación entre 1894 y 1904”. Tesis Doctoral, Universidad Nacional de La Plata, La Plata
- Ojeda, Alejandra (2017)** “Dibujantes, grabadores y orladores en el diario La Nación: consolidación del oficio entre el campo artístico y los trabajos para la industria (Buenos Aires, 1894-1900)”. En: X Encuentro Internacional de Historiadores de la Prensa y el Periodismo en Iberoamérica (2016) De la imprenta a la empresa multimedia. El negocio de la comunicación en la historia. Universidad de Valencia, Valencia. En prensa.
- Ojeda Alejandra y Moyano Julio (2015)** “Juan Lasserre en Argentina y Uruguay: la deriva sensacionalista en la construcción de su biografía”. En: Almuiña Fernández, Celso (Comp.). Perfiles de periodistas contemporáneos. Madrid: Fragua.
- Ojeda, Alejandra; Sujatovich, Luis; Moyano, Julio (2017):** “Diversificación, segmentación y sensacionalismo: “Hibridación de formatos en diarios y revistas argentinos a comienzos del siglo XX”. Actas del X Congreso de la Red de Historiadores de la Prensa en Iberoamérica, Universidad de Valencia/Red de Historiadores de la Prensa y el Periodismo en Iberoamérica, Valencia, España.
- Rivera, Jorge (1998):** “El Escritor y la Industria Cultural”. Autel, Buenos Aires (1ª. Ed. en libro 1985).
- Romano, Eduardo (2004)** “Revolución en la lectura. El discurso periodístico-literario de las primeras revistas ilustradas rioplatenses”. Catálogos, Buenos Aires.
- Rogers, Geraldine (2008)** “Caras y Caretas: Cultura, política y espectáculo en los inicios del siglo XX argentino”. -1ª ed.- Universidad de La Plata: EDULP. En Memoria Académica, La plata.
Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.413/pm.413.pdf>