

**Representaciones del arte y otras formas culturales
en la intermedialidad de *Caras y Caretas***

Dra. Sandra M. Szir
UNSAM-UBA

Resumen

El semanario popular *Caras y Caretas* (1898-1939) constituyó el primer periódico ilustrado que alcanzó un público masivo y resultó innovador en términos comunicativos ya que en sus páginas convergieron una miscelánea de contenidos y géneros textuales junto con variadas modalidades gráficas de comunicación visual. Las noticias, intervenciones o posicionamientos acerca del arte eran frecuentes y si su intención era ubicarse como formadora de gusto o valores estéticos, éstos debían negociarse con las competencias e intereses de los distintos sectores sociales que consumían la revista.

Como periódico ilustrado contribuyó a extender y diseminar una cultura gráfica, promoviendo tecnologías y una difusión de imágenes en una proporción inédita. *Caras y Caretas* configuró entonces tanto en sus formas textuales como visuales, ideas de lo artístico que articulaban las bellas artes con otras modalidades, entre ellas, las formas gráficas y múltiples de la cultura visual.

Este trabajo se propone entonces relevar en el contexto discursivo y visual del semanario ilustrado *Caras y Caretas* en sus primeros años, las representaciones de los artistas y de sus producciones, del arte y del campo artístico en formación y articularlos con la atención al propio dispositivo de la revista y su particular intermedialidad con las herramientas que provee la historia cultural.

Palabras clave

Revistas ilustradas, Cultura masiva, 1900, Argentina, multiplicación de imágenes.

Abstract

The popular weekly *Caras y Caretas* (1898-1939) was the first illustrated magazine that reached a mass audience and was innovative in communicative terms as in its pages converged a miscellany of content and textual genres along with various graphic forms of visual communication. News, interventions or positioning related to art were frequent, and if it was the editors' intention to set themselves up as shapers of taste or aesthetic values, this had to be negotiated with the tools and interests of the various social sectors that consumed the magazine.

As illustrated journal, it contributed to extend and spread a graphic culture, promoting technologies and dissemination of images in an unprecedented proportion. *Caras y Caretas* set then, both in their textual and visual forms, artistic ideas that articulated the arts with other modalities, including the graphics and multiple forms of visual culture.

This work intends then, to relieve the representations of artists and their productions, the art and the artistic field conformation in the discursive and visual context of the early years of *Caras y Caretas*. This perspective is articulated with the regard of the magazine as a device and its particular intermediality with the tools that are provided by the cultural history discipline.

Key words

Illustrated magazines, Massive culture, 1900, Argentina, images multiplication.

Introducción

En sus primeros años, *Caras y Caretas*, surgida en 1898, ofrecía una sección “Páginas Artísticas”, con escenas reproducidas a página entera que desplegaban iconografías de la cotidianidad, hábitos y aspectos de la sociabilidad de Buenos Aires. “Amateurs”¹ [fig. 1], firmada por Cándido Villalobos, representa una exposición de cuadros y sus visitantes. Dos mujeres dominan el primer plano y se observa que una de ellas consulta una guía o catálogo. El arte, sus prácticas de exhibición y consumo aparecen aquí junto con paseos por el parque, el teatro, la iglesia, las tiendas o el trabajo como una de las escenas o personajes urbanos del entorno porteño que caracterizaban la sección [figs. 2 y 3]. El arte, además, forma parte de una práctica y de un discurso inserto en otros discursos generales de promesas y logros nacionales. Pero el título de la imagen indica la emergencia de un nuevo público que accedía a un consumo artístico y un orden cultural en esos espacios que se multiplicaban hacia fines del siglo XIX y comienzos del XX, el consumo artístico amplio era una práctica emergente y existían nuevos públicos que accedían a ese orden cultural. El catálogo resultaba un elemento necesario para la educación de esos espectadores “amateurs” cuyos gustos y sensibilidades pretendían acomodarse a los códigos que imponía el consumo de las “bellas artes”. De modo que *Caras y Caretas*, desde su lugar de enunciación como impulsora de una cultura impresa masiva problematiza las tensiones entre los diversos registros culturales y sus vínculos. En efecto, *Caras y Caretas* fue el primer periódico ilustrado que a pocos años de publicación alcanzó una circulación amplia entre un público diverso y heterogéneo.² Por consiguiente, al igual que otras formas culturales de comienzos del siglo XX, debía negociar gustos y valores con los distintos sectores sociales que consumían la revista, habilitando una convergencia de los modos y hábitos del centro y de los barrios, de los registros de las sociabilidades burguesa y de la clase trabajadora, de las voces de criollos e inmigrantes³.

¹ C. Villalobos, “Amateurs”, *Caras y Caretas*, a. IV, n. 195, Buenos Aires, 28 de junio de 1902.

² En 1904 la revista alcanzó una tirada promedio de 80.760 ejemplares, en 1907 la cifra había ascendido a 106.000, y en 1910 llegó a 109.700. Pero ese mismo año, celebrando el centenario del 25 de mayo, publicó un número especial compuesto de 400 páginas profusamente ilustradas del cual se tiraron 201.150 ejemplares de los cuales la mitad fue vendida en el interior del país. De modo que la cifra aproximada de 100.000 ejemplares vendidos en Buenos Aires para una población de 1.306.000 habitantes señala que *Caras y Caretas* había alcanzado una popularidad inédita en el mercado local para una publicación periódica.

³ Para un reciente análisis de formas culturales masivas como el tango y el circo a fines del siglo XIX y comienzos del XX véase Graciela Montaldo, *Museos del consumo. Archivos de la cultura de masas en Argentina*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2016.



Fig. 1. "Páginas Artísticas. Amateurs", por Villalobos, *Caras y Caretas*, a. IV, n. 195, Buenos Aires, 28 de junio de 1902

Pero además, *Caras y Caretas* se configuró como una organización comercial innovadora dentro del campo de las artes gráficas ya que presentó un rol significativo en las operaciones de implementación de novedades tecnológica que condujeron a disminuir los costos y optimizar la calidad de impresión y reproducción de imágenes. Es decir, *Caras y Caretas* se inscribe en los desarrollos de una cultura gráfica a la cual el semanario contribuyó indudablemente a extender y diseminar, promoviendo una difusión de imágenes en una proporción inédita. Por lo tanto, el semanario popular ilustrado presentó tanto en sus formas textuales y visuales ideas de lo artístico que articulaban las bellas artes con otras modalidades, entre ellas, las formas gráficas y múltiples de la cultura visual.



Fig. 2. "Páginas Artísticas. En busca de pichinchas", por Sanuy

Este trabajo se propone entonces relevar en el contexto discursivo y visual del semanario ilustrado *Caras y Caretas* en sus primeros años, las representaciones de los artistas y de sus producciones, del arte y del campo artístico en formación y articularlos con la atención al propio dispositivo de la revista y su particular intermedialidad con las herramientas que provee la disciplina de la historia cultural⁴ para abordar los objetos impresos de publicación periódica y reflexionar acerca de las metodologías de análisis de revistas como objetos autónomos.



Fig. 3. “Páginas Artísticas. Bellas Artes”, por Eusevi.

⁴ Nos referimos a una perspectiva trazada por una amplia lista de autores que ha teorizado acerca del abordaje de los impresos en tanto artefactos culturales, pero también gráficos y visuales con los efectos metodológicos que eso implica. Véase como ejemplos Donald McKenzie, *Bibliografía y sociología de los textos*, Madrid, Akal, 2005 [1986]; Roger Chartier, *El orden de los libros*, Barcelona, Gedisa, 1992; *El mundo como representación: historia cultural. Entre la práctica y la representación*, Barcelona, Gedisa, 1994; Roger Chartier y Guglielmo Cavallo (dir.), *Historia de la lectura en el mundo occidental*, Madrid, Taurus, 1997; Armando Petrucci, *Alfabetismo, escritura y sociedad*, Barcelona, Gedisa, 1999.

Institucionalización del campo artístico nacional

A partir de su origen, el 8 de octubre de 1898 en Buenos Aires, *Caras y Caretas* se erigió como un periódico innovador con respecto a las publicaciones periódicas decimonónicas precedentes, tanto en sus contenidos como en sus rasgos materiales y sus modos de producción.⁵ Desde la perspectiva de los estudios literarios, por lo general se consideró que la originalidad de la publicación consistía en una presentación tipológica que reunía como rasgo principal la combinación miscelánea de contenidos y géneros discursivos junto a imágenes de distintas modalidades visuales. *Caras y Caretas* convocaba así en sus páginas artículos de información general, ficción, humor, poesía, notas técnicas o científicas, noticias sobre el extranjero, actualidad política, cultural y social, publicidad.

Entre las notas de actualidad cultural de carácter local, el arte ocupa un lugar significativo en términos cuantitativos.⁶ Más que reseñas de exposiciones o críticas de obras, se trata de noticias que registran la actividad de los artistas y de las instituciones públicas recientemente fundadas. Del mismo modo que los literatos o los hombres de ciencias, los artistas reciben en el discurso de la revista la asignación de cumplir importantes funciones públicas, la de simbolización pedagógica, y la de propaganda sobre todo en el exterior, tareas imprescindibles en el proceso político de organización nacional.

Exposiciones, viajes y encargos eran las marcas del tránsito hacia la consagración, a la que el artista aportaba su obra “fina”, “elegante”, “notable”, “bella”, tal las categorías aplicadas a la descripción de pinturas y esculturas. Pero por sobre todo, los artistas y sus producciones demostraban a los ojos de los cronistas que el “arte nacional” era o un augurio cercano o una realidad innegable. Los trabajos expuestos en los concursos de la Sociedad Estímulo de Bellas Artes en 1904 son celebrados como “un conjunto digno de elogio y una hermosa promesa para el naciente arte nacional.”⁷ Pero no solamente invitación a futuro, también verdad presente en “el movimiento intelectual digno de toda clase de estímulo y aplauso” en la producción de libros, en las obras pictóricas y en los monumentos “que forman un conjunto honroso para el arte nacional”. Sin embargo, a menudo las autoridades desoían esas voces emergentes como al momento de erigir una estatua al general Mitre, la comisión designada para la ejecución había decidido encargarla en Europa porque afirmaba, “la Argentina no tiene artistas.” La nota, sin firma, continuaba

⁵ Hemos estudiado estos desarrollos en varios trabajos anteriores. Véase al respecto, por ejemplo, Sandra M. Szir, “De la cultura impresa a la cultura de lo visible. Las publicaciones periódicas ilustradas en Buenos Aires en el siglo XIX. Colección Biblioteca Nacional”, en Marcelo H. Garabedian, Sandra M. Szir y Miranda Lida, *Prensa Argentina siglo XIX. Imágenes, textos y contextos*, Buenos Aires, Teseo-Biblioteca Nacional, Argentina, 2009 y Sandra M. Szir, “Entre el arte y la cultura masiva. Las ilustraciones de la ficción literaria en *Caras y Caretas* (1898-1908)”, en Laura Malosetti Costa y Marcela Gené (comps.) *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*, Buenos Aires, Edhasa, 2009.

⁶ La frecuencia de este tipo de contenido es variable, pero el número de notas sobre arte es altamente representativo.

⁷ “Sociedad Estímulo de Bellas Artes. El último concurso”, *Caras y Caretas*, a. VII, n. 307, Buenos Aires, 20 de agosto de 1904.

No entraremos a discutir la mayor o menor verdad que exista en tal afirmación, pero consecuentes con nuestro propósito de ser imparciales presentamos esta nota de escultura para los que dudan de nuestro arte, sino para aquellos que niegan de su existencia.

Con este propósito hemos pedido y conseguido de nuestros buenos artistas, una fotografía de su obra maestra, aquella que fue trabajada con más cariño y dedicación, y hoy la presentamos al público para que este se de cuenta clara y precisa de la importancia que el “arte nacional” reviste entre nosotros.⁸

Así, las fotografías presentan la “Cautiva” y el “Abel” de Lucio Correa Morales, el busto “La ira” y el monumento a Nicasio Oroño, de Torcuato Tasso, el proyecto de monumento a Alcorta y una fuente de Arturo Dresco, “La Armonía” de Mateo Alonso, “Las Pecadoras” de Rogelio Iruirtia, entre otros que se mencionan para exhibir con la palabra, pero, sobre todo, con la fuerza de las imágenes “toda la importancia del ‘arte nacional’”.

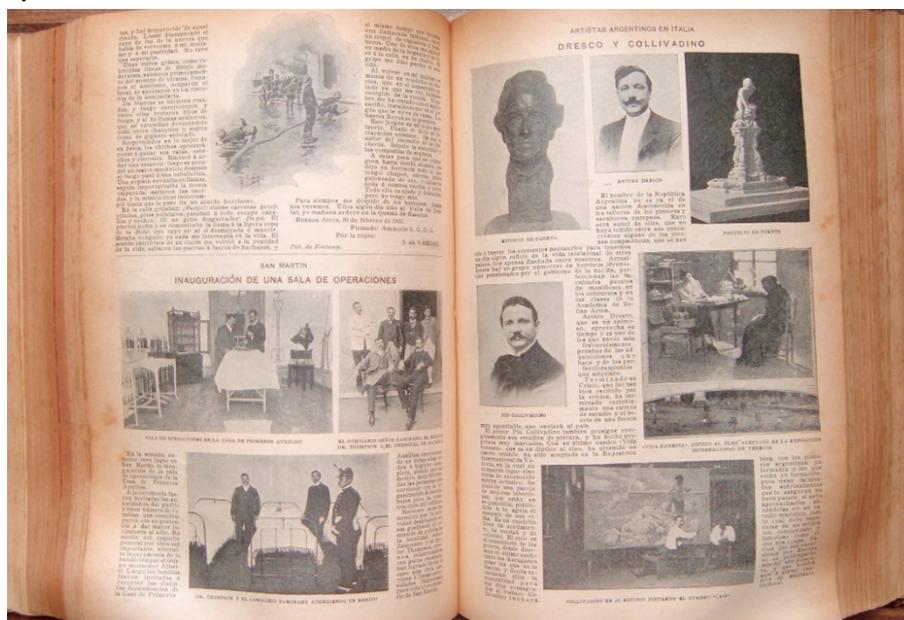


Fig. 4. “Artistas argentinos en Italia. Dresco y Collivadino”,
Caras y Caretas, a. VI, n. 228, Buenos Aires, 14 de febrero de 1903

Si los editores de *Caras y Caretas* tenían una idea de ‘arte nacional’ que resultaba coincidente con alguna de las posturas de los debates en la literatura crítica de la época, el despliegue de imágenes en la propia publicación presenta una heterogeneidad discursiva más amplia. Uno de los problemas presentes en las discusiones de críticos, artistas e intelectuales refería a los temas más representativos para un arte propio.⁹ Si la pampa u otros paisajes rurales, las escenas de costumbres y los tipos tradicionales eran las propuestas más frecuentes, el semanario responde añadiendo a esas representaciones gran cantidad de temas urbanos en ilustraciones y fotografías. Pero resulta altamente plausible la idea de que, con la afirmación de la

⁸ “Las obras favoritas”, *Caras y Caretas*,

⁹ Para los debates en torno al arte nacional véase, entre otros, los análisis de Laura Malosetti Costa, *Los primeros modernos. Arte y sociedad en Buenos Aires a fines del siglo XIX*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2001; Miguel Ángel Muñoz, “El arte ‘nacional’: un modelo para armar”, en AAVV., *El arte entre lo público y lo privado*, Centro Argentino de Investigadores de Arte (CAIA), 1995; “Un campo para el arte argentino. Modernidad artística y nacionalismo en torno al Centenario”, en Diana Wechsler (ed.), *Desde la otra vereda*, Archivos del CAIA 1, Buenos Aires, Ediciones del Jilguero, 1998.

existencia de un arte nacional, *Caras y Caretas* no esté dando cuenta de los motivos o temas pictóricos más adecuados para manifestarlo si no de un impulso institucional y de la constitución de un campo, así como de multiplicación de artistas y exhibiciones que, con mayor apoyo estatal, lograban encauzar al arte como una herramienta más del progreso civilizatorio moderno e identitario.

Las páginas de la revista confirman esta vía institucionalizadora que habían emprendido las artes, y relevan las actividades del Museo de Bellas Artes¹⁰, las entregas de premios de concursos anuales para optar por una beca del gobierno que realizaba la Sociedad Estímulo de Bellas Artes,¹¹ pero también reseña exposiciones,¹² publica las actividades de los artistas argentinos que se estaban formando en Europa,¹³ así como concreciones materiales ligadas a inauguraciones de monumentos, o aquellos que aún estaban en proyecto.¹⁴ [figs. 5 y 6]



Fig. 5. “La exposición de Bellas Artes”, *Caras y Caretas*, a. V, n. 194, Buenos Aires, 21 de junio de 1902

¹⁰ “Regreso del Sr. Schiaffino. Las adquisiciones para el Museo de Bellas Artes”, *Caras y Caretas*, a. VIII, n. 344, Buenos Aires, 6 de mayo de 1905.

¹¹ “El concurso de pensionados”, *Caras y Caretas*, a. II, n. 60, Buenos Aires, 25 de noviembre de 1899; “Estímulo de Bellas Artes. La distribución de premios”, *Caras y Caretas*, a. V, n. 194, Buenos Aires, 21 de junio de 1902, entre muchas otras.

¹² “Rosario. Exposición artística”, *Caras y Caretas*, a. VII, n. 309, Buenos Aires, 3 de septiembre de 1904; “Las obras del escultor Caffèratta”, *Caras y Caretas*, a. VII, n. 310, Buenos Aires, 10 de septiembre de 1904, entre muchas otras.

¹³ “Artistas argentinos en Italia. Dresco y Collivadino”, *Caras y Caretas*, a. VI, n. 228, Buenos Aires, 14 de febrero de 1903; “Artistas argentinos en Roma”, *Caras y Caretas*, a. V, n. 201, Buenos Aires, 9 de agosto de 1902; “Pintores argentinos en París”, *Caras y Caretas*, a. V., n. 29, Buenos Aires, 13 de diciembre de 1902.

¹⁴ “El monumento a Garibaldi para Buenos Aires. Una visita al escultor Maccagnani”, *Caras y Caretas*, a. VI, n. 248, Buenos Aires, 4 de julio de 1903; “Arte y artistas. La fuente de Lola Mora”, *Caras y Caretas*, a. VI, n. 225, Buenos Aires, 24 de enero de 1903; “Arte y artistas. La placa para Humberto I. El monumento á Alberdi”, *Caras y Caretas*, a. III, n. 104, Buenos Aires, 29 de septiembre de 1900.

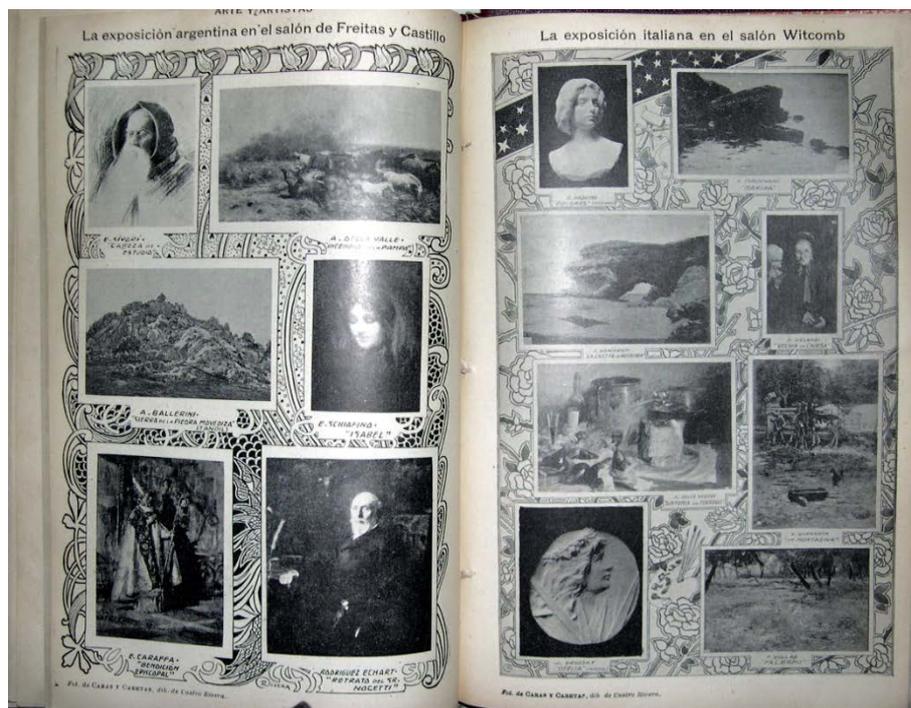


Fig. 6. “La exposición argentina en el Salón Freitas y Castillo”
y “La exposición italiana en el salón Witcomb”

En un artículo de extensión inusual para *Caras y Caretas*, ocho páginas firmadas por Figarillo, seudónimo de José S. Álvarez, más conocido como Fray Mocho, “La Academia de Bellas Artes. Su origen y estado actual”,¹⁵ traza la historia de la fundación de la Sociedad Estímulo “a la cual se deben en el país los actuales progresos en el orden artístico.” Celebra los esfuerzos de los artistas por la profesionalización del oficio, y afirma que quienes hasta hace pocos años no encontraban estímulo alguno y debían ejercer otras tareas, ya podían vivir de su arte. El cambio había sucedido a partir de 1880, época en la cual el movimiento de los pintores, “aficionados” aún, reunidos por José Agujari, establecieron un taller “que fue pronto una especie de cenáculo.” La página reproduce la carta dirigida por Eduardo Sívori y Alfredo Paris a Agujari, en una suerte de crónica ilustrada en la que se atribuye, con humor, el rol fundador de la Sociedad a Braulio Berrotarán, un comerciante conocido como Braulio “el de la puntilla”, que hacía de modelo a los pintores [fig. 7].

¹⁵ Figarillo, “La Academia de Bellas Artes. Su origen y estado actual”, *Caras y Caretas*, a. IV, n. 137, Buenos Aires, 18 de mayo de 1901.



Fig. 7. Figarillo, “La Academia de Bellas Artes. Su origen y estado actual”, *Caras y Caretas*, a. IV, n. 137, Buenos Aires, 18 de mayo de 1901.

En una semblanza de la historia de la institución, pero más extensamente del presente de la misma, reseña a la Academia de Bellas Arte, “a cuyas clases de estudio se refieren las ilustraciones que aquí presentamos”, sus talleres de dibujo, pintura, escultura, plástica ornamental, dibujo lineal, perspectiva, anatomía e historia del arte instalados en la calle Florida 783, en “pleno barrio aristocrático”. Menciona a los fundadores, así como a su Comisión Directiva y profesores, que con el apoyo del gobierno nacional junto con recursos propios les permitía brindar a sus 536 alumnos y 87 alumnas comodidades, modelos y materiales necesarios para sus estudios. Señala el carácter de centro de cultura intelectual con que se identifica a la Academia, la concurrencia de “distinguidas señoritas” así como de jóvenes de todas las clases sociales que adquieren conocimientos, algunos para hacer arte y otros para aplicarlos a la industria. [fig. 8]

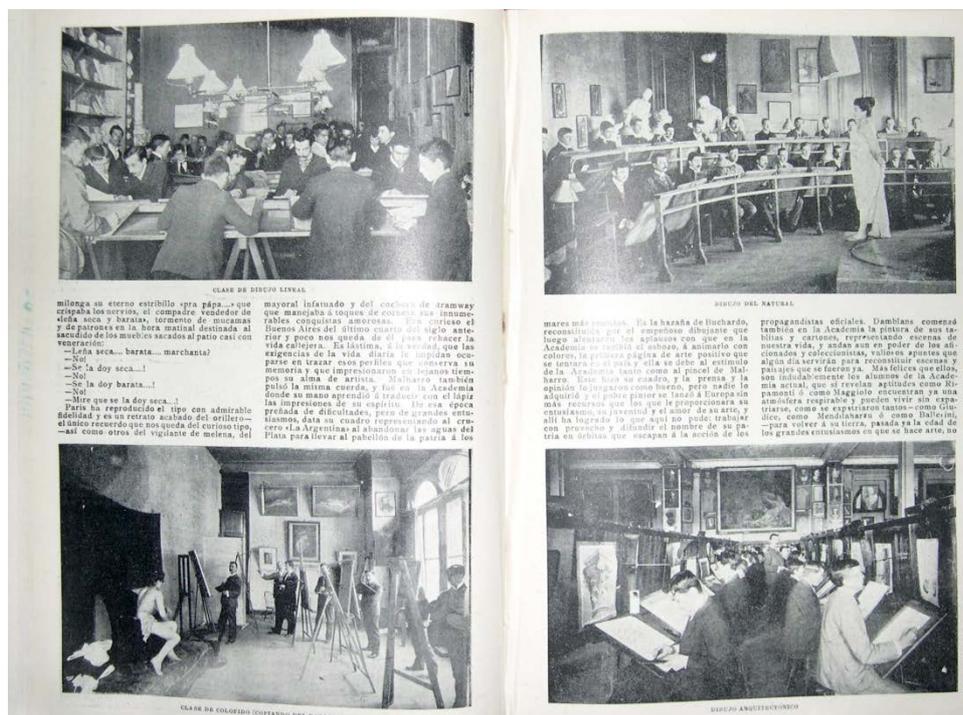


Fig. 8. Figarillo, “La Academia de Bellas Artes. Su origen y estado actual”, *Caras y Caretas*, a. IV, n. 137, Buenos Aires, 18 de mayo de 1901

Pero el foco del artículo indica que la hazaña de la Academia ha sido formarse “una atmósfera para poder vivir”, y contribuyó también a que muchos artistas que se han educado en ella copiando los tipos porteños populares hoy desaparecidos, reproducen esas imágenes como documentos históricos del pasado local y además, las difunden en el exterior, llevando “el nombre de su patria en órbitas que escapan a la acción de los propagandistas oficiales.” Este discurso que reproduce palabras conocidas y reiteradas en la crítica de arte de la época por Eduardo Schiaffino entre otros, se encuentra acompañado de doce fotografías atribuidas a los fotógrafos de la revista, de los talleres y sus alumnos, los profesores. El destino de esas imágenes es el amplio público de Buenos Aires y de numerosas ciudades del país.

Contexto discursivo y visual de *Caras y Caretas*

En el prospecto de presentación previo al nacimiento de la revista, *Caras y Caretas* niega tener un programa preconcebido, pero señala que en los apelativos de “festiva, literaria, artística y de actualidades” se condensa lo que podría decirse de las características de su proyecto editorial. Indagar la noción de lo “artístico” para los editores de la revista implica considerar un ámbito complejo de un amplio campo que tiene a las artes gráficas como centro, al dibujo como cruce de caminos entre las bellas artes y otras manifestaciones visuales y a la reproducción de imágenes como condición de posibilidad pública.

En un sentido empírico *Caras y Caretas* se constituyó como el primer periódico que utilizó en forma sostenida los procesos de reproducción tecnológica que autorizaron una disponibilidad masiva de imágenes para un público amplio imponiendo una mayor

presencia visual en el contexto material de la cultura urbana de entresiglos. La puesta en página fragmentada por una profusión de imágenes insertas junto a lo escrito se complementa con una diversidad de formas gráficas que se manifiesta en una cubierta policromada en papel ilustración, viñetas, fotografías, caricaturas y publicidad ilustrada, reproducidas mediante técnicas diversas.

Se ha vinculado este despliegue visual de las publicaciones periódicas¹⁶ de la modernidad con otras formas culturales y tecnologías de exhibición como el museo, las exposiciones universales,¹⁷ los dioramas, panoramas y otras, y se las ha leído con los conceptos e impulsos de “espectacularización”¹⁸ y “complejo exhibicionario”,¹⁹ favorecidos por las tecnologías visuales, los desarrollos disciplinares de la historia, antropología, biología, higienismo y sus formaciones discursivas, articuladas con las relaciones de saber y poder desarrolladas en el capitalismo analizadas por M. Foucault. Lejos de considerar a *Caras y Caretas* como operaria en el disciplinamiento de la mirada y como dispositivo panóptico, debemos especular acerca de su lugar de enunciación como medio de comunicación masiva que pretendía dotar de sentido a las miradas de una multitud de lectores, y que a su vez se encuentra con sensibilidades y competencias diversas.

El profuso despliegue visual que se asemeja al de otras formas de exhibición de carácter comercial como la vidriera, es convocado en la revista con las recurrentes noticias sobre las exposiciones universales reforzado con las imágenes y con el énfasis que se hace de los envíos “argentinos”. Se describe con particular énfasis el espacio donde se desarrolla la exhibición, y se habla de la concurrencia. El público está aludido frecuentemente en este tipo de notas, en los que “familias de la sociedad” o “distinguidas señoritas” se encuentra con una “concurrida multitud” o un “crecido número” de espectadores que desfilaban por las exposiciones.²⁰ La información gráfica acompaña invariablemente esta idea de multitudes anónimas que señalan el éxito de los eventos artísticos pero también se vincula con una entidad nueva para el siglo XIX, la masa, que tenía a su vez, un protagonismo político en otras notas del semanario referidas a cuestiones sociales. [fig. 9]

¹⁶ Algo de esto hemos analizado en: Sandra Szir, “Discursos, prácticas y formas culturales de lo visual. Buenos Aires, 1880-1910”, en María Isabel Baldasarre y Silvia Dolinko (eds.), *Travesías de la imagen. Historias de las Artes Visuales en la Argentina*, vol. I, Buenos Aires, Ed. CAIA/EDUNTREF, 2011, pp. 65-93

¹⁷ Donald Preziosi, entre otros, analiza estos procesos en *Brain of the Earth's Body. Art, Museums, and the Phantasms of Modernity*, Minneapolis-London, University of Minnesota Press, 2003.

¹⁸ Guy Débord lo ha propuesto en *La sociedad del espectáculo*, Santiago de Chile, Ediciones Náufrago, 1995 [1967]

¹⁹ Tony Bennett, *The Birth of the Museum: History, Theory, Politics*, London-New York, Routledge, 1995 y del mismo autor, *Past Beyond Memory. Evolution, Museums, Colonialism*, London-New York, Routledge, 2004. Véase para una perspectiva panorámica sobre este tema Bettina Messias Carbonell (ed.), *Museum Studies. An Anthology of Contexts*, Malden-Oxford, Blackwell Publishing, 2004.

²⁰ Por ejemplo en “Los artistas argentinos premiados en la exposición de San Luis”, *Caras y Caretas*, a. VII, n. 314, Buenos Aires, 8 de octubre de 1904.

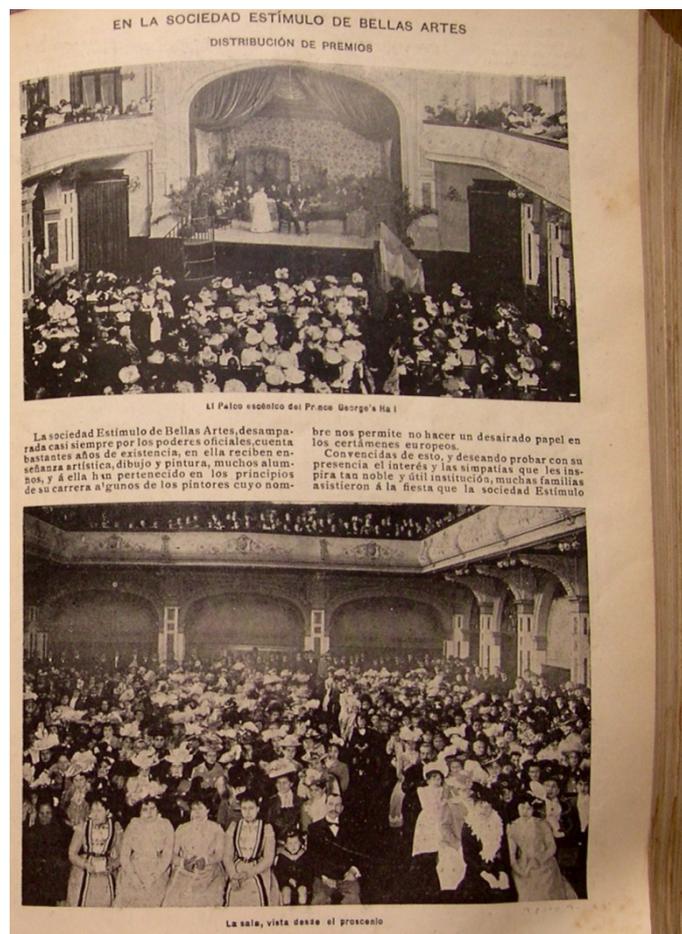


Fig. 9. En la Sociedad Estímulo de Bellas Artes. La distribución de premios”,
Caras y Caretas, a. V, n. 194, Buenos Aires, 21 de junio de 1902”

Si bien no se trata del mismo público que asiste a las exhibiciones y aquel que se organizaba en el movimiento obrero²¹ [fig. 10] o protagonizó la huelga de inquilinos de 1907,²² hay un nuevo sujeto en términos sociales, objeto de preocupación política por parte de los dirigentes y de estudio para la naciente sociología representada por Gustave Le Bon y Gabriel Tarde, y en el ámbito local por José María Ramos Mejía.²³

²¹ Alberto Ghirardo, “Movimiento obrero”, *Caras y Caretas*, a. VII, n. 276, Buenos Aires, 16 de enero de 1904.

²² “La guerra de los inquilinatos”, *Caras y Caretas*, a. X, n. 468, Buenos Aires, 21 de septiembre de 1907; “Sigue la huelga y principia el desalojo”, *Caras y Caretas*, a. X, n. 470, Buenos Aires, 5 de octubre de 1907.

²³ Gustave Le Bon, *Psicología de las masas*, Madrid, Morata, 2014 [1895]; Gabriel Tarde, *La opinión y la multitud*, Buenos Aires, Urbanita, 2013 [1901]; José María Ramos Mejía, *Las multitudes argentinas*, Buenos Aires, Secretaría de Cultura de la Nación-Editorial Marymar, s/f. [1899]



Fig. 10. Fotografía de muchedumbre en *Caras y Caretas*

En lo que concierne a *Caras y Caretas* a comienzos del siglo XX hay un nuevo público que accede a la cultura impresa y esto es un fenómeno verificable, así como una problemática social y política que implicó decisiones y suscitó una gran variedad de representaciones y discursos. Las visiones optimistas acerca de las posibilidades de la instrucción pública y la expansión de la lectura como factores decisivos del progreso, provenientes de la ideología iluminista e impulsados en la Argentina, entre otros, por el proyecto educativo de Domingo F. Sarmiento, fue seguido por un sentimiento de inquietud frente a resultados no deseados de esa expansión, la preferencia por las novelas por sobre otro tipo de lecturas o la diseminación de folletines criollistas. La idea de acompañamiento en la lectura popular fue abonada entonces por las elites letradas que se consideraban a sí mismas con los criterios y las condiciones morales para operar como guías.²⁴ La prensa por lo general asumió el proyecto cultural de ilustrar al pueblo y ya desde *El Museo Americano* de C. H. Bacle en 1835 hasta *La Ilustración Sudamericana* de fines del siglo XIX, diversos periódicos ilustrados hicieron explícita esa pretensión de intervenir en ese sentido con textos y con imágenes.

Al respecto de esa intervención puede percibirse en *Caras y Caretas* una posición inestable y ambivalente, proponiéndose en una situación de acompañamiento, como “educadora” en materia de arte, ciencia, y otras cuestiones, pero a menudo también impugnando a las elites y sus espacios consagrados a las prácticas culturales eruditas. Por otra parte, resulta claro que para la propia elite, *Caras y Caretas* representa

²⁴ Este proceso es presentado también en el contexto de algunos países europeos. Véase Jean Hébrard “Les nouveaux lecteurs”, en Roger Chartier y Henri-Jean Martin (dir.), *Histoire de l'édition française. Le temps des éditeurs. Du romantisme à la Belle Époque*, Paris, Fayard- Promodis, 1990, pp. 526-567. En la Argentina diversas voces se alzan en ese sentido como V. Quesada.

uno de esos productos vulgarizadores del gusto para consumo de un público popular. Schiaffino comparaba una mala obra pictórica con una oleografía y Ramos Mejía había afirmado que “la imitación que es más chillona y alegre, halaga mucho más el sentido amortecido de la muchedumbre que la realidad discreta, y la oleografía triunfa sobre el cuadro al óleo: Watteau y Rembrandt son derrotados por *Caras y Caretas*.”²⁵

Ciertamente el semanario a la vez que impugnaba las imitaciones y el mal gusto de los sectores medios,²⁶ promovía en parte la cultura de la copia. Publicitaba desde sus páginas la comercialización de reproducciones de fotografías que habían sido publicadas, y desplegaba amplia información acerca de otras formas visuales que conformaban los márgenes de las bellas artes como exposiciones humorísticas, de afiches o de bordados.²⁷ Asimismo daba cuenta de la circulación de tarjetas postales y todo tipo de estampas comerciales. Puede citarse la exposición de dibujos que *Caras y Caretas* realiza en 1905 en el Salón Castillo, el registro correspondiente indica que

Por eso mismo, los amantes del dibujo comprenden desde luego, que las obras que hoy presentamos cuando fueron hechas, lo fueron sin pretensiones de ser expuestas algún día. Son dibujos de *ocasión*, trazados al correr del lápiz la mayor parte –casi todos– para someterlos al grabado inmediatamente, sin pérdida de tiempo, cuando ya las máquinas de imprimir están prontas para recibirlos y dárselos al público en miles y millares de reproducciones.²⁸

En ese mismo sentido, la diversidad de imágenes que *Caras y Caretas* exhibe en cada ejemplar se produce con escasa jerarquización y también con yuxtaposición de registros que indica tensiones e intercambios entre la culturas popular y letrada, oral y escrita, rural y urbana, textual y visual, tradicional y moderna, atravesados por las características de los modos de producción y del propio objeto gráfico, que sirvió de soporte a esos múltiples y variados cruzamientos culturales. [fig. 11]

²⁵ José María Ramos Mejía, *Los simuladores del talento en las luchas por la personalidad y la vida*, Buenos Aires, Félix Lejouane & Cía., 1904, p. 35

²⁶ Para el consumo artístico véase María Isabel Baldasarre, *Los dueños del arte. Coleccionismo y consumo cultural en Buenos Aires*, Buenos Aires, Edhasa, 2006.

²⁷ “La exposición humorística. Su inauguración en el Círculo Italiano”, *Caras y Caretas*, a. V, n. 220, Buenos Aires, 20 de diciembre de 1902; “Exposición arte humorístico”, *Caras y Caretas*, a. V, n. 216, Buenos Aires, 22 de noviembre de 1902; “Bellas Artes. Exposición de estampas”, *Caras y Caretas*, a. IV, n. 148, Buenos Aires, 28 de julio de 1901; “Arte y artistas. La exposición de ‘affiches’ del concurso universal”, *Caras y Caretas*, a. IV, n. 158, Buenos Aires, 12 de octubre de 1901; “El concurso universal de ‘affiches’. Los tres primeros premios”, *Caras y Caretas*, a. IV, n. 161, Buenos Aires, 2 de noviembre de 1901.

²⁸ “La exposición de CARAS Y CARETAS”, *Caras y Caretas*, a. VIII, n. 339, Buenos Aires, 1º de abril de 1905.

Hornadas Internacionales de Estudios sobre Revistas Culturales Latinoamericanas **FICCIONES METROPOLITANAS**

Revistas y redes internacionales en la modernidad artística latinoamericana

Centro de Estudios Espigas – IIPC-UNSAM, Buenos Aires, 8-9 de mayo de 2017



Fig. 11. “La exposición de ‘affiches’ del concurso universal”, *Caras y Caretas*, a. IV, n. 158, Buenos Aires, 12 de octubre de 1901

COÑAC DOMEQ

Éxito colosal puede llamarse el obtenido por los señores Laclaustra y Sáenz, en el concurso que han organizado para un cartel anunciador del famoso Coñac Domecq, con la concurrencia de 131 obras de verdadero arte, habiendo sido la exposición por ellas un acontecimiento porque han desfilado por el local de la Avenida de Mayo, donde estaba instalada, todo el público inteligente de Buenos Aires.

Publicamos los carteles que fueron premiados, para que muchas de las personas que no pudieron visitar la referida exposición conozcan las obras que merecieron las recompensas otorgadas por los organizadores señores Laclaustra y Sáenz, con arreglo al fallo dictado por el Jurado.

También hemos de informar a nuestros lectores de la procedencia del Coñac Domecq, cuyo especial y delicado producto es hoy de fama universal.

La casa de Pedro Domecq de Jerez de la Frontera, fué fundada el año 1733 con un fuerte capital, para la explotación de los vinos jerezanos, y desde tan remota fecha ha venido sucediéndose de padres a hijos sin perder el nombre del fundador, ni dejar cada sucesor de introducir en sus bodegas cuantas reformas han permitido la práctica y la ciencia en el cultivo de sus plantaciones y en la elaboración de sus ricos vinos, habiendo sido altamente recompensada con honores de diferentes soberanos, y en España tiene especial privilegio de usar el escudo Real en todos sus envases por gracia otorgada por el Rey Fernando VII desde 17 de Octubre de 1824.

Desde muy remota fecha la casa Pedro Domecq dedica el obrante de sus mostos á la elaboración de alcoholes, que eran exportados á Francia para dedicarlos á la fabricación del coñac, y con estas primeras materias alcanzaron algunas marcas gran fama, y en mucho contribuyó la casa Domecq al renombre que alcanzó Francia con sus coñacs, que en gran parte procedían de alcoholes de es-

Concurso de carteles del COÑAC DOMEQ

Premiado + 2000

tas importantes destilerías.

En el año 1850 abrió principio la casa Pedro Domecq á la fabricación del coñac el primero fabricado en España, y de esa fecha es la marca *Fundador*, verdadero elixir por su aroma y vapor, sin rival en el mundo.

Sucesivamente han seguido fabricando sus respectivos marcas *Extra*, *Tres Cepas*, *Dos y Una Cepa*, que son superiores á todas sus similares, y en igualdad de precios es preferido el coñac Domecq, en cuantos mercados se introduce, por la excelente calidad del mismo, y en muchas partes ha logrado desterrar por completo á todas las demás marcas. En esta República tiene un consumo enorme en los dos años que lleva de ser introducido, siendo pocas las casas particulares donde no le tienen, y también muy pocos los establecimientos de alguna importancia que no expendan tan preciado artículo.

Mucho tienen que agradecer los españoles aquí residentes, á la casa de Laclaustra y Sáenz, por los grandes esfuerzos y sacrificios que les ha ocasionado conseguir la importación en tan grande escala como lo hacen, de los mejores artículos de España, y especialmente por haber dedicado su atención preferente á los productos de la casa Pedro Domecq, reconocidos universalmente como los más superiores de la Península Ibérica.

Son representantes é importadores los señores Laclaustra y Sáenz, de los renombrados vinos de la Compañía Vinícola del Norte de España, los más acreditados para mesa en toda la península, porque rivalizando en calidad con las mejores marcas de Bordeaux, son infinitamente más baratos, habiendo obtenido las más altas recompensas en la última exposición de París. Es también importadora la referida casa de toda clase de vinos, licores, aceites, garbanzos, conservas y otra infinidad de artículos de España, todos especiales, que sin reparar en sacrificios da á conocer en esta República.

No concluiremos esta ligera reseña del concurso del Coñac Domecq, sin manifestar á los señores Laclaustra y Sáenz, y á los artistas premiados, en su mayoría colaboradores de esta revista, nuestro más cumplido elogio por el brillante resultado obtenido en dicho certamen.

NOTA.—Hacen un ruego los señores Laclaustra y Sáenz, á los artistas que no han pasado á retirar las obras presentadas al concurso, se sirvan hacerlo á la referida casa calle de Maipú N.º 41.

SEÑOR GIMÉNEZ SEÑOR CAO SEÑOR ORLANDI SEÑOR SOTO

SEÑOR VILLALOBOS SEÑOR GASPARY SEÑOR KUSKY SEÑOR ARBY

Fig. 12. Concurso de carteles de Coñac Domecq

El concepto de cultura masiva viene en auxilio, pero cabe aclarar que no es considerado -utilizando un término de Grignon y Passeron- como un concepto

‘bulldozer’ tales como ‘urbanización’, ‘industrialización’, ‘cultura de masas’, ‘sociedad de consumo’, etc., que despejan de modo tan enérgico el terreno, que no podemos distinguir nada más después de su paso. Por el contrario, hay que procurarse los medios empíricos para estudiar la relación entre los consumos y los gustos, para tratar de reconstruir la lógica, diferente según los grupos y según las épocas, de los préstamos y de las retraducciones, para examinar en qué medida las diferentes capas de las clases populares llegan a apropiarse, no sólo materialmente, sino también simbólicamente, de los bienes de gran consumo.²⁹

Es decir, esta homogeneización del concepto debe ser desplegada para dar lugar en el caso de *Caras y Caretas* a lo que los historiadores culturales proponen para comprender las dinámicas de la cultura de cruces, y los modos como se enlazan las formas impuestas y las identidades salvaguardadas, más o menos alteradas.³⁰ La cultura masiva resulta entonces un espacio poroso en el cual formas de la cultura letrada y de la cultura popular se entrelazan de maneras variadas y complejas.

Consideraciones finales

Se han mostrado algunos de los contenidos que *Caras y Caretas* presentó con respecto al arte, los artistas y sus obras, y hemos indicado que más que desplegar argumentos y reflexiones acerca de esos temas, el semanario registraba noticias y movimientos en el campo artístico. Sin embargo, a su manera *Caras y Caretas* intervino en los debates del momento acerca de la consideración del arte y la conformación de un arte nacional. Los modos cómo lo hizo se vinculan con la utilización por parte del semanario popular ilustrado de las herramientas discursivas y gráficas que conformaban el modo de comunicación que alcanzó públicos masivos. Con sus palabras, sus imágenes, y sus innumerables entrecruzamientos de contenidos, registros y medios, brindaba al lector una suerte de orientación acerca de todos los temas posibles. *Caras y Caretas* encauzó a partir de las formas discursivas breves y géneros diversos, una forma de ver y concebir los sucesos de actualidad política nacional e internacional, eventos sociales, crónica urbana, ciencias o bellas artes, en clave nacional. Esto interpeló a un público masivo que se identificaba con sus modos de representación y que hicieron posible la convergencia entre intelectuales formadores del gusto, intermediarios y público.

²⁹ Claude Grignon y Jean-Claude Passeron, *Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y en literatura*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1991, p. 20.

³⁰ Roger Chartier, “¿Existe una nueva historia cultural?”, en Sandra Gayol y Marta Madero (eds.), *Formas de historia cultural*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Gral. Sarmiento/Prometeo, 2007, p. 39.