

LAS CONQUISTAS DE LO EFÍMERO



MUSEO
NACIONAL
DEL GRABADO



LAS CONQUISTAS DE LO EFÍMERO

Curadora
Sandra Szir

Presidente de la Nación
Alberto Fernández

Vicepresidenta
Cristina Fernández de Kirchner

Ministro de Cultura
Tristán Bauer

Jefe de Gabinete
Esteban Falcón

Secretaria de Patrimonio Cultural
Valeria González

Directora Nacional de Museos
María Isabel Baldassarre

Directora Nacional de Gestión Patrimonial
Viviana Usubiaga

Directora del Museo Nacional del Grabado
Cristina Blanco

GRAFICA E INDUSTRIA EN TIEMPOS DE CARAS Y CARETAS



Indice

- 9 **Masivas y perdurables**
María Isabel Baldasarre
- 15 **Las conquistas de lo efímero**
Sandra Szir
- 29 ***Caras y Caretas* y la irrupción de las revistas de masas en Argentina**
Julio Moyano
- 35 ***Caras y Caretas*: exposición, mirador, panorama, almacén, 'emporio de avisos y recortes'**
Geraldine Rogers
- 39 **Impreso en Buenos Aires**
Andrea Gergich
- 47 **PIEZAS EXHIBIDAS**
- 139 **Imprentas de Buenos Aires**
Ana Bonelli y Aldana Villanueva
- 157 **Contenidos accesibles y para infancias**
- 168 **Lista de obras**
- 177 **Bibliografía**



Masivas y perdurables

María Isabel Baldasarre

Directora Nacional de Museos

Pensadas para durar poco, para circular de mano en las páginas de la prensa ilustrada o para trasladarse por el océano en forma de tarjeta postal, las imágenes se volvieron masivas a fin del siglo XIX. Fue el momento en que se consolidó en la Argentina una cultura visual moderna que, desde su centro irradiador en Buenos Aires, se extendió y se nutrió de escenas que provenían de todo el territorio nacional. En ese proceso hubo una revista que fue fundamental en tanto a sus nuevos métodos de impresión, por la maestría de sus ilustradores y fotógrafos, pero principalmente por su avidez por volverlo todo visual. Se trató de *Caras y Caretas*, publicación que aún hoy sigue fascinándonos por la diversidad y versatilidad de sus imágenes. El camino marcado por *Caras y Caretas* fue rápidamente imitado por muchas otras revistas ilustradas, que copiaron su puesta en página y su uso de las imágenes e incluso tuvieron títulos que hacían alusiones burlonas a su nombre. Era difícil pasar por alto un medio gráfico que había cambiado, de una vez para siempre, el modo en que circulaban y se transmitían las noticias, se ilustraban las crónicas, cuentos y poemas y se ofrecían a la venta los productos de moda.

Las conquistas de lo efímero, exposición bajo la curaduría de Sandra Szir, pone a *Caras y Caretas* en el centro de la revolución visual que se operó en Buenos Aires entre el paso del siglo XIX al XX, es decir, es mucho más que la historia del surgimiento y las primeras décadas de esa revista. Basada en un trabajo de investigación de largo aliento, la exhibición nos sumerge en cómo se imprimían y circulaban las imágenes. Nos muestra los cambios que se operaban en una fotografía o una ilustración, pensadas para ser modelos fugaces, en su tránsito hacia las páginas de una revista. Reconstruye cómo eran las novedosas técnicas de impresión, de la litografía al fotograbado, de inmediato arribo y utilización en nuestro suelo. Trae ejemplares de revistas extranjeras que funcionaron como prototipos y que permiten entender cómo todos estos cambios se materializaron para que Buenos Aires formara parte de esta cultura visual global, mucho antes de que la palabra globalización estuviese aún en el vocabulario de sus habitantes.

Las imágenes de principios del siglo XX excedieron las páginas de las revistas. Se desparmaron por afiches publicitarios, marquillas de cigarrillos, partituras de tango y catálogos de tiendas, por solo mencionar algunos de sus soportes. Nos atraen por sus innegables cualidades gráficas, pero también porque nuestra visualidad digital desmedida es de algún modo deudora de aquella, exponencial, de hace más de cien años.

Como nos tiene habituados el Museo Nacional del Grabado, la historia de las técnicas y

la tradición gráfica reverberan y se activan en tiempo presente. Un espacio participativo de taller invita a niñas, niños y personas adultas a experimentar la misma excitación gráfica que quizás animó a los imprenteros o tipógrafos de Caras y Caretas a inicios del novecientos. El proceso de impresión tiene mucho de acto mágico. Algo vital sucede al pasar la matriz y el papel por la prensa, algo que nos lleva a intentar descifrar –con asombro, emoción y olor a tinta fresca– el acto alquímico que los convirtió en estampa. Nuestro mirar incrédulo compara matriz y copia, se regodea en las imágenes del pasado y el presente, y no se resigna a asumir el carácter efímero de cada nueva conquista.







Las conquistas de lo efímero

Caras y Caretas y la gráfica industrial expandida
(Buenos Aires, 1890-1930)

Sandra Szir

Contempladas las artes gráficas argentinas en el presente período, siéntese una gran satisfacción. Nada queda de aquel fatal decaimiento de hace algunos años, en que la imprenta parecía que iba a desaparecer, presa de anemia terrible que la consumía; (...)

¡Cuánta diferencia hoy de aquella tan cercana época! Podría casi aseverarse que nuestro renacimiento surgió con *Caras y Caretas*, coincidiendo con un mejoramiento económico que marcó el principio de una nueva época de asombrosa prosperidad en toda la Nación, y con ella la abundancia del trabajo y la mayor actividad en los negocios, y por consecuencia el fomento del arte. (...)

Regocijémonos, pues: *el buen espíritu vuelve*.
Éxito Gráfico, 1908¹

...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*.
José María Ramos Mejía, 1904²

Los dos epígrafes que encabezan este texto, confrontados, revelan la ambigüedad cultural con que se observaba al primer semanario ilustrado de carácter masivo que se publicó en Buenos Aires, *Caras y Caretas*. El primero indica la celebración del triunfo de un miembro de sus propias filas y de su propio desarrollo por parte de

1. "El buen espíritu vuelve", *Éxito Gráfico*, a. III, n. 28, Buenos Aires, abril de 1908.

2. 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.

los impulsores de la industria tipográfica. El segundo señala, en palabras de Ramos Mejía, la expresión de las élites intelectuales que lamentaban la forma como los nuevos medios, con su capacidad de reproducción, colorido e imágenes complacientes, disputaban los modos tradicionales de cultura. Entre estas tensiones se ubican varios problemas históricos que conciernen a las formas nuevas de la cultura gráfica que irrumpieron a fines del siglo XIX y comienzos del XX en Buenos Aires y otros centros urbanos.

En efecto, en un período anterior al nacimiento de la radio, la televisión y otros medios masivos, la necesidad de registrar, difundir o simbolizar información e ideas y alcanzar públicos más amplios descansaba en la cultura impresa, lo que condujo a la multiplicación de una gran diversidad de artefactos gráficos de diferentes usos y formas. Las condiciones de posibilidad económicas, sociales, culturales y políticas se articularon con los factores tecnológicos, es decir, los nuevos métodos de fabricación de impresos y de reproducción de imágenes que habilitaron una amplia difusión. A las tradicionales técnicas de grabado que acompañaban la edición de libros se sumaron los procedimientos industriales que posibilitaron mayor velocidad y abaratamiento de las impresiones, así como la reproducción del color o el emplazamiento de fotografías en las ediciones. El mundo de lo visual se vio transformado entonces por una proliferación de impresos ilustrados que circularon en todos los campos de la vida social. Las imágenes reproducidas, mucho más presentes, transitaban del libro al periódico, la tarjeta postal, la etiqueta comercial o el afiche, tuvieron una circulación inédita hasta ese momento y cumplieron un rol significativo en un paisaje cultural urbano en transformación. Estos nuevos dispositivos visuales, impresos ilustrados y coloridos de consumo amplio en los que confluyeron textos e imágenes y otras formas de comunicación visual, manifestaron un nuevo lenguaje gráfico, diferente al de las artes tradicionales, y se ofrecieron como *ephemera* gráfica³ –de uso comercial, pedagógico o político, pero también personal y afectivo– en impresos diseñados antes que los diseñadores se conformaran como profesionales en sus prácticas y saberes disciplinares.

Esta expansión de la cultura impresa ilustrada de comienzos del siglo XX se ha considerado muy ocasionalmente desde los estudios académicos y resulta un dominio difícil de circunscribir. Muchos objetos se han perdido o se encuentran dispersos en colecciones públicas o privadas, a menudo mal conservados. Resultan escasas las fuentes que permiten reconstruir las narrativas acerca de sus procesos de producción, los sujetos que participaron en ellos, las prácticas y sentidos de su consumo. Estas dificultades se articulan con los complejos problemas que invo-

lucran las particularidades locales de los modos de fabricación de esta imaginaria ligada a intercambios internacionales de tecnologías, personas y objetos que generaron operaciones transculturales de apropiación de modelos e imágenes. Al mismo tiempo, se destacan otros problemas como los desarrollos tecnológicos y sus efectos en los consumos culturales en el contexto del proceso de masificación, o la persistencia del dibujo y el trabajo manual de artistas y técnicos a pesar de la industrialización. Estos dispositivos, que cruzaron los usos utilitarios con los consumos estéticos y generaron valoraciones sociales o culturales también diversas, se destacan por la fuerza y la ambigüedad de la imagen, la fragilidad de su soporte y la riqueza visual. El vasto campo de investigación que abren y las cuestiones metodológicas que generan⁴ demandan una perspectiva transdisciplinar con aportes de los estudios visuales, la cultura popular, las artes gráficas, el diseño y la historia del arte.

Curiosidad visual e ilustración de noticias en el siglo XIX

Como señala el epígrafe de *Éxito Gráfico*⁵, el semanario ilustrado *Caras y Caretas*⁶ –que comenzó a publicarse en Buenos Aires en octubre de 1898– fijó un punto de inflexión en el campo de la cultura gráfica. A la vez, su consolidación como medio de comunicación masivo de amplio alcance de público empujó un mayor desarrollo de la industria de la imprenta en general. El carácter de fenómeno cultural innovador se debe en parte a que fue el primer periódico ilustrado que utilizó en forma sostenida nuevos medios, sistemas de producción y procesos de reproducción tecnológica con el objeto de poner al alcance de un público numeroso de clases media y popular una abundante cantidad de información, ficción e imágenes. Conquistó así desde sus páginas a miles de lectores que se identificaron con sus temas y modos de representación. Con innovaciones materiales y visuales –cubierta ilustrada a color, formato reducido, mayor cantidad de páginas y más imágenes que las publicaciones precedentes– y un modo directo e informal de comunicarse con el lector, presentó contenidos misceláneos, de actualidad política, humor, literatura, divulgación científica, noticias sociales y publicidad a través de diversos géneros

3. El término refiere a documentos transitorios de factura o soporte modestos, impresos en papel y producidos para un uso específico. Tickets de ómnibus, tren o teatro necesarios para el momento de uso, devienen papel de desecho una vez utilizados. Ver, entre otros, Maurice Rickards, *This is Ephemera. Collecting Printed Throw-aways*, London, David & Charles, 1978; Maurice Rickards (autor), Michael Twyman (ed.), *The Encyclopedia of Ephemera. A Guide to the Fragmentary Documents of Everyday Life for the Collector, Curator and Historian*, London, The British Library, 2000; Michael Twyman, *Ephemera. Les imprimés de tous les jours, 1880-1939*, Lyon, Musée de l'imprimerie de Lyon, 2001; Graham Hudson, *The Design and Printing of Ephemera in Britain and America, 1720-1920*, London, British Library, 2008.

4. Una extensa bibliografía provee modelos metodológicos para aproximarse a este corpus. Solo como ejemplo ver Évanghélia Stead & Hélène Védrine (dir.), *L'Europe des Revues (1880-1920). Estampes, Photographies, Illustrations*, Paris, Presses de l'Université Paris-Sorbonne, 2008, p. 8.

5. *Éxito Gráfico* fue publicada en Buenos Aires entre 1905 y 1915, editada por la empresa Curt Berger y Cia., distribuidora de todo tipo de insumos para la industria gráfica. Fue dirigida por Antonio Pellicer, un tipógrafo e impulsor de la formación e institucionalización del sector y uno de los fundadores del Instituto Argentino de Artes Gráficas. La variedad y calidad de sus artículos y las cualidades materiales de la publicación, junto con sus avisos publicitarios, denotan el desarrollo que el campo gráfico industrial había alcanzado, o aspiraba conseguir.

6. *Caras y Caretas* fue fundada por el periodista español Eustaquio Pellicer, el escritor José Sixto Álvarez –conocido como Fray Mocho– y el ilustrador Manuel Mayol. Contó con la colaboración de numerosos escritores como Leopoldo Lugones, Horacio Quiroga o Francisco Grandmontagne, entre otros. Como colaboradores artísticos se encuentran las firmas de José María Cao Luaces, Mario Mayol, Aurelio Giménez, Francisco Fortuny, Arturo Eusevi, Mario Zavattaro, Alejandro Sirio, y otros, acompañados por el equipo de fotógrafos que proveían los insumos que cubrían la actualidad visual.

discursivos. Constituyó un artefacto cultural que articuló la transición entre la comunicación gráfica periódica del siglo XIX y las innovaciones de las revistas del siglo XX.

En efecto, *Caras y Caretas* se inscribía en una rica tradición decimonónica de prensa ilustrada, aunque también se distanciaba de ella. Si bien se trata de un corpus no explorado en profundidad, durante el siglo XIX existió un abundante número de periódicos y diarios que operaron como medios de difusión de noticias y representación social. Las distintas publicaciones desplegaron contenidos vinculados con literatura, pensamiento político, sátira, temas científicos, crónicas históricas y eventos de actualidad. Desde los primeros impresos con imágenes litografiadas por César H. Bacle⁷ en la década de 1830 hasta los que aplicaron técnicas fotomecánicas a fines de siglo, sus editores emplazaron en sus páginas un amplio conjunto de grabados producidos a través de diversas estrategias gráficas. A diferencia de *Caras y Caretas* y las publicaciones que la siguieron en el siglo XX, que utilizaron mayormente las técnicas fotomecánicas industrializadas y el color a través de la cromolitografía, el procedimiento que hegemonizó la producción visual en la prensa ilustrada del siglo XIX fue la litografía, combinada con un uso minoritario de la xilografía y, después de 1880, con los primeros procedimientos fotomecánicos.

La tecnología litográfica –impresión química a partir del tratamiento de una matriz de piedra caliza– inventada por Alois Senefelder en Munich a fines de la década de 1790 se había difundido a diversas ciudades del mundo, entre ellas Buenos Aires, donde arribó en 1827⁸. Como indica el estudioso de la comunicación gráfica Michael Twyman, fue un método de impresión nuevo que se desarrolló, alternativo al tipográfico y los bloques de madera de la xilografía, ambos en relieve, por un lado, y al de las planchas de cobre y las impresiones en hueco, por el otro.⁹ La litografía actuó en Argentina como principal modo de multiplicación de imágenes en el siglo XIX y cumplió un rol significativo en la cultura visual del período como actividad estética y comercial, enmarcada en el arte, en la comunicación visual, en la tecnología, la industria y el comercio.

En los periódicos ilustrados culturales, satíricos o de actualidad la imagen ocupaba

7. Bacle fue un naturalista suizo que llegó a Buenos Aires en 1827 e instaló junto a su mujer, la artista Andrienne Macaire, la primera compañía litográfica que operó con continuidad en el país. Bacle y Cia. –desde 1829, Litografía del Estado– publicó, hasta la muerte de Bacle en 1838, retratos, estampas, cuadernos de música, álbumes costumbristas, cartas geográficas, programas de teatro, impresos comerciales, entre otros objetos. De sus prensas salieron los primeros periódicos con una cantidad significativa de ilustraciones. Ver Alejo González Garaño, *Bacle. Litógrafo del Estado. 1828-1838*, Buenos Aires, Amigos del Arte, 1933; del mismo autor, “Prólogo”, Bacle y Cia. Impresor Litógrafo del Estado, *Trages y costumbres de la Provincia de Buenos Aires*, (Edición facsimilar), Buenos Aires, Viau, 1947; Rodolfo Trostiné, *Bacle. Ensayo*, Buenos Aires, Asociación Libreros Anticuarios de la Argentina, 1953; Bonifacio del Carril, *Monumenta Iconographica. Paisajes, Ciudades, Tipos, Usos y Costumbres de la Argentina. 1536-1860*, Buenos Aires, Emecé, 1964.

8. El primero en imprimir imágenes en litografía fue otro naturalista, el viajero Jean-Baptiste Douville (1794-1837), que produjo una serie de retratos de figuras públicas a partir de una prensa que había sido importada por el impresor John Q. Beech. J. B. Douville, *Viajes a Buenos Aires, 1826 y 1831*, Buenos Aires, Emecé Editores, 1984.

9. Michael Twyman, *Breaking the Mould: The first Hundred Years of Lithography*, London, The British Library, 2001, p. 3.



un lugar fundamental, por lo general, en láminas fuera de texto. La técnica litográfica no permitía la impresión de la imagen en la página conjuntamente con el texto debido a la incompatibilidad del sistema plano con el relieve de la forma tipográfica. El resultado era entonces un desarrollo visual e iconográfico de imágenes en blanco y negro que ocupaban la página, por lo general, de gran formato. Como las fotografías de hoy, las imágenes circulaban de un periódico a otro y, entre América y el mundo, se comercializaban clichés o se copiaban directamente de impresos extranjeros. En el *Museo Americano* (1835-36) y *El Recopilador* (1836), ambos editados por Bacle, viñetas y láminas eran calcadas en la piedra litográfica, tomadas de las páginas de la *Penny Magazine*—fundada en Londres en 1832 por Charles Knight—, *El Instructor*—impreso por Ackermann y Cía. en Londres en español para comercializar en América Latina— o el periódico francés *Le Magasin Pittoresque*.¹⁰ Se trataba de una dinámica cultural conectada globalmente en el contexto de una red de comunicación internacional. Estos intercambios demuestran a menudo desigualdades entre las distintas regiones por los recursos disponibles y la posibilidad o limitación de producir imágenes propias, así como intereses nacionales en algunos contenidos, asimetrías o políticas coloniales. Los periódicos ilustrados representan la huella de esos contactos y encuentros transculturales en sus apropiaciones selectivas, mediaciones, traducciones, resignificaciones o resistencias.

Esto no impidió el desarrollo local de ilustradores e impresores que establecieron un “régimen visual de ilustración de noticias”¹¹ en un conjunto extenso y heterogéneo de iconografías, materialidades y rasgos visuales diversos. El *Correo del Domingo* (1864-1868/1879-1880), semanario ilustrado de literatura, ciencias y arte dirigido por José María Cantilo, fue uno de los primeros periódicos locales que brindó noticias de actualidad ilustrada, algunas firmadas por Henri Meyer y reproducidas en la litografía de Jules Pelvilain. La práctica de enviar ilustradores reporteros en la cobertura de noticias comenzó a ser más frecuente a partir de la segunda mitad del siglo XIX. La fotografía aún requería equipos pesados y tiempo de revelado, por lo que las estrategias visuales narrativas de los periódicos se basaban en la ilustración manual. La creencia en el valor de la subjetividad del artista como testigo de un hecho daba credibilidad a la imagen como documento.

Otro tipo de iconografías es la que difundían los periódicos satíricos, que formaron parte de la vida política del siglo XIX al operar en las batallas partidistas difundiendo opiniones, críticas o propaganda de los diferentes bandos rivales. De formatos variados, encontraron una función que conectó a los lectores con las imágenes de figuras públicas caricaturizadas ofreciendo formas visuales a una identidad política. *El Mosquito* (1863-1893), fundado por Henri Meyer y luego conducido e ilustrado por Henri Stein, y *Don Quijote* (1884-1903), del español Eduardo Sojo acompañado por Manuel Mayol y José María Cao, fueron los que tuvieron una existencia más prolongada, pero hubo muchos otros.¹² Los recursos

de la caricatura y un discurso textual articulado con las imágenes eran favorecidos por la litografía al permitir que el artista trabajara directamente sobre la piedra, dando como resultado cierta libertad en el diseño donde ilustraciones y otras formas gráficas interactuaban con un texto también dibujado a mano de un modo flexible. Deformaciones, situaciones absurdas, sustituciones de personajes por objetos o animales crearon un código visual reconocible para lectores informados y representaron la política y la sociedad de la época, pero también intervinieron en ella.

En las últimas décadas del siglo XIX, la prensa ilustrada se caracterizó por la introducción de técnicas fotomecánicas—*fotogravure*, heliogravado, fotogravado de medio tono—. Conformen una historia compleja de formas de representación y comunicación que ha sido vista como antecedente del fotoperiodismo pero que resulta en sí misma una cultura visual de noticias, un archivo de narrativas y políticas de producción locales y, a la vez, transnacionales.

La Ilustración Argentina (1881-1888) fue un proyecto que reunió a escritores y artistas visuales,¹³ señalaba tener una misión en la vida social argentina, cultural y nacional y allí confluyeron ilustraciones y grabados junto con los impulsos de la renovación periodística y las tecnologías de la fotomecánica. *El Sud Americano* (1889-1891), impreso por la Compañía Sudamericana de Billetes de Banco, fue un periódico de gran formato y profusamente ilustrado que difundió retratos, vistas urbanas o paisajes, registros de la actualidad, tipos o escenas de costumbres. Sus formas de noticias ilustradas creaban ambientes, tornando familiares eventos y lugares. Afines a sus contenidos, se destacan imágenes a doble página que expresan una *narrativa del progreso*, un impulso institucional en el que el desarrollo material y urbano presenta espacios construidos y arquitecturas que dominan el entorno. Relacionaba así contenidos y lectores, cultura e ideología, funciones documentales y expresivas. Como estrategias de difusión de ideas, las imágenes funcionaban a menudo en sentidos de construcción de sentimientos de identidad colectivos en el proceso de conformación de la nación.

Caras y Caretas y el proceso de masificación visual en la cultura gráfica

Caras y Caretas desplegó textos e imágenes que representaron durante cuarenta años—desde 1898 hasta 1939—la vida cotidiana de la Argentina de entonces, las cuestiones políticas, de clase, género o nacionales, a través de innumerables escenas, humor gráfico, retratos individuales o colectivos. Y lo hizo en un dispositivo que representaba la vida moderna en su propia materialidad y visualidad. Por medio del esfuerzo de fabricación industrializada de miles de ejemplares, su multiplicación

10. Sandra Szir, “Romanticismo y cultura de la imagen en los primeros periódicos ilustrados en Buenos Aires. *El Museo Americano*. 1835-1836”, en *Estudios. Revista de Investigaciones Literarias y Culturales*, a. 18, n. 36, Caracas, Universidad Simón Bolívar, Venezuela, julio-dic 2010, pp. 296-322.

11. Kevin Barnhurst y John Nerone, *The form of News*. A History, New York-London, The Guilford Press, 2001, p. 113.

12. Algunos de los títulos son *La Cencerrada*, *El Diablo en Buenos Aires*, *El Petróleo*, *El Fraile*, *El Porteño*, *El Cascabel*.

13. En cuanto a los escritores se destacan Benigno Lugones, José María Cantilo, Adolfo Mitre, Rafael Obligado, Estanislao Zeballos, Martín García Mérou, Alberto Navarro Viola, Eduarda Mansilla, Amelia Palma; y los artistas Augusto Ballerini, Eduardo Sívori, Lucio Correa Morales, Graciano Mendilaharsu, Eduardo Schiaffino y Martín Malharro, entre otros.

y masificación transformó la cultura visual tornándola en objeto de consumo. El análisis de la revista como espacio de representación y a la vez como dispositivo permite examinarla en sus modos materiales: un impreso ilustrado fotomecánicamente con un contenido diverso, que se ofrecía a los lectores como un artefacto diferente al libro o al diario.

Imágenes y textos, fotografías e ilustraciones generaron modos de lectura y tipos de público singulares, con registros discursivos intimistas y coloquiales para una audiencia, sin embargo, masiva. Las imágenes ocupaban un espacio privilegiado en los modos de comunicación y los diversos elementos visuales se emplazaban en todas las páginas fragmentando los textos e interactuando con sus sentidos. Las técnicas fotomecánicas y las manuales se combinaban en el proceso de industrialización de la cultura gráfica.

Pero además de utilizar las tecnologías de impresión disponibles, su éxito comercial –inició su camino imprimiendo 15.000 ejemplares y alcanzó en pocos años tiradas de 100.000– contribuyó a consolidar las innovaciones tecnológicas adicionales como la impresión a color a partir de la cromolitografía y el fotograbado de medio tono.

La cromolitografía había sido propuesta ya por el propio Alois Senefelder, pero fue perfeccionada y patentada por Godefroy Engelmann en Francia en 1837. Su uso se difundió luego de 1860 y, si bien convivió con la litografía monocroma y luego de 1880 con los procesos fotomecánicos, constituyó entre 1890 y 1930 la técnica dominante para producir impresos a color, aplicándose a un enorme rango de productos comerciales.¹⁴ Hasta la primera mitad del siglo XIX los impresos eran monocromos. Luego, el público comenzó a encontrar cada vez con más frecuencia color en afiches en las calles, en cajas coloridas en los negocios, en salones escolares con mapas y otros cuadros murales, en libros y revistas. A fines del siglo XIX las máquinas litográficas a vapor le dieron un impulso mayor al proceso de industrialización de la imagen a color y el rango de impresos se multiplicó. Las máquinas más poderosas podían imprimir grandes cantidades y varias imágenes en una piedra, y una hoja, lo cual reducía el costo por unidad y hacía el impreso a color masivo y sostenible. Estas impresoras admitían piedras de mayor tamaño –de 1 metro por 60 u 80 centímetros– para grandes formatos como los afiches y ofrecían la posibilidad de imprimir docenas o centenas de pequeños ítems en forma simultánea. En espacios más grandes, las imprentas litográficas pasaron de una producción artesanal a una industrial. En la Argentina empresas como Kraft, Peuser o la Compañía General de Billetes de Banco testimonian estas transformaciones. La cromolitografía devino, además, un proceso global a través del intercambio transnacional de publicaciones, viajes, exhibiciones e insumos. Se difundió por millones y el color se conformó como un atractivo buscado por el consumidor.

Otra de las innovaciones tecnológicas fue la inclusión de la fotografía en las páginas impresas a través del fotograbado de medio tono. Esto implicó un cambio funda-



14. Michael Twyman, *A History of Chromolithography: Printed Color for All*, London, London-New Castle, Oak Knoll Press, 2013, p. 8.

mental en los modos comunicativos y expresivos, al punto de llegar a convertirse muy pronto en el modo dominante de comunicación visual en los objetos impresos, aunque sin desplazar al dibujo del artista. La extendida creencia acerca de que de la fotografía emanaba una verdad que no podía adulterarse fácilmente es presentada en *Caras y Caretas* a través de la utilización de imágenes emplazadas en notas de actualidad, contenidos en los cuales la foto es presentada como prueba, o descripciones de los progresos en los aspectos materiales de la nación —edificios, industrias, ferrocarril—. El semanario construyó una narrativa visual y le otorgó a la fotografía amplia capacidad de información y evidencia utilizando a veces el anclaje en lo verbal. Mostraba orgullosamente su disponibilidad tecnológica y la posibilidad de satisfacer con esta las expectativas visuales de los lectores, desafiando las funciones comunicativas tradicionales y la autoridad de la palabra, aunque las fotoreproducciones no fuesen siempre claras.¹⁵

La técnica del bloque de medio tono, procedimiento fotomecánico establecido en la década de 1890, consiste en fotografiar el original con una trama de líneas horizontales y verticales paralelas que produce un negativo con una serie de puntos de mayor o menor tamaño que son percibidos como negros sólidos o grises variados. A diferencia de la litografía, este procedimiento brindaba la posibilidad tecnológica de la impresión conjunta de imagen y texto en la misma página, ya que el cliché resultado del fotograbado quedaba en relieve, al igual que el texto tipográfico.

Se ha dicho que la imagen fotomecánica desplazaba la mano subjetiva del grabador y que podía ser una suerte de imagen *sin código*.¹⁶ Se sostuvo que la grilla del medio tono y los puntos que resultan de su proceso de producción no son discernibles a simple vista y, por lo tanto, operaría como imagen transparente, desprovista de agencia humana.¹⁷ Sin embargo, la observación de sus procesos de producción indica que las técnicas fotomecánicas no anularon el trabajo manual. Por otra parte, los puntos de la imagen tienen una sintaxis visible y una estética particular.¹⁸ El medio tono, además, es una réplica de la fotografía, no es la foto misma. Se trata de dos objetos con cualidades, materialidades, contextos de producción y consumo diferentes. La fotografía tiene derecho y reverso, puede tener brillo, puede ubicarse en un marco, insertarse en un álbum, formar parte de una colección personal. El medio tono destaca la imagen por sobre las otras cualidades. Si bien el negativo fotográfico también puede multiplicarse, a comienzos del siglo XX la fotografía era un objeto limitado. El medio tono tiene el rasgo fundamental de ser múltiple y masivo. Se consumía emplazado en un impreso rodeado de texto con el que podía acompañarse o competir en sentido, dialogando con otras imágenes y con mensajes comerciales, ligado a un proceso de lectura singular, fragmentario, efímero y parte de lo cotidiano.¹⁹ Finalmente, las variaciones de tono se homogeneizaban al impri-

mirse y podían perderse detalles. Estas imágenes podían ampliarse, reducirse o cortarse, interviniendo en el sentido final. Las fotografías del Fondo *Caras y Caretas* conservadas en el Archivo General de la Nación presentan marcas y anotaciones que indican los límites, los encuadres, recortes o veladuras, que les eran indicados a los técnicos que operaban los fotograbados.

El medio tono inauguró el fotoperiodismo en la Argentina.²⁰ La aplicación de la fotografía en la prensa fue el desarrollo de finales del siglo XIX y comienzos del XX que produjo un mayor efecto en el trabajo periodístico y en los rasgos materiales de los propios periódicos. Ofreció información otorgando una forma visual a las noticias, a la vez que se proclamaba como un sistema de comunicación moderno. Las fotografías fueron utilizadas como reproducciones ideológicas de una verdad por parte del discurso cultural de los medios y este hecho emerge hoy como huella material que permite acceder en parte a la comprensión de lo visual en ese contexto histórico y a los múltiples y a menudo contradictorios propósitos sociales y políticos de los periódicos y sus imágenes.

A diferencia de los diarios que publicaban solo una fotografía rodeada de texto y de otros artículos que acompañaban la nota, *Caras y Caretas* y otras revistas inauguraron un modo de comunicación predominantemente visual. Este fenómeno habría provocado el hecho de que el público comenzara a acostumbrarse a la presencia de los fotógrafos en la vida cotidiana y en sucesos de importancia pública.²¹ A través de la descripción del mundo social, comercial o institucional, de desarrollo científico o político, la sociedad de Buenos Aires aprendió a verse a sí misma representada en los medios.

Ephemera impresa e ilustrada, soporte de las artes industriales de uso cotidiano

De acuerdo al rol cultural y al desarrollo tecnológico promovido por *Caras y Caretas*, podría ser atinado vincularla a la aparición de la ephemera impresa e ilustrada que surgió en Buenos Aires entre fines del siglo XIX y comienzos del XX. La estrategia comercial de *Caras y Caretas* de difundir su propia imagen en forma de tarjetas postales o figuritas impuso su presencia en la sociedad trascendiendo la propia revista y estableciendo su nombre como marca. Las postales presentaban imágenes de personajes públicos y, en los ejemplos que se encuentran en diversas colecciones, pueden verse escritos que dan cuenta de que las mismas circularon como soporte de correspondencia. Las figuritas, que se podían hallar en el interior de las cajas de cigarrillos, muestran la alianza de *Caras y Caretas* con el comercio y la industria

15. Bonnie Brennen y Hanno Hardt (eds.), *Picturing the Past. Media, History & Photography*, Urbana-Chicago, University of Illinois Press, 1999, p. 5.

16. Roland Barthes, *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*, Barcelona, Paidós, 1989 [1980].

17. William Ivins, *How Prints Look*, New York, Metropolitan Museum of Art, 1943.

18. Gerry Beegan, *The Mass Image. A Social History of Photomechanical Reproduction in Victorian London*, Houndmills, Palgrave Macmillan, 2008, p. 12.

19. *Idem.*, p.14.

20. Ver Cora Gamarnik, *El fotoperiodismo en Argentina. De Siete Días Ilustrados (1965) a la Agencia Sigla*, Buenos Aires, Arte por Arte, 2020.

21. El semanario organizó el primer plantel de fotógrafos conducido por el peruano Salomón Vargas. Pero también *Caras y Caretas* recibía y adquiría numerosas fotografías de profesionales y aficionados ajenos al plantel de la revista que enviaban imágenes de todo tipo de asuntos.

del tabaco, las tarjetas cromolitografiadas con series diversas –“divas”, cantantes de ópera, personajes del deporte, significado de las flores– incluían una serie con tapas del propio semanario.

A la circulación de la imagen de *Caras y Caretas* se suman otros objetos gráficos ligados a la dimensión cotidiana, administrativa, económica y social de la vida urbana y la sociedad de consumo del capitalismo industrial. Muchas veces destinados a ser descartados luego de un uso específico, perduraron en colecciones públicas o privadas y fueron preservados por su valor simbólico, estético o afectivo. En este vasto territorio de objetos y categorías conviven, entre otros, junto con las propias revistas, etiquetas, avisos publicitarios, papeles comerciales, prospectos, menús, afiches, invitaciones, tarjetas postales y de figuritas, marquillas de cigarrillos. Tales artefactos impresos componían y sostenían una imagería tanto local como global que se multiplicaba junto a nuevos tipos de visualidades, soportes y medios. Estos objetos, en parte perdidos, fragmentados en colecciones, raramente conocidos, dispersos en conjuntos agrupados por su uso o tema, han sido muchas veces rechazados por la alta cultura y relegados por la investigación académica. Estos dispositivos, como parte del patrimonio gráfico común, conformaron la cultura visual y material del pasado y atesoran una memoria social colectiva.

A pesar de su indudable vocación estética, se trata de objetos e imágenes que no ingresaron al canon reconocido de las bellas artes, ya que en sus procesos intervinieron los procedimientos artísticos y manuales, pero también industriales, y en muchos casos constituyeron objetos de consumo cotidiano, popular y masivo. Artefactos sin autor, producidos rápida y masivamente en soportes humildes, de impresiones rudimentarias, respondieron a necesidades utilitarias y no ingresaron a las narrativas de la historia del arte.²² Esto no implica, sin embargo, que no hayan sido objetos gráficos que generaron experiencias y sentidos visuales y culturales significativos para amplias audiencias. De modo que el fenómeno de las revistas ilustradas masivas de comienzos del siglo XX inauguró un nuevo lenguaje gráfico y algunos efectos culturales: multiplicidad y ubicuidad de sus artefactos en una cultura visual y material en proceso de masificación. Estas “durables conquistas de lo efímero”²³, con sus posibilidades imaginativas y estrategias visuales, representan “un continente sumergido que recién empezamos a descubrir, pero que, mejor conocido, significará un remapeo de nuestra comprensión del rol de lo visual en ese período”²⁴.

22. Bertrand Tillier, “L'éphémère imprimé & illustré: un objet à la lisière de l'histoire de l'art du XIX e siècle”, *Fabula* / Les colloques, Les éphémères, un patrimoine à construire, URL: <http://www.fabula.org/colloques/document2921.php>, consultado el 17 de mayo 2019.

23. Anne-Marie Thiesse, “Le roman populaire”, en Roger Chartier y Henri-Jean Martin (dirs.), *Histoire de l'édition française. Le temps des éditeurs. Du romantisme à la Belle Époque*, Paris, Fayard/Promodis, 1990, p. 510.

24. Patricia Mainardi, *Another World. Nineteenth-Century Illustrated Print Culture*, New Haven-London, Yale University Press, 2017, p. 2.





Caras y Caretas y la irrupción de las revistas de masas en Argentina

Julio Moyano

Caras y Caretas marcó un giro copernicano en la gestión editorial de revistas. Publicada en Buenos Aires durante cuatro décadas (1898-1939), fue el primer *magazine* semanal argentino de masas y un faro de innovación en la industria periodística nacional.

Su impulsor fue Bartolomé “Bartolito” Mitre y Vedia, hijo del fundador del diario *La Nación*, director él mismo de aquel gran periódico en una década decisiva de su modernización (1883-1893), con amplios conocimientos de las tendencias del sector en Europa y América. Mitre y Vedia conocía los procesos de modernización técnica, temática y de gestión de los grandes diarios hispanoamericanos pre-existentes, como *La Nación* y *La Prensa* en Argentina o *El Comercio* en Perú, o nuevos, como *El Imparcial* en México o *El Mercurio* en Chile. Conocía también la renovación en la edición de revistas culturales hispanoamericanas en el cambio de siglo y el éxito del formato de *magazine* semanal para públicos masivos que se observaba en Estados Unidos. Era cuestión de tiempo que con este formato sucediese en la región lo mismo que con los diarios.

La Buenos Aires de fin de siglo contaba con numerosas revistas que buscaban un público amplio, pero alcanzaban una circulación restringida y una capacidad de rendimiento económico reducida. Esta restricción obedecía, como demostrará *Caras y Caretas*, más a la estrategia de gestión que al desinterés del público por los contenidos. Las revistas semanales de caricatura política habían mostrado buena circulación e influencia desde décadas atrás, y gran parte de los géneros y estilos que irrumpieron en los contenidos de *Caras y Caretas* podían hallarse en otras publicaciones. En ese marco, el gran acierto de Bartolito fue combinar en un solo proyecto las prácticas más exitosas en el mercado, agregando innovaciones y respaldando el resultado en un dispositivo tecnológico moderno, un cuerpo profesional estable y un criterio empresarial de gestión de suscripciones, avisos, cobros y colaboraciones. Convenció al español Eustaquio Pellicer, quien editaba desde 1890 *Caras y Caretas* en Montevideo, para reinventarla en Buenos Aires aprovechando su habilidad como editor, redactor jocoso y caricaturista. Sumó a José S. Álvarez, “Fray Mocho”,



periodista ya reconocido por sus crónicas, descripciones de tipos humanos y notas humorísticas, y a dos brillantes artistas: José María Cao, dibujante clave en las distintivas portadas de la revista, y Ramón de Castro Rivera, orlador. Agregó a ellos un núcleo de excelentes redactores, fotógrafos y artistas gráficos.

La revista pudo así contar, en su amplio paginado, con una portada multicolor de gran atractivo; un diseño moderno que integraba imagen, orlados, texto y publicidad en un todo visualmente armónico; información internacional y nacional, divulgación científica, curiosidades, noticias que apelaban al sensacionalismo y numerosas notas “sociales” con abundantes fotografías en las que se mostraba e identificaba con sus nombres a integrantes de familias acomodadas en el marco de actividades de sociabilidad como paseos, eventos, inauguraciones, casamientos, carnavales, etc.

La revista logró así prestigio en sectores sociales muy diferentes. El precio de portada lo admitía y los contenidos no demarcaban fronteras entre sus universos de significados, representaciones y deseos. Fue un desdibujamiento que potenció la captación publicitaria: en sus páginas convivían productos con precios semejantes al de un ejemplar –como un paquete de cigarrillos– con otros que podían costar fracciones muy altas de un salario calificado medio, o incluso diez veces ese salario, en propuestas comerciales que no admitían cuotas.

Atinadamente, *Caras y Caretas* observó que la inclusión cotidiana de imágenes fotográficas en impresoras rotativas todavía presentaba dificultades técnicas en los diarios (el problema se resolvería en 1902). Tomó este dato como una ventaja para una revista que debía contar con impresoras litográficas para sus pliegos de portadas multicolor y con impresoras planas para la impresión general, contando con imágenes fotográficas de la mayor calidad posible en el mercado gráfico del momento. Incorporó máquinas monotipo, más eficientes que las linotipo en una publicación de ritmo semanal al permitir el tipeado en varias máquinas simultáneas, concentrando el fundido de líneas en una sola, siguiendo turnos. La revista lograría así un resultado técnico muy avanzado para su época, sin perder masividad.

La gestión de suscripciones, cobranzas, contratación y cobro de avisos y corresponsalías a través de agentes representantes fue otra experiencia exitosa emulada a *La Nación*. En esta tarea la función de las casas de agentes representantes de *Caras y Caretas* fue tan decisiva que varias de ellas se transformarán años más tarde en agencias integrales de publicidad.

Pero además de la estrategia de mercado, Bartolito ancló el inicio de la revista en una base inicial segura de lectores: los simpatizantes del mitrismo. Utilizando su estudio jurídico como sede editora de la revista, logró rápidamente el apoyo de su núcleo familiar y político. El número 1 de la revista, simbólicamente, saldría a la calle en la semana del 12 de octubre, inicio del nuevo mandato presidencial del general Roca, frente a quien el mitrismo sería oposición. Desde entonces y a lo largo de dos años, la totalidad de las portadas serán frontalmente críticas del gobierno, actitud ampliamente acompañada por el contenido redaccional.

La tirada del primer número fue ambiciosa: quince mil ejemplares que, sin embargo,

se agotaron en pocos días. En los años subsiguientes las tiradas crecieron constantemente y en 1902 ya se habían cuadruplicado. Apenas diez años después de su inicio, superaban los cien mil ejemplares. Habían logrado una fórmula novedosa que, además, fue ampliamente emulada tanto en el mercado de revistas como en el de diarios.

Mitre y Vedia enfermó gravemente poco después de confirmarse el éxito de la revista que, desde 1900, en notas de aliento y solidaridad, dejó claro el rol cumplido por su *alma mater*. Falleció el 20 de abril de 1902. Al año siguiente falleció también Álvarez, en un contexto de profunda transformación tanto de la relación de *Caras y Caretas* con la política como del mercado editorial y de las tecnologías gráficas.

En el sexenio presidencial roquista (1898-1904) la participación del mitrismo en la política había cambiado mucho. Bartolomé padre se retiró de la actividad en 1901, al cumplir ochenta años, y del contacto cotidiano con su diario en 1903. Su hijo Emilio, director desde 1894, iniciaba por entonces una nueva modernización que promovió la creación de un *Suplemento Ilustrado* semanal, emulando en todos sus detalles a *Caras y Caretas* e incluyó en la nueva experiencia a su planta de ilustradores y gran parte de sus redactores.

En la revista Pellicer anhelaba el cargo de director entregado en 1898 a Álvarez por razones no documentadas, pero posiblemente ligadas a su trayectoria de confianza política con los Mitre (aunque la excusa fue la guerra hispanoamericana y la nacionalidad española de Pellicer). Por ello al fallecer Álvarez el requerimiento se reiteró. Pero el alejamiento de la familia Mitre de su participación en la revista no se produjo en beneficio de Pellicer, sino de otro hombre de confianza familiar, Carlos Correa Luna. Como consecuencia, Pellicer, junto a parte del plantel de la revista, se retiró para crear en 1904 su competencia, *PBT*, revista con contenido y estructura muy semejantes que pronto alcanzó los 45 mil ejemplares por número. Se sumaría ese mismo año *El Hogar*, editada por Esteban Haynes, futuro propietario de un emporio gráfico y radiofónico. *El Hogar* no tuvo éxito inicial en su oferta dirigida a una supuesta temática femenina especializada y Haynes optó entonces por transformarla en otro émulo de *Caras y Caretas*, logrando estabilizarse y acrecentar sus tiradas. De este modo, en 1904 la revista que había sido la única pionera exitosa en su modelo comercial competía con dos semanarios muy similares y, en menor medida, con el suplemento semanal de un gran diario.

Una medida de la expansión del público lector y de cómo el modelo de *Caras y Caretas* había transformado el interés de los lectores por este formato nos la da el hecho de que *PBT*, *El Hogar* y el *Suplemento* lograron grandes tiradas; pero, sin embargo, la de *Caras y Caretas* continuó creciendo –incluso agregando una revista suplemento, *Plus Ultra*, en 1916–. El hecho continúa entre 1909, cuando *El Diario* lanza *Tit-Bits*, y 1922, cuando se completa el auge de las revistas modernas de las editoriales Haynes y Atlántida iniciado en 1916.

Se trataba no sólo de un cambio en cantidad de lectores, sino de intensidad de lectura. Entre 1869, fecha del primer censo nacional, y 1914, fecha del tercero, la

población nacional se había multiplicado por 4,2; la población alfabetizada por 12,6 y la tirada media de la masa total de revistas por casi cien.

Prácticamente no hay aspecto de la evolución editorial de su tiempo en el que *Caras y Caretas* no haya intervenido: caricatura e inicio de la historieta, orlado *Art Nouveau* y la irrupción de las vanguardias, crónica costumbrista y el ultraísmo, entrevista miscelánea y la crónica visual con apoyo de texto. *Caras y Caretas* reformuló el concepto de miscelánea temática dándole un prestigio novedoso en las clases acomodadas y presentándola con un diseño moderno, a la vez que su estilo de redacción desdibujaba las distancias entre “prensa seria” y humorística, y se dirigía en simultáneo a públicos de todas las clases sociales, clave para la masividad. Fue decisivo para la transformación de la industria editorial el pago sistemático a las colaboraciones espontáneas que la revista instaló desde su inicio y la conformación de equipos profesionales estables coordinados con una red de colaboradores de prestigio.

En su recorrido de cuatro décadas, *Caras y Caretas* influyó a otras revistas y –decisivamente– al formato de los suplementos semanales de los diarios; amparó a escritores, dibujantes y fotógrafos de talento; influyó sobre el mercado del aviso publicitario y el nacimiento de las agencias de publicidad; innovó en cuestiones formales y técnicas; y se adaptó a los cambios tecnológicos en la industria, que fueron muchos.

Sólo comenzó a retroceder en comparación con su competencia tras la crisis de 1930 y el paso al modelo de sustitución de importaciones. Entonces nuevos actores editoriales –como la revista *Vea y Lea* de Sopena o *Radiolandia* de Korn– y una mejor comprensión de los cambios por su competencia tradicional –Haynes y Atlántida– golpearon a la revista, que no logró aprovechar los aspectos ventajosos de la nueva etapa.

Más aún, extravió su fórmula de unidad simbólica de lectores de muy diferente origen social. Cuando el éxito cinematográfico masivo de *Los Tres Berretines* inauguraba junto a *¡Tango!*, en 1933, la era del cine parlante nacional con contenidos orientados al imaginario urbano de masas, la revista seguía mencionando a Enrique Susini con grandes elogios a sus direcciones de ópera y teatro, pero ignoraba su condición de director del muy exitoso primer filme sonoro. Sin mencionarlo, en una escueta nota crítica, consideraba banal el contenido del filme, que “halaga el mal gusto de cierto público”.

Sin resolver este desfase, la revista intentó adaptarse a la nueva etapa realizando una reconversión técnica y organizativa en 1936, pero no tuvo éxito y así debió cesar en 1939.





***Caras y Caretas*: exposición, mirador, panorama, almacén, ‘emporio de avisos y recortes’¹**

Geraldine Rogers

Poco después de la inauguración de *Caras y Caretas*, el escritor Rubén Darío publicó en Buenos Aires una nota referida al auge del moderno “almacén” o *magazine* ilustrado “conforme con el paso violento del finisecular progreso. Los adelantos de la fotografía y el ansia de información que ha estimulado la prensa diaria, han hecho precisos estos curiosos cuadernos que periódicamente ponen a los ojos del público junto al texto que les instruye, la visión de lo sucedido”.²

A partir de octubre de 1898 el semanario empezó a salir cada sábado y se sostuvo durante cuatro décadas, hasta octubre de 1939. Apenas comenzado el nuevo siglo ya era un *magazine* que muchos disfrutaban y al que unos pocos reprochaban haberse convertido en “un emporium de anuncios y recortes”. El sistema de financiamiento basado en los avisos –por sobre el tradicional e inestable sistema de suscripción– permitió no solo la venta a un precio accesible para un público popular sino también el pago regular de las colaboraciones, contribuyendo a una incipiente profesionalización de los ilustradores, fotógrafos y escritores.³

Caras y Caretas fue una publicación pionera en poner a disposición de un lectorado amplio textos e imágenes que cualquiera, sin necesidad de acreditar competencias específicas, podía apreciar como mero consumidor en el mercado. En 1912, a la muerte de un poeta porteño, se comentaba: “¿Quién no lo había leído a Carriego? Nadie, entre nuestros poetas cultos, artistas, le superaba en popularidad. Sus versos sencillos y henchidos de sentimiento habían entrado con *Caras y Caretas* en todos los hogares”.⁴

En una etapa en que los diarios y las revistas predominaban sobre los libros, sobresalió en el conjunto de las publicaciones ilustradas con una combinación de recursos que

1. Este texto retoma investigaciones publicadas en *Caras y Caretas. Cultura, política y espectáculo en los inicios del siglo XX argentino* (Edulp, 2008) y “Las publicaciones periódicas como dispositivos de exposición” (UNLP, 2019).

2. Rubén Darío, “La cuestión de la revista. Magazines e ilustraciones. La caricatura en España”. *La Nación*, Buenos Aires, 20 de julio de 1899.

3. Geraldine Rogers, *Caras y Caretas. Cultura, política y espectáculo en los inicios del siglo XX argentino*. La Plata, Edulp, 2008.

4. “Evaristo Carriego”, *Nosotros*, noviembre de 1912, p. 51.

incluían la estructura miscelánea, la centralidad de la fotografía de actualidad, la ficcionalización de las noticias, los suplementos especiales y novedosas formas de interpelar al público masivo y anónimo.

En 1889 José Martí notó que “La exposición de París” cumplía funciones similares a las de una revista que diera a conocer productos para ofrecerlos en el mercado. Esa afinidad no era mera casualidad: en sus investigaciones sobre la cultura en el capitalismo del siglo XIX, Walter Benjamin percibió que la época que había creado las Exposiciones Universales había visto multiplicarse un tipo de publicación colectiva y en general ilustrada que obedecía a propósitos similares: mostrar lugares, sujetos, objetos y saberes. Entre ellas, un tipo de impreso de gran difusión había tomado el nombre de un edificio de la época, el *magazine* o gran almacén, dedicado a ofrecer al consumo un variado surtido de artículos.⁵ El nacimiento de la revista impresa como soporte masivo de lectura fue afín al auge de estas grandes arquitecturas donde la ciudad y sus habitantes miraban y devenían a la vez objetos de exposición.

En las imágenes desplegadas frente a los ojos de los espectadores en los Almacenes de novedades, los Pasajes y las Exposiciones del siglo XIX Benjamin encontró rasgos comunes que atravesaban las formas de circulación de las mercancías en el capitalismo: prevalencia de la mirada, publicidad, masividad del consumo. Los Panoramas, maquinarias creadoras de ilusiones y fantasmagorías, hacían “ver la verdadera ciudad: la ciudad en la casa. Lo que está en la casa sin ventanas es lo verdadero. [...] Las ventanas [...] son como palcos desde donde se puede mirar hacia adentro, pero no hacia afuera. (Lo verdadero no tiene ventanas; lo verdadero no mira en ningún sitio hacia afuera, al universo)”.⁶ Otro de los artificios creadores de ensueños verdaderos,⁷ el *magazine* ilustrado, cobrará masividad en el siglo XX, mostrando el mundo entero como un Aleph, ofreciendo la ilusión de transitar por calles llenas de gente y escaparates.

Caras y Caretas fue una publicación periódica diseñada para mostrar de manera conjunta lo visible y lo legible. Fue construida como entorno semiótico articulado y jerarquizado, con un espacio gráfico calculado según el costo de producción, la inserción de avisos y el tiempo de lectura. Su producción implicó la selección periódica de lo que mostraba, proponiendo recorridos a los lectores a partir de una serie de decisiones: ¿qué se daba a leer y a ver primero en un número y en cada página?, ¿cómo se ordenaban y disponían los materiales? La tipografía, el diseño y el tipo de papel eran algunos de los recursos que orientaban el recorrido por la abundante y heterogénea oferta de fotografías, ilustraciones, cuentos, poesías, noticias policiales, narraciones históricas, relatos de descubrimientos y exploraciones, notas de deportes, reportes de actualidad. Los títulos de secciones, fijas o variables, también proponían guías para la lectura: “Portfolio de curiosidades”,

“Sports”, “Actualidad italiana”, “Actualidad brasileña”, “De todo el mundo”, “Oficios peligrosos”, “Inventos útiles”, “Los banquetes”, “Caricaturas contemporáneas”, “Apuntes y recortes”.

Pensar *Caras y Caretas* como dispositivo de exposición⁸ supone, además, imaginar a quienes la leían siguiendo el trayecto previsto o haciendo usos impensados. Sus hojas se abrían a imprevisibles desvíos, con entrelazamientos y efectos derivados de la libertad inventiva de las prácticas lectoras,⁹ potenciadas por rasgos semiótico-materiales de una revista *magazine* cuya multiplicidad activaba formas de percepción complejas.¹⁰ Además, era habitual que lectores y lectoras reutilizaran fragmentos recortados de las revistas en nuevos montajes pegados en paredes o en soportes de escritura personal. El semanario, destinado a un uso fragmentario y extensivo, reproducía y a la vez potenciaba la mezcla heteróclita y dinámica que era parte de la experiencia vivida en el *collage* urbano.

Con la entrada del nuevo siglo, la emergencia de las masas y el desarrollo de los medios técnicos habían ido ampliando las posibilidades de exhibición no solo de los objetos, sino también de los sujetos.¹¹ A la preponderancia del valor exhibitivo de las obras se sumaba la creciente posibilidad para cualquiera –al menos como tendencia– de pasar alguna vez a ser visto del lado de los productores: “Me gustaría ver mi nombre en letras de molde” escribe un lector de *Caras y Caretas*.

Con el despunte de la cultura masiva, la aspiración a desempeñar un oficio ligado a la escritura se combinó con el deseo de la gente de ser representada en los medios de comunicación. En 1904 José María Ramos Mejía repudiaba la “tendencia al exhibicionismo” fomentada por las páginas de la prensa popular. En efecto, la gente común comenzaba a anhelar verse en las revistas y periódicos, privilegio hasta entonces reservado a los hombres eminentes. *Caras y Caretas* participaba de ese imaginario de visibilidad y pasaje que parecía dar curso al derecho a la exposición y a la autorrepresentación.¹² Un suscriptor había enviado su colaboración gratuita con el siguiente comentario: “Yo tengo como apetito / De ver mío algún escrito / En sus Caras y Caretas”. En un chiste gráfico dos personajes robaban para salir en los periódicos y en una protohistorieta un lector mataba a su madre para ser retratado en la tapa del semanario. Una nota de 1902 presentaba a un lector obrero que había utilizado el recurso de enviar la foto que allí se publicaba, “en la misma actitud que adoptó para matarse”, suicidándose luego con el único objetivo

5. Walter Benjamin. “[Pasajes, almacenes de novedad(es), dependientes]”, “[Exposiciones, publicidad, Grandville]”, “[Panorama]”. *Libro de los Pasajes*. Madrid, Akal, 2005, pp. 69-90, 191-220 y 541-549.

6. *Libro de los Pasajes*, p. 546.

7. Susan Buck-Morss, *Dialéctica de la mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los pasajes*. Madrid, La balsa de la medusa, 1989.

8. Geraldine Rogers, “Las publicaciones periódicas como dispositivos de exposición” en Delgado, V. y Rogers, G., (coords.). *Revistas, archivo y exposición: Publicaciones periódicas argentinas del siglo XX*. La Plata, Universidad Nacional de La Plata. 2019, p. 11-28. <https://www.libros.fahce.unlp.edu.ar/index.php/libros/catalog/book/148>; Philippe Hamon, *Expositions. Littérature et architecture au XIXe siècle*. Paris, José Corti, 1989.

9. Michel De Certeau, *La invención de lo cotidiano. 1 Artes de Hacer*. México, Universidad Iberoamericana, 1996.

10. Antonia Viu, “Entrelazamientos semiótico-materiales en portadas de revistas magazine: Caras y Caretas y Sucesos a principios del siglo XX”, Delgado y Rogers (comps.) *Exposiciones en el tiempo: revistas latino-americanas del siglo XX*. Buenos Aires, Katatay, 2021, p. 36.

11. Walter Benjamin, “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica [1935]. En *Discursos interrumpidos I*. Buenos Aires, Taurus, 1989, pp. 15-57.

12. Georges Didi-Huberman, *Pueblos expuestos, pueblos figurantes*. Buenos Aires, Manantial, 2014.

de aparecer en una de sus páginas: “Uno que se mata por ‘salir’ en ‘Caras y Caretas’”. Aquello que hacía factible y deseable pasar de ser un mero espectador a estar en el campo visual de los otros era afín a lo que posibilitaba el pasaje de la instancia de lector a la categoría de autor.

La incipiente profesionalización literaria y el origen social medio de los nuevos escritores alentaba aspiraciones de pasar del consumo a la producción, con la consecuente oportunidad de adquirir nombre y reconocimiento. El sustento de estas ilusiones era en parte real y en parte imaginario. La industria cultural, con sus representaciones ambivalentes, auspiciaba la idea de una paridad imaginaria entre productores y consumidores, estimulando la proliferación de autores aficionados, cuyas expectativas solían frustrarse por carecer de las condiciones mínimas para desempeñarse en el oficio de las letras. La sección “Correo sin estampilla” de *Caras y Caretas* comentaba sin indulgencia los escritos enviados por lectores para una eventual publicación en la revista. La observación de números consecutivos del magazine permite comprobar la inclusión de colaboraciones como resultado de estos intercambios, que evidencian el deseo creciente de transformarse, aunque fuera de manera improvisada y efímera, en productores. El envío de textos representaba para los lectores una oportunidad de ver su nombre y sus escritos en letras de molde, e implicaba reclamar el derecho a exponerse públicamente.



Impreso en Buenos Aires

El sector gráfico local y sus transformaciones en las prácticas y visualidades en camino hacia el diseño

Andrea Gergich

El dominio del impreso en Argentina atravesó grandes transformaciones en el período que media entre fines del siglo XIX y comienzos del XX. En el aspecto técnico, y a nivel mundial, se sucedían las novedades en los distintos niveles del sistema gráfico: las máquinas impresoras aumentaban en capacidad y velocidad, la fabricación de papel ya había estabilizado sus procesos de producción industrial, y la composición de las matrices para la reproducción de imágenes y textos asistía a constantes innovaciones que tendían a la aceleración mediante la mecanización, a la vez que aumentaba su calidad visual y abarataba sus costos. Estos avances en términos de tecnología gráfica a nivel internacional no tardaron en llegar al mercado local de la mano de diversas empresas proveedoras de máquinas e insumos gráficos, que desde fines del siglo XIX importaban de manera sostenida elementos para abastecer a un creciente parque industrial especializado.¹

Este crecimiento a nivel técnico y de capacidad instalada en el sector gráfico respondía a un decidido aumento en la demanda de impresos por parte de distintos actores sociales. Por un lado, la economía local crecía al paso de un mercado diversificado en su oferta de productos y servicios que requerían del impreso para identificarse, envasarse o publicitarse. Por otro lado, el sector público se había constituido progresivamente en un gran cliente de la industria gráfica, en términos de papelería administrativa y también en relación con los procesos alfabetizadores que se habían institucionalizado a partir de la Ley 1420, que en 1884 había establecido la educación primaria común, gratuita y obligatoria. Dentro de esta ecuación debemos incluir el crecimiento de los públicos lectores en el ámbito tradicional del sector

1. En el período que estudiamos se establecieron diversas empresas proveedoras de máquinas e insumos gráficos, centralmente importadoras de las últimas tecnologías disponibles en el mercado internacional. Algunas de ellas eran emprendimientos que trabajaban con diversas marcas y productos, como Stocker y Cía. y Serra Hnos., ambas establecidas en 1884, y Curt Berger y Cía, importador desde 1894 de tecnología e insumos desde Alemania, entre las más importantes. Por otro lado, varias firmas extranjeras comenzaron a establecer sucursales en el mercado local en los primeros años del siglo XX, entre las más importantes, las norteamericanas Ault y Wiborg Argentine Company, la National Paper y Type Company y The River Plate Supply Co. Ver, entre otros, Félix de Ugarteche, *La imprenta argentina. Sus orígenes y desarrollo*, Buenos Aires, Talleres Gráficos Canals, 1929.

del libro, así como en el más dinámico de la prensa periódica popular. Ejemplo paradigmático de estas publicaciones, el semanario *Caras y Caretas* se constituyó en un referente, en primer lugar, para su público lector, al que ofreció nuevos modos de consumo cultural caracterizados por la presencia cada vez más protagónica de las imágenes, en novedosas combinaciones con el texto y otros elementos visuales que renovaban las páginas impresas. Por otro lado, esta revista probó ser una influencia fundamental para el propio sector industrial gráfico, ya que su permanente búsqueda de la novedad y la calidad en términos materiales y visuales desafiaba los estándares de producción local, tensando los límites de lo técnicamente posible para el sistema gráfico de ese momento.²

La consolidación de la actividad gráfica tuvo su expresión en distintos procesos de institucionalización del sector. Las asociaciones gremiales y de ayuda mutua fueron las iniciadoras de esta tendencia, con la Sociedad Tipográfica Bonaerense como pionera desde su creación en el año 1857. Años más tarde la seguirían la Unión Gráfica y la Federación de las Artes Gráficas y, ya comenzando el siglo XX, la Federación Gráfica Bonaerense. Desde el sector patronal, en 1904 se crearía la Sección Artes Gráficas en el seno de la Unión Industrial.³ Otras organizaciones serían fundamentales para el fortalecimiento del sector, como el Instituto Argentino de Artes Gráficas creado en 1907, órgano educativo de los trabajadores gráficos. Por otro lado, las publicaciones periódicas especializadas cumplieron también un rol central en la profesionalización de un oficio devenido en actividad industrial.

Este gran despliegue técnico de procedimientos novedosos en distintos segmentos de la producción del impreso no demostró en un principio la misma clave innovadora en términos visuales. Por el contrario, durante el siglo XIX se observa, tanto en el dominio del impreso como en las variadas manifestaciones de los productos industriales, que las formas por lo general repetían modelos tradicionales que no necesariamente reflejaban los nuevos modos técnicos. En la fabricación de objetos a escala industrial, los nuevos productos eran generados en base a modelos pre-existentes de otros artefactos ya conocidos y “culturalmente comprensibles”⁴ por el público usuario.

En el ámbito gráfico esta persistencia de las formas ya conocidas y aceptadas puede verse claramente en las ornamentaciones gráficas, que repetían fórmulas visuales de acuerdo a distintos estilos en boga y que poco tenían que ver con el contenido de las piezas gráficas que integraban. Así como los objetos de uso de manufactura industrial del siglo XIX quedaban enmascarados bajo una serie de ornamentaciones

exageradas, los impresos presentaban una profusión de adornos y suplementos formales que se sumaban a los elementos centrales de la comunicación gráfica —el texto y la imagen—, sin aportar realmente a su sentido.

Este abordaje estético puede observarse en la generalidad de las publicaciones de la época, tanto a nivel local como internacional, pero es especialmente significativo en las revistas especializadas en el oficio gráfico, donde aparece explícitamente como parte del contenido e interés de sus lectores, los impresores y tipógrafos. Este es el caso de *La Noografía*, revista mensual de artes gráficas publicada en 1899 en Buenos Aires por Antonio Pellicer Parayre y Pedro Tonini.⁵ En sus páginas aparecen numerosas notas que presentan a los gráficos locales las novedades en materia de adornos tipográficos, que podían adquirir junto a las familias tipográficas para formar parte de las composiciones acompañando al texto. Las notas abundaban en la descripción y recomendación de uso de los distintos estilos disponibles, en general de enfoque historicista, tales como el “Estilo Rococó”, el “Estilo Gótico”, el “Estilo Renacimiento”, la “Fantasía modernista”, entre otros.⁶

Este fenómeno de pervivencia de las convenciones gráficas es atribuido por algunos autores como Michael Twyman al enorme peso de la tradición del libro, que —en tanto portador de un fuerte prestigio largamente centenario— seguía marcando el canon y modelo a seguir en un buen impreso.⁷ Por otra parte, otros autores como David Jury⁸ señalan que los propios fundamentos conceptuales y técnicos del oficio gráfico, sobre todo en la etapas previas a la plena industrialización, planteaban una contradicción con cualquier tendencia al cambio, debido a que el objetivo central de su práctica era precisamente la perfecta reproducción de un original. En este sentido, es importante destacar el peso de la tradición del oficio de la imprenta en la valoración de los resultados de su práctica, ya que la calidad del impreso se medía por el grado de exactitud en cada copia y no por el nivel de innovación en su concepción. En la tradición gráfica, entonces, cualquier desviación de la norma era considerada como error, incluyendo en esta restricción a todo alejamiento de los modelos preestablecidos para las piezas gráficas, modelos consolidados por el canon del libro.

En contraposición al prestigio de las ediciones, el conjunto de piezas más ligeras y de breve vigencia caracterizadas como *ephemera* no contaron históricamente con la valoración de aquellos impresos que debían perdurar y atesorarse. Por el contrario,

2. Ver Sandra Szir, *El periódico popular ilustrado Caras y Caretas y las transformaciones en el paisaje cultural de la modernidad*, Tesis de Doctorado, Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, 2011.

3. Ver Nelson Ferrer, *Historia de los gráficos argentinos. Sus luchas, sus instituciones. 1857-1957*, Buenos Aires, Dos orillas, 2008.

4. Isabel Campi, *La idea y la materia*, Vol. 1: El diseño de producto en sus orígenes, Barcelona, Gustavo Gili, 2007, p. 63. La autora menciona, entre otros casos paradigmáticos, el del automóvil, que en sus primeras versiones de comienzos del siglo XX combinaba distintas tipologías a medio camino entre un triciclo sin pedales y un carruaje sin caballos (p. 68).

5. Esta revista tuvo corta existencia, de solamente doce números mensuales durante el año 1899. Sus editores eran destacadas personalidades del ámbito gráfico local: Antonio Pellicer, tipógrafo y escritor, fue años más tarde director de otra revista paradigmática, *Éxito Gráfico*, y en 1907 fundador del Instituto Argentino de Artes Gráficas. Pedro Tonini, por su parte, era un destacado impresor local, titular de la Imprenta Elzeviriana.

6. Ver Andrea Gergich y Sandra Szir, *Prácticas gráficas y visualidad en la cultura impresa*. La revista *La Noografía* - Buenos Aires, 1899. V Jornadas Internacionales de Estudios de América Latina y el Caribe-IEALC, Buenos Aires, octubre de 2021.

7. Ver Michael Twyman, *Printing 1770-1970: An Illustrated History of its Development and Uses in England*, London, The British Library, 1998, p. 111.

8. Ver David Jury, *Graphic Design Before Graphic Designers. The Printer as Designer and Craftsman 1700-1914*, London, Thames and Hudson, 2012, p. 6.



estos impresos estaban destinados a descartarse luego de un uso contingente y temporal. Sin embargo, en este segmento de la actividad gráfica se invertía la relación tradición-novedad, ya que el propio objetivo dinámico de comunicación les exigía a estas piezas que se renovaran para cada pedido y que diferenciaban cada mensaje, sobre todo en el segmento publicitario. Este giro, tanto en términos de fines comunicativos y funcionales como en aspectos técnicos e industriales, se iba a profundizar en el cambio de siglo de la mano de las transformaciones del quehacer gráfico que reseñamos, junto al surgimiento de nuevas demandas por parte de clientes y públicos ávidos de novedades. Estos cambios iban a habilitar la búsqueda de nuevas claves visuales en los impresos, acrecentando la importancia del rol de quien definía y prefiguraba el resultado estético —tradicionalmente el tipógrafo—, rol que años más tarde formaría parte del dominio de la nueva profesión del diseño gráfico. Junto a los cambios técnicos que brindaban mayores recursos para la conformación de la página, las nuevas miradas que integraban los aportes provenientes de las prácticas artísticas vanguardistas se volcaban en los impresos del creciente sector de la publicidad comercial, así como en la prensa periódica.

Los desarrollos de las vanguardias artísticas de comienzos del siglo XX que incurrieron en el ámbito del impreso, tales como el futurismo, el constructivismo y el dadaísmo, jugaron un rol importante en estas renovaciones visuales en términos gráficos, poniendo en tensión las formas tradicionales, que eran reemplazadas por experimentaciones audaces vinculadas con las emergentes visualidades modernas. Nuevamente, un aspecto técnico iba a sumar elementos a estos cambios: con la instalación en el mercado gráfico local de la técnica de linotipia a fines del siglo XIX,⁹ muchas de las funciones anteriormente en manos del maestro tipógrafo pasaron a ser resueltas por la máquina, desplazando el eje de decisión sobre el resultado visual del impreso y modificando drásticamente la práctica de la composición tipográfica. A la vez, la introducción de la autotipia (fotograbado de medio tono) en los impresos locales hacia 1893¹⁰ permitió la progresiva incorporación de la imagen fotográfica y las ilustraciones, que aumentaron su protagonismo en las páginas, conviviendo de maneras mucho más flexibles y variadas con los elementos textuales.

Las revistas gráficas locales reflejaron en sus ediciones la aparición de estas innovaciones reseñando los desarrollos que se reportaban a su vez en publicaciones extranjeras, europeas o norteamericanas. También publicaban, en algunas oportunidades, los debates que se generaban a partir de estas nuevas búsquedas, que también eran motivo de discusión en el sector gráfico local. Las revistas editadas por las casas proveedoras gráficas tenían un protagonismo especial en cuanto a la publicación

9. En una edición de *La Noografía* de febrero de 1899 se menciona la introducción de las primeras máquinas de componer en nuestro país (*La Noografía*, a. I, N° 2, p. 23, 1899). Damián Bil, por su parte, refiere la adquisición de linotipos por parte del diario *La Nación* en el año 1901. Ver Damián Bil, *Descalificados. Proceso de trabajo y clase obrera en la rama gráfica (1890-1940)*, Buenos Aires, CEICS, RyR, 2007.

10. Félix de Ugarteche reseña su aparición por primera vez en nuestro país en la revista *La voz del arte*, en 1893 (ver de Ugarteche, 1929, p. 390).

de noticias técnicas, ya que trataban de promover su propio negocio de venta de nuevas máquinas e implementos de impresión, nuevos papeles y tintas que circulaban en el mercado, y del mismo modo promocionaban las novedades en términos de elementos visuales que el tipógrafo actualizado podía incluir en sus páginas junto a los puros caracteres tipográficos. La revista *Éxito Gráfico*, por ejemplo, publicación de la casa Curt Berger y Cía.,¹¹ ofrecía abundantes ejemplos de los implementos tipográficos –ya mencionados en el caso de *La Noografía*–, en ocasiones denominados “adornos de combinación”, que se configuraban a modo de marcos o decoraciones de los textos propiamente dichos. Otras revistas de este tipo, *Páginas Gráficas*, editada por la casa Introdutora Serra Hnos.,¹² y *Ecos Gráficos*, publicación de la casa Hoffman y Stocker, también publicaban en forma asidua novedades y recomendaciones de nuevas técnicas y materiales para el “gráfico moderno”.¹⁴

Por otro lado, las publicaciones institucionales como la revista *Anales Gráficos*, órgano de comunicación del Instituto Argentino de Artes Gráficas,¹⁵ eran espacios privilegiados para la reflexión y los intercambios de ideas acerca de las transformaciones del quehacer gráfico en términos técnicos y económicos, pero también estéticos y conceptuales. De este modo, se pueden leer en sus páginas los debates que provocaban las propuestas disruptivas de los futuristas en las puestas tipográficas, tal como polemizaba, por ejemplo, José Mas y Pi en una conferencia dictada en el Instituto en el año 1911, a escasos dos años de su primer manifiesto.¹⁶ Años más tarde las premisas de la Nueva Tipografía de Jan Tschichold se presentaban a través de la revista al público local a pocos meses de la aparición en Europa del segundo libro editado por el autor.¹⁷ Estas nuevas visualidades se iban reflejando progresivamente también en el propio diseño editorial de estas revistas y, en el caso particular de *Anales Gráficos*, se veían aplicadas asimismo en los ejercicios prácticos de los cursos que dictaba el Instituto Argentino de Artes Gráficas.

En esta clave podemos interpretar las innovaciones visuales presentes en *Caras y*

Caretas, que buscaban integrar de manera dinámica textos e imágenes, no atándose ya a las fórmulas gráficas tradicionales del libro, sino abordando de manera diversa la composición de la página. Las puestas tipográficas diversificadas, las imágenes multiplicadas en distintos registros y estilos, y un nuevo modo de entender la revista como artefacto esencialmente visual participaron en esta publicación de las tendencias renovadoras que se comenzaban a instalar a partir de las rupturas vanguardistas, en un proceso de cambio que estaban atravesando tanto los productores de impresos como sus lectores. Estos nuevos modos visuales y prácticas gráficas pueden, a la vez, entenderse como pasos hacia la conformación de una nueva profesión que años más tarde se consolidaría como diseño gráfico.



11. *Éxito Gráfico* se publicó entre 1905 y 1915 bajo la dirección editorial de Antonio Pellicer.

12. *Páginas Gráficas* se publicó entre 1913 y 1931 bajo la dirección editorial de José Fontana, renombrado tipógrafo, escritor, docente gráfico y activo participante del sector –entre otras funciones participó en la conformación de la SIGA en 1935 y fue director del IAAAG entre 1934 y 1935–.

13. *Ecos Gráficos* se publicó desde el año 1909 con frecuencia mensual.

14. Este nombre tituló un libro publicado por el maestro José Fontana en 1930. Se trataba de un manual técnico e histórico del libro y la impresión que tuvo amplia difusión y aceptación en el gremio gráfico.

15. Esta revista apareció por primera vez en 1910 con el título *Anales del Instituto Argentino de Artes Gráficas*, cambiando su nombre en 1917 a *Anales Gráficos*, y siguió publicándose hasta entrados los años 1960.

16. Mas y Pi, José, “El modernismo en el arte”, *Anales del Instituto Argentino de Artes Gráficas*, a. II, n° 13, Buenos Aires, enero 1911, pp. 4-8. Ver Andrea Gergich, “Cuando el diseño no era ‘diseño’”. El Instituto Argentino de Artes Gráficas y el ‘protodiseño gráfico’ en Buenos Aires en las primeras décadas del siglo XX”, Tesis de Maestría en Diseño Comunicacional. Buenos Aires, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad de Buenos Aires, 2014.

17. En el primer número del año 1931 la revista *Anales Gráficos* publicó el artículo de Jan Tschichold “Lo que es y lo que quiere la Nueva Tipografía”, nota promocional de su libro *Una lección de diseño de impresos*, publicado en 1930 en Stuttgart con los últimos aportes del movimiento La Nueva Tipografía. Ver Andrea Gergich, “Nueva Tipografía, nuevos tipógrafos. El Instituto Argentino de Artes Gráficas y la profesionalización de la gráfica local en las primeras décadas del siglo XX”, en Fabio Ares (comp.), *En torno a la Imprenta de Buenos Aires. 1780-1940*, Buenos Aires, Dirección General de Patrimonio, Museos y Casco Histórico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 2018.



PIEZAS EXHIBIDAS

DESIGNADOR AUCHI-POLITICO

leri-montonero, Chacuaco-oriental, Cho-
rotector, y Puti-republicador de todos
ombres de bien, que viven y mueren de
uidados sn el siglo diecinueve de nuest
ra cristiana.

Curiosidad visual e ilustración de noticias en el siglo XIX

Bajo paradigmas de la época se pusieron a disposición de los lectores reproducciones de imágenes que las tecnologías de multiplicación dejaban ver y poseer por primera vez. La ideología del progreso impulsó discursos y prácticas de mirar, con funciones simbólicas -como en la prensa satírica- y documentales. Lejos del dominio del fotoperiodismo del siglo XX, los periódicos del siglo XIX invocaron las tecnologías disponibles, como las técnicas del grabado artístico y comercial. Como las fotografías de hoy, las imágenes circulaban de un periódico a otro, y entre América y el mundo, se comercializaban clichés o se copiaban directamente de impresos extranjeros. Esto no impidió el desarrollo local de ilustradores e impresores que establecieron un régimen visual de ilustración de noticias en un conjunto extenso y heterogéneo de iconografías, materialidades y rasgos visuales diversos.





4

MUSEO AMERICANO.

25

TORTUGAS MARINAS.

DIFERENTES MODOS DE PESCARLAS.

En la clase de los reptiles, constituyen las tortugas un orden muy separado, y que no cuenta menos de sesenta especies distintas. A la primera ojeada se dan á conocer estos

animales por los dos escudos en que se halla encerrado su cuerpo, y que no les dejan sacar mas que la cabeza, el pescuezo, la cola y las cuatro patas. El escudo ó concha superior,

EL

MUSEO AMERICANO, LIBRO DE TODO EL MUNDO.

El sábado de cada semana sale un número de un pliego de impresion en 4.º papel superior, con 2 ó 3 láminas litografiadas.

Los números de cada trimestre reunidos formarán un tomo chico, ó los cuatro trimestres reunidos un tomo grande en 4.º, con una carátula, un índice, y una hermosa tapa en papel de color, con adornos y geroglíficos litografiados.

MUSEO AMERICANO.

21



CAZA DE FIERAS EN ORIENTE.

En la falda de una pequeña colina, atravesando senderos de algunas pocas varas, entre el monte algunos hombres montados á caballo, persiguen un dia entero un ciervo, un javali, un zorro, un lobo al son de trompas, con los gritos de los picadores y los ladridos de los perros: he aquí lo que ofrece la caza de mas solemne y de mas trágico en la Europa civilizada. A la verdad, escenas semejantes no parecen sino preciosas y pequeñas miniaturas, en comparacion de esas grandes partidas de caza, que se usan en la India; combates formidables en que el cazador cabalga al elefante y combate contra el tigre ó el leon.

El capitán Mundy, autor de una obra intitulada *Bosquejos de la India*, á pluma y pincel, refiere una de estas partidas de caza.

"Un dia (dice) á las cuatro de la tarde, partimos en número de diez, trayendo con nosotros ademas de nuestras monturas unos veinte elefantes para la batalla. Cuando hu-

que se nos habia indicado, prolongamos nuestra línea y avanzamos con precaucion; habia en este lugar pocos árboles, pero habia un monte talar espeso y muchos juncos. Yo bajé por un momento para tirar á un floricaa, especie de abutarda: maté al pijaro y volví á cabalgar. Casi al momento enderezó mi elefante la trompa, y dió fuertes resoplidos á intervalos. "Famoso dijo mi *masak* (conductor del elefante), hay un tigre entre el viento y su merced." Nuestro celo se reanimó; nuestra línea se volvió hácia el norte, y nuestros treinta elefantes avanzaron con mas rapidéz, continuando siempre en oprimir al terreno con sus pesados pies.

"Habíamos caminado cerca de cuatrocientos pasos y habíamos entrado en el pantano, cuando oímos con placer el tan deseado grito de *tallyho*. El coronel R... disparó un tiro que fué contestado por un espantoso rugido, y un tigre se lanzó sobre nosotros. Entonces tuvo lugar la escena, mas ridícula



GRITO ARGENTINO

28—1839.

¡OÍD, MORTALES, EL GRITO SAGRADO

LIBERTAD, LIBERTAD, LIBERTAD!

ARDE JUAN MANUEL ROSAS!.....
... ¡VOLVAMOS A TENER LEYES
SALGAMOS DE LA HORRIBLE MI-
ANO' HA HUNDIDO A LA NACION!..

o de todos los buenos Patrio-
neral de Buenos Aires, de su

federal, y lo ayudaron, ya est
error, y conocen que este es un
los que se llamaban unitarios so
que, como ellos, desean el bien c
y por eso se han unido de coraz
cuenta en las filas de los Emigra
La emigración no desea pe

En la noche de ese día, el ejército independien-
te estaba formado en *masa paralela* y a su
frente se hallaba de gran guardia el batallón 1.
de cazadores de los Andes.
Los granaderos a caballo estaban en *batalla*,
colocados en la extrema derecha del ejército.
A fin de que las tropas pudiesen descansar a
intervalos, así como los caballos que estaban ex-
tenuados, el coronel del regimiento, don José Ma-
tías Zapiola, dispuso que entre la primera y se-
gunda fila, se alternasen cada hora, permanecien-
do una pié en tierra y otra a caballo.
Todo esto, como se comprende, era en pre-
visión de cualquier movimiento que fuera necesi-

terriba, pero sin descuidar de lo que pudiera sobre-
venir. A su lado dormía el capitán del regimen-
to, don José Meneses, con la cabeza próxima a
los piés de aquel, quien al levantarse sobresal-
tado para montar a caballo, le rozó la cara con
las espuelas, produciéndole heridas que desan-
graron abundantemente.



Tandil (Provincia de Buenos Aires).—LA PIEDRA MOVEDIZA

sario, si el ejército contrario pudiese traer algun
ataque.

Concluyó el día 4 y empezaba el día 5 de Abril,
que tan luminosamente marcaría una fecha in-
mortal en el catálogo de las glorias argentinas.

En esa hora de transición y al comando del te-
niente coronel don José Melian, estaba de pié la
segunda fila, teniendo el caballo de la rienda.

No hacía mucho rato que descansaba, cuando
sintióse alarmada por las voces de *el caballo*!

Había salido de la gran guardia un infante a

Meneses se despertó, ó mejor, los dolores pro-
ducidos consiguientemente por aquellas lastima-
duras, le hicieron incorporarse algo más que asus-
tado, pues su espíritu, á la par de otros, estaba
preocupado con la proximidad del ejército ene-



Condado de Kerry (Irlanda).—LA PIEDRA MOVEDIZA

caballo, conduciendo algunas *caramolas* de lata
para procurar agua á su comalilla.

El caballo se espantó y dió en tierra al infante,
disparando en seguida, y en su fuga hacía sonar
fuertemente las *caramolas*, que á la distancia

migo y su imaginación tenía vivo el pánico de
Cancha Rayada. Figúrese que aquellos movi-
mientos y los golpes recibidos eran de las armas
de los caracaras del Rey, y sin detenerse á pensar
en su realidad, se puso de rodillas y levantando

VIII...
Tan grande había sido el espas-
mosas eran las lastimaduras de la
hombre, asaz inflencionado por el
ba á otra cosa, que á pedir perdo-
las voces de sus compañeros que
que no había nada, que se calma-

las carcajadas
alzados para
susto y se fijó
delante caras a

Por último,
gos minutos qu
dente, se consi
que dominase
ciera, cuénta
saba.

[De qué di
ron tratados p
la fragata San
misioneros que
pafia para el
con ocasion d
produjera un
portal]

Este señor M
de los primer
lenos, tuvo, p
que soportar
trono genera
do, cuando e
le recordaba la
del 4 de Abril

A. G. Ca
Buenos Aires, Ab

ESTANCIA

ESTE esta
pié de
G. P.
docto

ministrado p
Martinez Bargaad, está situado en
Tandil, al Sud de la Provincia de
6 kilómetros de la estación del fer-

El campo es completamente qu
recido á los de la República. Oñ
guas y sus
mayor parte
Cruzan el
Chapalecofi,
Amisad, La
China, y 14
son arroyos
de agua hac
soporte un
haciendas, v
bien las ag
de los aflats

El estable
cado á todo
en dos gran
para haciend
para inverna

Este seg
vidido en 7
dos á los pi
caballos y ov

La pobla
un chalet fl
el arquitect
truido en pie
tales del es
decir, el gra
etc., etc. A
distancia, s
ovejas y á l
vacas, const
paciosas, h

en piedra; frente de la casa p
cuadras, están los corrales de h

Todas estas construcciones es
ma de 150 piés sobre el nivel
falda que da al Sud es un

CORREO DEL DOMINGO

PERIODICO LITERARIO ILUSTRADO

Se publica todos los Domingos por la Imprenta del SIGLO, Victoria 153. Precio de la suscripción 30 pesos por cada cuatro entregas de 16 páginas cada una. Numeros sueltos 10 pesos



JUAN DE GARAY, 1º Comodoro de Buenos Aires—Copia de un retrato de familia.—[Tomo 24, 403.]



UNA VICTIMA DE LA TIRANIA

EL GENERAL RICA EN EUROPA.



EL SQUITO.



DISMARCK: ¿Que tal le va al RICA, presidente de los?

¿Señor RICA, bajo su gobierno actual la REVOLUCION es la TACON que mas progresa y prospera hoy...

MANIGO: Este debe ser nuestro programa, compañeros.



RICA: Señores, al "ABUJO DEL VENUS" ABOJO DEL VENUS" Señores, al Señor Presidente Dr. Juárez Calman.

EN EL MUELLE

General RICA, sea VS el MUELLE entre sus amigos y en su patria... Señor Presidente, aquí me tira, V.E. a sus órdenes.

Don Quijote



EL ACERDOR LA COMPAÑÓ
(Sin embargo no flaqueó, y estoy "La Prensa" el mejor periódico de la América del Sud.)



SU MUERTE LA HORRARIÓ



ENTRE LOS DOS TREPIDÓ



YO DEL ZORRO CALLÓ



Sr. Pedro Lluch Font
Director de la Sucursal del Banco de
Sabadell en Buenos Aires



J. Roca y J. A. 1891

Hasta que fué Pizarrón gobernador maravilla,
no ha venido a ésta nación la negra fiebre amarilla.



Los microbios de la crisis van aumentando su fiebre;
no hay que temer a la tisis, si a la indigestión de liebre



Se me adelantó; ¡hola, hola! No lo creyera a no verlo
ahora, si yo quiero servir, ya no pega, ni con cola.

Democrata

Don Quijote

MATRIMONIO CIVIL Y DIVORCIO.



Por lo civil, Misia Molta
se unió con Codo de Vela
¡Que personas tan bellas!



Donde al mismo demonio
por lo del curso forzoso
Se divorcia el matrimonio.



¿Qué culpa, misia
Enamorado en mí,
Por que te divorcias de mí?
¿Por que te divorcias de mí?

DIVORCIO



¿Qué culpa, misia
Enamorado en mí,
Por que te divorcias de mí?
¿Por que te divorcias de mí?

Si las pueras le sacan
que son las que le inventaron
segunda vez te insinúan

Removido



El cuerpo del delito

Batalla de changuadores y vigilantes y propaganda dem-
fuerza para "Don Quijote"



Victoria policial



Prisionero de guerra



En la zaharda o prisión
de la Zuhulandía.



La caricatura ante el Comisario.



El que se lo comió



Don Quijote por la duda hayó de la policía con el diáframa de la Viga

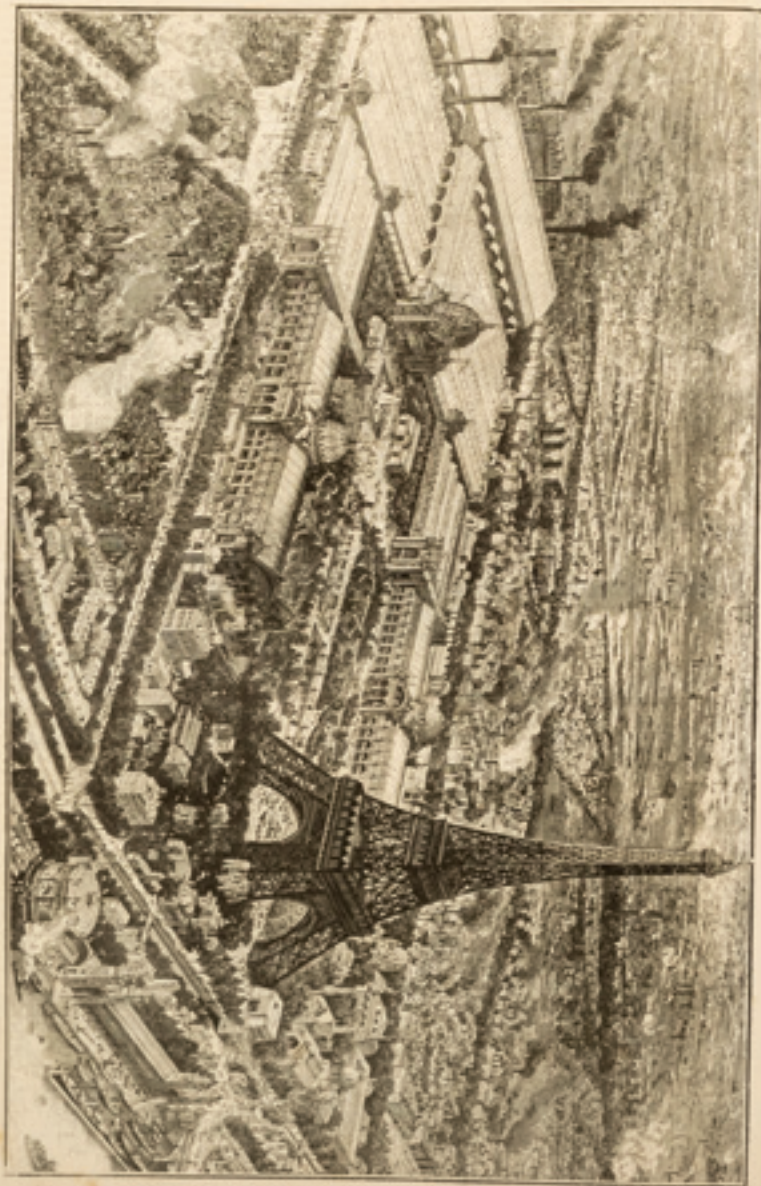


Entre tanto D. Quijote recibe un cheque con
de suscripciones para el "Codo de Vela".



471

EL SUD-AMERICANO



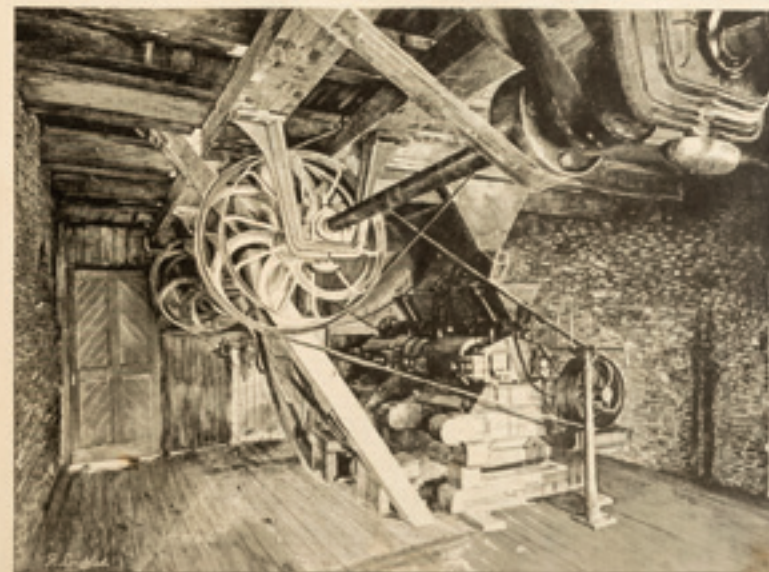
EXPOSITION UNIVERSELLE DE 1889

EL SUD-AMERICANO

472



Interior del establecimiento de máquinas de vapor de la fábrica de la Compañía de los Andes



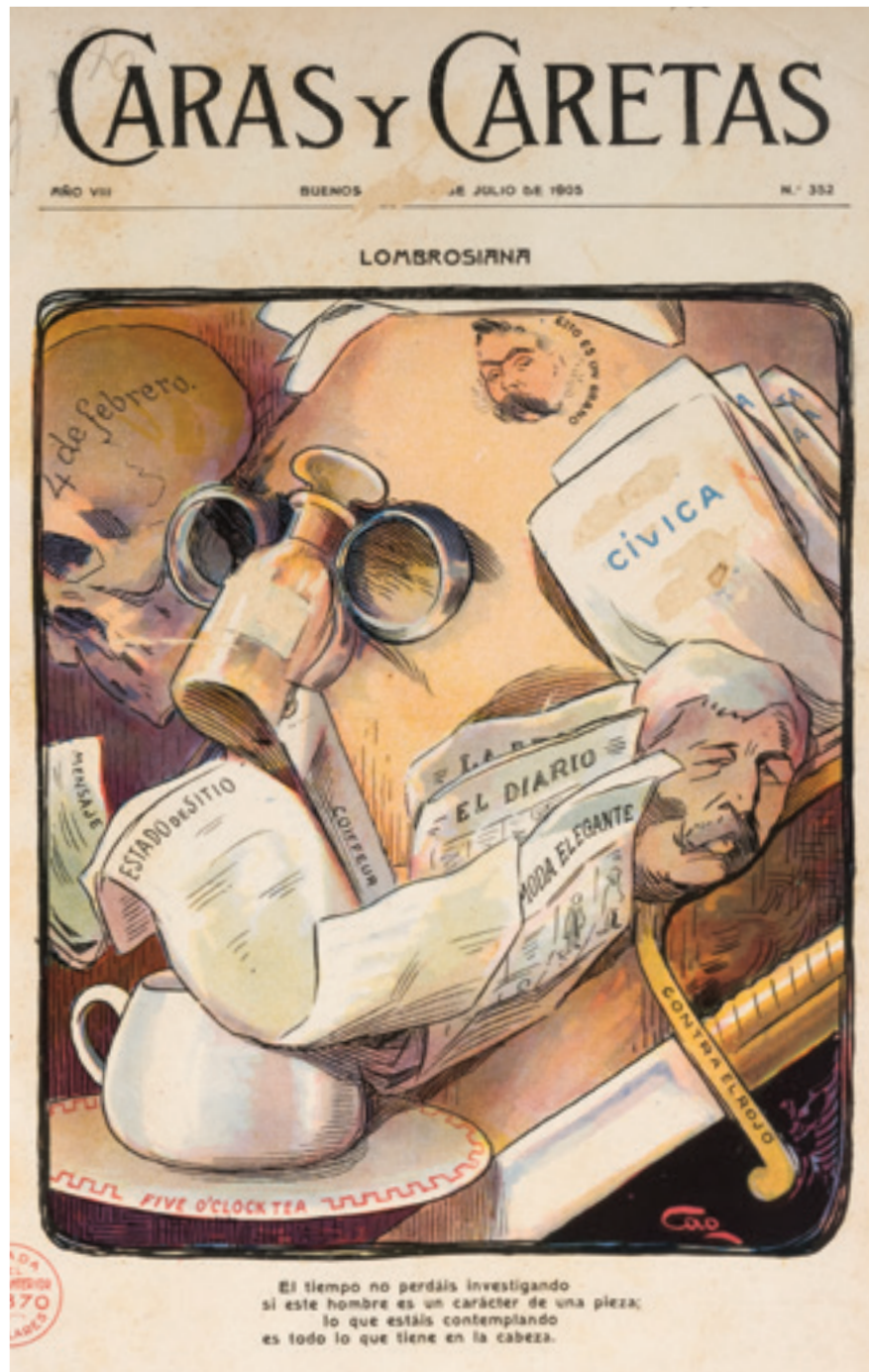
Interior del establecimiento de máquinas de vapor de la fábrica de la Compañía de los Andes. (Detalle de la máquina de vapor)



***Caras y Caretas* y el proceso de masificación visual en la cultura gráfica**

El semanario *Caras y Caretas* constituyó un fenómeno cultural innovador en la Argentina de fines del siglo XIX debido a que fue el primer periódico ilustrado que utilizó en forma sostenida nuevos medios, sistemas de producción y novedosos procesos de reproducción tecnológica con el objeto de poner al alcance de un público numeroso de clases media y popular una abundante cantidad de información, ficción e imágenes. En sus hojas de papel de calidad efímera *Caras y Caretas* conquistó en forma durable a miles de lectores que se identificaron con sus temas y modos de representación. Fue así, un artefacto cultural que articuló la transición entre la comunicación gráfica periódica del siglo XIX y las innovaciones de las revistas del siglo XX. Con innovaciones materiales y visuales y un modo directo e informal de comunicarse con el lector, presentó a través de diversos géneros discursivos contenidos misceláneos, de actualidad política, humor, literatura, divulgación científica, noticias sociales, publicidad.







CARICATURAS CONTEMPORÁNEAS
ENRIQUE FERRI, por CRO





su cerebro toda la ciencia que ha sabido atesorar en diez años de vida



Nacionales

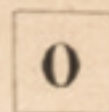


El ministro Castillo contestando la



Autonomistas

pública con
gos y Gouc
nombrar no
Martínez; E
seña á la m
peadas por
café para e
cial, se hac
al recinto,
supo depar
El secreta
po
es



Independientes

(Cuadro demostrativo de las huestes parlamentarias)



CARAS Y CARETAS

FIESTA DE CARIDAD
COLEGIO DE MARIA
CULADA, POR LA ASO
DE ANGELES TUTI



SEÑORITA
LEONORA
VIVOT
CABRAL
(La princesa)

SEÑORITA
VIRGINIA ANASAGASTI.







NOTAS VARIAS



Liborla Gómez
de Costa.



Hernán
Costa.



Este es Raimundo
Juan Alós, el hom-
bre de la buena
suerte para los de-
más. Si la hubiera
tenido para sí, no
habría caído en
poder de la policía
acusado de ejercer
el difícil arte de la
adivinación.



Rosa Lindner
de Feudt.



Natalio C.
Bernia.

Ocuparon una habitación del hotel situado
en la calle Cangallo 1973, y luego se enve-
nenaron con cianuro, ignorándose las cau-
sas determinantes del hecho.



A raíz de una serie de allanamientos efectuados
en centros comunistas, la policía de la sección
29ª detuvo a 165 personas y secuestró gran
cantidad de folletos y alicies, algunos de los
cuales pueden verse en la presente foto.



Empleados de la Aduana de la Capital junto a
los joyas secuestradas a Alberto Stecher, el
cual, clandestinamente, pensaba poner en venta
los artículos de lujo, cuyo valor no ha sido
aún justipreciado.



Sentados, y frente a las que fueron sus armas,
encuéntrense los asaltantes detenidos por empu-
dos policiales al mando del subcomisario Laterra.
en Saladillo, F. C. S.



Luis Borrero y
Antonio Héctor
Dillon, vende-





Río IV

Enlaces en provincias



Gran recepción en honor de los doctores Lora y Borda, candidatos radicales a la gobernación y vice.



Cruz-Morandi. — Cabada Sosa. — Rodríguez-Schneider. — Rosquiza.



Posadas-Ferrari. — Maciel. — Castilla-Fernández Lamas. — E. Soria.

Necrología en provincias



Señora M. T. de Donato. — Capital Federal. — Señora F. de S. Ruiz. — Ramallo. — Señora R. V. de Fedullo. — Monte Caseros. — Señor J. V. Peláez. — Rosario. — Señor José Barri. — Salta. — Señor Pablo Harbolussi. — Avellaneda. — Señor Carlos Magdalena. — Trío que Languea.

AGUA de los
CARMELITAS



BOYER

Contra las
Digestiones Penosas,
Calambres de Estómago
Jaquecas,

tómese después de la comida
con cucharada en una taza de té.

En tiempo de epidemia:
DISENTERIA, FIEBRES

¡ADVERTENCIA!

Muchas de las salsas
de calidad inferior
que se venden ahora
en Sud America son
imitaciones espurias de la



Proveedores
patentados de S.M.
el Rey de Inglaterra.

SALSA
LEA & PERRINS



Para asegurarse de obtener
la única verdadera SALSA
"WORCESTERSHIRE" DE
ORIGEN búsquese primero
que la firma de
LEA & PERRINS aparezca
en blanco diagonalmente
sobre la etiqueta en todas
las botellas.



38 AÑOS
HESPERIDINA

DE ÉXITO

CEFALINA

REMEDIO INFALIBLE
PARA CURAR EL DOLOR
DE CABEZA

En venta en todas las
farmacias

LA RICA
MITRE

GALLETITA DE MODA



3
BAGLEY

COSAS BUENAS

CEFALINA

NO DEBE FALTAR
EN NINGUNA CASA
DE FAMILIA

En venta en todas las
droguerías

50
DIFERENTES
CLASES
DE GALLETITAS
FABRICADAS
POR
BAGLEY



Repetición, sed excesiva,
calambres estomacales e intesti-
nales, y todos los demás sín-
tomos de indigestiones ac-
cidentales, se curan con tomar
un solo tubo del legítimo DI-
GESTIVO MOJARRIETA; que a la
vez sana los alimentos y las
aguas corrientes.

Los dolores crónicos estomacales e intestinales, los vómitos crónicos, la distensión del estómago, y las diarreas crónicas (sin régimen y aun que no se alivien a los primeros tubos, pues el DIGESTIVO MOJARRIETA no tiene engañosa acción calmante; se curan radicalmente con el legítimo DIGESTIVO MOJARRIETA; que es el único verdadero gastrointestinal completo.

La nutrición es la base esencial de la vida; así repiten las más grandes inteligencias, desde Hipócrates hasta el secretario general de la Sociedad Francesa de Higiene, oficial de Instrucción Pública en París y caballero de la Legión de Honor: «el estómago es la humanidad lo que la tierra es a los árboles»; «el estómago es el motor humano» y precisamente porque declarar imposible situarse con amplitud, esta imposibilidad es uno de los problemas resueltos con instantánea perfección tomando al año un tubo del DIGESTIVO MOJARRIETA e instruyéndose de sus prospectos que son los frutos de observaciones universales, y en lugar de constituir privaciones libertan.

CIGARRILLOS HABANOS MONTERREY

20 ^{cs}

COMPARENLOS CON
OTRAS MARCAS DE
0,30 ^{cs}





Niño. — Se ha extraviado. Viste alpargatas y pantalón de ciclista, tiene orejas grandes y algunos granos en la cabeza.



Sirvienta con cama que sepa cocinar.



Matrimonio práctico desea colocación.



Ama de leche de seis meses para casa de los padres.



Se ofrece medio oficial peluquero.

AGUA de los CARMELITAS



BOYER

Contra:

**ATAQUES NERVIOSOS
VERTIGOS, DESVANECIMIENTO
NÁUSEAS, INDISPOSICIONES**

(En un poco de agua fresca).

Tómense algunas gotas en un terrón de azúcar después de
un Golpe, una Calda, una Emoción.

SALUD DE LA MUJER

A todas Edades
Por el ELIXIR de

VIRGINIE NYRDAHL

que cura radicalmente los accidentes de la Formación y de la Edad Crítica como: Hemorragias, Congestiones, Vertigos, Ahogos, Palpitaciones, Gastralgias, Desordenes Digestivos y Nerviosos.

Este medicamento cura igualmente las Varices y Ulceras Varicosas, la Fiebril y las Almorranas.

Para recibir gratuitamente y franco de gastos un folleto explicativo de 130 paginas, escribir a:

PRODUCTOS NYRDAHL
818, Calle Moreno, BUENOS AIRES.
DE VENTA EN TODAS LAS FARMACIAS

CATARROS antiguos y recientes

TOSES, BRONQUITIS
radicalmente **CURADOS**

FOR LA

SOLUCION PAUTAUBERGE

que procura **Pulmones robustos**,
despierta el **Apetito**, aumenta
las **Fuerzas**, seca las **Secreciones**
y preserva de la

TUBERCULOSIS

L. PAUTAUBERGE, 10, rue de Constantinople, Paris y todas Farmacias.

Mejor que la Mejor CERVEZA INGLESA

KOPS SIN ALCOHOL
NEGRA
ó BLANCA



Fabricada en Londres, de la más pura malta, lúpulo, etc., es recomendada por sus cualidades altamente nutritivas y tonificantes.

Es la mejor cosa que pueden tomar las señoras que están criando; también para convalecientes, niños débiles y toda persona que deba alimentarse bien, es inmejorable.

Se garantiza no contener ALCOHOL.

Las dos clases.

Por docena, \$ 6 c/l.

ó por cajón de seis docenas de medias botellas, \$ 33 c/l.

Pidan á su almuerzo ó directamente al dueño. Introdúzcanse:

WILLIAM H. LOGAN
CANGALLO, 640

Donde se venden por mayor y menor
BUENOS AIRES



***Ephemera* impresa e ilustrada, soporte de las artes industriales de uso cotidiano**

Parte de la vida cotidiana del pasado, la *ephemera* impresa e ilustrada fabricada en Buenos Aires entre fines del siglo XIX y comienzos del XX indica una difusión a gran escala de objetos gráficos ligados a la dimensión cotidiana, administrativa, económica y social de la vida urbana y la sociedad de consumo del capitalismo industrial. Objetos muchas veces destinados a ser descartados luego de un uso específico, perduraron en colecciones públicas o privadas y fueron preservados por su valor simbólico, estético o afectivo. En este vasto territorio de objetos y categorías, conviven, entre otros, periódicos, etiquetas, avisos publicitarios, papeles comerciales, prospectos, menús, afiches, invitaciones, tarjetas postales y de figuritas, marquillas de cigarrillos. Interrogar los sentidos de estos dispositivos desde una historia de la cultura visual y material implica comprenderlos como parte del patrimonio gráfico común y otorgarles relevancia cultural y social.





5691—SOMBRERITO TROTTEUR en seda, alita de terciopelo, adorno de fantasía de alas, modelo de suma elegancia. \$ 19.50

5692—CHAPRAU "BERTHE" en terciopelo o terciopelo y seda, ala completamente drapé, adornado de pequeña fantasía de cigarrillos \$ 25.—

5693—BOINA de gran ébilo, toda en rico terciopelo, adorno de perlas en colores. \$ 18.50

5694—GRAN CANOTIER "MARGUERITE" en rica felpa real, adornado de bandeau de avestruces y pequeños ramitos de flores, poms. \$ 32.—

El mismo modelo, en seda. . . . \$ 28.—

5695—LINDISIMA TOCA en terciopelo de seda, adorno de bonito drapé de taffeta al precio excepcional de pesos. \$ 11.50

5696—TOQUET "MARIE LOUISE", borde de seda, copa de terciopelo elegantemente adornada de guita de hojas y flores, colores de moda, poms. \$ 25.—

5697—ELEGANTE TOCA en seda y terciopelo, adornada de dos lindas cabecitas de pluma de avestruz, modelo muy ventador para señoras \$ 30.—



5700—PRECIOSO SOMBRERO elegantemente levantado al costado, en terciopelo o seda, adornado de cubecita de pluma de avestruz. . . . \$ 23.—

5701—SOMBRERO "HABILLE", en terciopelo o felpa chapeau, adornado de rico bandeau de cigarrillos, estilo sumamente elegante. . . . \$ 35.—

5702—BONITO SOMBRERO amplia forma chambrero, en rico terciopelo, reborda levantado y adorno de bonito pinche, \$ 20.—

5703—PRECIOSA CLOCHE en terciopelo de seda, diversos colores, adornado de bandea de cinta desfilada, modelo de última moda. . . . \$ 15.50

5704—ELEGANTISIMO SOMBRERO en terciopelo, bajo de ala de crêpe, copa amplia y pesquetada, adornado de preciosas fantasías de avestruz, varios colores. \$ 28.—

5705—CHAPRAU "LEWIS", estilo original y ventador, en terciopelo y felpa, adornado de gran pompón de seda filosa, diversidad de colores, \$ 26.—

5706—SOMBRERO tout aller, todo en terciopelo, ala recta completamente drapada, adorno de torrada y cocas de seda, modelo muy ventador, \$ 16.—

Como preferimos confeccionar las sombreros en especial de acuerdo con el color y la medida solicitada, rogamos a nuestros clientes tener nota que necesitamos dos días hábiles para ejecutar cada pedido.



THE LAKE PLACID SWEATER

Cualquier casa que vende las lanas FLEISHER le dará instrucciones gratis para tejer el sweater que se ilustra aquí.

Para disfrutar de un deporte al aire libre, nada mejor que un buen sweater tejido, porque se amolda graciosamente a las líneas del cuerpo sin dificultar sus movimientos naturales.

Una dama cuidadosa debe sentirse halagada al llevar una prenda tejida por ella misma, que siente bien a su físico y que esté en un todo de acuerdo a sus deseos.

Con la lana de tejer FLEISHER'S

(En todos los colores del Arco Iris)

en su rica variedad de mates y extraordinaria calidad, puede Vd. tejer su prenda de vestir con la misma admirable perfección que lo haría un especialista.



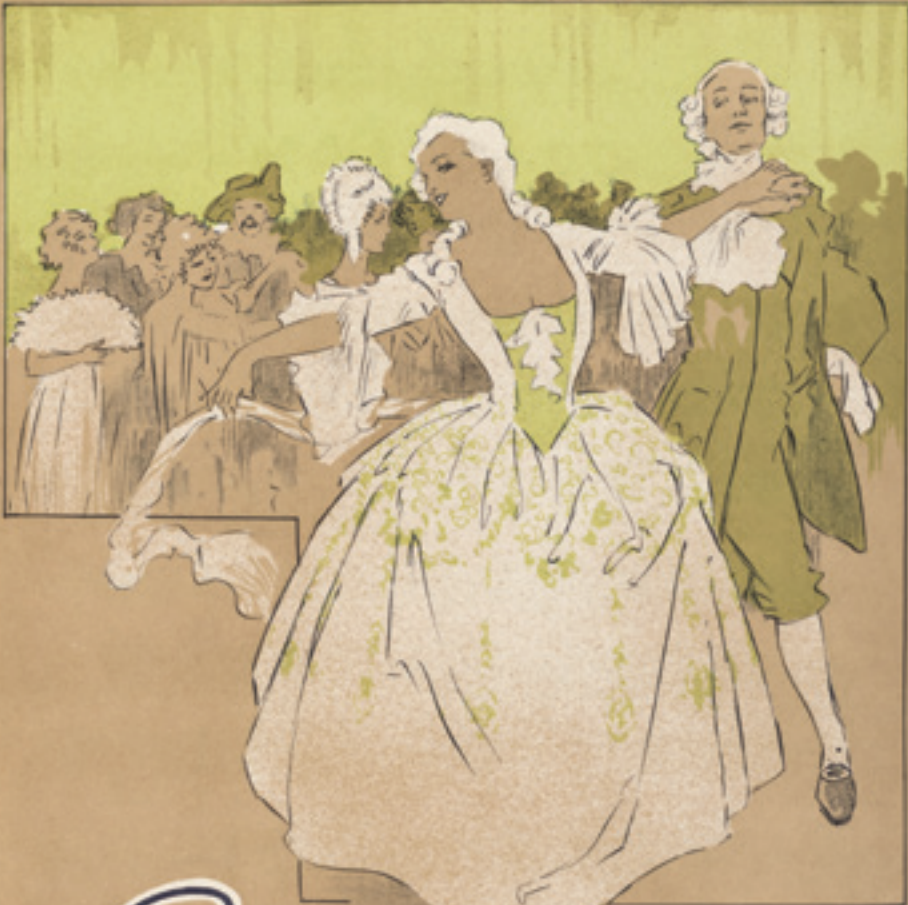

**PERFUMERIAS
FLORENTE GIVAU**

SELLO DE DISTINCION





A los señores Don José Pinar, Don Ricardo Vidal, Don Miguel Uncini y Don Rafael Magallanes - Muchísimamente.



COTILLON

TANGO para Piano

Por JUAN CARLOS BAZÁN

PROPIEDAD DEL AUTOR
Deposito y registrado en conformidad con la ley N° 11.161
Tiene los derechos de propiedad, reproducción, etc., reservados.
Editores Autorizados: BREYER HERMANOS

C \$ 0.60
N° 5961

A los señores Don José Pinar, Don Ricardo Vidal, Don Miguel Uncini y Don Rafael Magallanes - Muchísimamente.

COTILLON

TANGO MILONGA

Por JUAN CARLOS BAZÁN



Presenta al COMITADO DE LA PROTECCIÓN



BATO LITO

TANGO

A. Spatola

24

SAJIN

A los señores Don José Pinar, Don Ricardo Vidal, Don Miguel Uncini y Don Rafael Magallanes - Muchísimamente.



PASELO...

TANGO MILONGA

Por PRACANICO

SAJIN









Elena es una niña muy
buenita y muy querida



lava

cocina



plancha

82



cose

barre



estudia



y todo lo hace con gusto
y alegría.

83





















Buenos Aires, Rep. Argen - El Riachuelo





Imprentas de Buenos Aires

Casas distribuidoras e
importadoras de insumos y
maquinaria para imprentas
y afines



Imprentas de Buenos Aires

1860- 1970

Ana Bonelli y Aldana Villanueva

Pablo Coni

Nombre del establecimiento

1863: Pablo Coni
1875: Pablo Coni e Hijos
1899: Coni Hnos.

Propietarios

1863: Pablo Emilio Coni
1887: Fernando y Pablo Coni (hijos)
1892: se sumó otro hijo, Carlos María

Años de operación

1863 - c. 1970

Locaciones

1863: Cangallo 47 entre Reconquista y San Martín, Buenos Aires.
1863: Perú 101 al 107, Buenos Aires.
1875: Potosí 60 (Alsina 446), Buenos Aires.

Actividades principales

Edición de libros y publicaciones periódicas. Encuadernación.

Producciones (selección)

Los Fallos de la Suprema Corte de Justicia; *Anales de la Sociedad Científica Argentina* (1874), la *Revista Farmacéutica*, la *Revista Médico-Quirúrgica* (1864 a 1888); *Anales del Museo Público de Buenos Aires* (1865); *Código Civil* (segunda edición) de Vélez Sarsfield; *La vuelta de Martín Fierro* de José Hernández, ilustrada por Carlos Clérico.

Editó en distintos idiomas (incluso en lenguas indígenas como guaraní, tehuelche y lule).

1864: periódico satírico *El Mosquito*.

Comentarios

Pablo E. Coni fue uno de los operarios de la imprenta móvil del Ejército Grande al mando de Justo José de Urquiza en la batalla de Caseros (1852). Terminado el conflicto, trabajó en la Imprenta del Estado en Corrientes y, luego de un breve paso por Francia, se radicó en Buenos Aires en 1863. Luego de su retiro, y durante las primeras décadas del siglo XX, organizó la imprenta de la Universidad de Buenos Aires.



Retrato de Pablo Coni, *Caras y Caretas*, a. XIV, n° 659, 20 de mayo de 1911.



Sección de rotativas litográficas de Guillermo Kraft. Fotografía publicada en Ugarteche, Félix de (1929), *La imprenta argentina: sus orígenes y desarrollo*, Buenos Aires: R. Canals, p. 534.

Litografía, Imprenta y Encuadernación
Guillermo Kraft

Nombre del establecimiento
1864: Litografía, Imprenta y Encuadernación Guillermo Kraft

Propietarios
1864: Guillermo Kraft
1893: Guillermo Kraft (hijo)
1925: se constituye como sociedad anónima bajo el nombre Guillermo Kraft Ltda., presidente Guillermo E. C. Kraft (nieto del fundador), junto con sus hermanos Alberto y Oscar, miembros del Directorio

Años de operación
1864-1969

Locaciones
1864: Reconquista 83, Buenos Aires.
1866: Reconquista 92, Buenos Aires.
1897: España 151, Barracas (establecimiento de 4000 m2), Buenos Aires.
c. 1930: Reconquista 319-327 (edificio de siete plantas), Buenos Aires.

Actividades principales
Impresión litográfica, tipográfica, encuadernación.

Equipamiento
Máquinas litográficas a vapor, linotipos, monotipos, máquinas planas Augsburg con ponepliegos automáticos, rotativas y prensas *offset*.

Producciones (selección)
Papel moneda, estampillas, billetes de lotería, cédulas bancarias, mapas y libros en blanco. Textos históricos, políticos, obras científicas y revistas como los *Anales del Museo Nacional de Buenos Aires*. Guías, anuarios y diccionarios biográficos. *Anuario Kraft* (conocida guía comercial) desde 1885.

Comentarios
Kraft fue la introductora de la primera máquina litográfica a vapor conocida como "La Adela". Se le atribuyó la primera cromolitografía de catorce colores producida en el país. Instaló el Salón Kraft en la planta baja de sus oficinas y funcionó como sala de exhibición de obras de artes gráficas y como espacio cultural donde se realizaron conferencias y presentaciones de libros.

Jacobo Peuser

Nombre del establecimiento
1867: La Librería Nueva
1873: Peuser y Cía.

Propietarios
1868: Jacobo Peuser
1873: Peuser y José Pintos dos Santos (asociado)
1901: Juana Badaró (viuda de Peuser)
1919: Sociedad anónima (presidente: Justo P. Sáenz)



Sección de fotograbado de Peuser. Fotografía publicada en Ugarteche, Félix de (1929), *La imprenta argentina: sus orígenes y desarrollo*, Buenos Aires: R. Canals, p. 552.

Años de operación
1867-1964

Locaciones
1867: Cangallo (actual Juan Domingo Perón) 89, Buenos Aires.
1868: Moreno 130, Buenos Aires.
1873: Lavalle y Uruguay, Buenos Aires.
1877: San Martín 102, Buenos Aires.
c. 1880: construyen un moderno edificio en la calle Regimiento de Patricios 567, Buenos Aires.
1891: Cangallo y San Martín, Buenos Aires.

Actividades principales
Encuadernación, impresión tipográfica y litográfica. Producción editorial propia (almanaques, periódicos y libros). Trabajos comerciales (tarjetas postales, cartas de crédito, sellos postales). Venta de artículos de librería y papelería.

Equipamiento
Máquinas litográficas, de fototipia, linotipos.

Producciones (selección)
Semanario Argentino Alemán (1875); *Viaje al país de los araucanos* de Estanislao Zeballos, 1881 (primer libro como editorial); textos escolares; *Guía Peuser* de la ciudad de Buenos Aires (a partir de 1887); *Almanaque Peuser* (a partir de 1888), con colaboraciones literarias y datos para viajeros.

Comentarios
Jacobó Peuser era miembro del Consejo Escolar de la Ciudad de Buenos Aires. Su imprenta fue pionera en la incorporación de la fototipia con la publicación del libro *Arte Moderno de José Artal*, primero de su tipo en el país, aparecido en 1897. En 1901 introdujo una de las primeras linotipo, en simultáneo al diario *La Nación*. Peuser fue conocida también por su extensa red de sucursales fuera de Buenos Aires desde la década de 1880, en las ciudades de La Plata, Rosario, Bahía Blanca (1911), Mar del Plata (1920), Mendoza (1923) y Córdoba (1924).

Ángel de Estrada

Nombre del establecimiento
1869: Ángel Estrada
1871: se crea la Fundación Nacional de Tipos de Imprenta

Propietarios
1869: Ángel de Estrada

Años de operación
1869-2007

Locaciones
1869: Moreno 147/149 (actual 225/229), Buenos Aires.
1871: Belgrano 286 (Fundición), Buenos Aires.
1878: Bolívar 192 (actual 462/466) (oficinas) y talleres en calle Venezuela, Buenos Aires.



Atlas Histórico de la República Argentina, publicado por Ángel Estrada y Cía. en Buenos Aires, 1909. Biblioteca Nacional Mariano Moreno, Buenos Aires, https://catalogo.bn.gov.ar/F/?func=direct&doc_number=000238704&local_base=GENER

Actividades principales

Comercialización de maquinaria gráfica y de materiales para la enseñanza. Fundición de tipos móviles (desde 1871).

Equipamiento

Minervas a pedal, máquinas Alauzet, litográficas, de reacción para impresión de diarios, rotativas Marinoni, prensas Lavoyer, Ullmers, Voirin, Hoe. Pantógrafo (para escalar originales).

Producciones (selección)

Importación de materiales para la enseñanza de la editorial francesa Hachette, la norteamericana Appleton & Co., y la escocesa W. y A.K. Johnston Ltd. Publicación de *Compendio de historia* de Juana Manso (1876), los tomos de *Pedagogía* de José María Torres y *El Nene*, de Andrés Ferreyra (1895), y reediciones.

Comentarios

Estrada, junto a Mariano de Escalada y Juan Maupas, fundó la segunda fábrica de papel en el país en la localidad de Zárate, "La Argentina", a fin de producir localmente papeles para la actividad de imprenta. Formó parte del primer Consejo General de Educación, presidido por Domingo Faustino Sarmiento.

Imprenta Inglesa a vapor Kidd y Cía.

Nombre del establecimiento

1869: Imprenta Inglesa a Vapor Juan H. Kidd y Cía.

Propietarios

1869: Juan H. Kidd
1914: Hijo de Juan H. Kidd
1926: figura como director Cayetano T. Guerra, quien ocupó ese cargo hasta la década de 1940

Años de operación

1869- desconocido

Locaciones

1873: Corrientes 117, Buenos Aires.
c.1870: San Martín 155, Buenos Aires.
1900: Reconquista 274, Buenos Aires.

Actividades principales

Impresión tipográfica y litográfica.

Producciones (selección)

Guía Mensual de Kidd (guía comercial que publicó desde 1873 hasta 1905), *Nota Bene Kidd* (agenda de bolsillo), *El Polígrafo. Órgano de las Artes Gráficas* (desde 1883, dirigido por Rodolfo Soucup). Imprimió trabajos comerciales, sellos, tarjetas postales, mapas.

Comentarios

Desde que Juan H. Kidd adquirió un pequeño taller de imprenta en Buenos Aires, el establecimiento se convirtió en un referente para la colectividad británica.

La Ítalo-Platense, Talleres Gráficos Colombatti y Cía.

Nombre del establecimiento

1871: Talleres Gráficos Colombatti y Cía.
1892: La Ítalo-Platense
1929: Colombatti y Cía.

Propietarios

1871: Aloí y Alfredo Colombatti
1929: Sociedad anónima

Años de operación

1871- c.1980

Locaciones

1871: Alsina 1241-43, Buenos Aires.
c.1920: Paseo Colón 1180-82 (edificio de más de 5000m2), Buenos Aires.

Actividades principales

Imprenta tipográfica y litográfica.

Producciones (selección)

Trabajos comerciales, etiquetas, afiches en cromolitografía.

Comentarios

Al cierre definitivo de la compañía las piedras litográficas que aún se encontraban en el edificio de Paseo Colón pasaron al acervo del Taller de Litografía del Museo Ernesto de la Cárcova.

Compañía Sudamericana de Billetes de Banco

Nombre del establecimiento

1882: Stiller & Laas
1887: Compañía Sud-Americana de Billetes de Banco

Propietarios

1882: Curt Stiller y Rodolfo Laas

Años de operación

1882-1921

Locaciones

1882: San Martín y Sarmiento, Buenos Aires.
1887: Balcarce y Paseo Colón (edificio de 4 plantas para los talleres, oficinas y depósitos), Buenos Aires.

Actividades principales

Imprenta tipográfica, litografía y papelería.

Producciones (selección)

Impresión de billetes de banco, sellos postales y documentos de valor; periódicos *El Sudamericano* (a partir de 1888), *La Ilustración Sudamericana* (a partir de 1892) y *Revue Illustrée del Río de la Plata*. Reproducciones de documentos, censos, planos.



Frente del establecimiento en Paseo Colón 1180-82. Fotografía publicada en Ugarteche, Félix de (1929), *La imprenta argentina: sus orígenes y desarrollo*, Buenos Aires: R. Canals, p. 565.



Departamento de máquinas de Kidd y Cía. Fotografía publicada en Ugarteche, Félix de (1929), *La imprenta argentina: sus orígenes y desarrollo*, Buenos Aires: R. Canals, p. 573.



El Sudamericano, periódico ilustrado, año II, núm. 32, 5 de noviembre de 1889, Biblioteca Ernesto Tornquist.

Comentarios

Hasta 1897, con la creación de la imprenta de la Casa de la Moneda, la Compañía tuvo la exclusividad de la impresión de documentos oficiales por ser la introductora del grabado en acero en el país. También recibió encargos oficiales de los gobiernos de Chile, Uruguay y Brasil. Entre los años 1887 y 1892 trabajó en los talleres el artista austriaco Ferdinand Schirnböck. Al poco tiempo, y por más de veinticinco años, el grabador Guillermo Godofredo Nuesch fue parte del *staff* artístico. Pero el más destacado director de la Compañía fue el italiano Alfonso Bosco, autor de numerosos grabados que circularon en sellos postales y billetes, *ex-libris* y revistas ilustradas. Al cierre, sus máquinas, piedras litográficas, planchas de acero y demás insumos fueron adquiridos por el gobierno para la Casa de la Moneda, a través de la Casa Curt Berger y Cía.



Máquina de rotogravado de la Compañía General de Fósforos. Fotografía publicada en Ugarteche, Félix de (1929), *La imprenta argentina: sus orígenes y desarrollo*, Buenos Aires: R. Canals, p. 588.

Compañía General de Fósforos

Nombre del establecimiento

1889: Compañía General de Fósforos

Propietarios

Resultado de la fusión de tres establecimientos fosforeros anteriores: Bologno Lavigne & Cía., Dellachá y Hno. y Francisco Lavaggi e Hijo.

Años de operación

1889-1929

Locaciones

1889: California 1270, Buenos Aires.

Actividades principales

Imprenta litográfica.

Equipamiento

Rotativas *offset*, máquinas de litografía, fotocromía, fotogravado. Equipos de fotografía. Máquinas para barnizado y secado. Máquinas para cortar, armar y pegar estuches.

Producciones (selección)

Impresiones litográficas para las cajas de fósforos, almanaques, catálogos, álbumes, etiquetas, afiches, estuches y libros en blanco. "Angelito" (marca propia de naipes). Revistas de gran tirada (a partir de la compra del establecimiento Ortega y Radaelli en 1921).

Comentarios

En 1903 fundaron una fábrica de papel y cartón en la localidad bonaerense de Bernal, que más tarde se conoció como Papelera La Argentina S.A., empresa a la que se sumó una hilandería de algodón en la misma zona. En 1929 la compañía se dividió en dos, así la actividad fosforera quedó bajo la órbita de la Compañía Sudamericana de Fósforos mientras que los rubros textil, papelería y gráfico pasaron a conformar la Compañía Fabril Financiera.

Establecimiento Gráfico Argentino

Nombre del establecimiento

1889: Gunche, Wiebeck y Turtl
1913: Wiebeck, Turtl y Compiani
1920: Establecimiento Gráfico Argentino

Propietarios

1889: Emilio Gunche, Germán Wiebeck, José Turtl
1913: José Compiani y los hijos de los fundadores, Arturo Turtl y Ernesto Wiebeck
1920: Sociedad anónima

Años de operación

1889- c. 1970

Locaciones

1889: San Martín 315, Buenos Aires.
c. 1890: O'Brien y Salta, Buenos Aires.
1922: Cevallos entre Juan de Garay y Brasil, Buenos Aires.

Actividades principales

Impresión tipográfica y litográfica.

Producciones (selección)

Marquillas para cigarrillos, etiquetas, títulos y acciones bancarias y carteles publicitarios. *Guía Nacional de la República Argentina* de Pablo Basch.

Comentarios

Germán Wiebeck había sido gerente de Stiller & Laas antes de convertirse en la Compañía Sud Americana de Billetes de Banco. Gunche también había sido empleado de la Compañía y se desempeñó como director artístico del periódico ilustrado *La Ilustración Sudamericana*.



Vista general de la sala de encuadernación del Establecimiento Gráfico Argentino. Fotografía publicada en *Argentina Gráfica*, año VI, n° 65-66, Buenos Aires, noviembre-diciembre de 1941, p. 46.

La Nueva Artística de Alejandro Bianchi

Nombre del establecimiento

1889: La Artística
1896: La Nueva Artística
1926: Alejandro Bianchi y Cía. Ltda.

Propietarios

1889: Alejandro Bianchi

Años de operación

1889-1989

Locaciones

1889: Alsina 1758-60, Buenos Aires.
1890: Piedad 2627 (hoy Bartolomé Mitre), Buenos Aires.
1900: Piedad esquina Paso, Buenos Aires.
1925: Quintino Bocayuva 959, Buenos Aires.

Actividades principales

Impresión tipográfica y litográfica.



Sala de dibujantes. Fotografía publicada en Ugarteche, Félix de (1929), *La imprenta argentina: sus orígenes y desarrollo*, Buenos Aires: R. Canals, p. 654.

Equipamiento

Rotativas de *offset*, máquinas planas, prensas tipográficas, linotipos

Producciones (selección)

Trabajos comerciales, como marquillas de tabaco, carteles y etiquetas, mapas e impresos administrativos.

Comentarios

Además de los trabajos comerciales, la calidad de sus impresos resultó en que fuera la elegida por el *Club de la Estampa* para la impresión de una serie de litografías de artistas como Víctor Rebuffo, Daniel Zelaya o Libero Badii en 1968. 1989: adquirió la Compañía Nobleza de Tabacos.

Talleres Gráficos de Lorenzo J. Rosso

Nombre del establecimiento

1893: Talleres Gráficos Argentinos Lorenzo Rosso

Propietarios

1893: Lorenzo J. Rosso

Años de operación

1893- desconocido

Locaciones

1900: Belgrano 475, Buenos Aires.

1921: Doblas 951, Buenos Aires.

Actividades principales

Impresión tipográfica, producción editorial propia.

Equipamiento

Linotipos, monotipos, rotativas dobles y cuádruples y prensas *offset*.

Producciones (selección)

Álbum del Centenario (1910), encargo del Gobierno Nacional; colección *La Cultura Argentina* de José Ingenieros; revista bibliográfica *La Literatura Argentina* (desde 1928) dedicada al mundo del libro.

Comentarios

Rosso fue un agente central del campo gráfico argentino. En efecto, fue uno de los responsables de la creación de la sección Artes Gráficas de la Unión Industrial Argentina, entidad de la que años más tarde devino presidente. En 1926 se asoció con Enrique Ruíz Guiñazú y José Luis Cantilo para formar la Editorial América Unida, sello que organizó el concurso literario que coronó como ganadora a la novela *El juguete rabioso* de Roberto Arlt.

Ortega y Radaelli

Nombre del establecimiento

1901: Ortega y Radaelli

Propietarios

1901: Fausto Ortega y Ricardo Radaelli

Años de operación

1901-1921

Locaciones

1901: Perú 662-672, Buenos Aires.

1907: Paseo Colón 1244-76, Buenos Aires.

Actividades principales

Impresión tipográfica, fotograbado, litografía.

Equipamiento

Máquinas de fotograbado, estereotipias, linotipia, rotativas.

Producciones (selección)

Imprimió *Caras y Caretas* (entre 1900 y 1911) y revistas como *El Hogar* y *Mundo Argentino*.

Comentarios

En 1921 los talleres fueron comprados por la Compañía General de Fósforos.

Imprenta de Francisco A. Colombo

Nombre del establecimiento

1902: Talleres Gráficos Colón (San Antonio de Areco)-Francisco A. Colombo

Propietarios

1902: Francisco A. Colombo

1953: Osvaldo Colombo

Años de operación

1902- c. 1970

Locaciones

1902: Ruiz de Arellano, San Antonio de Areco.

1929: Hortiguera 552, Buenos Aires.

Actividades principales

Impresión de libros de lujo y consumo bibliófilo.

Equipamiento

Prensas manuales, prensas planas mecánicas (por ejemplo, la “Europa” de la firma Albert & Frankenthal).

Producciones (selección)

Ediciones de lujo, muchas para la Sociedad de Bibliófilos Argentinos y para Amigos del Arte. *Rosaura* de Ricardo Güiraldes (1922), ilustraciones de Alberto Güiraldes; *Xamaica* (1923) y *Don Segundo Sombra* (1926), del mismo autor. Colección *Cuadernos del Plata* (1929) con textos de Güiraldes, Jorge Luis Borges, Ricardo Molinari y Macedonio Fernández. *Martin Fierro* de José Hernández con xilografías originales de Alfredo Bellocq (1927) editado por Amigos del Arte. *Facundo* de Domingo F. Sarmiento, con aguafuertes originales de Alfredo Guido (1935).



Fotografía de los locales de Paseo Colón 1244-70 en Buenos Aires, “Ortega y Radaelli”, *Ecos Gráficos*, a. II, nº 15-16, Buenos Aires, marzo-abril de 1911, p. 23.



Domingo F. Sarmiento, *Facundo*, Buenos Aires, Sociedad de Bibliófilos Argentinos, 1935. Aguafuertes originales de Alfredo Guido. Biblioteca Nacional Mariano Moreno, Buenos Aires.

Comentarios

Desde los inicios la imprenta se dedicó a la producción de libros de gran calidad y factura. En la década de 1970 el taller de Areco que funcionó en la calle San Martín 315 fue renombrado como La Posta de Colombo en homenaje al legado del impresor y fue sostenido por el heredero, Osvaldo F. Colombo, junto con Samuel César Palui y Horacio Enrique Guillén.

Imprenta López

Nombre del establecimiento

1908: Imprenta López

Propietarios

1908: José López García, Juan Bautista López y Eduardo Ruiz

Años de operación

1908-1969

Locaciones

1908: Tacuarí 634, Buenos Aires.
1918: Bolívar 535, Buenos Aires.
c. 1920: Perú 666, Buenos Aires.

Actividades principales

Impresión tipográfica, papelería comercial y formularios.
Producción editorial propia.

Equipamiento

Minervas, prensas planas, linotipos.

Producciones (selección)

Colección General de Leyes Nacionales (1918). Revistas periódicas como: *Vida porteña*, *John Bull*, *Born-Tips* y *Cinema Chat*, *La Novela Semanal* y *El Suplemento*. Libros y colecciones para la editorial Losada.

Comentarios

En el *staff* de la imprenta participaron agentes importantes del campo artístico y gráfico como Luis Seoane, Horacio Coppola, Grete Stern y Attilio Rossi. En 1942 la imprenta editó *Cómo se imprime un libro*, una suerte de manual didáctico de los oficios vinculados a la producción del libro como pieza publicitaria del establecimiento.

Profumo & Hno.

Nombre del establecimiento

1910: Ravera y Profumo
1924: Talleres Gráficos Profumo & Hno.

Propietarios

1910: Enrique Ravera y Felipe Profumo
1924: los hermanos Felipe y Alfredo Profumo

Años de operación

1910 - c. 1980

Locaciones

1910: Belgrano esquina Muñiz, Buenos Aires.

Actividades principales

Impresión de trabajos comerciales, litografía y *offset*.

Producciones (selección)

Impresos de carácter comercial: etiquetas, anuncios, papel membrete, tarjetas, invitaciones, folletos y ocasionalmente periódicos.

Comentarios

Entre sus clientes se encontraban: Perfumerías Griet, 8 Hermanos, Bols, Quilmes, Swift, Trapiche, Hellmann's, entre otros.

Imprenta Luis L. Gotelli

Nombre del establecimiento

1919: Imprenta de Luis Gotelli

Propietarios

1919: Luis Gotelli

Años de operación

1919-1943

Locaciones

1919: Victoria 821 (actual Hipólito Yrigoyen), luego Cangallo 828 (actual J. D. Perón), Buenos Aires.
1928: Azopardo 1017, Buenos Aires.

Actividades principales

Impresión y encuadernación de libros.

Equipamiento

Minervas, linotipos, monotipos, prensas planas y estereotipos de la Winkle Faller & Co.

Producciones (selección)

Impresión de papelería comercial, tarjetería, postales, avisos publicitarios, folletos, catálogos, libros, encuadernación. Fundición de tipos especiales para monotipia.

Comentarios

En 1929 la reconocida agencia estadounidense de publicidad J. W. Thompson contrató los servicios de imprenta del taller de Gotelli, firma a la que años más tarde se sumaron también Mac Cann Erickson, Berg & Cía, N.W. Ayer & Son y Grant Advertising. Entre las marcas que encargaron trabajos se encontraban General Electric, General Motors, Ford, Bayer y Nestlé. En 1940 editó un catálogo tipográfico titulado *Los caracteres tipográficos de la prototipografía publicitaria argentina*.



Publicidad de los Talleres Gráficos de la Imprenta López en la calle Perú 666. Biblos. *Órgano Oficial de la Cámara Argentina del Libro*, a. II, n° 7-8, segundo y tercer trimestre de 1943.



Frente de los Talleres Gráficos Profumo & Hno. en la calle Belgrano 4299. Fotografía publicada en Ugarteche, Félix de (1929), *La imprenta argentina: sus orígenes y desarrollo*, Buenos Aires: R. Canals, p. 703.



Sección de encuadernación rústica. Fotografía publicada en Ugarteche, Félix de (1929), *La imprenta argentina: sus orígenes y desarrollo*, Buenos Aires: R. Canals, p. 717.



Fachada del edificio en Piedras 1149 (hoy Bartolomé Mitre). Fotografía publicada en *Argentina Gráfica*, año VI, nº 65-66, Buenos Aires, noviembre-diciembre de 1941, p. 56.

Talleres Gráficos R. Canals

Nombre del establecimiento
1920: Talleres Gráficos R. Canals

Propietarios
1920: Roberto Canals y sus hermanos Ricardo, Ernesto y Oscar

Años de operación
1920- desconocido

Locaciones
1920: Defensa 523, Buenos Aires.
1924: Salta 459-61, Buenos Aires.

Actividades principales
Impresión tipográfica y fotograbado.

Comentarios
Félix de Ugarteche, historiador de la imprenta, imprimió en el año 1929 una importante obra sobre los orígenes de la imprenta en Argentina.



Sección tipografía de los talleres de Barracas de la Compañía Fabril Financiera, *Argentina Gráfica*, a. VI, nº 65-66, Buenos Aires, noviembre-diciembre de 1941, p. 36.

Compañía Fabril Financiera

Nombre del establecimiento
1929: Compañía Fabril Financiera

Propietarios
Desprendimiento de la Compañía General de Fósforos

Años de operación
1929-1992

Locaciones
1929: California 1270, Buenos Aires.

Actividades principales
Impresión litográfica. Producción de libros y revistas.

Producciones (selección)
Constituyó el sello Fabril Editora, junto con las editoriales Codex y Abril, especializadas en la venta de libros y revistas en Sudamérica y en España. Impresión de la Revista *Mucho Gusto*.

Comentarios
Se desarrolló como un desprendimiento de la Compañía General de Fósforos. La etapa inaugural de la renovada empresa se caracterizó por el avance sobre la industria química, lo que motivó la producción de tintas para el sector gráfico.

Casas distribuidoras e importadoras de insumos y maquinaria para imprentas y afines

Hoffmann & Stocker

Nombre del establecimiento
1884: Hoffmann & Cía.
1896: Hoffmann & Stocker

Propietarios
1884: Gotardo Hoffmann
1896: se asocia con Jacobo Stocker

Inicio de actividades
1884

Locaciones
1888: Moreno 451 a 461, Buenos Aires.
1896: México 853, Buenos Aires.
c. 1910: Paseo Colón 417, Buenos Aires.

Actividades principales
Representante de diversas casas alemanas de venta de artículos para las artes gráficas. Fundición de tipos. Importación de tintas y tipos, artículos de papelería y maquinarias: minervas de la marca *Diamant*, guillotinas *Perfecta*, poneplegios *Universal*, la impresora plana *Wormatia* y linotipos.

Comentarios
A partir de 1909 la firma editó la revista *Ecos Gráficos* (1909-1916) a fin de publicitar sus productos a la vez que se proponía reseñar los adelantos y novedades en el arte gráfico y contribuir con el saber práctico.



Stand de la firma en la Exposición Industrial del Centenario. Se exponen las linotipo “Standard” y “Junior” de la Mergenthaler Linotype Company de Nueva York, *Ecos Gráficos*, a.1, t. 1, nº10, Buenos Aires Hoffmann & Stocker, septiembre - octubre de 1910, p. 279.

Serra Hnos.

Nombre del establecimiento
1884: Serra Hnos.

Propietarios
1884: Matero Serra y sus hermanos Vicente, Bartolomé, José y Melchor Serra

Inicio de actividades
1884

Locaciones
1884: Defensa 453, Buenos Aires.

Actividades principales
Distribución de insumos gráficos en Argentina y Uruguay. Servicios de encuadernación para empresas y particulares. Venta de maquinaria



Salón de ventas, “La Casa Serra Hnos.”, *Páginas Gráficas*, Buenos Aires, año 1, nº 21, mayo - junio 1916. [Citado en La Nación, Buenos Aires, 25 de mayo de 1910].

de imprenta como minervas, guillotinas y doradoras para encuadernación, linotipos, prensas planas y rotativas de distintas casas europeas y estadounidenses. Entre ellas, comercializó la gran rotativa Marinoni, de origen francés, así como la monotipo de la Monotype Company de Filadelfia.

Comentarios

En 1913 la firma editó la revista *Páginas Gráficas* (1913-1931), que resultó ser una de las publicaciones comerciales de importadoras de insumos gráficos más longevas. Su director fue José Fontana, un tipógrafo de origen italiano docente en la *Scuola del libro* de Milán, que se desempeñó como jefe de tipografía del taller de imprenta de la Compañía General de Fósforos y como docente de dibujo y director del Instituto Argentino de Artes Gráficas.



Salón destinado para depósito de máquinas de imprenta, “Los establecimientos de los señores Curt Berger & Cía.”, *Caras y Caretas*, año XIII, n°607, 21 de mayo de 1910.

Curt Berger & Cía.

Nombre del establecimiento

1894: Curt Berger & Cía.

Propietarios

1894: Curt Berger

Inicio de actividades

1894

Locaciones

1894: Chile 326, Buenos Aires.

1895: Balcarce 460, Buenos Aires.

1906: construyen un edificio de 5 pisos en la calle 25 de mayo 382 a 396, Buenos Aires.

1910: Paseo Colón 717, Buenos Aires.

Actividades principales

Importación de insumos y maquinarias. Importaba tintas e insumos de imprenta y litografía de origen alemán, así como grandes máquinas de imprenta, entre ellas, planas y rotativas de las casas Karl Krause y Schmiers Werner & Stein, de Leipzig, la minerva Heidelberg y maquinaria para encuadernación de la firma Brehmer. También poseía la licencia de las prensas *offset* de la casa G. Mann, de Londres.

Comentarios

En 1910 diversificó su cartera de productos e incorporó la venta de cuellos, puños y pecheras de camisas de la Marca May, cuyo local se ubicó en la calle Esmeralda 184.

En 1905 la casa editó la revista *Éxito Gráfico* (1905-1915), que además de publicitar los artículos de la marca se propuso alertar sobre las novedades y adelantos tecnológicos del rubro y desplegó discursos estéticos en torno a la producción de objetos gráficos comerciales y diversos artefactos culturales.

El gran éxito comercial de esta firma estuvo sustentado, en especial, por sus vinculaciones con los principales establecimientos de artes gráficas de todo el país. Uno de ellos fue *Caras y Caretas*, del que se constituyó como uno de sus principales proveedores.

Ault & Wiborg Argentine Co.

Nombre del establecimiento

1904: James Wheatley

1918: The Ault & Wiborg Argentine Co.

Propietarios

1904: James A. Wheatley

Inicio de actividades

1904

Locaciones

1904: México 1059-61, Buenos Aires.

1910: Bolívar 535, Buenos Aires.

1914: Balcarce 150, México 483, Paseo Colón 1182, General Hornos 277 y Paseo Colón y México, Buenos Aires.

1923: edificio para depósitos en Defensa y México, Buenos Aires.

Actividades principales

Importador de tintas y barnices para litografía. Fueron los únicos representantes de las fábricas norteamericanas The Miehle Co., The Harris Automatic Press Co., The Seybold Machine, The American Intaglio Printing Press Co. y The American Can Co.



Exposición de máquinas en el local de Defensa y México, en Ugarteche, Félix de (1929), *La imprenta argentina: sus orígenes y desarrollo*, Buenos Aires: R. Canals, p. 780.

National Paper & Type Co.

Nombre del establecimiento

1907: National Paper and Type Co.

Propietarios

1907: Sucursal de la empresa norteamericana. Primer representante de la firma en Argentina.

1913: George G. Cobeau sucedió a Brooks como representante.

Inicio de actividades

1907

Locaciones

1907: Bolívar 256, Bolívar 230, Buenos Aires.

1909: Chacabuco 443 y depósitos sobre la calle Azopardo, Buenos Aires.

Actividades principales

Importación de maquinaria, papel, tintas y demás artículos de imprenta manufacturados en los Estados Unidos. Introdujeron la linotipo de la Mergenthaler Linotype Company, comercializaron familias tipográficas de la American Type Founders, prensas de la Chandler Co., cortadoras de papel de la The Challenge Machinery Co. y productos de papelería de la Richmond Paper Manufacturing Co.

Comentarios

El gran dominio comercial que estableció la compañía, que se acrecentó finalizada la Primera Guerra Mundial, se acompañó de la búsqueda por consolidar un diálogo cultural panamericano. Así, una de las herramientas principales para dicho fin fue la publicación de boletines en español que se distribuyeron en América Latina, entre ellos, *El Arte tipográfico*, que comenzó a editarse en 1908.



Sucursal de la Paper & Type Company en Buenos Aires, en Ugarteche, Félix de (1929), *La imprenta argentina: sus orígenes y desarrollo*, Buenos Aires: R. Canals, p. 853



Contenidos accesibles y para infancias

Contenidos Accesibles

Las conquistas de lo efímero.¹

Gráfica e industria en tiempos de *Caras y Caretas*

En los años 1800, las ilustraciones de diarios y periódicos se reproducían con la técnica de grabado.

El grabado es la copia mecánica de un dibujo hecho en una placa de madera, metal o piedra.

Pero en los años 1900, el modo de comunicar imágenes cambió.

Aparecieron nuevas tecnologías industriales.

Estas tecnologías permitieron reproducir la misma imagen miles de veces, de manera rápida y más barata.

Además, permitieron incluir colores y reproducir fotos.

Otros cambios sociales y políticos ocurrieron en los años 1900:

- Argentina creció como país.
- Las ciudades crecieron.
- La cantidad de habitantes también creció.
- La educación llegó a más niñas, niños y jóvenes.
- Hubo más comercio.

Fue necesario tener más diarios, periódicos y revistas para registrar, informar, entretener y enseñar.

También, para pensar, transmitir ideas políticas y publicitar productos y servicios.

Las imágenes ayudaron a comunicar.

Las ilustraciones pasaron a las tarjetas postales, a las etiquetas y a los afiches.

Y cumplieron un rol cultural de mucha importancia.

1. **Efímero** es lo que dura poco.

Muchos objetos con imágenes impresas fueron efímeros.

Fueron objetos de todos los días

que se usaron y se descartaron.

Unos pocos quedaron en colecciones públicas y privadas.

Esta exposición rescata esos objetos

porque representan la memoria de nuestra cultura visual.

Los diarios, periódicos y revistas desarrollaron un nuevo lenguaje gráfico.

Las publicaciones tuvieron cada vez más ilustraciones.

Las imágenes convivieron con los textos.

Las y los escritores, periodistas, ilustradores, grabadores, e impresores trabajaron de manera colaborativa.

Y mientras el número de diarios y periódicos crecía, el público consumía cada vez más noticias gráficas.

Esas ilustraciones, junto con las postales, las etiquetas y otros objetos gráficos tenían su belleza.

No entraron en el mundo de las bellas artes,² porque eran productos artísticos, pero también eran productos industriales.

Eran trabajos sin autor,

producidos de manera rápida y en grandes cantidades.

Se imprimían en soportes de bajo costo

como el papel que envuelve un jabón, la página de un diario, el programa de un espectáculo.

Estaban allí para atraer a la gente

y lograr que consumiera el producto.

Las nuevas formas de imprimir imágenes y fotos

transformaron el aspecto de los objetos de todos los días.

Crearon una cultura visual y material característica de ese momento.

Muchos de esos objetos gráficos

quedaron en la memoria de la gente.



Lee el QR para
escuchar el audio

2. Las **bellas artes** son la pintura, la escultura, la música, la arquitectura, la literatura, la danza y el cine

Noticias ilustradas para el público de 1800

Los diarios y periódicos de los años 1800 informaban y representaban la cultura del momento con imágenes. Usaban las técnicas del grabado. Primero fue la litografía¹ y luego las técnicas fotomecánicas².

Las distintas publicaciones difundían noticias de actualidad, literatura, pensamiento político, humor, temas científicos y crónicas históricas.

En algunos casos, la imagen era el contenido principal. Respondía a un público curioso que quería saber sobre hechos, lugares lejanos o personajes conocidos.

Un gran número de lectores pudieron ver y poseer ciertas imágenes por primera vez.

Las ilustraciones circulaban de un periódico a otro como las fotografías de hoy. América y el mundo intercambiaban imágenes. Los países las compraban, las vendían o las copiaban de publicaciones extranjeras.

Los ilustradores e impresores de América desarrollaron un lenguaje propio y local.



Lee el QR para escuchar el audio

1. La **litografía** es una técnica de impresión. Se hace un dibujo o se escribe sobre una piedra o plancha de metal. Después se reproduce sobre una superficie.

2. La **fotomecánica** es otro modo de impresión. Se saca una foto de un dibujo, de otra foto o de un texto. Luego se imprime con tinta sobre una superficie.

Caras y Caretas

Las imágenes impresas se hacen populares en los años 1900

El periódico semanal Caras y Caretas fue el primero en usar las nuevas máquinas de los años 1900. Así, acercó información, literatura e imágenes a un público numeroso de clase media y popular.

Caras y Caretas conquistó a miles de lectores con sus ilustraciones y con su modo directo e informal de comunicarse. En sus páginas de papel barato, presentaba información general, actualidad política, humor, literatura, ciencia, noticias sociales, publicidad. Además, exhibía imágenes variadas, tapas coloridas, fotografías y caricaturas. Así impuso una mayor presencia visual en la cultura de la época.

Muchas revistas copiaron el estilo de Caras y Caretas y reprodujeron sus imágenes. Otros objetos también multiplicaron imágenes. Por ejemplo, etiquetas, paquetes de cigarrillos, postales, figuritas.

Caras y Caretas hizo que la cultura visual llegara a más personas. Por eso fue un fenómeno cultural innovador.



Lee el QR para escuchar el audio

EJE 3

Imágenes impresas efímeras en los objetos de todos los días

Entre los años 1800 y 1900 hubo en Buenos Aires una gran cantidad de objetos de todos los días con escritos e imágenes impresas.

Eran periódicos, etiquetas, avisos publicitarios, papeles comerciales, prospectos de remedios, menús de restaurantes, afiches, invitaciones, tarjetas postales, figuritas, paquetes de cigarrillos.

Estos objetos eran de mucho consumo y de corta duración. Estaban destinados a que la gente los usara y luego los descartara.

Los objetos impresos de corta duración se llaman ephemera.

Es una palabra del griego que significa “cosas que duran apenas un día”.

Algunos de esos objetos se perdieron. Pero otros quedaron en colecciones públicas o privadas. Los coleccionistas los conservaron por su belleza y por su valor afectivo.

La alta cultura y la investigación académica no los tuvieron en cuenta. Sin embargo, esos objetos son parte de nuestra cultura. Formaron la cultura visual y material de nuestro pasado. Y están en la memoria social de las personas.



Lee el QR para
escuchar el audio

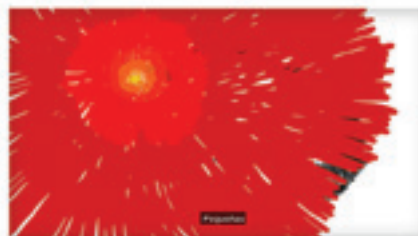


Contenidos para Infancias

EL PODER DE LA IMAGEN



LA IMAGEN MULTIPLICADA



IMÁGENES EN TODOS LOS

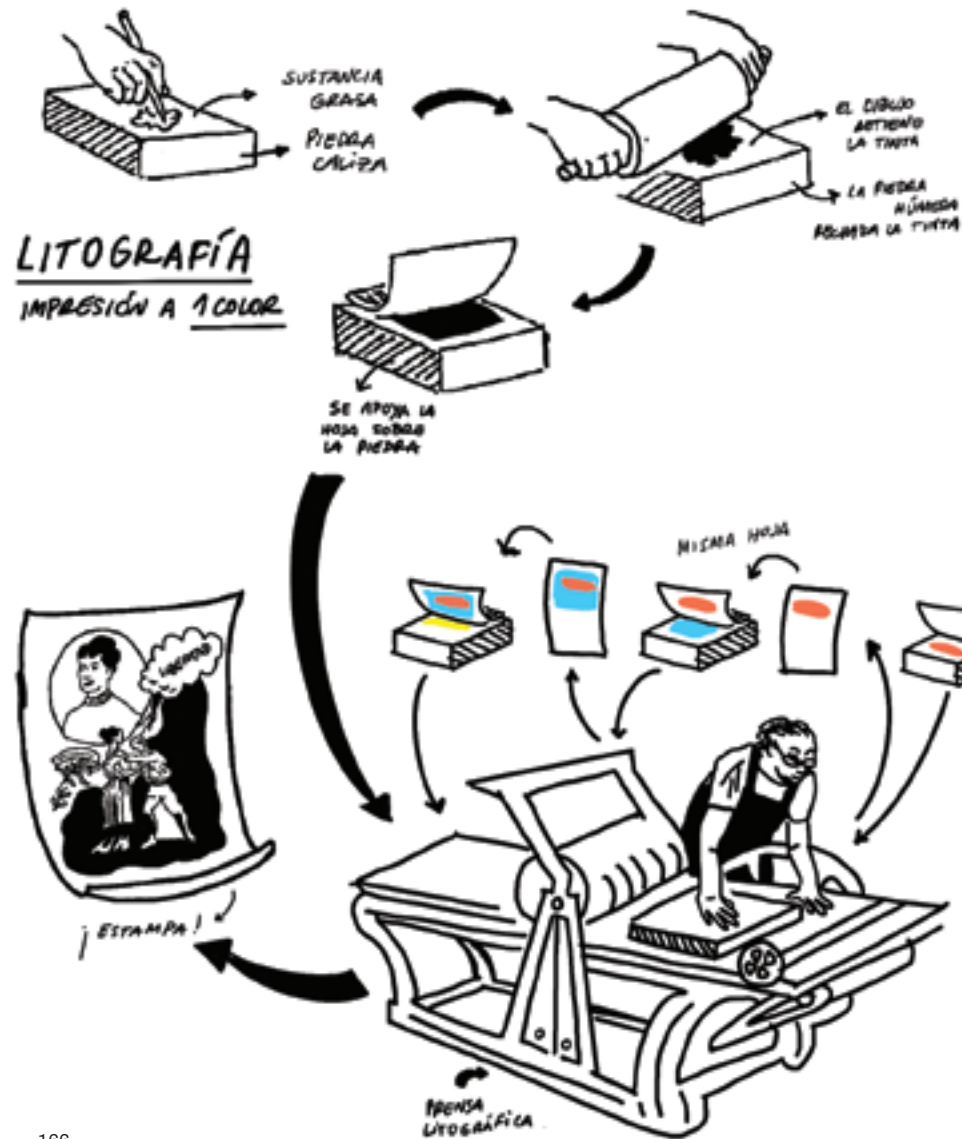


Lee los QR para ver las animaciones producidas por Tatá Timbó

TÉCNICAS GRÁFICAS DE IMPRESIÓN

SIGLO XIX/XX

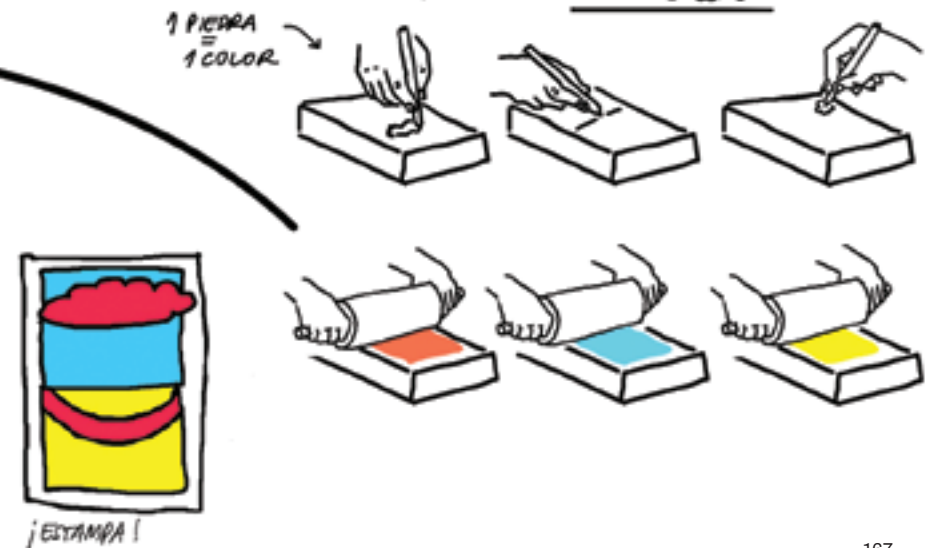
Diseño y realización de mural:
Tata Timbó



FOTOGRAFADO IMPRESIÓN DE FOTOGRAFÍAS



CROMOLITOGRAFÍA IMPRESIÓN A VARIOS COLORES



Lista de obras

Curiosidad visual e ilustración de noticias en el siglo XIX

PUBLICACIONES PERIÓDICAS

- “Chasse au Lion”, 1833
Magasin Pittoresque, a. 1, n° 34
París, Charton, Édouard (ed.)
- Macaire, Andrienne Pauline (Andrea Bacle)** (dib.), Bacle, César H (lit.)
“Caza de fieras en Oriente”, 1835
Museo Americano, a. 1, n° 3
Buenos Aires, Imprenta del Comercio y Litografía del Estado
Ver p.51
- “La pêche des Tortues”, 1832
Magasin Pittoresque, a. 1, n° 35, 20 de octubre
Londres, Knight, Charles (ed.)
- Bacle, César H.** (lit.)
“Tortugas marinas”, 1835
Museo Americano, a. 1, n° 4
Buenos Aires, Imprenta del Comercio y Litografía del Estado
- Portada, 1835
Museo Americano, a. 1, n° 1
Buenos Aires, Imprenta del Comercio y Litografía del Estado
Impresión litográfica sobre papel
Biblioteca Nacional Mariano Moreno
Ver p.50
- “View of Constantinople from Galata”, 1832
The Penny Magazine, a. 1, n° 24, 18 de agosto
Londres, Knight, Charles (ed.)
- Moulin, Hipólito** (dib.) y **Bacle, César H.** (lit.)
“Vista de Constantinopla”, 1836
Museo Americano, a. 1, n° 20
Buenos Aires, Imprenta del Comercio y Litografía del Estado
Impresión litográfica sobre papel
- Macaire, Andrienne Pauline (Andrea Bacle)** (dib.), **Bacle, César H** (lit.)
“El preso de Chilon (Suiza)”, 1836
El Recopilador. Museo Americano, n°3, lámina 5
Buenos Aires, Imprenta del Comercio y Litografía del Estado

- Impresión litográfica sobre papel
Biblioteca Nacional Mariano Moreno
- Macaire, Andrienne Pauline (Andrea Bacle)** (dib.), **Bacle, César H** (lit.)
“Vista de Calais”, 1836
El Recopilador. Museo Americano
Buenos Aires, Imprenta del Comercio y Litografía del Estado
Impresión litográfica sobre papel
Biblioteca Nacional Mariano Moreno
- Portada, 1820
Desengañador Gauchi-Político, Federi-montonero, Chacuaco-oriental, Choti-protector, y Puti-republicador de todos los hombres de bien, que viven y mueren descuidados en el siglo diez y nueve de nuestra era cristiana, n° 4
Buenos Aires, ed. De Paula Castañeda, Fray Francisco
Biblioteca Nacional Mariano Moreno
Ver p.48
- “Las facultades extraordinarias”, 1839
El Grito Argentino, n° 17, 25 de abril
Montevideo
Impresión tipográfica y xilográfica
Biblioteca Nacional Mariano Moreno
Ver p.52
- Portada, 1863
Correo del Domingo, n° 93, 8 de octubre
Buenos Aires, Cantilo, José María (ed.)
Impresión litográfica sobre papel
Ver p.55
- Meyer, Henri**
“Una noche de campamento frente a la Uruguayana”, 1865
Correo del Domingo, primera época, n° 92, 1 de octubre
Buenos Aires, dir. Cantilo, José María
Impresión litográfica
Biblioteca de la Universidad Nacional de La Plata
Ver p.46, 47
- Correo del Domingo*, segunda época, n° 10, 8 de febrero
Buenos Aires, 1880
Ver p.12, 13
- El Mosquito*, a. XXVI, n° 1348, 4 de noviembre
Buenos Aires, 1888, dir. Stein, Enrique
Impresión litográfica sobre papel
Colección particular
- El Mosquito*, a. XXVII, n° 1388, 18 de agosto
Buenos Aires, 1889, dir. Stein, Enrique
Impresión litográfica
Biblioteca de la Universidad Nacional de La Plata

- Demócrito (Sojo, Eduardo)**
Página central con caricaturas varias, 1888
Don Quijote, a. V, n° 4, 9 de septiembre
Buenos Aires, dir. Sojo, Eduardo
Impresión litográfica
Colección particular
Ver p.60, 61
- Demócrito (Sojo, Eduardo)**
Página central con caricaturas varias, 1891
Don Quijote, a. VIII, n° 14, 22 de noviembre
Buenos Aires, dir. Sojo, Eduardo
Impresión litográfica sobre papel
Colección Museo Nacional del Grabado
Ver p.58, 59
- “Una víctima de la tiranía”, 1881
La Ilustración Argentina, a. I, n° 15, 29 de octubre
Buenos Aires, dirs. Bourel, Pedro; Bourel, Francisco
Impresión litográfica
Biblioteca del Museo Isaac Fernández Blanco
Ver p.54
- “Vista a vuelo de pájaro de una parte de la ciudad de La Plata”, 1885
La Ilustración Argentina, a. V, n° 26, 20 de septiembre
Buenos Aires, dirs. Bourel, Pedro; Bourel, Francisco
Impresión litográfica
Biblioteca del Museo Isaac Fernández Blanco
Ver p.62, 63
- “Clase teórica y práctica de cocina para niñas”, 1888
La Ilustración Argentina, a. VIII, n° 19, 10 de julio
Buenos Aires, dirs. Bourel, Pedro; Bourel, Francisco
Impresión litográfica
Biblioteca del Museo Isaac Fernández Blanco
- “El sueño de la inocencia”, 1887
La Ilustración Infantil, a. II, n° 10, 20 de enero
Buenos Aires, dir. Bourel, Pedro
- “Esperanza del hogar”,
La Ilustración Infantil
Buenos Aires, [1886-1887], dir. Bourel, Pedro
- “Declaratoria de la Independencia de la Provincia Oriental”, 1888
El Sud Americano, a. I, n° 4, 5 de septiembre
Buenos Aires, dir. Shoolbred, Cuberto A., Impr.
Compañía Sud Americana de Billetes de Banco
- “Nuevo edificio del Jockey-Club, (Buenos Aires) - Croquis de la fachada interior”, 1888
El Sud Americano, a. I, n° 4, 5 de septiembre
Buenos Aires, dir. Shoolbred, Cuberto A., Impr.
Compañía Sud Americana de Billetes de Banco
- “Las exequias del general Sarmiento”, 1888
El Sud Americano, a. I, n° 6, 5 de octubre

- Buenos Aires, dir. Shoolbred, Cuberto A., Impr.
Compañía Sud Americana de Billetes de Banco
Biblioteca Museo Isaac Fernández Blanco
- “Buenos Aires - El Puerto Madero - Inauguración de la Dársena Sud el 28 de Enero de 1889”, 1889
El Sud Americano, a. I, n° 14, 5 de febrero
Buenos Aires, dir. Shoolbred, Cuberto A., Impr.
Compañía Sud Americana de Billetes de Banco
Colección particular
- Fortuny, Francisco**
“República Argentina-Frontón Nacional en Buenos Aires”, 1889
El Sud Americano, a. I, n° 14, 5 de febrero
Buenos Aires, dir. Shoolbred, Cuberto A., Impr.
Compañía Sud Americana de Billetes de Banco
Colección particular
- “Tandil (Provincia de Buenos Aires) - La Piedra Movediza”, “Condado de Kerry (Irlanda) - La Piedra Movediza”, 1889
El Sud Americano, a. I, n° 17, 20 de marzo
Buenos Aires, dir. Shoolbred, Cuberto A., Impr.
Compañía Sud Americana de Billetes de Banco
Ver p.53
- “Vista general de la exposición de París”, 1889
El Sud Americano, a. I, n° 24, 5 de julio
Buenos Aires, dir. Shoolbred, Cuberto A., Impr.
Compañía Sud Americana de Billetes de Banco
Ver p.64, 65
- Caras y Caretas y el proceso de masificación visual en la cultura gráfica**
- TINTAS Y ACUARELAS**
- Álvarez, Eduardo**
Sin título, 1931
Tinta sobre papel
61 x 44 cm.
Colección MIG - Museo de la Ilustración Gráfica
- Álvarez, Eduardo**
Sin título, 1926
Tinta sobre papel
60,5 x 43,5 cm.
Colección MIG - Museo de la Ilustración Gráfica
- Sirio, Alejandro**
Sin título, 1915
Tinta sobre papel
43 x 29 cm.
Colección MIG - Museo de la Ilustración Gráfica
Ver p.73

Málaga Grenet, Julio

Sin título, 1915
Tinta sobre papel
39 x 29,5 cm.
Colección MIG - Museo de la Ilustración Gráfica
Ver p.72

Málaga Grenet, Julio

Sin título, 1915
Tinta sobre papel
53 x 33,5 cm.
Colección MIG - Museo de la Ilustración Gráfica

Valdivia, Víctor

Sin título, 1935
Tinta sobre papel
30 x 22 cm.
Colección MIG - Museo de la Ilustración Gráfica
Ver p.79

Mayol, Manuel

Sin título, 1905
Tinta sobre papel
34 x 22 cm.
Colección MIG - Museo de la Ilustración Gráfica

Alonso, Juan Carlos

Sin título, 1933
Tinta sobre papel
48 x 33 cm.
Colección MIG - Museo de la Ilustración Gráfica

Alonso, Juan Carlos

Sin título, 1905
Tinta sobre papel
25 x 22 cm.
Colección MIG - Museo de la Ilustración Gráfica
Ver p.76

Cao, José María

Sin título, 1905
Tinta sobre papel
24 x 20 cm.
Colección MIG - Museo de la Ilustración Gráfica
Ver p.66

Cao, José María

Sin título, 1906
Tinta sobre papel
40 x 22 cm.
Colección MIG - Museo de la Ilustración Gráfica

Cao, José María

Sin título, 1905
Tinta sobre papel
25 x 20 cm.
Colección MIG - Museo de la Ilustración Gráfica
Ver p.71

Cao, José María

Sin título, 1908
Tinta sobre papel
35 x 24,5 cm.
Colección MIG - Museo de la Ilustración Gráfica
Ver p.75

Cao, José María

Sin título, 1902
Tinta sobre papel
27 x 23 cm.
Colección MIG - Museo de la Ilustración Gráfica
Ver p.69

Cao, José María

Sin título, 1907
Tinta sobre papel
17 x 23,5 cm.
Colección MIG - Museo de la Ilustración Gráfica

Cao, José María

Sin título, 1902
Tinta sobre papel
30,4 x 24 cm.
Colección MIG - Museo de la Ilustración Gráfica

FOTOGRAFÍAS

Reconstrucción del crimen. Los asaltantes en la playa del río, al tomar el automóvil, que volanteado por Juan Atucha, los llevó y condujo luego al pueblo. Los asaltantes después de cometido el crimen huyen en un automóvil que conduce Juan Atucha, enero 1926
Fotografía
Archivo General de la Nación
Archivo de Redacción de Caras y Caretas. Serie Dossiers de redacción
AR-AGN-CYC01-f-356851

Curiosidades. Antigüedades. La puerta secular, 1 de octubre de 1910
Fotografía
Archivo General de la Nación
Archivo de Redacción de Caras y Caretas. Serie Dossiers de redacción
AR-AGN-CYC134-f-380125

Dactiloscopia. ¿Cómo se descubre un robo? Las huellas que coinciden son encontradas en breve, julio 1924
Fotografía
Archivo General de la Nación
Archivo de Redacción de Caras y Caretas. Serie Dossiers de redacción
AR-AGN-CYC01-f-406841

Investigador y autor material del crimen. Eduardo Torres, enero
Buenos Aires, Avellaneda, 1919

Fotografía
Archivo General de la Nación
Archivo de Redacción de Caras y Caretas. Serie Dossiers de redacción
AR-AGN-CYC01-f-354946
Ver p.83

El crimen de la calle Prudan. El comisario de General Pico | Pampa Central | señor J. Berdera, confrontando a Arnold con el retrato que publicó Caras y Caretas, del 15 de enero, 30 de abril de 1910
Fotografía
Archivo General de la Nación
Archivo de Redacción de Caras y Caretas. Serie Dossiers de redacción
AR-AGN-CYC225-f-398742

Montevideo. El crimen de José Silva, hijo adoptivo de los esposos Moriscatti y principal autor del crimen, 10 de noviembre de 1913
Fotografía
Archivo General de la Nación
Archivo de Redacción de Caras y Caretas. Serie Dossiers de redacción
AR-AGN-CYC191-f-391405
Ver p.83

Libonia Gómez de Costa, detenida por estar comprometida en un asesinato, 2 de octubre 1931
Fotografía
Archivo General de la Nación
Archivo de Redacción de Caras y Caretas. Serie Dossiers de redacción
AR-AGN-CYC01-f-356845
Ver p.84

Señorita Virginia Anasagasti (Doña Teodora). Fiesta de Caridad en el Colegio de María Inmaculada, por la asociación de Ángeles Tutelares, agosto 1928
Fotografía
Archivo General de la Nación
Archivo de Redacción de Caras y Caretas. Serie Dossiers de redacción
AR-AGN-CYC01-f-401859
Ver p.81

Vistas de Buenos Aires, octubre 1921
Fotografía
Archivo General de la Nación
Archivo de Redacción de Caras y Caretas. Serie Dossiers de redacción
AR-AGN-CYC01-f-385095

Inauguración del Club Sportivo Barracas. La Comisión directiva a quien se debe los adelantos del Club, febrero 1914
Fotografía

Archivo General de la Nación
Archivo de Redacción de Caras y Caretas. Serie Dossiers de redacción
AR-AGN-CYC01-f-414003

La huelga de albañiles y pintores. El compañero Castelli, pronunciando su discurso, 16 de diciembre
Montevideo, 1911
Fotografía
Archivo General de la Nación
Archivo de Redacción de Caras y Caretas. Serie Dossiers de redacción
AR-AGN-CYC01-f-374395

Ramón José García, domiciliado en la calle Sarmiento 281 (Avellaneda), que en el accidente del viernes de la semana pasada, con peligro de su vida, 27 de junio de 1908
Fotografía
Archivo General de la Nación
Archivo de Redacción de Caras y Caretas. Serie Dossiers de redacción
AR-AGN-CYC108-f-375112
Ver p.82

Bodas de plata de los esposos Clara P. y Francisco del Valle, junio
Olavarría, 1927
Fotografía
Archivo General de la Nación
Archivo de Redacción de Caras y Caretas. Serie Dossiers de redacción
AR-AGN-CYC01-f-356785

Maestros que se recibieron este año, acompañados por el gobernador Dr. Soza, Ministro de Hacienda Sr. Bermúdez, 1914
Fotografía
Archivo General de la Nación
Archivo de Redacción de Caras y Caretas. Serie Dossiers de redacción
AR-AGN-CYC220-f-397733

Manifestaciones
1926
Fotografía
Archivo General de la Nación
Archivo de Redacción de Caras y Caretas. Serie Dossiers de redacción
AR-AGN-CYC01-f-407306

Profesoras egresadas de la escuela profesional ‘Lavalle de Lavalle’, 1 de diciembre 1916
Fotografía
Archivo General de la Nación
Archivo de Redacción de Caras y Caretas. Serie Dossiers de redacción
AR-AGN-CYC01-f-413747

Della Mattia, José S. (ph.)

Comisión directiva de la Sociedad Protectora de los Pobres, agosto
Santa Fe, Rufino, 1915
Fotografía
Archivo General de la Nación
Archivo de Redacción de Caras y Caretas. Serie
Dossiers de redacción
AR-AGN-CYC01-f-386962

La tragedia del hospital Parmenio Piñero y el gran conflicto universitario que ocasionó. Deudos y compañeros de la víctima que acompañaron la carroza fúnebre hasta la Recoleta. Fue una ceremonia impresionante que evidencia las profundas simpatías que había sabido granjearse el extinto. Entierro del estudiante Ernesto W. O'Farrell, octubre
1924
Fotografía
Archivo General de la Nación
Archivo de Redacción de Caras y Caretas. Serie
Dossiers de redacción
AR-AGN-CYC01-f-375203

Frattini, Juan F. (ph.)

Maciel - Enlace Paulazzi-Ferrari. Fotografía Luz y Sombra de Juan F. Frattini, septiembre
1915
Fotografía
Archivo General de la Nación
Archivo de Redacción de Caras y Caretas. Serie
Dossiers de redacción
AR-AGN-CYC01-f-413772
Ver p.86

El gobernador del territorio en su visita a la explotación de petróleo acompañado de las principales autoridades de la región y directores de la zona petrolífera, abril
Chubut, Comodoro Rivadavia, 1920
Fotografía
Archivo General de la Nación
Archivo de Redacción de Caras y Caretas. Serie
Dossiers de redacción
AR-AGN-CYC01-f-375230

En Buenos Aires. La muchedumbre al pie de los balcones de la casa de Duggan aclama el nombre del héroe y de sus compañeros al recibir la noticia de su salvamento, 1926.
Fotografía
Archivo General de la Nación
Archivo de Redacción de Caras y Caretas. Serie
Dossiers de redacción
AR-AGN-CYC269-f-407383
Ver p.84

REVISTAS CARAS Y CARETAS

“Las artes gráficas en la Argentina. Un establecimiento modelo”, *Caras y Caretas*, a. XIII, n° 607, 21 de mayo

Buenos Aires, 1910
Talleres Ortega y Radaelli
Ver p.140

Giménez, Aurelio

“Avisos ilustrados”
Caras y Caretas, a. III, n° 107, 19 de octubre
Buenos Aires, 1900
Impresión en técnicas fotomecánicas sobre papel
Biblioteca del Museo Histórico Sarmiento
Ver p.90

Sanuy, Juan

“El aperital”, *Caras y Caretas*, a. IV, n° 126, 2 de marzo
Buenos Aires, 1901
Impresión en técnicas fotomecánicas sobre papel
Biblioteca del Museo Histórico Sarmiento

Cao, José María

“El gato coalicionista y el niño malo”
Caras y Caretas, a. X, n° 449, 11 de mayo de 1907
Buenos Aires
Impresión en técnicas fotomecánicas sobre papel
Colección particular

“El Carrillón del Concejo”, *Caras y Caretas*, a. XXXIV, n° 1713, 1 de agosto
Buenos Aires, 1931
Impresión en técnicas fotomecánicas sobre papel
Biblioteca del Museo Histórico Sarmiento

“Ferrocarriles versus comercio”, *Caras y Caretas*, a. XVIII, n° 886, 25 de septiembre
Buenos Aires, 1915
Impresión en técnicas fotomecánicas sobre papel
Biblioteca del Museo Histórico Sarmiento.

“No es ese el remedio”, *Caras y Caretas*, a. XVIII, n° 878, 31 de julio
Buenos Aires, 1915
Impresión en técnicas fotomecánicas sobre papel
Biblioteca del Museo Histórico Sarmiento.

“El pan nuestro...”, *Caras y Caretas*, a. XVIII, n° 857, 6 de marzo
Buenos Aires, 1915
Impresión en técnicas fotomecánicas sobre papel
Biblioteca del Museo Mitre.

“‘La coalición’ Taller de composturas”,
Caras y Caretas, a. VIII, n° 346, 20 de mayo
Buenos Aires, 1905
Impresión en técnicas fotomecánicas sobre papel
Colección particular.

“Lombrosiana”, *Caras y Caretas*, a. VIII, n° 352, 1 de julio
Buenos Aires, 1905
Impresión en técnicas fotomecánicas sobre papel
Biblioteca del Museo Sarmiento
Ver p.70.

“Enrique Ferri”, *Caras y Caretas*, a. VIII, n° 512, 25 de julio
Buenos Aires, 1908
Impresión en técnicas fotomecánicas sobre papel
Biblioteca Nacional Mariano Moreno
Ver p.74

“La atracción del imán”, *Caras y Caretas*, a. VIII, n° 338, 25 de marzo
Buenos Aires, 1905
Impresión en técnicas fotomecánicas sobre papel
Biblioteca Nacional Mariano Moreno

“El atleta de Francia”, *Caras y Caretas*, a. XXIX, n° 1456, 28 de agosto
Buenos Aires, 1926
Impresión en técnicas fotomecánicas sobre papel
Biblioteca del Museo Histórico Sarmiento

“¡Basta!...”, *Caras y Caretas*, a. XXXVI, n° 1818, 5 de agosto
Buenos Aires, 1933
Impresión en técnicas fotomecánicas sobre papel
Biblioteca Nacional Mariano Moreno

“Partida del Presidente del ‘Cenáculo’”,
Caras y Caretas, a. V, n° 209, 4 de octubre
Buenos Aires, 1902
Impresión en técnicas fotomecánicas sobre papel
Biblioteca Nacional Mariano Moreno
Ver p.68

“Las elecciones en la provincia”, *Caras y Caretas*, a. X, n° 444, 6 de abril
Buenos Aires, 1907
Impresión en técnicas fotomecánicas sobre papel
Biblioteca del Museo Histórico Sarmiento

“El inválido”, *Caras y Caretas*, a. V, n° 213, 1 de noviembre
Buenos Aires, 1902
Impresión en técnicas fotomecánicas sobre papel
Biblioteca del Museo Histórico Sarmiento

“(Cuadro demostrativo de las huestes parlamentarias)”,
Caras y Caretas, a. VIII, n° 348, 3 de junio
Buenos Aires, 1905
Impresión en técnicas fotomecánicas sobre papel
Biblioteca Nacional Mariano Moreno

Sanuy, Juan

“El aperital”, *Caras y Caretas*, a. IV, n° 126, 2 de marzo
Buenos Aires, 1901
Impresión en técnicas fotomecánicas sobre papel
Biblioteca del Museo Histórico Sarmiento

Payró, Roberto; Giménez, Aurelio (il.)
“Política casera”
Caras y Caretas, a. V, n° 172, 18 de enero
Buenos Aires, 1902

Impresión en técnicas fotomecánicas sobre papel
Biblioteca del Museo Histórico Sarmiento

Caras y Caretas, a. XXIX, n° 1423, 9 de enero
Buenos Aires, 1926
Impresión tipográfica y fotograbado de medio tono
Biblioteca del Museo Histórico Sarmiento

Caras y Caretas, a. XXII, n° 1058, 11 de enero
Buenos Aires, 1919
Impresión tipográfica y fotograbado de medio tono
Biblioteca Nacional Mariano Moreno

Caras y Caretas, a. XXXIV, n° 1722, 3 de octubre
Buenos Aires, 1931
Impresión tipográfica y fotograbado de medio tono
Centro de Estudios Espigas/ Fundación Espigas
Ver p.85

Caras y Caretas, a. XXIX, n° 1447, 26 de junio
Buenos Aires, 1926
Impresión tipográfica y fotograbado de medio tono
Biblioteca del Museo Histórico Sarmiento

Caras y Caretas, a. XXVII, n° 1359, 18 de octubre
Buenos Aires, 1924
Impresión tipográfica y fotograbado de medio tono
Biblioteca del Museo Mitre

Caras y Caretas, a. XIV, n° 689, 16 de diciembre
Buenos Aires, 1911
Impresión tipográfica y fotograbado de medio tono
Biblioteca Nacional Mariano Moreno

Caras y Caretas, a. XVII, n° 802, 14 de febrero
Buenos Aires, 1914
Impresión tipográfica y fotograbado de medio tono
Biblioteca del Museo Mitre

Caras y Caretas, a. XIX, n° 952, 30 de diciembre
Buenos Aires, 1916
Impresión tipográfica y fotograbado de medio tono
Biblioteca del Museo Mitre

Caras y Caretas, a. XVIII, n° 881, 21 de agosto
Buenos Aires, 1915
Impresión tipográfica y fotograbado de medio tono
Biblioteca del Museo Histórico Sarmiento

Caras y Caretas, a. XXIII, n° 1125, 24 de abril
Buenos Aires, 1920
Impresión tipográfica y fotograbado de medio tono
Biblioteca Nacional Mariano Moreno

Caras y Caretas, a. XXX, n° 1502, 16 de julio
Buenos Aires, 1927
Impresión tipográfica y fotograbado de medio tono
Biblioteca del Museo Histórico Sarmiento

Caras y Caretas, a. XVIII, n° 892, 6 de noviembre
Buenos Aires, 1915
Impresión tipográfica y fotograbado de medio tono
Biblioteca del Museo Histórico Sarmiento
Ver p.87

Caras y Caretas, a. XXXI, n° 1561, 1 de septiembre
Buenos Aires, 1928
Impresión tipográfica y fotograbado de medio tono
Centro de Estudios Espigas/ Fundación Espigas
Ver p.80

Caras y Caretas, a. II, n° 53, 7 de octubre
Buenos Aires, 1899
Impresión en técnicas fotomecánicas sobre papel
Biblioteca del Museo Histórico Sarmiento

Caras y Caretas, a. XXVII, n° 1346, 19 de julio
Buenos Aires, 1924
Impresión tipográfica y fotograbado de medio tono
Biblioteca del Museo Mitre

Caras y Caretas, a. XXIV, n° 1201, 8 de octubre
Buenos Aires, 1921
Impresión tipográfica y fotograbado de medio tono
Centro de Estudios Espigas/ Fundación Espigas

Ephemera impresa e ilustrada, soporte de las artes industriales de uso cotidiano

LIBROS

Dumas, Alejandro
El vizconde de Bragelonne
Buenos Aires, Editorial Tor S. R. L., tomo I, 1946
Colección particular
Ver p.92

Gutiérrez, Eduardo
Croquis y siluetas militares
Buenos Aires, N. Tommasi, 1896
Colección particular

LIBROS ESCOLARES

E. de Mieli, Carmen
Porvenir, primer libro de lectura
Buenos Aires, Cabaut y Cía., 1928
Biblioteca Nacional de Maestras y Maestros
Ver p.112

Mercante, Víctor
La Lectura. Segundo Semestre
Buenos Aires, Cabaut y Cía., 1914
Biblioteca Nacional de Maestras y Maestros
Ver p.113

Malharro, Victorina
Quiero leer bien, libro de lectura para primer grado superior
Buenos Aires, Cabaut y Cía., 1924
Biblioteca Nacional de Maestras y Maestros

Berra, Carlos P.
Higiene dentaria del niño
Buenos Aires, Cabaut y Cía., 1916
Instituto Bernasconi, Museo de las Escuelas

Vigil, Constantino Cecilio
¡Upa! Libro para aprender a leer
Buenos Aires, Atlántida, s/f
Instituto Bernasconi, Museo de las Escuelas
Ver p.113, 114

Elflein, Ada María
Leyendas Argentinas
Buenos Aires, Cabaut y Cía., 1932
Biblioteca Nacional de Maestras y Maestros
Ver p.113

Malharro, Victorina
Conversaciones Infantiles
Buenos Aires, F. Crespillo, ca. 1930
Biblioteca Nacional de Maestras y Maestros

Aubin, José María
Cosas de niños
Buenos Aires, Ángel Estrada y Cía., ca. 1910
Biblioteca Nacional de Maestras y Maestros
Ver p.113

Suárez, Eleodoro
El Alfa. Método de lectura
Buenos Aires, Talleres S. Ostwald y Cía., 1898
Biblioteca Nacional de Maestras y Maestros

Toledo Hidalgo, L.
El Estudiante Argentino
Córdoba, Pablo Aubinel y Cía., 1909
Biblioteca Nacional de Maestras y Maestros

Pizzurno, Pablo A.
El libro del escolar. Serie de libros de lectura
Buenos Aires, Aquilino Fernández e Hijo, 1921
Biblioteca Nacional de Maestras y Maestros
Ver p.113

Ferreira, Andrés
El Nene. Libro primero
Buenos Aires, Ángel Estrada y Cía., ca. 1895
Biblioteca Nacional de Maestras y Maestros

Berrutti, José J.
El Niño. Método de lectura y escritura simultáneas
Buenos Aires, Juan Perrotti, 1914
Biblioteca Nacional de Maestras y Maestros
Ver p.113

Boada, Tomás
El Universal. Primer libro de lectura corriente
Buenos Aires, S. Ostwald y Cía., 1898
Biblioteca Nacional de Maestras y Maestros
Ver p.113

Graffigna, Ángel
La Palabra. Libro segundo
Buenos Aires, Ángel Estrada y Cía., ca. 1910
Biblioteca Nacional de Maestras y Maestros
Ver p.113

Eizaguirre, José Manuel
La Patria. Elementos para estimular en el niño argentino el amor a la patria y el respeto a las tradiciones nacionales
Buenos Aires, Pedro Igon y Cía., 1894
Biblioteca Nacional de Maestras y Maestros

García Purón, Juan
Lector Nacional de Estrada. Libro cuarto
Buenos Aires, Ángel Estrada y Cía., 1910
Biblioteca Nacional de Maestras y Maestros

Aubin, José María
Los Cuentos de la Abuelita
Buenos Aires, Ángel Estrada y Cía., ca. 1925
Biblioteca Nacional de Maestras y Maestros

Rodríguez de Castrillo, Ramona
Luz
Buenos Aires, F. Crespillo, 1915
Biblioteca Nacional de Maestras y Maestros

Figueira, José Henriques
Un buen amigo. Nuevo método directo y rápido de lectura, escritura corriente y ortografía usual
Buenos Aires, Cabaut y Cía., ca. 1907
Biblioteca Nacional de Maestras y Maestros

Aubin, José María
Sentimiento. Libro de lectura
Buenos Aires, Ángel Estrada y Cía., 1910
Biblioteca Nacional de Maestras y Maestros
Ver p.113

REVISTAS

“Jura de la independencia”, 1910
PBT semanario infantil ilustrado, a. VII, n° 293, 9 de julio
Buenos Aires
Colección particular

La novela semanal, a. XIII, n° 597, 22 de abril
Buenos Aires, 1929
Colección particular
Ver p.95

Myriam. Arte, literatura, crónicas sociales, beneficencia, sports, a. II, n° 8, junio

Buenos Aires, 1916
Academia Argentina de Letras

Fray Mocho, a. III, n° 89, 9 de enero
Buenos Aires, 1914
Colección particular

Cao, José María
“Los reyes se van”, 1914
Fray Mocho, a. III, n° 89, 9 de enero
Buenos Aires
Colección particular

Atlántida, a. VI, n° 264
Buenos Aires, 1923
Centro de Estudios Espigas/ Fundación Espigas

El Hogar: ilustración semanal argentina, a. XXI, n° 804, 13 de marzo
Buenos Aires, 1925
Centro de Estudios Espigas/ Fundación Espigas
Ver p.94

CATÁLOGO

Catálogo general de invierno MCMXIX Gath & Chaves
Buenos Aires, 1921
Colección particular
Ver p.96, 97

EPHEMERA

Serie de figuritas, fines del siglo XIX-principios del siglo XX
Cromolitografía y técnicas fotomecánicas
Colección Rafael Bitrán
rafaelbitran@yahoo.com.ar
Ver p.122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131

Serie de marquillas de cigarrillos, fines del siglo XIX-principios del siglo XX
Impresión cromolitográfica
Medidas variables
Club de Coleccionistas de Marquillas de Cigarrillos de Argentina (CPCCA)
Ver p.116, 117, 118, 119, 120, 121

Serie de postales, fines del siglo XIX-principios del siglo XX
Colección María Esther Soliva
Ver p.132, 133, 134, 135, 136, 137

Serie de postales de *Caras y Caretas*, fines del siglo XIX-principios del siglo XX
Impresión cromolitográfica
Colección Héctor Luis Pezzimenti

Breyer Hnos. (ed.)
Serie de partituras musicales, principios del siglo XX
Impresión cromolitográfica

Colección Héctor Luis Pezzimenti
Ver p.104, 105, 106, 107, 108, 109

Etiquetas de productos cosméticos Griet
Buenos Aires, s/f
Impreso
Fondo Imprenta Profumo y Hno.
Buenos Aires Museo
Ver p.100, 101

Publicidad de Recetas del Té Sol
Buenos Aires, s/f
Impreso
Fondo Imprenta Profumo y Hno.
Buenos Aires Museo

Publicidad Perfumerías Florente-Givau
Buenos Aires, s/f
Afiche impreso
Fondo Imprenta Profumo y Hno.
Buenos Aires Museo
Ver p.98

Sin título (Caja Nacional de Ahorro Postal)
Buenos Aires, s/f
Impreso
Fondo Imprenta Profumo y Hno.
Buenos Aires Museo

Órdenes de trabajo y etiquetas de productos
cosméticos Griet
Buenos Aires, s/f
Impreso
Medidas variables
Fondo Imprenta Profumo y Hno.
Buenos Aires Museo
Ver p.102, 103

PUBLICIDADES

Publicidad gráfica
Plus Ultra, a. VI, n° 66, octubre
Buenos Aires, 1921
Centro de Estudios Espigas/ Fundación Espigas

Publicidad gráfica
Plus Ultra, a. VII, n° 71, marzo
Buenos Aires, 1922
Centro de Estudios Espigas/ Fundación Espigas

Publicidad gráfica
Plus Ultra, a. VII, n° 75, julio
Buenos Aires, 1922
Centro de Estudios Espigas/ Fundación Espigas

Publicidad gráfica
Plus Ultra, a. VIII, n° 87, julio
Buenos Aires, 1923
Centro de Estudios Espigas/ Fundación Espigas
Ver p.111

Publicidad gráfica
Plus Ultra, a. VIII, n° 89, septiembre
Buenos Aires, 1923
Centro de Estudios Espigas/ Fundación Espigas

Publicidad gráfica
Plus Ultra, a. VIII, n° 90, octubre
Buenos Aires, 1923
Centro de Estudios Espigas/ Fundación Espigas

PINTURAS

Della Valle, Ángel
Las amigas, ca. 1884-1885
Óleo sobre tela
70 x 56 cm.
Colección de Arte Amalia Lacroze de Fortabat

RECURSOS AUDIOVISUALES

El poder de la imagen, 2023
Videoanimación
Guión y realización: Tata Timbó
Ver p.164

Imágenes en todos lados, 2023
Videoanimación
Guión y realización: Tata Timbó
Ver p.165

La imagen multiplicada, 2023
Videoanimación
Guión y realización: Tata Timbó
Ver p.165

MATRICES

Piedras litográficas, ca. 1930-1940
30 x 40 cm.
Colección AMA Arte Múltiple Argentino

Bibliografía

Publicaciones periódicas y libros consultados

Argentina Gráfica
Artes Gráficas
Biblos. Órgano Oficial de la Cámara Argentina del Libro
Caras y Caretas
Ecos Gráficos
El Obrero Gráfico
El Sudamericano
Éxito Gráfico
La Noografía
Nosotros
Páginas Gráficas

ARES, Fabio (comp.) (2018), *En torno a la Imprenta de Buenos Aires: 1780-1940*, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Dirección General de Patrimonio, Museos y Casco Histórico.
BACOT, Jean-Pierre (2005), *La presse illustrée au XIXe siècle une histoire oubliée*, Limoges, Presses Universitaires de Limoges.
BADOZA, María Silvia (2001), "Patrones, capataces y trabajadores en la industria gráfica. Un estudio de caso: Ortega y Radaelli, 1901-1921", *Secuencia*, 50, pp. 46-81.

_____ (2008), "De la integración vertical al mercado: El taller de artes gráficas de la Compañía General de Fósforos en las primeras décadas del siglo XX", *Estudos Ibero-Americanos*, XXXIV, 2, pp. 13-30.

_____ (2017), "El mutualismo obrero en Argentina. La sociedad tipográfica bonaerense, 1907-1918", *Travesía*, 19, 2, pp. 35-67.
BADOZA, María Silvia y **BELINI, Claudio** (2009), "La Compañía General de Fósforos 1889-1929: Expansión y límites de una gran empresa en una economía agro-exportadora", *Desarrollo Económico*, 49, 193, pp. 91-121.

_____ (2019), "Conformación y cambios en la estructura de un grupo industrial argentino durante la ISI: Fabril Financiera, 1929-1973", *Quinto Sol*, 23, 3, pp. 1-23.
BARBERO DE LENA, María Inés (2016), *Actores y estrategias en los orígenes de la industrialización argentina (1870-1930)*, Tesis de Doctorado, Madrid, Universidad Complutense. Disponible en: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/40744/1/T38215.pdf>
BARNHURST, Kevin y **NERONE, John** (2001), *The Form of News*, New York and London, The Guilford Press.
BARTHES, Roland (1989 [1980]), *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*, Barcelona, Paidós.
BEEGAN, Gerry (2008), *The Mass image. A Social History of Photomechanical Reproduction in Victorian London*, Houndmills, Palgrave Macmillan.

BENJAMIN, Walter (1989 [1935]), "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica", en *Discursos interrumpidos I*, Buenos Aires, Taurus, pp. 15-57.

_____ (2005), "[Pasajes, almacenes de novedad(es), dependientes]", "[Exposiciones, publicidad, Grandville]", "[Panorama]", en *Libro de los Pasajes*, Madrid, Akal, pp. 69-90, 191-220 y 541-549.

BIL, Damián Andrés (2003), "La industria gráfica en la Argentina: Situación durante la Primera Guerra Mundial (1914-1918)", en *VI Congreso de la Asociación Argentina de Especialistas en Estudio del Trabajo*, Buenos Aires, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires.

_____ (2007), *Descalificados: Proceso de trabajo y clase obrera en la rama gráfica, 1890-1940*, Buenos Aires, Ediciones RyR.

_____ (2016), "Proceso de trabajo y luchas obreras en los años '30: Los trabajadores gráficos", *Izquierdas*, 30, pp. 65-88.

BOLTON, Richard (ed.) (1989), *The Contest of Meaning. Critical Histories of Photography*, Cambridge-London, The MIT Press.

BONELLI ZAPATA, Ana (2018), "Agentes especiales, circulación de imágenes y estrategias publicitarias entre Estados Unidos y Argentina", en *Actas del III Encuentro de Jóvenes Investigadores en Arte*, Buenos Aires, Centro Argentino de Investigadores de Arte, pp. 36-47.

BONELLI ZAPATA, Ana y **VILLANUEVA, Aldana** (2020), "Artes Gráficas y la Exposición Nacional del libro de 1928. Materialidad, arte e industria en la producción del libro en Argentina", *Palabra Clave*, 10, 1, e108, <https://doi.org/10.24215/18539912e108>

BRAKE, Laurel y **DEMOOR, Marisa** (2009), *The Lure of Illustration in the Nineteenth Century. Picture and Press*, Houndmills and New York, Palgrave Macmillan.

BRAKE, Laurel, BILL, B. y FINKELSTEIN, D. (2000), *Nineteenth-Century Media and the Construction of Identities*, Houndmills and New York, Palgrave Macmillan.

BRENNEN, Bonnie y **HARDT, Hanno** (eds.) (1999), *Picturing the Past. Media, History & Photography*, Urbana and Chicago, University of Illinois Press.

BUCK-MORSS, Susan (1989), *Dialéctica de la mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los pasajes*, Madrid, La balsa de la medusa.

BUONOCORE, D. (1974), *Libreros, editores e impresores en Buenos Aires*, Buenos Aires, Bowker Editores.

BUTERA, Alejandro (2019), *Pioneros del tabaco. Los Fabricantes de Cigarrillos en la Argentina 1850-1920*, Bariloche, Edición del autor.

CAMPI, Isabel (2007), *La idea y la materia, Vol. 1: El diseño de producto en sus orígenes*, Barcelona, Gustavo Gili.

CHARTIER, Roger y **MARTIN, Henri-Jean** (dirs.),

Histoire de l'édition française. Le temps des éditeurs. Du romantisme à la Belle Époque, Paris, Fayard/Promodis, 1990.

- COE, Brian Coe** y **HAWORTH BOOTH, Mark** (1983), *A Guide to Early Photographic Processes*, London, Victoria and Albert Museum.
- COOKE, Simon** (2010), *Illustrated Periodicals of the 1860s. Contexts & Collaborations*, Pinner, Newcastle and London, Private Libraries Association, The British Library, Oak Knoll Press.
- COSTA, María Eugenia** (2009), "De la imprenta al lector. Reseña histórica de libros y publicaciones periódicas en Buenos Aires (1810-1900)", *Question/ Cuestión*, 1, 23. Disponible en: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/822>
- _____ (2013), "Ediciones ilustradas de la Sociedad de Bibliófilos Argentinos en repositorios institucionales", en *II Encuentro Nacional de Instituciones con Fondos Antiguos y Raros*, Buenos Aires, Buenos Aires, Biblioteca Nacional Mariano Moreno. Disponible en: <https://www.bn.gov.ar/resources/conferences/pdfs/costa.pdf>
- CUTOLO, Vicente** (1968), *Nuevo diccionario biográfico argentino (1750-1930)*, Buenos Aires, Editorial Elche.
- DARÍO, Rubén** (1899, julio), "La cuestión de la revista. Magazines e ilustraciones. La caricatura en España", *La Nación*, Buenos Aires, 20 de julio.
- DE CERTEAU, Michel** (1996), *La invención de lo cotidiano. 1 Artes de Hacer*, México, Universidad Iberoamericana.
- DE UGARTECHE, Félix** (1929), *La imprenta argentina. Sus orígenes y desarrollo*, Buenos Aires, Talleres Gráficos R. Canals.
- DE LA MOTTE, Dean** y **PRZYBLYSKI, Jeannene** (1999), *Making the News. Modernity and the Mass Press in Nineteenth Century France*, Amherst, University of Massachusetts Press.
- DEL CARRIL, Bonifacio** (1964), *Monumenta Iconographica. Paisajes, Ciudades, Tipos, Usos y Costumbres de la Argentina. 1536-1860*, Buenos Aires, Emecé Editores.
- DIDI-HUBERMAN, Georges** (2014), *Pueblos expuestos, pueblos figurantes*, Buenos Aires, Manantial.
- DOUVILLE, Jean-Baptiste** (1984), *Viajes a Buenos Aires, 1826 y 1831*, Buenos Aires, Emecé Editores.
- DREYFUS, John** y **RICHAUDEAU, Francois** (dirs.) (1990), *Diccionario de la edición y de las artes gráficas*, Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- FALCÓN, Ricardo** (1986), *El mundo del trabajo urbano (1890-1914)*, Buenos Aires, CEAL.
- FERNÁNDEZ, Stella Maris** (2001), *Las instituciones gráficas argentinas y sus revistas: 1857-1974*, Buenos Aires, Sociedad de Investigaciones Bibliotécnicas.
- FERRER, Nelson** (2008), *Historia de los gráficos argentinos. Sus luchas, sus instituciones. 1857-1957*, Buenos Aires, Dos orillas.
- FREUND, Gisèle** (2004 [1974]), *La fotografía como*

- documento social*, Barcelona, Gustavo Gili.
- FRISKEN, Amanda** (2020), *Graphic News. How Sensational Images Transformed Nineteenth-Century Journalism*, Urbana, Chicago and Springfield, University of Illinois Press.
- GAMARNIK, Cora** (2020), *El fotoperiodismo en Argentina. De Siete Días Ilustrados (1965) a la Agencia Sigla*, Buenos Aires, Arte por Arte.
- GASCOIGNE, Bamber** (1998), *How to Identify Prints. A complete Guide to Manual and Mechanical Processes from Woodcut to Inkjet*, Toledo-New York, Thames and Hudson.
- GENÉ, Marcela** y **SZIR, Sandra** (2018), *A vuelta de página. Usos del impreso ilustrado en Buenos Aires siglo XIX y XX*, Buenos Aires, Edhasa.
- GERGICH, Andrea** (2014), "Cuando el diseño aún no era diseño". *El Instituto Argentino de Artes Gráficas y el "proto-diseño gráfico" en Buenos Aires en las primeras décadas del siglo XX*, Tesis de Maestría en Diseño Comunicacional, Buenos Aires, Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo, Universidad de Buenos Aires.
- _____ (2018), "Nueva Tipografía, nuevos tipógrafos. El Instituto Argentino de Artes Gráficas y la profesionalización de la gráfica local en las primeras décadas del siglo XX", en Ares, Fabio (comp.), *En torno a la Imprenta de Buenos Aires. 1780-1940*, Buenos Aires, Dirección General de Patrimonio, Museos y Casco Histórico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, pp. 361-389
- GONZÁLEZ GARAÑO, Alejo** (1933), *Bacle. Litógrafo del Estado. 1828-1838*, Buenos Aires, Asociación Amigos del Arte.
- GRIFFITHS, Anthony** (1996), *Prints and Printmaking. An Introduction to the History and Techniques*, Los Angeles, University of California Press.
- GRUBER GARVEY, Ellen** (1996), *The Adman in the Parlor. Magazines and the Gendering of Consumer Culture, 1880s to 1910s*, New York and Oxford, Oxford University Press.
- GUTIÉRREZ VIÑUALES, Rodrigo** (2014), *Libros argentinos: Ilustración y modernidad (1910-1936)*, Buenos Aires, CEDODAL.
- HAMON, Philippe** (1989), *Expositions. Littérature et architecture au XIXe siècle*, Paris, José Corti.
- HENSON, Louise, CANTOR, Geoffrey et al.** (eds.) (2004), *Culture and Science in the Nineteenth-Century Media*, Aldershot, Ashgate.
- HUDSON, Graham** (2008), *The Design and Printing of Ephemera in Britain and America, 1720-1920*, London, British Library.
- IVINS, William** (1943), *How Prints Look*, New York, Metropolitan Museum of Art.
- JOBLING, Paul** y **CROWLEY, David** (1996), *Graphic Design. Reproduction and Representation since 1800*, Manchester, Manchester University Press.
- JOHANNESON, Lena** (1984), "Pictures as News, News as Pictures. A Survey of Mass-reproduced Images in 19th Century Sweden", en Ellenius, Allan (ed.), *Visual Paraphrases. Studies in Mass Media Imagery*,

- Uppsala, Acta Universitatis Upsaliensis, pp. 9-67.
- JURY, David** (2012), *Graphic Design Before Graphic Designers. The Printer as Designer and Craftsman 1700-1914*, London, Thames and Hudson.
- JUSSIM, Estelle** (1983), *Visual Communication and the Graphic Arts. Photographic Technologies in the Nineteenth Century*, New York, R.R. Bowker.
- KELSEY, Robin** y **STIMSON, Blake** (eds.) (2008), *The Meaning of Photography*, Williamstown, Sterling and Francine Clark Art Institute.
- KRAUSS, Rosalind** (2002), *Lo fotográfico: por una teoría de los desplazamientos*, Barcelona, Gustavo Gili.
- LAMBERT, Susan** (1987), *The Image Multiplied: Five Centuries of Printed Reproductions of Paintings and Drawings*, London, Trefoil.
- LOBATO, Mirta** (2000), "Los trabajadores en la era del 'progreso'", en *Nueva Historia Argentina. El progreso, la modernización y sus límites (1880-1916)*, Buenos Aires, Editorial Sudamericana, pp. 465-506.
- _____ (2007), *Historia de las trabajadoras en la Argentina (1869-1960)*, Buenos Aires, Edhasa.
- MAINARDI, Patricia** (2017), *Another World. Nineteenth-Century Illustrated Print Culture*, New Haven and London, Yale University Press.
- MAS Y PÍ, José** (1911, enero), "El modernismo en el arte", *Anales del Instituto Argentino de Artes Gráficas*, II, 13, Buenos Aires, pp. 4-8.
- MELOT, Michel** (1990), "Le texte et l'image", en Chartier, Roger y Henri-Jean Martin (dirs.), *Histoire de l'édition française. Le temps des éditeurs. Du romantisme à la Belle Époque*, Paris, Fayard/Promodis.
- OHMANN, Richard** (1998), *Selling Culture: Magazines, Markets and Class at the turn of the Century*, New York and London, Verso Books.
- PAS, Hernán** (s/f), "Semblanza de Pablo Emilio Coni (Saint Malo, Francia, 1826—Buenos Aires, 1910)", *Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes - Portal Editores y Editoriales Iberoamericanos (siglos XIX-XXI) - EDI-RED*. Disponible en: <http://www.cervantesvirtual.com/obra/pablo-emilio-coni-editor-saint-malo-francia-1826-buenos-aires-1910-semblanza-1032447/>
- PETRIELLA, Dionisio** y **SOSA MIATELLO, Sara** (1976), *Diccionario Biográfico Italo-Argentino*, Buenos Aires, Asociación Dante Alighieri.
- PIERINI, Margarita** (2012, noviembre), "Una empresa de cultura en los años 30: El editor Lorenzo Rosso y su revista bibliográfica La Literatura Argentina", en *Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, La Plata, Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales. Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/31106>
- PRÍAMO, Luis** (1999), "Fotografía y periodismo", en Gutman, Margarita (ed.), *Buenos Aires 1910: Memoria de Porvenir*, Buenos Aires, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad de Buenos Aires, IIED-AL, pp. 182-184.
- RAMOS MEJÍA, José María** (1899), *Las multitudes*

- argentinas*. Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Nación-Editorial Marymar.
- _____ (1904), *Los simuladores del talento en las luchas por la personalidad y la vida*, Buenos Aires, Félix Lejouane & Cía.
- RICKARDS, Maurice** (autor) y **TWYMAN, Michael** (ed.) (2000), *The Encyclopedia of Ephemera. A Guide to the Fragmentary Documents of Everyday Life for the Collector, Curator and Historian*, London, The British Library.
- RICKARDS, Maurice** (1978), *This is Ephemera. Collecting Printed Throwaways*, London, David & Charles.
- ROGERS, Geraldine** (2008), *Caras y Caretas. Cultura, política y espectáculo en los inicios del siglo XX argentino*, La Plata, Editorial de la Universidad Nacional de La Plata.
- _____ (2019), "Las publicaciones periódicas como dispositivos de exposición", en Delgado, Verónica y Geraldine Rogers (coords.), *Revistas, archivo y exposición: Publicaciones periódicas argentinas del siglo XX*, La Plata, Universidad Nacional de La Plata, pp. 11-28. Disponible en: <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.880/pm.880.pdf>
- ROMAN, Claudia** (2017), *Prensa, política y cultura visual. El Mosquito (Buenos Aires, 1863-1893)*, Buenos Aires, Ampersand.
- ROMANO, Eduardo** (2004), *Revolución en la lectura. El discurso periodístico-literario de las primeras revistas ilustradas rioplatenses*, Buenos Aires, Catálogos.
- SÁNCHEZ, Emiliano Gastón** (2014), "Pendientes de un hilo. Guerra comunicacional y manipulación informativa en la prensa porteña durante los inicios de la Gran Guerra", *Política y Cultura*, 42, pp. 55-87.
- SARMIENTO, Domingo F.** (1935), *Facundo*, Buenos Aires, Sociedad de Bibliófilos Argentinos.
- SERNA, Ana María** (2020), "La National Paper & Type Co. Y el negocio del panamericanismo (1900-1930)", *Estudios Ibero-Americanos*, 46, 3, pp. 1-17.
- SINNEMA, Peter** (1988), *Dynamics of the Pictured Page. Representing the Nation in the Illustrated London News*, Aldershot, Ashgate.
- STEAD, Évanghélia** y **VÉDRINE, Hélène** (dir.) (2008), *L'Europe des Revues (1880-1920)*, Paris, Presses de l'Université Paris-Sorbonne.
- SURIANO, Juan** (ed.) (2000), *La cuestión social en Argentina (1870-1943)*, Buenos Aires, La Colmena.
- SZIR, Sandra** (2013a), "Arte e industria en la cultura gráfica porteña. La revista Éxito Gráfico (1905-1915)", en Malosetti Costa, Laura y Gené, Marcela, *Atrapados por la imagen. Arte y política en la cultura impresa argentina*, Buenos Aires, Edhasa, pp. 168-195.
- _____ (2013b), "Arte, tecnología y prácticas gráficas en la historia material de los periódicos ilustrados. Buenos Aires (1860-1920)", *Anuario TAREA*, 1, 1, pp. 99-115.
- _____ (2011), *El semanario popular ilustrado*

Caras y Caretas y las transformaciones del paisaje cultural de la modernidad. Buenos Aires, 1898-1908, Tesis de Doctorado, Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires. Disponible en: <http://repositorio.filo.uba.ar/handle/filodigital/1886>

_____ (2009), "Entre el arte y la cultura masiva. Las ilustraciones de la ficción literaria en Caras y Caretas (1898-1908)", en Malosetti Costa, Laura y Marcela Gené (eds.), *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*, Buenos Aires, Edhasa, pp. 109-139.

_____ (coord.) (2016), *Ilustrar e Imprimir.*

Notas para una historia de la cultura gráfica en Buenos Aires (1830-1950), Buenos Aires, Editorial Ampersand, Colección Caleidoscópica.

_____ (2013c), "Reporte documental, régimen visual y fotoperiodismo. La ilustración de noticias en la prensa periódica de Buenos Aires (1850-1910)", *Caiana. Revista de Historia del Arte y Cultura Visual del Centro Argentino de Investigadores de Arte*, 3, pp. 1-16 Disponible en: http://caiana.caia.org.ar/template/caiana.php?pag=articles/article_1.php&-obj=121&vol=3

SZIR, Sandra y **GERGICH, Andrea** (2022), "Ephemera gráfica en el archivo de la imprenta Profumo (1910-1972)", en Ares, Fabio (ed.), *En torno a la Imprenta de Buenos Aires: 1940-2020*, Buenos Aires, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Dirección General de Patrimonio, Museos y Casco Histórico, pp. 27-46.

TELL, Verónica (2017), *El lado visible. Fotografía y progreso en la Argentina a fines del siglo XIX*, Buenos Aires, UNSAM Edita.

_____ (2009), "Reproducción fotográfica e impresión fotomecánica: materialidad y apropiación de imágenes a fines del siglo XIX", en Malosetti Costa, Laura y Marcela Gené (comps.), *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*, Buenos Aires, Edhasa, pp. 141-164.

TILLIER, Bertrand (2015, noviembre), "L'éphémère imprimé & illustré: un objet à la lisière de l'histoire de l'art du XIX e siècle", *Fabula / Les colloques, Les éphémères, un patrimoine à construire*. Disponible en: <http://www.fabula.org/colloques/document2921.php> (consultado el 17 de mayo 2019).

TROSTINÉ, Rodolfo (1953), *Bacle. Ensayo*, Buenos Aires, Asociación Libreros Anticuarios de la Argentina.

TWYMAN, Michael (2013), *A History of Chromolithography: Printed Color for All*, London, London-New Castle, Oak Knoll Press.

_____ (2001 [1998]), *Breaking the Mould: The first hundred years of Lithography*, London, The British Library.

_____ (2001), *Ephemera. Les imprimés de tous les jours, 1880-1939*, Lyon, Musée de l'imprimerie de Lyon.

_____ (1998), *Printing 1770-1970, an Illustrated History of its Development and Uses in*

England, London, The British Library.

VILLANUEVA, Aldana (s/f), *Milán-Buenos Aires: Apuntes sobre educación y trayectorias profesionales en las Artes Gráficas (1900-1943)* (en prensa).

VIU BOTTINI, Antonia (2021), "Entrelazamientos semiótico-materiales en portadas de revistas magazine: Caras y Caretas y Sucesos a principios del siglo XX", en Delgado, Verónica y Geraldine Rogers (comps.), *Exposiciones en el tiempo: revistas latinoamericanas del siglo XX*, Buenos Aires, Katatay.

_____ (2019), *Materialidades de lo impreso: Revistas latinoamericanas 1910-1950*, Santiago de Chile, Metales Pesados.

WRIGHT, Helena (2000), "The Osbourne Collection of Photomechanical Incunabula", *History of Photography*, 24, 1, pp. 42-46.

La exposición tuvo lugar del 23 de junio al 29 de septiembre de 2023 en Riobamba 985, 2º piso.

EXPOSICIÓN

Curaduría

Sandra Szir

Coordinación General

Cristina Blanco, Maya Mercer

Asistencia Curatorial

Victoria Martín Reyes

Programas Públicos

Maya Mercer

Producción

Rocío DessauNET, Clara Viera

Diseño Expositivo

Maya Mercer

Diseño y Realización de Dispositivos

Manuel Fusari

Diseño Gráfico

Santiago Pozzi

Registros Fotográficos

Bruno Basile

Prensa y Comunicación

Ariana Ponzo y Mil del Portal

Montaje

Federico Devoto, Javier Rodríguez, Rodrigo Riquelme, Mauro Gallina, Jorge Cicero

Infraestructura

Jonathan Bello, Facundo Gomez, Walter Rodríguez, Matías Spano

Técnica

Pablo Sánchez Rial, Demián Visgarra, Maximiliano Guinazu

Visitas y Talleres

Josefina Cabo, Johanna Di Marco, Rodrigo Cuberas

Orientación en Sala

Delfina Carranza

CATÁLOGO

Coordinación Editorial

Cristina Blanco

Textos

María Isabel Baldasarre

Sandra Szir

Julio Moyano

Geraldine Rogers

Andrea Gergich

Ana Bonelli

Aldana Villanueva

Corrección

Marina Panfili

Diseño Gráfico y Editorial

Santiago Pozzi

Producción

Victoria Martín Reyes

Registro Fotográfico

Federico González Lentini

AGRADECIMIENTOS

Pablo García, Biblioteca Nacional Mariano Moreno | Mario Pérez, Biblioteca del Museo Mitre | Marcela Fushimi, Biblioteca de la Universidad Nacional de La Plata | Gustavo Tudisco y Adriana Tarducci, Museo Isaac Fernández Blanco | Dolores Jaureguialzo y Paula Carrella, Buenos Aires Museo | Hugo Maradei, Museo de la Ilustración Gráfica y Fundación Tres Pinos | Rocío Caldentey, Lucila Quieto, Archivo General de la Nación | Walter García, Biblioteca del Museo Histórico Sarmiento | Agustín Diez Fischer, Melina Cavallo, Carolina Vanegas Carrasco, Nora Altrudi, Centro de Estudios Espigas, UNSAM | Patricia Caramés, Colección de Arte Amalia Lacroze de Fortabat | Laura Palomino, Biblioteca Nacional de Maestras y Maestros | Mariano Ricardes, Daniela Kotliar, Malena Previtali, Magalí Borelli, Museo de las Escuelas del Instituto Bernasconi | Pablo y Ana Medina, Centro de Documentación La Nube | Pilar Eugenia Soliva | Héctor Luis Pezzimenti | Alejandro Butera, Rubén Faczcsak, Carlos Fernández Till, Club de Coleccionistas de Marquillas de Cigarrillos de Argentina (CPCCA) | Rafael Bitrán | María Isabel Baldasarre | Claudia Roman | Julio Moyano | Raúl Manrupe | Mariano Oropeza | Andrea Gergich | Javier Basile | Ana Bonelli | Aldana Villanueva | Cora Gamarnik | Julio Menajovsky | Mara Burkart | Delius | Analía Gutierrez, Lengua Franca

DIRECCIÓN NACIONAL DE MUSEOS

Directora

María Isabel Baldasarre

Coordinadora de Planificación Museológica

Valeria Traversa

Coordinadora Operativa de Museos

Georgina Ibarrola

Accesibilidad

Eva Llamazares
Carolina Balmaceda
Sara Espina

Conservación y Restauración

Mariana Valdez
Natalia Albano
Marcela Cedrola
Antonella Caggiano
Fabián Carrión
Federico Lo Bianco
Paula Huarte
Jenny Hurtado Giraldo
María Luz Justich
Emiliano Posse Utello
Ivana Rigacci
Emilio Martín Rosa
Federico Sánchez
María Sol Scheifer
Federico Tamborenea

Contrataciones

Nadia Arce
Ezequiel Ayala
Ailén Johana Salvia

Compras y Contrataciones de Servicios

Sergio Arias
Matías Nicolás Majori
Federico Wechsler

Comunicación y Prensa

Eva Grinstein
Vito Andrada
Camila Bages
Cecilia Gamboa
Mariana Poggio
Valentino Tettamanti
Tatiana Verrastro
Viviana Werber

Diseño de Exhibiciones

Valeria Keller
Nidia Bellene
Rodrigo Broner
Micaela Costa
Ornela Cravedi
Eloisa Guzmaneri
Sebastián Saavedra
Alejandro Razonale
Rodrigo Riquelme

Formación y Redes

Carla Barbero
Elisabet Ayala
Dina Fisman
Alejandra Stafetta

Gestión Administrativa

María Soledad Oyola
Camilo Álvaro
Paula Camozzi
Daiana Castañón
Emiliano Festa y Vega
Bruno González
Trinidad Massone
Paola Prieto
Carla Veiga

Mesa de Entradas

Noemí Bastida

Programas Públicos y Comunitarios

Florencia Baliña
Brian Bellotta
Belén Coluccio
Ana Pironio
Magalí Saleme
Diego Sosnowski

Registro y Documentación

Belén Domínguez
Tomás González Messina
María Ximena Iglesias
Lucila Mazzaccaro
Juliana Otero
Rocío Ovejero
Daniela Pintos
Ayelén Vázquez

MUSEO NACIONAL DEL GRABADO

Dirección

Cristina Blanco

Programación

Bruno Basile | Gestión de Proyectos
Alicia Valente | Investigación y gestión patrimonial
Maya Mercer | Programas Públicos e Infancias

Producción

Rocío Dessauet

Educación

Josefina Cabo
Johanna Di Marco
Rodrigo Cuberas

Diseño Expositivo

Maya Mercer

Diseño Gráfico

Santiago Pozzi

Comunicación

Mil Del Portal

Registro y Documentación

Santiago Gómez | Colección
Malvina Porto | Colección
Josefina Cabo | Biblioteca
Malena De Rossi | Archivo

Técnica y Montaje

Federico Devoto
Javier Rodríguez

Orientación en Sala

Delfina Carranza

Administración

Gustavo Colángelo
Rocío Dessauet

Las siguientes instituciones colaboraron con la exposición:

agn

 BIBLIOTECA NACIONAL
MARIANO MORENO

 Fundación
Tres Pinos

 MIG
MUSEO DE LA
ILUSTRACIÓN GRÁFICA

 BNM
Biblioteca Nacional de
Maestras y Maestros

 MM
MUSEO MITRE

 Museo Histórico
Sarmiento

 FUNDACIÓN
ESPIGAS

 Centro de Estudios
Espigas
EAyP_UNSAM

COLECCIÓN AMALITA
 AMALITA
CENTRO DE ARTE AMALITA LACROIX DE PÉREZ

 MUSEO
FERNÁNDEZ
BLANCO

 Buenos
Pinos
Museo

 UNA
MUSEO
DE LA CÁRCOVA

Biblioteca
Pública 

 UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA

 me
MUSEO DE LAS ESCUELAS

 CASO
centro de arte sonoro

Szir, Sandra
 Las conquistas de lo efímero : gráfica e industria en tiempos de Caras y
 Caretas / Sandra Szir ; editado por Cristina Blanco ; prólogo de María
 Isabel Baldasarre. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Ministerio
 de Cultura de la Nación. Secretaría de Patrimonio Cultural, 2023.
 168 p. ; 21 x 15 cm.

ISBN 978-631-6573-03-2

1. Industria Gráfica. 2. Artes Gráficas. 3. Artes Visuales. I. Blanco, Cristina,
 coord. II. Baldasarre, María Isabel, prolog. III. Título.
 CDD 760.982

Material para distribución gratuita - Prohibida su venta

GRAFICA E INDUSTRIA EN TIEMPOS DE CARAS Y CARETAS