

Dibujantes, grabadores y orladores en el diario *La Nación*: consolidación del oficio entre el campo artístico y los trabajos para la industria (Buenos Aires, 1894-1900)

Alejandra V. Ojeda
IPN-UNLa / IEALC-UBA

La ilustración de prensa en Argentina acelera su desarrollo hacia 1895. Convergen en este cambio factores diversos: los avances tecnológicos en el campo de la ilustración gráfica, el desarrollo de formatos periodísticos de creciente popularidad, el crecimiento de un público lector amplio y diversificado y la profesionalización de las artes plásticas, a lo que se suman los duros efectos de la crisis de 1890. No fue menor la importancia de una generación de dibujantes, grabadores, orladores e impresores inmigrantes –sobre todo de origen francés, español e italiano- cuya inserción en el país incluyó la colaboración para diarios y revistas, emprendimientos propios, trabajos a pedido, elaboración de avisos publicitarios, diseño de empaques de productos, empleos y contratos con el Estado, ya sea en la enseñanza, en labores ministeriales varias o en la elaboración de ilustraciones para libros, además, por supuesto, de la búsqueda del éxito como artistas. En este trabajo se presenta los principales hitos del lustro decisivo con el que concluye el siglo XIX, momento de oro del dibujo en la prensa local, poco antes de la irrupción de la fotografía, en el que el diario *La Nación* apoya tanto la difusión de actividades del naciente campo artístico visual, como la inserción laboral de estos artistas por medio de numerosas oportunidades de publicación de ilustraciones en sus páginas.

The press illustration in Argentina accelerates its development towards 1895. Various factors converge in this change: technological advances in the field of graphic illustration, the development of journalistic formats of increasing popularity, the growth of the advertising market and of a wide and diversified readership, and Professionalization of the plastic arts, in addition to the hard effects of the crisis of 1890. The importance of a generation of immigrant draftsmen, printmakers and printers - especially from French, Spanish and Italian origin - whose insertion in this country included collaborations for newspapers and magazines, own projects, on-demand work, elaboration of advertisements, design of product packaging, jobs and contracts with the State, whether in teaching, in various ministerial tasks or in the elaboration of Illustrations for books, and, of course, the search for success as artists. This paper will present the milestones of the decisive luster with which the nineteenth century ends, the golden moment of drawing in the local press, shortly before the irruption of photography, in which the newspaper *La Nación* supports both the dissemination of activities in the emerging visual arts field and the labor insertion of these artists through numerous opportunities to publish illustrations on their pages.

Palabras clave: Ilustración gráfica, Prensa argentina, Dibujantes, Ilustradores, diarios.

Keywords: Graphic illustration, Argentine press, Drawing, Illustrators, journals.

Alejandra V. Ojeda – aojeda@sociales.uba.ar Trabajo basado en parte del capítulo 4 de la tesis doctoral “La incorporación de la imagen visual a la prensa diaria argentina. El caso paradigmático del diario La Nación entre 1894 y 1904 (Universidad Nacional de La Plata, directora Dra. Mónica Kirchheimer) y en evaluación al momento de presentarlo, inscripto en el Proyecto I+D+I, código CSO2015-66667-R (MIMECO-FEDER), 'Cambios en la empresa periodística: la estrategia del sensacionalismo. Su emergencia histórica en España y América' (Universidad de Valencia, España, participando desde la Universidad Nacional de Lanús y el Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe (Universidad de Buenos Aires).

Dibujantes, grabadores y orladores en el diario *La Nación*: consolidación del oficio entre el campo artístico y los trabajos para la industria (Buenos Aires, 1894-1900)

Hacia fines del siglo XIX, desdibujada la primacía en la prensa argentina de la lógica estatal-facciosa –y aun político facciosa- la lógica de mercado se instala en primer plano: las empresas periodísticas aumentan su volumen de negocios gracias al aumento del público lector, del volumen de avisos y de la estabilidad institucional¹. En tal marco, circunstancias políticas, económicas, sociales, culturales y biográficas convergieron en que los dos principales diarios del antiguo partido mitrista, *La Nación* y *La Prensa*, se transformasen en los más importantes del país –en tiradas, prestigio, venta de avisos, variedad temática, innovaciones técnicas y estilísticas- en la primera mitad del siglo XX². Es por ello que ambos se hallan a la vanguardia

¹ Las empresas periodísticas más poderosas –y poco después, capitales provenientes de otros rubros (Saitta, 2013)- realizan grandes esfuerzos de actualización tecnológica industrial, de innovación en gestión comercial y de recursos humanos, con la vista puesta tanto en las oportunidades como en la competencia (De Marco, 2006; Moyano, 1996, 2015; Ojeda y Moyano, 2015). *La Nación* actualiza maquinarias de última generación y criterios gerenciales en 1893, reformulando el aspecto del periódico a partir de su edición del 1° de enero de 1894, cuando Emilio Mitre reemplaza a Bartolomé Mitre y Vedia en la dirección. *La Prensa* hace lo propio en 1898, en coincidencia con la inauguración de su monumental edificio de Avenida de Mayo, a metros de la histórica Plaza de Mayo. Bartolomé Mitre había defendido la importancia del negocio de avisos ya desde 1857 (Mitre, 1943; Moyano, 1996). Una y otra vez, *La Nación* dio cuenta del aumento del volumen de avisos en sus propias páginas como señal de su éxito, al punto de tener que postergar notas periodísticas y reducir márgenes del pliego a fin de contar con todos ellos en sucesivas ediciones en las que, en promedio, los espacios pagos ocupaban un tercio de la superficie total (Ojeda, 2010; Ojeda y Moyano, 2015). En cuanto al aumento del público lector, nótese que la población alfabetizada pasa de 310.259 según el Censo Nacional de 1869, a 1.479.704 según el censo de 1895, y a 3.915.949 según el de 1914. Si bien la estabilidad institucional no está exenta de violentos conflictos (entre 1895 y 1905 se producen la renuncia de un presidente, intervenciones a provincias, alzamientos radicales, atentados y huelgas, denuncias de fraude electoral) la continuidad de ciclos electorales, del parlamento y de los periódicos es notable en comparación con la época de las guerras civiles del siglo que se cerraba. En tal contexto, el horizonte de lo que ya sucedía con el negocio de prensa en París, Londres, Nueva York o incluso Madrid era auspicioso y emulable en Argentina y otros países hispanoamericanos. En Chile, por ejemplo, decía Joaquín Díaz Garcés en carta al empresario chileno Agustín Edwards Mac Clure “Santiago ha alcanzado ya una población de 300.000 almas, y gracias a una penosa lucha realizada por la prensa, el público por fin se ha despertado, de tal manera que se puede decir, sin exageración alguna, que dentro de diez años las minas de oro del país serán los grandes diarios. El porvenir que tenemos por delante es verdaderamente enorme. En el primer momento creímos que se trataba de un pequeño valle, y ahora divisamos una llanura ilimitada. Es menester abarcarla antes de que pueda hacerlo otro”. (Díaz Garcés a Edwards, 12 de noviembre de 1901, citado por Bernedo Pinto y Arriagada, 2002: 2).

² Para un estudio de la expansión del negocio de *La Nación* y/o *La Prensa* en el período abordado, Cfr., Ojeda y Moyano, 2015; De Marco, 2006; Valenzuela, 2002; Mitre, 1943; Sidicaro, 1993. Los aumentos de tirada son notables: el diario *La Nación* pasó de mil ejemplares diarios en sus comienzos a más dos mil a fines de la década de 1860. En 1875, tras el levantamiento de la clausura, logra el récord de 10.700 ejemplares (1° de marzo de 1875). En la década de 1880 logra alcanzar un promedio de 18.000 ejemplares diarios, dato corroborado por el Censo Municipal de 1887. El 31 de diciembre 1889, superaba ya los veinte mil, según informa el propio diario en la edición de ese día. Vuelve a duplicar su tirada en los quince años que le siguieron, para llegar al asombroso volumen de cien mil ejemplares diarios tras la consolidación empresarial de 1909 y de la reforma electoral de 1912, según informa *La Guía Periodística Argentina* de 1913. *La Prensa* presenta un recorrido semejante, con 1.000 ejemplares en su primera edición, pasando a 2.000 antes de la clausura; supera los 10.000 a comienzos de la década de 1880, pero en veloz ascenso llega a los 55.000 ejemplares en 1895, según informa el *Anuario de la Prensa Argentina* editado por Navarro Viola (1897). Para 1913 alcanza ya los 160.000 ejemplares, según el *Guía Periodística Argentina* (Lerose y Montmasson, 1913), cifra que lo ubica como el diario más vendido del país, por encima de *La Nación*, que editaba aproximadamente 100.000 ejemplares, y ocupando la suma de ambos diarios el 50 % de la tirada diaria promedio total de diarios editados en Buenos Aires. En esta etapa ambos diarios

en la incorporación de numerosos elementos innovadores en el diarismo argentino³, entre ellos la inclusión sistemática de la imagen y de sucesivos géneros y subgéneros en los que interviene la misma.

Inicialmente empujada por la intrusión⁴ de avisos publicitarios con imágenes en el armado de la página, la incorporación sistemática de la imagen visual a los diarios comenzó a desplegarse en la década de 1880, tomando forma definitiva entre 1894 y 1904. En esta última década se sistematizó la búsqueda de armonía estética entre avisos y contenidos de redacción, los géneros de la imagen visual, la optimización de las distintas tecnologías disponibles, la profesionalización de los oficios ligados a la imagen y su uso con funciones comunicacionales específicas (ilustrar, informar, argumentar)⁵.

Si bien se nota la presencia de estilos propios forjados por los dibujantes artistas que participan en la prensa diaria en estos años, el grueso de las incorporaciones ya había sido ensayado en otros ámbitos. Por un lado, en los países industrializados, donde las revistas ilustradas habían forjado desde la década de 1840 los adelantos técnicos, comerciales, de profesionalización, de géneros y de aplicaciones comunicacionales de las imágenes que se incorporarían al diarismo en esta decisiva década⁶. Por otro, hubo en Argentina una evolución de las revistas ilustradas locales que permitió probar técnicas, géneros, estrategias y ámbitos de oficio (Szir, 2009a; Romano, 2004; Tell, 2009). Casi todas ellas se hallaron ligadas directa o indirectamente (por lazos políticos o comerciales), a las familias mitristas fundadoras de los dos diarios que son objeto de este trabajo (Moyano, 2015).

despliegan suplementos, cuentan con colaboradores prestigiosos provenientes de una docena de países, edificios e imprentas propios de tecnología avanzada, servicios diversos a la población, corresponsalías, conexión a amplios servicios de telegrafía de agencias de noticias, etc. (De Marco, 2006; Saitta, 2013; Mitre, 1943).

³ Cfr. Sidicaro, 1993; Saitta, 2013; Alonso, 1997, 2010; De Marco, 2006; Mitre, 1943; Ojeda y Moyano, 2015.

⁴ Se utiliza este término en referencia al hecho de que el armado del aviso se realiza en un ámbito distinto que el del diario, por lo que, cuando se lleva el clisé a este último para publicar, el mismo afecta el armado tradicional de columnas verticales. Muchos clisés rompen el límite horizontal de la columna: los hay a dos, tres o más. Y se presentan en diversas alturas, desde un centímetro hasta todo el alto de la página. En pocas décadas, las innovaciones en el campo del aviso impactan tanto en el armado general de la página como en la adopción de sus recursos por el resto de los contenidos del periódico.

⁵ Para el estudio de procesos de pre configuración del diseño de página en los grandes diarios argentinos de la segunda mitad del siglo XIX, Cfr. Ojeda, 1999. Para el paso del aviso tradicional preindustrial hacia el aviso marcario industrial en la prensa argentina, Cfr. Ojeda, 2010.

⁶ Un rol especial cupo al *Correo de Ultramar*, que contó con abundante suscripción en Argentina y expresó estos adelantos, incluyendo en sus páginas no solo producción propia sino aquella tomada –por intercambio– de todas las principales revistas ilustradas del mundo, así como, en la década siguiente, la revista *El Americano*, editada y dirigida por Héctor Varela desde París (1872-1874), y distribuida por suscripción en numerosos países hispanoamericanos. Pero no sólo éstas sino todas las revistas ilustradas –incluida la pionera *Illustrated London News*– estuvieron a disposición de la elite social local, por medio de suscripciones particulares y por clubes como el Club Progreso.

Correo del Domingo, El Mosquito, La Presidencia, La Cotorra, El Quijote, La Ilustración Argentina, La Ilustración Sudamericana, Buenos Aires Ilustrado, El Cascabel, los Almanaque, Caras y Caretas, son los principales nombres que exploran las posibilidades de revistas ilustradas clásicas, de caricatura satírico-política, especializadas en reproducción artística, o magazines de interés general, donde hicieron su experiencia todos los participantes de la profesionalización que se llevó a cabo en la década de 1890, y se ensayaron los requerimientos empresariales que –poco después- habilitaron la gran prensa diaria y los novedosos magazines (Szir, 2009a, 2013; Romano, 2004; Auza, 1980; Matallana, 1999, 2010; Román, 2011, 2013)⁷.

La década de 1890 generó así una edad dorada del grabado, y anticipó el boom de la fotografía de prensa que se produjo en la década siguiente. Consolidó la imagen como parte de secciones permanentes, con funciones específicas y ocupando un espacio importante en superficie impresa, muchas veces el más importante. En ese marco la imagen visual cumple un rol decisivo: aporta el dibujo y luego la fotografía como recursos de lenguaje para ilustrar, ejemplificar, describir, sintetizar o argumentar; promueve la ruptura del formato columna vertical tradicional; habilita relaciones sistemáticas entre texto e imagen (relevo y anclaje); incorpora el mapa, el cuadro y el esquema como recursos complementarios. Los dibujos, basados en las modernas técnicas del grabado y la litografía, viven un esplendor hacia fines del siglo XIX (1894 a 1902) para ser luego subrogados por la fotografía como principal insumo del lenguaje visual (Ojeda, 1999, 2010; Szir, 2013; Malosetti y Costa Et Al., 2009).

⁷ El fotograbado de medio tono, logrado por *The Daily Graphic* en 1880 no llega a aplicarse a la revista *La Ilustración Argentina*, cuyas grandes innovaciones visuales se concentrarán en la reproducción de dibujos por medio de las más modernas técnicas del grabado y la litografía, así como ensayos con la fototipia. Las técnicas mejoradas por Max Levy en 1890, en cambio, tuvieron impacto inmediato, primero en la prensa ilustrada europea (desde 1891) y poco más tarde en Argentina, sobre todo a través de la revista *La Ilustración Sudamericana*. La técnica mejorada, conocida en Argentina, en su uso coloquial, con los términos sinónimos de fotograbado de medio tono, *half-tone*, heliografía o autotipia, es propagandizada por litógrafos y grabadores -como Ortega- en el nombre de los negocios y en la oferta principal de los anuncios de sus talleres, así como en el estímulo a su publicación en revistas ilustradas. El primer fotograbado con esta técnica se publica en *La Ilustración Sudamericana* en junio de 1894, aunque Félix Ugarteche (1929) hace notar que el primer fotograbado corresponde a *La Voz del Arte* en 1893. En *La Nación*, con motivo del segundo Salón Anual de *El Ateneo* de artistas, el 3 de noviembre de 1894, presenta reproducciones de siete cuadros, seis en concurso y el cuadro “Sin pan y sin trabajo” de De la Cárcova (que no había competido por ser su autor jurado. Allí, el comentario indica: “Los dibujos que presentamos ilustrando este artículo, son ejecutados por los mismos pintores de los cuadros, como garantía de exactitud, pero es natural que no alcancen sino a dar apenas una idea de lo que las obras son realmente (...) La sequedad de la pluma en comparación con el pincel, de un lado, y la sobriedad que exige a los grabados la impresión en máquina rotativa, por otro, alejan mucho las copias del original (...)”. Diez años más tarde, en el mismo diario, cuando la fotografía se extiende y se constituye en protagonista, se dice: “...Hoy en día, la impresión de fotograbado con máquina rotativa, que hace algo más de dos años era un problema más difícil, es un punto resuelto” (*La Nación*, 1° de enero de 1904).

En tal contexto, la profesionalización de los ilustradores, al igual que la de los escritores, fue aprovechada y promovida por los diarios, lo cual los tornó protagonistas tanto del asentamiento de tendencias estéticas y géneros preexistentes, como de cualquier innovación ensayada en el país. La articulación entre tradiciones periodísticas, prácticas de oficio y los géneros que éstas produjeron, reforzó tanto el oficio como el vínculo entre empresa y lectores en base a códigos de reconocimiento adoptados en el marco de las reglas de mercado (Baldasarre, 2009; Romano, 2004).

Hacia la incorporación sistemática de la imagen: antecedentes

Si la década 1894-1904 es de incorporación sistemática de la imagen, esto no contradice el hecho de que la imagen impresa posee en Argentina una rica historia anterior. La xilografía ilustra libros emanados de la imprenta jesuítica de la Misiones del nordeste ya a comienzos del siglo XVIII. La litografía está presente –y con gran resultado en interés del público- desde 1827 en adelante. Semanarios con ilustraciones litográficas en uno de sus pliegos ya existen en la década de 1830 (a cargo del pionero César Hipólito Bacle) y de 1850 (a cargo de Carlos Pellegrini). Imágenes en la prensa diaria aparecen esporádicamente a partir del repertorio de grabados disponible en la caja de tipos, o de alguna adquisición especial.

Pero el paso de la presencia ocasional de alguna imagen a la normalización de esta presencia en la prensa en general primero, y en la diaria más adelante, es un proceso que puede rastrearse a partir de la unificación del Estado nacional en 1862, que abre paso a su vez a una época de crecimiento económico agroexportador, y a un rápido aumento de la población urbana. Es posible considerar en este proceso, cuatro diferentes momentos o períodos en la incorporación: intrusión (1862-69), aceptación (1870-83), transición (1883-93) e incorporación sistemática (1894-1904). El primero comienza con la unificación del Estado nacional y se completa con la conversión de los futuros principales diarios argentinos *La Nación* y *La Prensa* en sociedades anónimas (Mitre, 1943; Sidicaro, 1993; De Marco, 2006). En su transcurso la imagen no es un componente significativo ni innovador en ninguno de los diarios locales, excepto por la mencionada intrusión –por la vía de los *reclames* publicitarios elaborados por fuera del periódico- y que tendieron a eliminar tanto la separación entre texto escrito e imagen (articulándolos en un mismo mensaje) como los límites del clásico formato columna vertical propio del armado del diarismo decimonónico. Parte de estos avisos provenía directamente del exterior. Complementariamente, la llegada de jóvenes dibujantes franceses (Henri Meyer y Henri Stein) impacta en la prensa diaria por la vía, primero, de publicaciones semanales

ilustradas tanto de interés científico-cultural como satírico-políticas, como lo ejemplifican el *Correo del Domingo* y *El Mosquito*, respectivamente⁸.

Los dibujos de estos autores son incorporados a la prensa diaria excepcionalmente por medio de grabados para ocasiones especiales, mientras continúa el tradicional uso de pequeñas imágenes disponible en la caja de tipos.

El segundo período se inicia en dicho parteaguas y se completa durante el auge económico del gobierno de Roca, cuando Bartolomé Mitre y Vedia inicia la modernización empresarial del diario *La Nación* (Alonso, 2010; Ojeda y Moyano, 2015). En él ya se ha aceptado las novedades visuales que aportan los avisos, pero su lógica no se traslada todavía al formato del conjunto de unidades redaccionales. Si bien hay presencia menos excepcional de elementos visuales –mapas, croquis, cuadros, gráficos, dibujos- la colocación de los mismos muestra la falta de un criterio integrado de visualidad: mapas y croquis en separatas, dibujos colocados cuando aparecen disponibles por trabajo de un dibujante en relación con algún tópico al que se dedica habitualmente (por ejemplo, un edificio), que generalmente se asocia a la acción política de los propietarios.

El tercero se inicia en 1883 con la dirección de Bartolomé Mitre y Vedia en el diario *La Nación* y se completa una década más tarde cuando el mismo diario realiza una importante reconversión tecnológica y de estrategia comercial, ahora a cargo de Emilio Mitre (Ojeda y Moyano, 2015). Es en este período cuando se produce una notable exploración del uso de la imagen para ilustrar secciones, en tanto se agrupa los avisos con un criterio que normaliza la ruptura del límite de la columna. Si bien el uso no es aún sistemático, se nota un esfuerzo constante por incorporar novedades y emular el uso exitoso tanto en otros países como en otros formatos (las novedosas revistas ilustradas). Los grandes diarios comienzan a incorporar, discretamente, en ocasiones un armado de página que incluye una o varias imágenes buscando formar un todo armónico y estéticamente agradable, y éstas habilitan nuevos tópicos que son cubiertos por imágenes: figurines de modas, dibujos de artistas de ópera, retratos de figuras célebres de distintos ámbitos, dibujos científicos naturalistas, dibujos arquitectónicos o maquinarias, a los cuales el público letrado se había acostumbrado por medio de los avisos y de las revistas ilustradas extranjeras y nacionales, las cuales, además, viven en este período nuevos avances técnicos y estilísticos.

⁸ Más adelante, desde 1885, la veta española de la caricatura y el humorismo sería reimpulsada por Sojo a través del a publicación *Don Quijote*. Para un estudio completo del *Correo del Domingo*, Cfr. Auza, 1980; para *El Mosquito* y *Don Quijote*, Cfr. Matallana, 1999, 2010; Laguna Platero, 2015; Román, 2005, 2013).

Es, por lo tanto, la incorporación sistemática (que caracteriza el cuarto momento) y no la presencia de la imagen como tal –excepto el fotograbado *halftone*- la principal novedad de la decisiva década de 1894-1904, y es ella la que impacta en (y a su vez se alimenta de) la consolidación de una masa crítica de artistas dibujantes, ilustradores, orladores, grabadores y litógrafos en un mercado de bienes y trabajo. Es entonces cuando observamos las mayores innovaciones en la estrategia de los diarios, los oficios ligados a la imagen, la incorporación tecnológica y la emulación de éxitos gráficos provenientes de otros formatos como el magazine semanal.

Hacia la incorporación sistemática de la imagen: desarrollo

Concluida la crisis económica hacia mediados de 1893, y derrotada la revolución radical en julio-agosto de ese mismo año (Botana, 2012; Gerchunoff Et Al., 2008), las familias propietarias de *La Nación* y *La Prensa* se abocaron rápidamente tanto a la inversión tecnológica y la reconversión gerencial como a la reconfiguración de las alianzas políticas con el roquismo que los llevarían a la participación en el gobierno de la provincia de Buenos Aires en 1894 (Alonso, 1997, 2010; Ruiz de Luque, 1942). En enero de este último año se iniciaba una nueva etapa gerencial en el diario *La Nación* que marcaba un notorio cambio de época, en tanto *La Prensa* preparaba ya la gran reinauguración de sede que se concretaría en 1898.

Una generación de artistas dibujantes y grabadores se hallaba disponible, entre las urgencias producto de la crisis y las oportunidades de la expansión posterior. Muchos de ellos, como Martín Malharro, Francisco Fortuny, José María Cao, José Stalleng, etc. buscaban vivir del oficio gráfico en combinación con salarios y honorarios provenientes de trabajos particulares a pedido, labores docentes o empleos públicos ministeriales, pero a su vez intentaban abrirse paso –y forjarse nombre- como artistas visuales entre las bellas artes consagradas, y también aquellas artes miradas con sospecha por las anteriores, como el afiche, la filatelia y numismática o el diseño de tapas de libros, o lisa y llanamente con condena, como el reclame publicitario, las marquillas de cigarrillos (Butera, 2012) y otros empaques comerciales⁹.

⁹ La publicidad no sólo ha crecido enormemente en variedad y volumen, sino que está cambiando su propia naturaleza en tanto se pasa del aviso genérico al aviso de marca comercial, sistemático y permanente. Pero su importancia para los grabadores en términos de ingresos siguió contrastando con la falta de prestigio de la actividad: mientras los grabados relativos a temas informativos, históricos, periodísticos, arquitectónicos, policiales o artísticos llevaban firma en la mayor parte de los casos, los avisos publicitarios no la llevaban casi nunca, excepto cuando se trató de avisos de gran importancia, como los institucionales de página entera que solían publicarse en coincidencia con festividades de ciclo anual.

La Nación establece un vínculo de trabajo con algunos de los artistas que se habían agrupado en uno de los primeros núcleos de referencia e identidad intelectual –*El Ateneo*– en el cual combinaban la defensa de intereses comunes, la búsqueda de contactos sociales y laborales, y un ámbito de discusión, aprendizaje y promoción. Destacan –entre los primeros incorporados a *La Nación*– Martín Malharro y Augusto Ballerini. Pero además apela a casas litográficas y grabadores profesionales de altísima calidad, y ensaya el fotograbado de medio tono ya en el año 1900¹⁰. Esta apertura a nuevos espacios de oficio estuvo signada por la influencia de los cambios en los formatos novedosos de revistas, primero las “ilustradas”, luego las de interés general (*Caras y Caretas*, *PBT*, *El Hogar*). Las primeras fueron pioneras en la prueba de técnicas y géneros visuales; las segundas incorporaron la presencia cotidiana de la imagen y el diseño de página que combinaba texto, imagen y publicidad en un todo coherente y atractivo.

También por la consolidación de géneros visuales: el retrato (individual, grupal, arquetípico), el dibujo científico y técnico, el dibujo de paisajes, edificios y monumentos, el dibujo naval y militar, el registro de tablas, gráficos, croquis y mapas, la reproducción facsimilar, los nuevos formatos con creciente articulación texto-imagen, o fotografía-dibujo-ortado-tipografía estilizada, todos con sus respectivas derivaciones y especialidades que se configuran en una intersección entre prácticas de oficio, intereses comerciales, políticas estatales, adopción de tradiciones preexistentes, reciclamiento de otras y aprovechamiento de oportunidades técnicas.

En todos los casos, los primeros años de esta década muestran exclusivamente grabados y litografías, hasta que desde el segundo semestre de 1900 comienzan a aparecer los primeros retratos fotográficos en fotograbado: imágenes de dignatarios extranjeros, policiales, y fotografías de caballos campeones en competencias. Hacia mediados de 1903, la fotografía claramente desplaza al dibujo como principal formato de representación de la imagen visual, al menos en la función informativa (pues la imagen publicitaria, dado el requerimiento de síntesis

¹⁰ La presencia de fotograbados arranca en 1900 –esporádicamente– en *La Prensa*, sobre todo de fotografía policial, como la del filicida Ampuero, en la edición del 5 de agosto de 1900, pero aún no logran siquiera empatar la legibilidad y calidad visual de los dibujos, que continúan siendo más frecuentes incluso en el retrato policial. Al principio, el diario *La Prensa* incorpora el fotograbado para registrar retratos de delincuentes y de policías heridos en cumplimiento del deber, en imágenes que ocupan el ancho de una columna. El 5 de agosto de 1900, al registrar “el filicida Ampuero”, incorpora el plano americano. *La Nación*, mientras tanto, incorpora su primer fotograbado el 24 de octubre de 1900, cuando se publica en la portada el retrato fotograbado del presidente del Brasil Dr. Manuel Ferraz de Campos Salles. En 1901 se tornan, mes a mes, más regulares. Es notable que al principio no hay comentario alguno de ambos diarios sobre la innovación, en un contexto de fuerte interés por informar noticias científicas y tecnológicas, más aún del propio diario. Probablemente la aún baja calidad de imagen en comparación con el dibujo e incluso con las fotografías en general, el atraso en incorporar la innovación respecto de diarios europeos o la constante experimentación para lograr una mejora definitiva en la impresión de imagen por rotativa (que se lograría en 1903) influyesen en esta decisión.

visual que supone, todavía puede hacer del dibujo su principal herramienta), tornándose la técnica hegemónica de reproducción visual y poniendo en decadencia el momento dorado de los artistas grabadores que reforzaban su buena fama firmando sus trabajos para los diarios y revistas.

Entre otros factores, pesa en esta fecha el retiro de Bartolomé Mitre de la actividad política (en 1901) y el notable éxito de la fotografía de prensa en *Caras y Caretas*, lo que lleva a adoptarla con mayor sistematicidad en el diario, notándose prontamente los resultados. Como el propio diario *La Nación* indica, entre 1901 y 1903 se logra, además, una gran mejora en la calidad de la reproducción de imagen sobre plancha.

Durante este período, finalmente, la imagen es integrada –hasta donde sea posible- en la puesta en página, buscando los armadores formar un conjunto visualmente armónico en cada página, aunque no siempre con éxito. Su uso sistemático ya no es patrimonio del *reclame*, sino que todos los géneros periodísticos tienden a hacer uso al menos mínimo de la presencia de las imágenes: noticias, notas científicas, crónicas de viajes y descubrimientos, notas pedagógicas, notas de teatro y ópera, policiales, relativas a los novedosos “sports”, notas políticas nacionales o internacionales, sucesos llamativos, visitas ilustres, efemérides, folletines, etc. A la vanguardia de esta incorporación sistemática, están en cada diario sus respectivos suplementos literario, ilustrado y de aniversario, en los que todos los géneros visuales, incluido un amplio despliegue de ornamentación artística con firma de autor (como lo muestra el ejemplo paradigmático de Ramón de Castro Rivera), se hacían presentes en su máximo esplendor. No se había logrado en Buenos Aires un equivalente argentino al *The Daily Graphic*, pero los diarios incorporaban la imagen visual como parte de su cotidianeidad, y la desplegaban aún más en sus formatos semanales (suplementos, revistas magazines, etc.).

Las nuevas prácticas sociales y de oficio relacionadas con la prensa

Liberadas las energías del mercado, no sólo crece la masa de lectores gracias a la inmigración y la creciente alfabetización; también se forja una capa de lectores más formada, producida tanto por la experiencia lectora de las décadas precedentes en el campo periodístico, como por la existencia de una creciente capa de potenciales lectores con estudios equivalentes a primario y/o secundario completo¹¹. Esta capa se suma a la tradicional letrada y es destinataria

¹¹ El Colegio Histórico del Uruguay se hallaba activo desde 1850, sumándose al Histórico Monserrat de Córdoba, en tanto el sistema de Colegios Nacionales se había puesto en marcha durante la presidencia Mitre (1862-68), y el de Escuelas Normales durante la de Sarmiento (1868-74). Además de su impacto sobre el volumen de público lector, estas instituciones favorecieron la irrupción de una generación de periodistas, dramaturgos y escritores como José S. Álvarez (Fray Mocho), Onésimo Leguizamón, Emilio Onrubia, etc. (Rivera, 1998; Ojeda y Moyano, 2003; Bosch, 1949; Marengo, 1991; Puiggrós, 2003).

de la creciente diversificación de las secciones y subgéneros periodísticos. El dibujo, para ellos constituye un lenguaje relativamente conocido, pues se lo ha incorporado al curriculum en el sistema educativo: el dibujo técnico, el retrato, las imágenes científicas y de exploraciones geográficas, el croquis o el gráfico son una novedad decodificable cuando aparece en el diario. Pero también porque se ha desarrollado desde la década de 1870 una educación visual estimulada por los nuevos formatos generados por el desarrollo de las marcas empresariales: el reclame de prensa, pero también el empaque, el cartel y el afiche callejero.

En forma simultánea, tanto la inmigración como el entrenamiento local forjan una masa crítica de dibujantes, grabadores y litógrafos que circulan entre las expectativas empresariales (impresión especializada, v. gr. Vittorio Pegoraro, Fausto Ortega, Emilio y Enrique Coll), el empleo público (ministerial o educacional, v.gr. Malharro, Stalleng), la consagración artística o la profesionalización de los servicios a prestar (dibujos a pedido, empaques de productos, afiches, venta de obras por exposición, trabajos para la industria gráfica en reclames, imágenes para los contenidos de diarios y revistas, diseño de tapas, carteles, etc.). Por la vía de la inmigración, llegan también técnicas y recursos: dibujantes, grabadores o impresores con negocio propio traen de sus países de origen saberes, trucos, novedades o recursos de optimización que adquieren valor de novedad en el país. A ello se agrega una creciente circulación internacional de imágenes por intercambio, o como parte de la política de difusión de instituciones específicas. Esta práctica es aprovechada por *La Nación* y *La Prensa*, aunque alcanza su esplendor con *Caras y Caretas*, que sistematiza tales intercambios así como también la oferta de pago para toda colaboración, no sólo en el campo del material escrito, sino también en la imagen, tanto dibujada como fotográfica, en tempranos anuncios publicados en las sucesivas ediciones del año 1900. Pero en la última década del siglo proliferaron otras imágenes que se insertaron en las unidades redaccionales del diario: la información relativa a la llegada de compañías extranjeras de ópera y teatro comenzó a ser regularmente ilustrada con imágenes de los artistas, e incluso de alguna escena, provistas por las propias compañías. Lo mismo sucedió con la ilustración aportada por misiones diplomáticas y embajadas, cuando se produjeron visitas importantes al país, cambios de gobierno en los países de origen, tratados internacionales o eventualmente conflictos.

La necesidad de un público masivo había llevado a los periódicos a desarrollar secciones ligadas al entretenimiento, como por ejemplo el folletín. Este formato, asociado por Jorge B. Rivera (1968, 1998, 1990) a la profesionalización del escritor supone la contratación de nuevos escritores que no provienen del ambiente de la elite letrada con formación clásica, sino de las

nuevas clases medias con acceso al sistema de educación pública; supone también una masa de lectores heterogénea en sus orígenes y en sus intereses, para la cual el entretenimiento constituye un factor importante, cuando no el más importante, de su contacto con la lectura. Esta actitud se traslada rápidamente a las imágenes, cuyo impacto es notable en comentarios, pedidos de reproducciones y éxito de las subsiguientes imágenes, a medida que se ajusta el conocimiento tentativo del destinatario (Rivera, 1968, 1998; Alonso, 1997, 2010; Matallana, 1999; Romano, 2004; Román, 2005, 2013).

Y en su dinámica crece el sensacionalismo: detalles de catástrofes, rostros de delincuentes o escenarios de crímenes, representaciones de batallas sangrientas, escabrosos detalles de noticias escandalosas, hacen parte tanto en el texto escrito como en las imágenes, ya sea en la sección principal del diario, ya en el folletín, que permite excesos visuales aún mayores. La publicidad también toma su parte en la tarea: imágenes en las marquillas de cigarrillos, desfiles en las calles, sorteos con premios impactantes y avisos publicitarios yuxtaponen grandes figuras políticas, imágenes pornográficas, travesuras de niños fumadores o eventos inesperados en las calles (Butera, 2012)¹².

En Estados Unidos o Gran Bretaña, o incluso México, hacia 1896 no sólo surgía una amplia generación de magazines y en el diarismo surgían los llamados “diarios sensacionalistas” completamente separados de facción política alguna e interesados exclusiva y explícitamente en el rendimiento empresarial. En Buenos Aires *La Nación* y *La Prensa*, mantenían una perspectiva que los ubicaba en la “prensa seria”, sin perder aún sus lazos con la política, pero ya encaramados definitivamente a la lógica empresarial industrial (Rivera, 1998; Sidicaro, 1993; Saitta, 2013). Contaban con maquinaria de última generación –al punto tal que pudieron derivar maquinaria obsoleta de excelente calidad para su proyecto de colección de libros a precio económico iniciada en 1901 (la colección *Biblioteca La Nación*)-, imitaban los mejores avances de la industria en el mundo, e incorporaban contenidos para segmentos específicos, como deportes, temas para la mujer, el suplemento cultural, etc. (Rivera, 1998).

Los Mitre estuvieron a la vanguardia de la incorporación del formato magazine con *Caras y Caretas* a partir de 1898. Con ella no sólo innovaron radicalmente en el campo de la

¹² Hasta fines de la década de 1900 no aparecen en el país diarios con un planteo sensacionalista en el conjunto de su estrategia comercial y discursiva, y no aparecerá uno definitivamente exitoso hasta la reorganización de *Crítica* hacia 1920 (Saitta, 2013), a diferencia de Estados Unidos, que cuenta con casos paradigmáticos plenamente desplegados a mediados de la década de 1890, o de México en el mundo hispanoamericano, con la fundación de *El Imparcial* en 1896 (HISNECOM, 2015). Pero sí se adoptan elementos sensacionalistas en texto e imágenes para la cobertura de sucesos policiales, la ilustración de folletines, la referencia a ciertos espectáculos urbanos y la miscelánea de curiosidades.

imagen, sino también en la cuidadosa inclusión de elementos sensacionalistas (relato de sucesos policiales y catástrofes con imágenes, seguimiento de actividades sociales de la elite social y de las primeras estrellas del espectáculo, la caricatura política como recurso llamativo), sin perder el lugar dentro de las fronteras de la prensa seria. Estuvieron a la vanguardia, también, en la incorporación de imágenes como elemento narrativo (foto-reportaje, por ejemplo, a partir de 1905), o la irrupción de suplementos semanales¹³. De este modo, *La Nación* y *La Prensa* llegan al siglo XX en plena pertenencia a las reglas del mercado. Para ello, debieron, además, adoptar, promover y favorecer el cuerpo de artistas necesario para constituir el oficio, en forma equivalente a lo que estaba ya sucediendo con el proceso de profesionalización de los escritores en la prensa. Sería la inserción de tal cuerpo de artistas en la lógica industrial de la prensa el elemento que asegure la plena madurez de la incorporación sistemática de la imagen a la prensa diaria, y con ello, la consolidación de funciones y géneros de la imagen de prensa.

El surgimiento de los oficios gráficos aplicados a la imagen de prensa muestra características comunes a los diversos casos particulares a lo largo de estas décadas: se trata de inmigrantes que traen sus conocimientos técnicos adquiridos en su país de origen, y en la mayor parte de los casos, no vienen a aplicarlos, sino con otras expectativas de contratación y/o negocio. Gran parte de su adaptación al país se logra con la obtención de empleos y/o contrataciones del Estado (o su contrario, las dificultades causadas por éste), y en no pocas ocasiones, cuando la actividad ligada a la imagen les brinda beneficios económicos importantes, se dirigen a otros negocios¹⁴. Las tecnologías necesarias para cada tipo de práctica ya están

¹³ El suplemento *Páginas Literarias*, del diario *La Prensa*, comenzó a publicarse el 1° de enero de 1900; *La Nación* publica, por su parte, en 1901, el *Suplemento Literario*. El 1° de enero de 1902 se inicia la tradición de la Edición Extraordinaria, publicada anualmente. Por último, el 4 de septiembre de 1902 publica el primer número del *Suplemento Ilustrado* de *La Nación*, el que a partir del 5 de noviembre de ese mismo año absorbe al *Literario*, publicándose semanalmente (datos obtenidos por consulta de ambas colecciones).

¹⁴ Así, podemos mencionar los casos pioneros de Jean Baptiste Douville y su socia –luego esposa- Anna Athalie Pillaut-Laboissiere (quien completa el nombre comercial del negocio: Douville y Laboissiere) en 1827, del suizo francés César Hipólito Bacle y su socio inicial Arthur Onslow desde 1828, y de Charles Henri Pellegrini desde ese mismo año, llegados al país durante la guerra con el Brasil (1826-28), los impresores Bernheim y Coni, llegados al país en el tramo final del rosismo, libreros como el propio Hortelano (llegado el 31 de diciembre de 1849) o el francés Lucien, o Henri Stein y Henri Meyer, quienes revolucionan el mundo de la ilustración de prensa rioplatense en la década de 1860.

Por lo general, no vienen expresamente orientados a vivir de sus saberes de dibujantes, sino que descubren la vacancia y oportunidad en contraste con fallos en otros campos. Pellegrini viene contratado como ingeniero en un alto cargo –que pierde poco después-, Douville se presenta como científico y librero, Stein quiere ser apicultor, Coni sueña encontrar oro en California. Esta vacancia no les requiere una importante inversión en tecnología importada: la encuentran aquí disponible, salvo excepciones. Para ellos los contratos laborales o empresariales con el Estado o con facciones políticas que lo controlan definen su progreso. Algunos tienen sus mejores contratos fuera del oficio, como Pellegrini. Otros en oficios afines, como José Alejandro Bernheim, Pablo Coni y Benito Hortelano en impresión, o Stein en enseñanza del dibujo. Algunos logran que sus contratos se concentren en la actividad, como Bacle o Meyer. De allí que para Pellegrini sus períodos de retratista y de editor de publicaciones

disponibles en el país cuando cada protagonista inicia actividades, y es la falta de personal calificado, de mercado en el sector o de demanda del público la que demora sus inicios. En cuanto a los diarios, si bien existen algunas complicaciones técnicas para la inclusión de imágenes, es notorio que el sector no vive presión alguna para incorporar sistemáticamente imágenes, y mantiene una cómoda y asentada tradición de colocar texto escrito como oferta esperable por sus clientes.

Las llegadas al país se producen en tres oleadas: Una a fines de la década de 1820, cuando llegan numerosos franceses que se incorporan a las fuerzas militares y a numerosos negocios y oficios, incluidos periodistas y, en el tema que nos interesa, litógrafos y retratistas. Otra –sobre todo en el campo de la impresión tipográfica- se hace presente a comienzos de la década de 1850. Viene con inquietudes empresariales, conoce los adelantos técnicos pero, sobre todo, las nuevas ideas de negocio gráfico como los diarios de gran masividad, la expectativa de financiamiento con avisos y las revistas ilustradas. La tercera la lideran Meyer y Stein, ambos de apenas 20 años de edad, provenientes de la formación brindada por el nuevo modelo educativo napoleónico que los capacita en dibujo. Conocen el oficio y sus potencialidades y buscan en él, una vez cerradas otras oportunidades, todas sus posibles puertas abiertas: las caricaturas políticas que llaman la atención, los dibujos naturalistas que impactan por su detalle y calidad, la participación en revistas ilustradas y de caricaturas, la realización de retratos por encargo, la publicación de álbumes con láminas, etc. (Szir, 2009a; 2011).

La primera oleada de litógrafos, a pesar de su trágico sino biográfico¹⁵, da lugar a una generación en el oficio que se consolida entre el trabajo para el Estado –que permite publicaciones periódicas de gran calidad- algunas iniciativas particulares en la propia imprenta del Estado, y los pedidos particulares de retratos, litografías y grabados.

La segunda oleada incluye las primeras emulaciones a las revistas ilustradas europeas de nueva generación surgidas tras el formidable y pionero éxito de la *Illustrated London News* a partir de 1842, como lo ejemplifica la experiencia de Pellegrini con *El Plata Ilustrado*, pero se nota especialmente en la innovación en talleres tipográficos, desde comienzos de la década de 1850 cuando inmigrantes provenientes del destierro español (Benito Hortelano, Manuel Toro

ilustradas se concentre en momentos en que no tiene tales contratos, supliendo ingresos, en tanto que otros como Coni hallan en el Estado la posibilidad de continuar en el oficio impresor.

¹⁵ Douville es detenido, embargado y desterrado por falsificar billetes con su prensa el mismo año 1827 en que inició el negocio litográfico. Bacle es detenido bajo acusación de entregar mapas de valor militar a la Confederación Peruano- Boliviana en un momento de conflicto con la Argentina.

y Pareja, Cfr. Hortelano, 1936) o de Francia (Bernheim, los hermanos Stein¹⁶ que llegan con él, Pablo Coni, etc.). Coni sería, por ejemplo, el primer grabador de sellos postales oficiales de la provincia de Corrientes –y primeros en el país–, mientras administró la imprenta del Estado en dicha provincia.

La tercera, en la década de 1860, da inicio a la presencia regular de publicaciones ilustradas en el país. Si el taller de Bacle agrupó y forjó una generación de litógrafos e impresores, y Coni, Bernheim y el uruguayo Casavalle renovaron el arte de imprimir en la década de 1850, Henri Meyer y Henri Stein revolucionaron –en la década siguiente– el arte del dibujo para la inclusión de grabados de alta calidad en libros, álbumes y periódicos, y forjaron la presencia y masividad de géneros periodísticos como la prensa satírica ilustrada, las publicaciones ilustradas especializadas sus correspondientes subgéneros.

Tal es el contexto de inicio de los oficios que nos interesan al comienzo de nuestra etapa: Los talleres exitosos son cuna de atracción de migrantes formados o de nuevos aprendices que serán las siguientes camadas en las que habrán de apoyarse los hermanos Pedro Bourel o Rafael Contell en las últimas dos décadas del siglo para iniciar la era de las revistas especializadas en ilustración artística de prensa en Argentina y vinculadas, a su vez, al incipiente campo de artistas de las artes visuales. Szir (2011) caracteriza el momento de irrupción de las revistas de Bourel y Contell:

“Del mismo modo, las publicaciones periódicas ilustradas en las décadas de 1880 y 1890, aunque sin el despliegue visual y la calidad de sus pares europeas, multiplicaron la cantidad de títulos. En 1887 el Anuario bibliográfico de Alberto Navarro Viola refiere 23 publicaciones ilustradas. En 1888 surgen Buenos Aires Ilustrado -que en sus 25 entregas reproduce un total de 56 grabados- y El Sud Americano, editado por la Compañía Sudamericana de Billetes de Bancos. Ya en la década de 1890, aparece La ilustración Sudamericana (1892), dirigida por Rafael Contell, que incluía fotografías, representando retratos individuales y colectivos, vistas y actualidad. De rasgos diversos, todos los periódicos se encontraban con similares dificultades técnicas y económicas frente a la inversión que suponía la edición de una revista ilustrada.” (Szir, 2011: 71).

Los protagonistas del oficio

Hasta comienzos de la década de 1860, los protagonistas de la imagen gráfica fueron pioneros que demostraron un éxito notable, pero no llegaron a ser parte de la forja de un mercado que sostuviese a largo plazo la actividad profesionalizada.

Jean-Baptiste Douville y César H. Bacle lograron impacto social y éxito de ventas de sus estampas, pero se vieron envueltos en los límites que imponían tanto la dependencia del

¹⁶ Los hermanos Stein no son familiares de Henri Stein. De origen alemán, llegan con el alsaciano Bernheim como personal de su imprenta. En Buenos Aires se especializan como encuadernadores y finalmente se dedican al negocio agrícola.

Estado que suponía la actividad como los riesgos implicados en una época de guerras civiles y conspiraciones.

Pellegrini logró tanto éxito con sus retratos y litografías a pedido que llegó a enriquecerse, pero la actividad no competía con los ingresos que podía suponerle una contratación estatal en su profesión, la ingeniería.

Stein y Meyer, en cambio, pudieron vivir prósperos del oficio del dibujo para la prensa aun cuando no había sido ese su plan original de inmigración a la Argentina. Se involucraron en las primeras publicaciones ilustradas de gran duración (*El Mosquito*, el *Correo del Domingo*), participaron en otras publicaciones más breves, y colocaron sus ilustraciones en la prensa diaria, además de realizar numerosos dibujos por contrataciones particulares, así como trabajos especiales, como el que contrató la Sociedad Rural en 1875.

A comienzos de la década de 1880 esta transformación se acelera radicalmente: mientras se mantienen y diversifican las revistas ilustradas de humor político, y la prensa comienza tímidamente a incorporar más grabados, surgen también las primeras revistas especializadas en imagen gráfica –como *La Ilustración Argentina*– y numerosos emprendimientos editoriales en el campo del libro, el álbum o la colección de estampas y postales.

En tal contexto de expansión y diversificación, donde se enlazan, en forma similar a lo que venía sucediendo con los escritores, oportunidades de empleo público, de enseñanza, de pedidos privados de trabajos, de venta de obras artísticas, de ilustración para libros y para la prensa periódica, de participación en reclames para la prensa, afiches o vía pública, de empaques para productos o de decoraciones para hogares acomodados, ahora sí, comienza a constituirse el “cuerpo de artistas” que preocupaba en el lanzamiento neoyorquino del *The Daily Graphic* en 1873¹⁷.

¹⁷ Fundado en New York el 4 marzo de 1873, *The Daily Graphic* fue el primer diario ilustrado del mundo, utilizando a escala diaria la estrategia de las revista: algunos pliegos impresos en plancha litográfica y otros en tipográfica. Al cumplir 7 años, una nota editorial recapitulaba: “La audacia del experimento, cuando se propuso iniciar y mantener en Nueva York un diario ilustrado, era capaz de quitar el aliento. Se decía que iba contra todas las reglas intentar hacer lo que Londres y París no habían hecho. En esas dos ciudades se habían publicado los más grandes semanarios ilustrados del mundo. Cada una tenía un gran cuerpo de artistas entrenados, que pudiesen suministrar el material adecuado para el staff de un diario ilustrado, y aun así, aunque el proyecto de establecer un diario de esas características se había abordado, el plan nunca se había puesto en práctica. No se trataba, por supuesto, de falta de capital, pero el capital no había podido ser inducido a invertir en el proyecto. Se argumentaba que en tanto Nueva York no contaba con un gran cuerpo de artistas entrenados del que nutrirse, el experimento de la Graphic Company sería aún más peligroso que el intento de fundar un diario ilustrado en Londres o París. Pero el experimento se llevó a cabo” (*The Daily Graphic* N° 2164, Nueva York, 4 de marzo de 1880, “Our Birthday”, pág. 30, trad. del autor).

En la década de 1890 se produce un agrupamiento explícito de figuras del oficio con la intención de abrirse espacios en el campo del arte, de la edición y de otras formas de empleo que les permitiese vivir de su actividad. Algunos de ellos buscaron expresamente abrirse paso en el campo artístico, gestionando espacios de exposición, becas de estudio, cooperativas de trabajo y ayuda mutua y espacios similares. Son los ejemplos de Malharro, Ernesto De la Cárcova, Eduardo Schiaffino, Eduardo Sívori, Ángel De la Valle, etc. Si los cuatro pioneros mencionados son de origen francés (los Bacle, Pellegrini, Meyer, Stein), la mayor parte de las nuevas camadas incorporadas en la década de 1890 es de origen español e italiano. Muchos de ellos buscaron instalar talleres propios, o se emplearon en ellos, brindando servicios particulares de grabado y litografía, simultáneos a la contratación de trabajos para la prensa. Son, por los casos de Colombatti, Emilio y Enrique Coll, Pegoraro, Ortega, Olive, etc.

Un pequeño ambiente bohemio entre las bellas artes y el mercado de bienes gráficos

Debido a que los grabados de este período comenzaban a aparecer firmados, se hace posible reconstruir un mapa parcial de quiénes los realizaban. En algunos casos, aun cuando no tuvieran su firma, las publicaciones los mencionaban dentro de su staff. De esta manera hemos podido reconstruir parcialmente el grupo de ilustradores que trabajaban en medios impresos hacia el período estudiado. Muchos de ellos provienen del campo artístico constituido en esos años; otros han atravesado distintos proyectos editoriales, siendo en algunos casos, además, sus fundadores, directores o editores. Tal como se verá en las siguientes páginas, la influencia española atravesó el campo, no como un rasgo anecdótico sino como un elemento constitutivo:

“En el campo del dibujo, la caricatura y la ilustración gráfica, el primer contingente de españoles llegados a Buenos Aires asentó las bases para una apertura de las principales editorial y publicaciones hacia los dibujantes españoles radicados en fechas posteriores. A diferencia del conjunto de pintores, este grupo dedicado fundamentalmente a la ilustración no permaneció aislado de sus compatriotas sino que se mantuvo fuertemente cohesionado por su trabajo común en diarios y revistas porteñas. En una ciudad como Buenos Aires en la que desde fines del siglo XIX se impuso la moda de las revistas ilustradas de corte francés y en la que los grandes diarios competían en riqueza y complejidad con las mejores publicaciones europeas se explica el auténtico éxodo de dibujantes de la península y de otros lugares de la vieja Europa”. (Fernández García, 1997: 63)

Estos artistas trabajaban en ocasiones para distintos medios en simultáneo, aunque su imagen estuviera configurada por su pertenencia, en muchos casos, al ambiente de las Artes Plásticas. Según Jorge Rivera, los dibujantes de los semanarios populares como Aurelio Giménez, Cao, José Foradori, etc., se ajustan a

“...la imagen arquetípica del bohemio de corbata voladora y chambergo aludo, una figura convencional que también atravesaba las escenas de ciertos sainetes, y que pasó a integrar, como una

suerte de estereotipo urbano, la galería iconográfica del chafe, el compadrito, el encargado del conventillo, el mayoral de *tranway*, el milico 'veterano' y los negros del Congreso” (Rivera, 1981: 1)¹⁸.

Este estereotipo es complejizado por María Isabel Baldasarre (2009) quién describe los retratos fotográficos tomados a los artistas plásticos finiseculares y publicados en periódicos ilustrados, marcando diferencias entre ellos, tales como las que se dan entre aquellos se dedican a al campo del arte, como es el caso de Ernesto de la Cárcova, y aquellos otros con una carrera más variada, como es el caso de Martín Malharro:

“En el caso particular de Malharro, éste aparece con delantal, detrás de un atril, mirando fija y seriamente a la cámara. Sobresalen sus tupidos bigotes, que se convertirán en una de sus marcas distintivas, mientras su gesto trasmite una fuerza algo adusta, opuesta a la delicadeza de la pose elegida por de la Cárcova. De hecho, el epígrafe de la foto destacaba que: “Malharro emigró de Buenos Aires, librado a su propio esfuerzo, sin subvenciones de ningún género, ni otra fuerza monetaria propia que los francos justos para vivir el primer día.” (Baldasarre, 2009: 54)

En esta imagen de artista profesional que destaca Baldasarre, se inscriben muchas de las narraciones biográficas de este artista que se forjó a sí mismo, sin las ventajas de los artistas adinerados que destaca, además, que la foto enviada lo muestra en su taller parisino, dando cuenta de se podían subvencionar su trabajo con dineros familiares o con subvenciones de distintas procedencias (privadas o estatales) facilitadas por la pertenencia a una red familiar acomodada. Sin embargo, la mención de su trabajo ligado a los medios es muy escasa, destacando aquellas participaciones más destacadas y prestigiosas a partir de su regreso al país en 1901, ya como artista consagrado, como las realizadas en los suplementos ilustrados de *La Nación* o en la revista anarquista *Martín Fierro*, dirigida por Alberto Ghirardo entre 1904 y 1905. Poco hemos encontrado respecto a sus años como ilustrador y cronista gráfico de *La Nación* entre 1894 y 1895, antes de partir a Europa con una beca de estudio:

“En 1895 logró concretar un viaje de estudio a París –considerado imprescindible por entonces para los artistas locales- a pesar de sus dificultades económicas, manteniéndose en aquella ciudad gracias a su oficio como ilustrador, oficio que además encuentra valorado allí como expresión artística: “Aquí la ilustración está considerada como arte y no desdeñan los mejores maestros en abandonar por momentos los pinceles, para tomar el buril, la pluma o el lápiz litografía” (Welti, 2011: 1).

En el mismo sentido Baldasarre agrega:

” Por su parte, un artista que había viajado sin financiamiento estatal como Martín Malharro también elige representarse en su taller parisino repleto no sólo de yesos y bocetos sino de cuadros terminados. La imagen había sido enviada por el propio Malharro a su amigo el escritor Grandmontagne desde París, a manera de un recuerdo afectuoso pero también para hacer patente la labor realizada en el Viejo Mundo.” (Baldasarre, 2009, pág. 52)

¹⁸ Esta cita, proveniente de “La bohemia literaria” (en: *La vida de nuestro pueblo Una historia de hombres, cosas, trabajos, lugares*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina, 1981) ha sido retomada por Eduardo Romano (2004: 170) en *Revolución en la lectura*.

Es interesante destacar esta imagen del artista ya no como bohemio sino como alguien que lleva adelante un trabajo esforzado, manual, que pone a muchos de estos artistas como Clérici o Malharro en una mirada más afín con la actividad desarrollada por los gráficos. No es casual, entonces, que Malharro haya navegado por ambas aguas a lo largo de toda su carrera. Este artista, que va a ser conocido por ser el que introdujo el estilo impresionista en Argentina, también estuvo a cargo de la Inspección Técnica de Dibujo del Consejo Nacional de Educación (en adelante CNE) entre 1904 y 1909, por su aporte a la enseñanza del dibujo¹⁹.

Hacia el final de su artículo y más allá de las diferencias entre los casos descriptos, Baldasarre concluye con una visión de conjunto:

“De los gentlemans y damas decimonónicos, pasando por algunos casos que tratan de escapar a estas representaciones distinguidas acercándose al artista bohemio u obrero, la recurrencia con que las fotografías de pintores y escultores aparecen en la prensa ilustrada de comienzos del siglo XX es un síntoma visible de este camino, no sin retroceso, en pos de la profesionalización de la actividad artística en nuestro país. Pero estas imágenes no son sólo eso. De modo recíproco, las propias fotografías contribuyen, a partir de su presencia, a dar entidad y a hacer perceptibles las fórmulas viables de ser artista, que en mayor o menor medida debían tener algo de elegante, burgués, mundano, sofisticado, culto y moderno.” (Baldasarre, 2009: 76)

A medida en que aumentaban las publicaciones ilustradas, y que en Buenos Aires se conformaba un mercado no sólo artístico sino de materiales impresos ilustrados, se modificaba tanto el tamaño del público lector como a sus competencias lectoras.

“La prensa ilustrada, que no contaba en un principio más que con dos o tres representantes destinados a la caricatura política, aumenta paulatinamente en calidad y número (...) Hasta los mismos diarios no vacilan ya en intercalar, en sus columnas, grabados que no siempre satisfacen los deseos de un público cada vez más exigente.” (*Anuario de la prensa argentina*, 1896)²⁰

Lo novedoso no era, entonces, la utilización de la imagen, sino el alcance de los formatos masivos, y entre ellos, los ilustrados.

Por otra parte, el trabajo de dibujante y grabador, había demandado de parte de muchos de sus protagonistas, un entrenamiento arduo, tanto en términos de destreza artística como técnica. En nuestro país, la formación de artistas plásticos, hasta 1876 con la creación de la Sociedad de Estímulo de Bellas Artes, se había desarrollado de manera desarticulada, en función de desarrollos individuales de artistas plásticos. Según Rodrigo Gutiérrez Viñuales:

¹⁹ La defensa del “método natural” en detrimento del “método geométrico”, a la que le dedicó numerosos escritos, le va a valer tanto elogios como críticas en el contexto de su época, fue uno de los factores decisivos de su alejamiento del cargo en 1908. Para un estudio detallado del paso de Malharro por la Inspección Técnica de Dibujo, Cfr. Welti, 2011.

²⁰ Artículo sin firma publicado en el *Anuario de la Prensa Argentina* de 1896, titulado “Nuevos rumbos del periodismo”. Reproducido en Romano, 2004.

“A lo largo del siglo XIX el panorama de las artes en nuestro país se caracterizó por los esfuerzos individuales, y en general aislados, de contados artistas, a pesar de la existencia de ciertas unidades temáticas. Los pintores que desarrollaron labores artísticas y docentes en Buenos Aires durante este período fueron extranjeros en su mayoría y los pocos nativos que lo hicieron, siguieron los lineamientos marcados por estos precursores.

Al igual que en el resto de América, fue importante en nuestra evolución plástica el trabajo de artistas viajeros en las ciudades y el campo argentinos. Dibujos, acuarelas, litografías, grabados y óleos, impregnados del romanticismo y del gusto por lo exótico de moda en Europa, nos permiten hoy una reconstrucción iconográfica de la urbe y del paisaje rioplatense y la recuperación visual de numerosas costumbres del habitante de nuestra tierra durante el siglo pasado, que de otra manera se hubieran perdido” (Gutiérrez Viñuales, 2003: 9-10).

La Sociedad de Estímulo a las Bellas Artes marca un punto de inflexión en relación con la posibilidad de estructurar un espacio de desarrollo y enseñanza en cuyo marco se crea la Escuela libre de Bellas Artes que luego se traduciría en la Academia de Bellas Artes, fundada en 1905. En esta Institución se formará, entre otros, Martín Malharro.

El mercado del arte había encontrado una época de grandes ventas en la década de 1880, aunque la mayoría de la oferta plástica había sido traída desde Europa y por lo tanto no había favorecido directamente a los artistas locales. Según Roberto Amigo (2006: 18):

“La sobreproducción artística europea obligó a buscar nuevas bocas de expendio para los talleres de Madrid, Sevilla, París y Roma: la joven riqueza de Buenos Aires la convirtió en una opción, aunque poco legitimadora, desde el punto de vista artístico”. Rápidamente el mercado local se vio inundado por los “sobrantes de talleres”, generándose una caída drástica en las ventas hacia finales de esta década. “La crisis del noventa cerró el comercio del arte, su regreso hacia mediados de la década se realizó en un contexto diverso: agentes y galerías profesionales, acción de asociaciones culturales y del Museo Nacional de Bellas Artes. Antes de ello, la sensación dominante era que nada había quedado de aquella fiesta de los ochenta.” (Amigo, 2006:19).

Esta situación llevó a revisar y debatir el concepto de arte nacional, al mismo tiempo que se comenzaron a imaginar nuevas formas de fomento de la actividad. Esta discusión sobre lo nacional, fue llevada a cabo, paradójicamente, por un grupo de artistas mayoritariamente inmigrantes:

“A grandes rasgos el caudal humano de plásticos españoles llegados a Buenos Aires no difiere en esencia de los inmigrantes de otras procedencias. Y es que durante el arco cronológico analizado (1880-1890, N.A.) acudieron a la capital del Plata artistas de todas las procedencias nacionales, alentados por el proceso de engrandecimiento económico y cultural de la ciudad. Franceses, italianos y españoles fueron en definitiva quienes suplieron al principio la escasez de arte argentino para hacer frente a necesidades suntuarias requeridas por una sociedad en ascenso, sentando las bases para la creación de una auténtica escuela nacional de caracteres originales.” (Fernández García, 1997: 53)

En ese contexto, la creación de *El Ateneo*, en 1893, generaría numerosas muestras y exposiciones que contribuyeron al desarrollo del mercado local del arte y de un arte local.

Entre los integrantes de este grupo convocado por Carlos Guido Spano se encuentran Ángel Della Valle, Eduardo Schiaffino, Eduardo Sívori y Augusto Ballerini. Este último será

uno de los ilustradores del diario *La Nación* entre 1895 (año en el que vende su primer cuadro al Museo Nacional de Bellas Artes) y 1897.

La “Segunda exposición anual” del Salón de Pinturas y Dibujo, organizada por Eduardo Schiaffino, fue publicitada en el diario *La Nación* el 3 de noviembre de 1894 a página completa con numerosas reproducciones de las obras expuestas¹. Como indica Gutiérrez Viñuales (2003: 89):

“El 3 de noviembre del año siguiente, y luego de la exposición póstuma de Graciano Mendilaharsu abierta el 26 de septiembre, fue inaugurada la segunda muestra anual de *El Ateneo*, ya bajo la presidencia de Carlos Vega Belgrano quien había reemplazado a Calixto Oyuela en la dirección de la institución. En la exposición se destacaron obras como “Las guachitas”, cuadro de corte costumbrista realizado por Eduardo Sívori, “La vuelta del malón” de Angel Della Valle, el “Corsario la Argentina” de Martín Malharro y “Sin pan y sin trabajo” de Ernesto de la Cárcova.

La exposición tuvo mayor eco que la anterior en lo que a prensa se refiere y los principales diarios le dedicaron amplio espacio. La nota de la muestra fue, a diferencia de la primera exposición, la casi nula afluencia de artistas extranjeros quienes comprendiendo los propósitos nacionalistas de la misma optaron por fundar paralelamente una sociedad rival llamada “*La Colmena Artística*”²¹ que, a pesar de haber organizado algunas exhibiciones, no llegó a tener influencia decisiva en la evolución del arte argentino que se estaba gestando.”²²

Según Roberto Amigo (2006: 20), *La Colmena Artística* tuvo “dos rasgos que le otorgan particularidad en el panorama artístico de fines del siglo XIX: el predominio de artistas inmigrantes entre sus miembros y el inicial carácter humorístico de sus actividades”. De allí que era *El Correo Español* la publicación que expresaba empatía con *La Colmena*. Algunos de los más conocidos fueron Eduardo Sojo, Cao, Stein y Manuel Mayol, y según este autor “Aunque siempre se recuerde lo realizado en los medios gráficos, los dibujantes españoles subsistían realizando tareas del más diverso tipo”, tales como viñetas y caricaturas para diarios

²¹ Este grupo se constituye en torno a las reuniones denominadas “la cafetera” convocadas por el español José Bouchet, e integrado además por Luis Pardo, Carlos Santa Fe, Pablo Manzano, Joaquín Vaamonte (SIC), Emilio Cantillón y Enrique Coll (Fernández García, 1997: 65). El nombre Vaamonte, que ha sido reproducido en varios libros, es un error. El nombre correcto es Joaquín Vaamonde, fallecido muy tempranamente (en 1900, a los veintinueve años, de tuberculosis). En 1903, se publica por entregas en la revista *La Lectura*, una novela de Emilia Pardo Bazán, titulada *La Quimera*, en la que lo representa –bajo el seudónimo de Silvio Lago, como la encarnación del artista bohemio engegucido por la aspiración de gran artista, dispuesto a poner su propia vida en segunda prioridad con tal de lograr una dedicación absoluta a sus sueños de artista. Sin embargo, el grupo no necesariamente expresaba posiciones bohemias, y poseía abundantes conexiones con sectores acomodados.

²² En un trabajo posterior muy similar del mismo autor Gutiérrez Viñuales, 2004: 4, aclara que la referencia a la poca influencia de *La Colmena Artística* es una afirmación “al decir de Schiaffino”, es decir, una afirmación de parte interesada, que sin embargo tiene algo de verdad, pues en tanto “*El Ateneo*” favoreció la constitución de sus integrantes como grupo consagrado en el ámbito artístico, “*La Colmena*” ofició mucho más como espacio de protección del acceso al trabajo.

y revistas, trabajos litográficos, ilustraciones para libros, panneaux decorativos, telones de teatro, etc.

Uno de los eventos más difundidos de este grupo ha sido la “Exposición humorística” llevada a cabo el 17 de mayo de 1896. Según Fernández García:

“...lo de salón de humoristas se convirtió casi en un título, puesto que al menos las piezas al óleo eran en realidad obras sin ningún viso de comicidad. Entendemos, pues, que en este primer salón de humoristas de Buenos Aires fue un pretexto para una exposición comunitaria del grupo conformado por los miembros de La Colmena Artística, unidos por una honda amistad y, en su mayoría, por su labor de irónicos críticos en la prensa porteña”. (Fernández García, 1997, pág. 68).

Entre los que integraban este grupo se encontraba Enrique Coll (hermano del grabador Emilio Coll), quien dirigió *El Cascabel. Semanario Festivo Ilustrado* (*El Cascabel*, 2016). En este periódico participaron ilustradores como Emilio Caraffa, Ángel De la Valle, Demócrito II (José María Cao), Arturo Eusevi, Francesc Fortuny, Martín Malharro, Nicolau Cotanda, Joaquín Vaamonde y otros, entre 1891 y 1892.

Esta publicación se imprimía, al igual que *El almanaque gallego*, donde también participan Ortega y Cao (1898), en los talleres de *Emilio A. Coll y Cía. Taller de grabados, librería y papelería*, el cual “tradujo” grabados tanto para *La Prensa* como para *La Nación*.

El almanaque ilustrado es uno de los formatos que combina la palabra y la imagen (grabado y/o fotograbado), y cuya proliferación contribuyó a la profesionalización de los ilustradores. En las décadas de 70, 80 y 90 se multiplicaron en Buenos Aires, y entre otros se publicaron el *Almanaque Sudamericano* (1876) y el *Almanaque Gallego* (1898). Como señala Ana Mosqueda, retomando a Alejandro Parada “...en las primeras décadas del siglo XX, y sobre todo durante el Centenario, el almanaque tuvo una gran aceptación, en especial por parte del público porteño; circulaba en grandes cantidades y era consultado constantemente por una amplia población de lectores, tanto cultos como iletrados, en versiones más o menos cuidadas.”²³

Eduardo Romano señala, en relación a la aparición de éste y otros nuevos formatos masivos que:

“... los almanaques en un principio y poco después los semanarios ilustrados determinan un nuevo régimen de lectura, sobre todo a partir de la década del noventa, por su fundante conjunción de lo ícono-

²³ Mosqueda, A. (2012) “Condiciones de producción, formas y contenidos de los almanaques porteños en las primeras décadas del siglo XX” (en línea). Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición, 31 de octubre, 1 y 2 de noviembre de 2012, La Plata, Argentina. En: Memoria Académica. Disponible en http://memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.1942/ev.1942.pdf

verbal, simultánea de lo que sucede con el cartel publicitario, las historietas o el cine, y anticipatoria de otros procesos comunicativos posteriores” (Romano, 2004: 150)

El lugar de los nuevos formatos en el campo artístico y en el oficio

El afiche, por su parte, contribuirá a los cambios notables que se producen en el paisaje visual urbano de fines del siglo XIX y principios del XX, aunque no fue bien valorado por muchos protagonistas del mercado local del arte, a juzgar por la opinión vertida por José Artal en el *Almanaque Peuser*, en su edición de 1900:

“En su afán de *hacer obra moderna*, sin sujeción a arte ni estilo alguno que tenga visos de seriedad y solidez, llevan el impresionismo y el simbolismo hasta los extremos del ridículo.

Esa producción decadente que lucha en vano por escalar las alturas defendidas por reputaciones bien cimentadas, ha encontrado medio de exteriorizarse, enseñoreándose de las corrientes vulgares, callejeando sus producciones, poniéndolas al servicio de la *reclame* industrial, comercial, artística y hasta pornográfica.

En el *afiche* han resuelto la manera de circular libremente esa producción híbrida, a favor de la despreocupación que caracteriza a todas las masas de pueblo, que atenta solo a lo que hiere por sorpresa su retina, viven ajenas a todo refinamiento artístico, que es consecuencia de una cultura social y educación intelectual, patrimonio de los menos.

En este terreno el éxito ha resultado cómodo y provechoso, pues la *reclame* busca constantemente el auxilio de la producción ingeniosa, como aliado indispensable para la propagación del específico, para el anuncio del espectáculo, para portada del libro nuevo, para la mayor difusión de toda la primicia humana de cualquier orden que ella sea” (Artal, 1900)²⁴.

En el mismo texto Artal señala que, en España, gran parte de la producción de afiches, salvo unas pocas excepciones, corre por cuenta de las casas litográficas y no de los artistas, como en otros países europeos. Es de esperar que, en nuestro país, fuese considerado de manera similar: como un arte menor, en el mejor de los casos.

La publicidad, que correrá con el mismo concepto será, desde la década del 80, una fuente de ingresos para los ilustradores. En muchos casos, difícil de rastrear debido a que no era un campo prestigioso y por lo tanto el dibujo grabado permanecía anónimo, la presencia de los ilustradores en este campo se incrementa hacia fines del siglo XIX en Argentina.

El afiche, el almanaque, el aviso publicitario, y muchas formas de propaganda callejera formarán un circuito articulado con el *packaging* y los diferentes formatos de publicaciones periódicas, y aunque no de manera tan explícita, con las bellas artes. Así se evidencia en el estudio que hace Alejandro Butera (2012) de las primeras marcas de cigarrillos en nuestro país, donde investiga en detalle -en torno a la industria del tabaco- a los protagonistas de las

²⁴ Reproducido en: Artundo, 2006: 60-61.

diferentes manifestaciones visuales ligadas a dicho producto. Entre muchos otros datos, el autor describe los concursos realizados, emulando el panorama europeo, para seleccionar los afiches que ilustrarán a las marcas de cigarrillos. Según Ana María Fernández García “Tales certámenes tuvieron el mérito de aglutinar a los artistas que trabajaban en el campo de la ilustración gráfica en Buenos Aires, especialmente a los europeos radicados en la ciudad” (1997: 65).

En particular, nos interesa el realizado por la fábrica de cigarrillos y habanos *Paris*, certamen realizado hacia comienzos del 1900 en Buenos Aires. El mismo estaba abierto exclusivamente a artistas argentinos, y contaba con un jurado de lujo: Miguel Cané, Francisco Ayerza (fotógrafo), Manuel Mayol, Alejandro Christophersen (arquitecto) y Enrique Casellas en calidad de secretario. Ante la calidad y cantidad (118) de las piezas presentadas, se decidió premiar a 19 obras (casi el doble de la cifra inicial de la convocatoria. Fue publicitado en importantes medios, entre ellos *Caras y Caretas*. Los afiches presentados fueron exhibidos al público y como consecuencia del certamen se realizaron diversas publicaciones al respecto.

Es destacable la participación (y premiación) de gran parte del equipo de *Caras y Caretas* en este concurso, con suerte dispar, equipo que a su vez formaba parte del grupo de ilustradores regulares o eventuales del diario *La Nación*. Entre ellos Cándido Villalobos, Aurelio Giménez, José María Cao, Ramón de Castro Rivera y Francesc Fortuny.

En ocasiones donde la publicidad alcanza niveles artísticos considerables, se acompaña la ilustración con la firma del autor, como es el caso de las publicidades a página completa de la tienda de Avelino Cabezas. Así, entre los ilustradores que han realizado publicidades encontramos a Simón Hulín, Roberto von Steiger, Felipe Barrantes Abascal, H. Rusca y José Stalleng, entre otros. Como vemos, en ocasiones destacadas, como es el caso de la *Edición Extraordinaria* del diario *La Nación* de 1902, o en algunas piezas de gran tamaño, las publicidades incluyen la firma de los ilustradores.

El catalán Francesc Fortuny (1865-1942), es otro de los ilustradores que colaboró regularmente en el diario *La Nación* desde 1895; original de Tarragona, España, estudió dibujo y pintura en la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando de Madrid, llegando a Buenos Aires en 1888, donde trabajó como ilustrador:

“A Fortuny le cabe el honor de haber sido el primero en advertir sobre la necesidad de una mayor fidelidad en la reconstrucción visual de la historia, para combatir de esta manera una incipiente y desbordada proliferación de imágenes del pasado de dudosa certidumbre. Fortuny comenzó a cuestionar algunas interpretaciones y ambientaciones históricas, sensibilizando así a historiadores y público en general sobre lo importante que era lograr un mayor rigor interpretativo.

No en vano Fortuny había participado en España, antes de su partida a la Argentina, de uno de los períodos artísticos más ricos de la península en lo que a pintura de género histórico se refiere y donde el ambiente se mostraba propicio para la discusión y el riguroso debate sobre la validez de las reconstrucciones históricas.” (Gutiérrez Viñuales, 2003:71).

Francisco Fortuny trabajó para diversos medios además de *La Nación*, entre ellos las revistas *Caras y Caretas*, *PBT* y *El Cascabel*. Sus trabajos de reconstrucción de escenas históricas, entre ellos los realizados sobre la Guerra del Paraguay, marcaron un punto de inflexión en ese género, y lo llevaron a ser ilustrador de los Manuales de Historia de la Editorial Estrada a partir de 1906:

Si antes de Fortuny lo esencial no fue tanto la reconstrucción visual del hecho histórico como "documento", sino como herramienta operativa de un proceso pedagógico o de formación cultural, a partir de su llegada comenzaron a cuestionarse algunas interpretaciones y ambientaciones históricas sensibilizando a historiadores y al público en general sobre la necesidad de un mayor rigor en las composiciones (Gutiérrez Viñuales, 2003:74-75).

Colaboró con *La Nación* en 1895. Allí retrató de modo detalladamente realista criminales y escenas del crimen, pero también tragedias como el Incendio del Congreso chileno (19 de mayo de 1895) o temas navales. La regularidad no va a estar entonces en el tema tratado, sino en el tratamiento de ese tema, que será una narración cuasi-fotográfica de lo retratado, a deferencia de su contemporáneo Malharro, donde prevalecía la mirada estética por sobre la realista, aun cuando lo retratado careciera de toda belleza.

“Malharro ha suscitado vigorosamente, en su hermoso dibujo, la sencilla intención de este libro. El rodeo argentino avanza, inmenso, culebreando desde el fondo del horizonte, cruza La Pampa sembrada de estancias, llega, invade el espacio, desbordándose, viene como a inundar el mundo en su tumultuoso y viviente raudal; y allá, en el centro de la vasta serpiente ganadera, un gran sol apacible y radiante, sale, llevando en su foco el símbolo de una industria-una mansa y ventruda lechera flamenca, ordeñada por un tambero criollo” (Bernárdez, 1902: 7)²⁵

Estos artistas locales debatirán respecto de la existencia de un arte nacional, e inmediatamente después del final de nuestro período, se concretarán distintos proyectos y asociaciones creadas en ese sentido: *Sociedad Artística de Aficionados* (1905), *Nexus* (1907) y el *Salón Nacional* (1911) (Gutiérrez Viñuales, 2003: 10).

Emiliano Marcelo Clérico señala a este período finisecular como el de la conformación del campo artístico y en ese contexto afirma respecto del Art Nouveau:

25 Bernárdez, Manuel (1907) *Tambos y rodeos (Crónicas de la vida rural argentina)*. Buenos Aires, Argos. Citado en Romano (2004: 173).

“Es importante subrayar el vínculo existente entre este estilo y la inmigración europea en nuestro país, ya que el mismo fue importado y su desarrollo en nuestro contexto estuvo ligado a las comunidades extranjeras, tanto en lo referente a la producción de las imágenes como en la comitencia de las mismas.

La catalogación de las denominadas *páginas artísticas* tiene por objetivo la recuperación de aquellos artistas que desarrollaron su arte en las páginas del semanario, como los españoles Cándido Villalobos Domínguez, Manuel Mayol Rubio, Francesc Fortuny y Ramón de Castro Rivera y el italiano Antonio Vaccari, entre otros. Es mediante estos ejemplos que se puede ver como se dirimieron las tensiones entre las Bellas Artes y las artes gráficas, donde el *Art Nouveau* funciona como intento de unificación de ambos polos. Es decir, son aquellos artistas quienes pendulaban entre el campo artístico y el mundo de los medios. *Caras* y *Caretas*, y en particular sus ilustradores, participaron de la conformación del campo artístico local desde el margen de las Bellas Artes, generando un discurso visual y una propuesta estética adaptada a los gustos extranjeros.” (Clérici, 2013: 1)

La trayectoria del mencionado José María Cao Luaces, nacido en Cervo -España- en 1862, es un caso paradigmático de estos ilustradores que navegaron las aguas de la industria cultural en pleno surgimiento. Integrante, como dijimos anteriormente, del grupo La Colmena, entre otros, Cao trabajó de manera independiente o integrando equipos varios de trabajo. Entre sus participaciones más destacadas cuentan “*El Quijote*” y “*Caras y Caretas*”. En menor medida se menciona, en las numerosas biografías que podemos encontrar de este dibujante, su participación en el diario *La Nación*, fundamentalmente en la dirección artística de los suplementos en 1902 y 1903, donde podemos encontrar su firma en la mayoría de las tapas y en otros grabados interiores. También hemos podido rastrear su participación en medios menos famosos, como *El Almanaque Gallego* o *El Cascabel*, así como en publicidades y afiches. Si tuviéramos que describirlo en analogía con las categorías de escritores que define Jorge Rivera (1998), podríamos caracterizarlo como un ilustrador *profesional*, alguien que no sólo se vincula al dibujo y grabado por la técnica, sino que además vive de su tarea profesional más que de la exposición artística de su producción, la cual ha sido clasificada como brillante, aunque no siempre bienvenida en términos políticos y hasta morales, debido a su agudeza crítica.

El caso de Henri Stein (1843-1919) podría clasificarse en esta misma categoría. Llega al país desde Francia en 1865, egresado del curso de Arte de la Association Philotechnique de Saint-Denis, fundada en 1861 en la misma línea de la creada en París (Polytechnique) hacia 1848, y cuya función era dar formación a los sectores populares. Con una formación fuertemente técnica, se inmerge en el mundo de la actividad gráfica, como dibujante, grabador, litografista, retratista, dirigiendo y/o colaborando con numerosos medios impresos.

Al igual que los *escritores profesionales*²⁶, este *ilustrador profesional* emprendió diversas actividades económicas sin mayor éxito, entre ellas la agricultura, la apicultura y la

²⁶ Por ejemplo, la descripción de los avatares económicos y profesionales que describe Jorge Rivera respecto de Horacio Quiroga, ilustrando esta categoría.

ebanistería, y otras más ligadas al oficio gráfico como clases particulares de dibujo. En 1868 se incorpora a *El Mosquito* como ilustrador y durante algunos períodos también como editor, y desde allí su carrera se enfoca a las artes gráficas, llegando a ser editor propietario. Estuvo vinculado a esta publicación hasta su cierre en 1893. Paralelamente, a principios de la década del 80 abre su Papelería Artística a la que se dedicará hasta su muerte (Szir, 2009; Matallana, 1999, 2010; Judkovski, 2003).

Respecto al cierre de *El Mosquito*, muchos lo atribuyen a su falta de tiempo debido a otros compromisos, tales como su Papelería Artística, y otros -entre ellos su hija Carlota- al avance de la técnica, entre ellos la fotografía²⁷. Lo cierto es que hacia 1894, comienza a colaborar con el diario *La Prensa*, con la “Galería de los presidentes”, que se mencionan en un aviso publicado en el último número de *El Mosquito* el 16 de Julio de 1893. En los siguientes años va a realizar numerosos retratos de personas y paisajes para dicho diario, entre los cuales no se han publicado caricaturas.

También podemos ubicar en este grupo a Ramón de Castro Rivera (1870-1929), quien además de trabajar en el diario *La Nación*, ilustró *Caras y Caretas* y otras publicaciones conocidas, tales como *PBT*, *Fray Mocho*, *Vida Moderna*, etc. Podemos notar la belleza de sus orlas -práctica en la que se especializó y alcanzó enorme prestigio- en la *Edición Extraordinaria* de 1902 del diario *La Nación*, donde ilustra páginas completas con dibujos inscriptos en la estética *Art Nouveau* y rubricados, sin excepción, por su firma o sello.

El momento cumbre tanto de la sistematización de la presencia de imágenes como en la profesionalización de los oficios ligados a ella, son los años transcurridos entre 1894 y 1912 (cuando la Revista *Caras y Caretas* tiene ya un cuerpo estable de grabadores y sobre todo fotógrafos), pero especialmente entre 1894 y 1904, años que llevan, en cuanto al ámbito de las artes visuales gráficas –dibujo, grabado, litografía, fotografía de prensa, fotograbado- el signo de la profesionalización.

Es en este ámbito profesionalizado que sus integrantes potencian el uso de los recursos visuales de la prensa diaria y reflexionan sobre sus posibilidades. Lejos de excluirse con el campo artístico, se retroalimentan en un circuito común de exposiciones artísticas, concursos de afiches y empaques, y publicitación de la obra artística en el mismo diario que suele

²⁷ Cfr. El sitio oficial de la Galería de Arte Stein, en la siguiente dirección electrónica: <http://www.steingaleriadearte.com.ar/Genealogias.php?PHPSESSID=200dc433bf1e894c7dfdd67f5a4a5f24>

contratarlos, prácticas muy semejantes al modo en que se entrelazan las actividades literarias y del oficio industrial entre los escritores.

La década abordada muestra el momento de oro de los dibujantes y grabadores, que logran, entre otras conquistas, firmar sus trabajos para la prensa. Todavía no es el momento de oro del fotógrafo, que llegará en la década de 1910, pero ya se hacen presentes los primeros materiales sistemáticos de fotografía, todavía dependientes de géneros y técnicas heredados del dibujo para los cuales el dispositivo fotográfico –y la formación profesional- se hallan en desventaja técnica en comparación con su antecesor. Si el dibujo posee un poder de síntesis conceptual incontestable, la fotografía de prensa no posee todavía, en 1904, la identidad propia en encuadres, temas priorizados, capacidad de captar instantes o potencial descriptivo en detalle, aspectos que tanto la tecnología como la maestría de los fotógrafos irán resolviendo pronto.

De allí que los nuevos géneros de prensa posteriores a este período, como el deporte y el novedoso *star system* deportivo local iniciado con la figura de Jorge Newbery, vendrán asociados directamente a la fotografía sin pasar previamente por una etapa basada en el dibujo, en tanto otros verán un rápido remplazo por la capacidad de registrar numerosos planos de un evento en poco tiempo –que entrega a la fotografía su predominio en la nota y la crónica ilustrada- o la capacidad de contar con registro de instantes extremadamente breves –como se muestra en la cobertura de desfiles o de eventos bélicos.

Complementariamente, lo que más adelante habrá de llamarse diseño gráfico de prensa comienza a configurarse. El volumen disponible, tanto de imágenes como de avisos publicitarios, obliga a redefinir el lugar de ambos elementos en un armado de página que ya no admite el último cuarto de un único pliego impreso como su lugar. Los recursos que evolucionaron trabajosamente en las décadas anteriores comienzan a sistematizarse cuando la presencia del reclame elaborado con diversos formatos de ancho y altura rompen, por su cantidad, los límites de la columna vertical como criterio general de armado. En estos años no sólo la publicidad obliga a pensar el armado como un plano de diseño, sino también la exploración de formatos que han demostrado éxito en el público, como los álbumes, las enciclopedias ilustradas y las muy novedosas revistas magazine, que diseñan tanto su tapa como sus páginas interiores integrando texto, imagen y aviso en un todo armónico.

De este modo diversos oficios: grabadores, orladores, litógrafos, dibujantes, fotógrafos, armadores, convergen y evolucionan en un mismo sentido, forjando entre sí otro círculo

virtuoso: junto a la demanda de los diarios se despliegan numerosas casas especializadas en grabado, litografía o fotografía, y numerosos dibujantes y grabadores independientes, aunque muy lejos aún de los doce mil que hallan espacio en el mercado estadounidense, que buscan amparar sus ambiciones artísticas en oficios vinculados a la industria para sobrevivir.

El gran motor de este mercado de trabajo es el *reclame*, donde los dibujantes, grabadores y litógrafos hallan abundantes oportunidades de intervención, aunque con un costo doloroso en términos de prestigio en el campo artístico, que muchas veces los obliga a optar por hacerlo sin firma.

La creciente mundialización del mercado gráfico llevó en este período a emular experiencias exitosas en un país y a una adopción muy acelerada de los modelos exitosos en cualquier ramo, fuese éste el de novelas por entregas independientes del diario o revista (como *La Novela Semanal*, cuyo éxito en España había sido contundente), el de la reproducción de imágenes de alta calidad (*La Ilustración Sudamericana*, *Buenos Aires Ilustrado*), el de los diarios con reproducción cotidiana de imágenes y géneros periodísticos que mostraban éxito en el mercado a partir de exploraciones comerciales (como la búsqueda de imágenes curiosas descriptivas o satíricas), o el de los diarios con reproducción exitosa de materiales provenientes de novedosas prácticas externas, como la distribución de retratos por la policía, o de viñetas por organismos científicos, de retratos por diplomáticos o compañías de teatro. En todos estos casos, el éxito de la inclusión llevó rápidamente a las gerencias de los diarios a incorporarlos con mayor regularidad.

En definitiva, la incorporación sistemática de la imagen se desarrolló a partir de la conformación de un campo de oficio específico –aunque compuesto por prácticas heterogéneas (dibujo, grabado, orlado, fotografía, armado de página, arte tipográfico)- en diálogo y tensión tanto con el incipiente campo artístico como con las nuevas oportunidades del mercado gráfico que –como la publicidad- permiten ampliar ingresos pero a riesgo de dañar el propio lugar en el campo. Paradójicamente, el triunfo posterior de la fotografía de prensa puso fin a la edad de oro del dibujo reduciendo sus espacios, pero dejó en pie un amplio espacio de trabajo en el aviso publicitario, la ilustración de ficción y los nuevos lenguajes expresivos como lo sería pronto el gran heredero de la caricatura: la historieta.

Bibliografía

ALONSO, Paula (comp.) (2003). *Construcciones impresas. Panfletos, diarios y revistas en la formación de los Estados Nacionales en América Latina, 1820-1920*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

ALONSO, Paula (1997). "En la primavera de la historia. El discurso político del roquismo de la década de 1880 a través de su prensa". En: *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana Emilio Ravignani*, tercera serie, N° 15. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

ALONSO, Paula (2010). *Jardines secretos, legitimaciones públicas: el Partido Autonomista Nacional y la política argentina de fines del siglo XIX*. Buenos Aires: Edhasa.

ARTUNDO, Patricia (2006). *El arte español en Argentina 1890-1960*. Buenos Aires: Fundación Espigas.

AUZA, Néstor T. (1980). *Correo del domingo (1864-1868) (1879-1880). Estudio preliminar e índice general*. Buenos Aires: Instituto Histórico de la Organización Nacional.

BALDASARRE, María Isabel (2009). "La imagen del artista. La construcción del artista profesional a través de la prensa ilustrada". En: MALOSETTI Costa, Laura y GENÉ, Marcela (2009) *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*. Buenos Aires: Edhasa.

BUTERA, Alejandro (2012). *Pioneros del Tabaco - Los Fabricantes de Cigarrillos en la Argentina 1880-1920*. Bariloche: Edición del autor.

CLÉRICI, Emiliano Marcelo (2012). "Imágenes importadas. Páginas artísticas y Art Nouveau en Caras y Caretas (1900-1910)". Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras.

DE MARCO, Miguel Ángel (2006). *Historia del periodismo argentino. Desde los orígenes hasta el Centenario de Mayo*. Buenos Aires: Editorial de la Universidad Católica Argentina.

EL CASCABEL. Reproducción facsimilar digitalizada por la University of Illinois at Urbana-Champaign. Library. En el marco del proyecto de preservación de Periódicos de América Latina. URL: https://archive.org/details/3649749_1

FERNÁNDEZ GARCÍA, Ana María (1997). *Arte y emigración: la pintura española en Buenos Aires (1880-1930)*. Universidad de Oviedo y Universidad de Buenos Aires, Oviedo.

GERCHUNOFF, Pablo, ROCCHI Fernando y ROSSI, Gastón (2008). *Desorden y progreso: las crisis económicas argentinas, 1870-1905*. Buenos Aires: Edhasa.

Grupo HISNECOM (2015). "El sensacionalismo como estrategia y recurso: Delimitaciones conceptuales para un estudio comparado". En: *Actas del XIV Congreso Internacional de la Asociación de Historiadores de la Comunicación*, Valladolid, 27 y 28 de septiembre de 2015.

GUTIÉRREZ VIÑUALES, Rodrigo (2003). *Síntesis histórica del arte en la Argentina (1776-1930)*. Buenos Aires: Ediciones Sur.

<http://www.steingaleriadearte.com.ar/Genealogias.php?PHPSESSID=200dc433bf1e894c7dfdd67f5a4a5f24> Sitio oficial de la Galería de Arte Stein. Buenos Aires, consulta marzo de 2016.

HORTELANO, Benito (1936): *Memorias*. Espasa Calpe, Madrid.

LE ROSE y MONTMASSON (Ed.) (1913) *Guía Periodística Argentina*. Buenos Aires.

MALOSETTI COSTA, Laura y GENÉ, Marcela (Comp.) (2009). *Impresiones porteñas*. Buenos Aires: Edhasa.

MITRE, Adolfo (1943). *Mitre Periodista*. Buenos Aires: Editorial Institución Mitre.

Mosqueda, Ana (2012). "Condiciones de producción, formas y contenidos de los almanaques porteños en las primeras décadas del siglo XX" (en línea). *Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, 31 de octubre, 1 y 2 de noviembre de 2012. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.

MOYANO, Julio (1996). *Prensa y Modernidad. Breve historia de la prensa periódica*. Paraná: Centro de Producción en Comunicación y Educación, Universidad Nacional de Entre Ríos.

MOYANO, Julio (2015). "Tres modelos en la construcción estatal de la prensa periódica argentina". En: Revista *Improntas de la historia y la comunicación* N° 1, noviembre de 2015. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/improntas/index>

NAVARRO VIOLA, Miguel (1897). *Anuario de la Prensa Argentina 1896*. Buenos Aires: Imprenta Coni.

OJEDA, Alejandra (1999). "Del caos al orden en la página de un periódico". En: Revista "*Ciencia, Docencia y Tecnología*" N° 18. Paraná: Universidad Nacional de Entre Ríos.

OJEDA, Alejandra (2010). "Del reclame a la Publicidad. La transición hacia la modernidad publicitaria en la prensa periódica argentina entre 1862 y 1885". En: Revista *Pensar la Publicidad*. Revista internacional de Investigaciones Publicitarias. Valladolid: Publicaciones Universidad Complutense de Madrid y Universidad de Valladolid. N° 2.

OJEDA, Alejandra y MOYANO, Julio (2015). "Del Estado al mercado: El periodismo mitrista en la modernización de la prensa argentina (1862-1904)". En: PINEDA, Adriana, y GANTÚS, Fausta (Comp.): *Recorridos desde la prensa moderna a la prensa actual*. Querétaro: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Red de Historiadores de la Prensa y el Periodismo en Iberoamérica, Universidad Autónoma de Querétaro.

PARADA, Alejandro (2000). "Lecturas y lectores en el Buenos Aires del Centenario. La cultura impresa en la vida cotidiana". En: LEIVA, Alberto D. (coord.) *Los días del Centenario de Mayo*. Tomo I, San Isidro: Academia de Ciencias y Artes de San Isidro, pág. 279 a 281.

RIVERA, Jorge B. (1968). *Eduardo Gutiérrez. El folletín*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina, Colección Capítulo, La historia de la literatura argentina.

RIVERA, Jorge (1998). *El Escritor y la Industria Cultural*. Buenos Aires: Atuel.

RIVERA, Jorge (1994). *Postales electrónicas*. Buenos Aires: Atuel.

ROMANO, Eduardo (2004). *Revolución en la lectura. El discurso periodístico-literario de las primeras revistas ilustradas rioplatenses*. Buenos Aires: Catálogos.

ROMÁN, Claudia (2005). *Papel picado: palabras e imágenes en la prensa satírica del siglo XIX*. Buenos Aires: Publicación de la Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras.

ROMÁN, Claudia (2010). "La prensa satírica argentina del siglo XIX: palabras e imágenes". Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires. Tesis.

SAITTA, Sylvia (1998). *Regueros de Tinta. El diario "Crítica" en la década de 1920*. Buenos Aires: Sudamericana.

SZIR, Sandra (2009a). *De la cultura impresa a la cultura de lo visible. Las publicaciones periódicas ilustradas en Buenos Aires en el Siglo XIX*. En: GARABEDIAN, Marcelo Et Al. *Prensa Argentina siglo XIX: imágenes, textos y contextos*. Buenos Aires: Teseo.

SZIR, Sandra (2011). “Discursos, prácticas y formas culturales de lo visual. Buenos Aires, 1880-1910”. En: BALDASARRE, María Isabel y DOLINKO, Silvia (2011) *Travesías de la imagen. Historias de las artes visuales en la Argentina*. Buenos Aires: Caia – EDUNTREF.

SZIR, Sandra (2009b). “Entre el arte y la cultura masiva. Las ilustraciones de la ficción literaria en Caras y Caretas (1898-1908)”. En: Malosetti Costa, Laura y Gené, Marcela (2009) *Impresiones porteñas*. Buenos Aires: Edhasa, pp. 47-80.

SZIR, Sandra (2013). “Reporte documental, régimen visual y fotoperiodismo. La ilustración de noticias en la prensa periódica en Buenos Aires (1850-1910)”. En: *Caiana. Revista de Historia del Arte y Cultura Visual del Centro Argentino de Investigadores de Arte (CAIA)*. No 3. Buenos Aires. http://caiana.caia.org.ar/template/caiana.php?pag=articles/article_2.php&obj=121&vol=3

TELL, Verónica (2009). “Reproducción fotográfica e impresión fotomecánica: materialidad y apropiación de imágenes a fines del siglo XIX”, en MALOSETTI COSTA, Laura y GENÉ, Marcela (Comp.), *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural*. Buenos Aires: Edhasa, pp. 141-164.

UGARTECHE, Félix de (1929). *La imprenta argentina: sus orígenes y desarrollo*. Buenos Aires: Talleres gráficos R. Canals.

VALENZUELA, Diego (2002). “En camino de la empresa periodística. El caso del diario “La Prensa” durante la década de 1970”. Buenos Aires: Universidad Torcuato di Tella (Tesis).

WELTI, María Elisa (2011). “Martín Malharro y la Enseñanza del Dibujo en la Escuela Primaria Argentina (1904 – 1909)”. Rosario: Escuela de Ciencias de la Educación, Facultad de Humanidades y Artes - Universidad Nacional de Rosario.
