

# La comida y el vino en notas periodísticas y avisos publicitarios de revistas ilustradas del 900. El caso de *PBT*

Gustavo Páez

## Introducción

El objetivo de este trabajo es describir los rasgos de un medio masivo gráfico, ilustrado y de aparición periódica, en este caso semanal, en un momento determinado, comienzos del siglo XX, a través de la observación del modo en que se representaban, o se construían discursivamente, las comidas y una bebida, el vino, en esa publicación.

¿Por qué se tomó como *invariante referencial* (Traversa, 1997: 28) la representación de la comida y del vino para dar cuenta del estilo de una *revista ilustrada*? El discurso *sobre* los alimentos -aparte de los alimentos *mismos*, que dicen mucho acerca de una cultura, *hablan* por sí mismos-, una vez transformados para su ingesta, es decir, en comidas y bebidas, puede decir mucho acerca de los estilos periodísticos y literarios populares de un momento y de un lugar determinados. También hablan de la socialidad particular de una cultura determinada, sus costumbres, sus ritos y sus normas sociales. Y, a su vez, *esas normas sociales, en tanto que signos, son el significante de los mitos que atraviesan a esa cultura* (Barthes, [1957]1970] 1994: 199-237). En una nota periodística o en un aviso publicitario o en una caricatura pueden observarse los signos de la *naturalización* de conductas y valores que son *históricos* y que, sin embargo, son vividos como *naturales* o, por lo menos, como los correctos, como el modo deseable de hacer las cosas. Esta naturalización puede desmontarse a través de la *descripción de las operaciones de sentido que ponen en acto los discursos sociales*. Y el discurso que tiene por objeto la comida o el vino o que relaciona a ambos se convierte en un lugar privilegiado de observación empírica por su larguísima tradición y pregnancia social: desde que el hombre adquirió la palabra dice algo acerca de los alimentos y, se sabe ahora, hace unos ocho mil años ya conocía, producía, envasaba y bebía vinos (*La Nación*, 2004: 11) y podemos suponer que también *hablaba* de esta bebida. Lo que importa aquí es que en cada momento lo hizo *de modo diferente* y que *esa diferencia* es uno de los signos de los cambios históricos de las sociedades.

El medio seleccionado, la revista *PBT*, era una publicación destinada al gran público y con una apertura temática muy amplia y, además, contaba con numerosos avisos publicitarios. Esta riqueza ofrece numerosos ejemplos para el análisis, tanto a través de notas periodísticas y avisos publicitarios como de caricaturas y pequeños relatos, siempre ilustrados, en algunos casos con dibujos, en color y en blanco y negro, y en otros con fotografías, siempre en blanco y negro. Y el momento seleccionado corresponde a su primer año de vida, entre 1904 y 1905. Los medios gráficos, en los primeros años del siglo pasado, fueron escenario de procesos de transformación estilística que también ocurrían en otros soportes y lenguajes como en la arquitectura, en los muebles y en otros objetos de decoración, los adornos. Este proceso no es lineal, tiene momentos de tensión y los textos empíricos de una revista ilustrada pueden ser un lugar de observación del mismo.

### **Acerca de la época**

Finalizaba la segunda presidencia del general Julio Argentino Roca y estaba por asumir el Dr. Manuel Quintana cuando el primer número de *PBT* salía a la calle. Tanto en Argentina como en los países centrales, las revistas ilustradas tenían un número de lectores cada vez más importante, debido no solo al creciente interés por este tipo de publicaciones sino a la expansión del alfabetismo y del poder de compra de los distintos sectores de la sociedad, y también por la expansión de la publicidad y del interés de muchos escritores en publicar en los grandes medios para “(...) ganarse el sustento como creador profesional (...)” (Hobsbawm, [1987] 1998: 232-233). El mercado del entretenimiento en general, tanto para los sectores medios como para las clases populares, venía en crecimiento desde fines del siglo XIX, lo que se traducía, entre otras cosas, en la lectura apasionada de folletines y tiras cómicas (op. cit.: 246-247. Ver también: Ford, 1985: 231-238, y Romano, 1999: 55-57).

Argentina era parte de ese proceso. En el momento de publicarse el primer número de *PBT*, otras revistas ilustradas venían compitiendo por el mercado editorial al que se animaba este semanario, entre los que *Caras y Caretas*, era el más destacado -el fundador de esta, Eustaquio Pellicer, la dejó para lanzar aquella-. También coexistían varios diarios nacionales y estaban por lanzarse algunos vespertinos, como *La Razon*, en 1905, y todos “(...) iban perdiendo lentamente su carácter partidista y hasta panfletario, para convertirse en fuentes de información que nos acercaban el acontecer diario de todo el mundo” reflexionaba el general Roca, según Félix Luna (Luna, 1989: 314-315). La publicidad también tenía una fuerte expansión, lo que ayudaba económicamente a la de los medios gráficos. Y, por otra parte, había un nuevo público, heterogéneo, que buscaba nuevas ofertas periodísticas, literarias y plásticas (Romano, op. cit.: 53-54).

Desde fines del siglo anterior, los medios gráficos tradicionales, como los diarios *La Nación* y *La Prensa*, entre otros, que conservaban una diagramación abigarrada, con pocos espacios en blanco (op. cit.: 57), empezaron a convivir con las revistas ilustradas que “imponían una modalidad de lectura no solo heterogénea en cuanto a la linealidad, porque no siempre antes y después de un texto literario se hallaba otro

equivalente, sino porque la simultaneidad obligaba al texto literario a situarse junto a una noticia, una caricatura o algunas fotos” (op. cit.: 55).

Pero el país también se asemejaba a las naciones en las que la prensa estaba en plena expansión en el desarrollo de los sectores medios y obreros y de los espectáculos para estos, como el teatro y la literatura populares, además del folletín, ya presente en el siglo anterior, y de la historieta, en los medios gráficos. Si bien seguían llegando inmigrantes, ya eran muchos los descendientes de estos que se habían educado en el país y alcanzado un buen nivel de vida. Es decir, que se había ampliado el mercado para la prensa en una dimensión que hacía sostenible la inversión editorial.

Al mismo tiempo, Argentina incorporaba los avances tecnológicos a la par de su desarrollo en sus países de origen: el telégrafo, el tranvía eléctrico, el teléfono, incluso los primeros automóviles, la generalización del alumbrado eléctrico en todas las ciudades, las que estaban unidas por el ferrocarril a través del cual se popularizaron los viajes (Luna, *ibídem*).

Por otro lado, el proceso político del país aún era deudor de las prácticas que se habían instalado con el mismo Julio A. Roca y la llamada *generación del 80*, proceso que sus opositores denominaron *el régimen*, esto es, básicamente, el fraude electoral. Roca prefería llamarlo una *política de acuerdos*. Los acuerdos se consensuaban entre este jefe político y el resto de la élite gobernante, que incluía, entre otros, a Carlos Pellegrini y que excluía, fundamentalmente, a la Unión Cívica Radical, primero en la persona de Leandro N. Alem y luego en la de Hipólito Yrigoyen como las figuras más visibles. Los radicales, como estrategia de oposición, practicaron el abstencionismo, que abandonarían recién con la sanción de la ley del voto universal, secreto y obligatorio, impulsada y sancionada por Roque Sáenz Peña durante su presidencia, en 1912. Es decir, que el lanzamiento de *PBT* se dio en el contexto de la vigencia, todavía plena, aunque resistida cada vez con más fuerza, de la política “del acuerdo”. Un nuevo levantamiento, en 1905, ponía nuevamente en jaque al “régimen” aprovechando la aparente debilidad del presidente Quintana, quien solo se pudo sostener por el apoyo de Roca. Pero fue el anticipo del final: el Dr. José Figueroa Alcorta, vicepresidente de Quintana, al hacerse cargo del gobierno al morir este, poco después del levantamiento, impuso, con las mismas prácticas del régimen roquista, a sus partidarios en los lugares claves del poder y, con ello, a su sucesor, el Dr. Roque Sáenz Peña, que inauguraría el nuevo sistema electoral, que irónicamente vendría a poner fin a las prácticas del régimen de las que se había valido el mismo Figueroa Alcorta.

Pero, en 1904, Roca todavía era el líder político más poderoso y sus maniobras seguían teniendo la eficiencia y eficacia por las que la prensa opositora lo había apodado “el zorro”. Como él mismo recordaba, y se lamentaba, cada frase que salía de su boca era resignificada con el sentido inverso y cada apoyo público que manifestaba era leído como una condena, es decir, se le atribuía un permanente doble sentido a su discurso (Luna, op. cit.: 282). Incluso se sentía apenado de que no le creyeran sincero cuando impulsó y estableció “una reforma política que podía abrir limitadamente

el juego político” (op. cit.: 344). En realidad, el problema de que no lo reconocieran sincero se debía a que, con esa reforma, “no se trataba de otorgar el sufragio de modo indiscriminado a electores que aún no estaban en condiciones de usarlo con discreción (...)” (ibídem). Roca, en el discurso de apertura de las sesiones ordinarias ante la Asamblea Legislativa, “había afirmado que ‘la presencia de las minorías en el Congreso es conveniente y necesaria’ (...) porque la experiencia demostraba que todo partido único termina despedazándose” (op. cit.: 343), afirmación destacable salvo por el hecho de que, en elecciones limpias, él y su alianza de líderes conservadores porteños y provinciales serían la minoría, no el partido en el poder: el régimen era muy impopular.

Y lo era más allá del crecimiento económico. La población sentía que el juego de la política era una práctica prostituida por los intereses de los sectores poderosos, *la oligarquía*, y atribuía los problemas del país a las ambiciones mezquinas y egoísmos de esos sectores, como había pasado con la renegociación de la deuda externa, que significó el distanciamiento entre Roca y Pellegrini.

Por otro lado, también fue durante el segundo mandato de Roca que se promulgó la Ley de Residencia que significaba la expulsión de los líderes sindicales extranjeros cuando se los consideraba peligrosos para el gobierno. Además, Roca ni siquiera pudo atenuar esa imagen con el “Código del Trabajo” que envió al Congreso, y que se proponía reconocer la “existencia legal de organizaciones obreras creadas para defender los intereses de los trabajadores” (op. cit.: 346), pues ni siquiera fue tratado, fracaso que se sumó al de la fallida renegociación de la deuda. Según el texto de Félix Luna, el mismo Roca reconocía, ante la indiferencia hacia su proyecto de “Código del Trabajo”, que “años atrás, aunque los diputados y senadores eran designados por los oficialismos, sabían tratar los temas que preocupaban en los medios de su actuación. Ahora, en cambio, nuestro sistema facilitaba el acceso a las bancas de gente que disponía de dinero para comprar libretas a los caudillos locales y quería disponer de una posición para garantizarse una próspera carrera profesional o prestigiarse de cuando en cuando con algún discursito. Antes, el Congreso estaba compuesto por personalidades elegidas con todos los vicios sabidos, pero justificaba este pecado de origen constituyéndose en un ámbito donde resonaban los grandes temas de la Nación; ahora, los legisladores, cargando con idénticos vicios, se mostraban extrañamente sordos a exigencias que iban haciéndose perentorias. ¿Falla del sistema o fatiga de una clase dirigente? El tiempo lo diría pero, fuera lo que fuese, era para preocuparse” (op. cit.: 346-347).

La prensa satírica de esos años explotó esos vicios burlándose de los principales personajes del sistema político, sarcásticamente y, en algunos casos, ridiculizándolos, empezando por el nuevo presidente, Manuel Quintana, y siguiendo por el resto de la clase política que se sostenía en el poder. Y *PBT* venía a sumarse a la tendencia.

### **Acerca de PBT**

El semanario *PBT* fue fundado en 1904 por Eustaquio Pellicer, quien acababa de dejar *Caras y Caretas*, la revista ilustrada más importante de aquel período. En tapa, debajo del nombre, había una frase que resumía, con humor, la amplitud del público al que

convocaba: “Semanario Infantil Ilustrado (Para niños de 6 a 80 años)”. Una lectura de cualquiera de los primeros números permitía constatar que *PBT* se proponía conquistar a un destinatario más amplio que el de otras revistas ilustradas de la época. Aurora Sánchez, en un artículo sobre la prensa satírica, señala que “aunque *PBT* no difiere demasiado en su estructura de su rival principal, el mercado al que se dirige es más extenso, incluyendo como novedad notas didácticas ilustradas, útiles al público infantil, cuentos tradicionales, artículos explicativos de actividades productivas, como elaboración de plumas de avestruz o fabricación de sombreros, la siembra y cultivo de especies alimentarias, etc. Igual que *Caras y Caretas*, reflejaba la actualidad nacional e internacional en páginas profusamente ilustradas con fotografías, pero los artículos exhibían una calidad literaria inferior a cambio de ser más prácticos. Abundaban las notas sobre deportes, equitación, remo, fútbol, noticias sobre el nuevo mundo del cine y la radio, y también información infantil, con profusión de fotografías” (Sánchez, 1996: 347).

Se puede agregar que el humor, la sátira política y el sarcasmo arrancaban en tapa con ilustraciones a color y pequeños diálogos que continuaban el slogan o frase que acompañaba al nombre de la publicación; que el pequeño tamaño de la publicación (22 cm x 12 cm) limitaría el despliegue de imágenes y textos y esto sería una razón por la que no se anunciaban en tapa los contenidos del número, es decir, que el lector, desde la portada, era convocado más por el humor y la ironía que por los temas y los hechos referidos en el interior.

La tapa solo adelantaba *el tratamiento* que iba a tener un tema específico: la política y la acción de gobierno, al menos en los dos primeros años. Entonces, *el enunciatario* o *destinatario*<sup>26</sup> en esas tapas era mucho más restringido que el convocado por el resto de la publicación. Además, lo era también por el estilo de la ilustración y de la frase o diálogo, siempre burlón y claramente opositor al “régimen”: nunca había textos directamente acusadores en un tono serio, no irónicos, siempre se trataba de referencias humorísticas que acusaban indirectamente y que buscaban la complicidad del lector. Es decir, que se trataba de un enunciatario más cercano a la crítica hecha con sarcasmo y con algún *juego de lenguaje*, que disfrutaba de *un placer más bien lúdico que informativo*, no era el enunciatario que actualizaba la *función referencial* (Jakobson, [1960] 1963) 1985: 347-394) como podía ocurrir con los enunciatarios de algunos de los diarios de la época, sino que actualizaba la *función poética* (ibídem).

Las páginas interiores, en cambio, proponían *múltiples lecturas* y no solo a partir de los temas citados más arriba sino también *a través de los estilos gráficos* de las distintas secciones. Porque si algo caracterizó a *PBT*, en sus dos primeros años, fue su *pluralismo estilístico*: tanto las tendencias dominantes en el diseño gráfico del siglo XIX como el naciente *Art Nouveau* estaban presentes en las notas y también en los avisos publicitarios.

Steimberg y Traversa sostienen que en el cambio de siglo se produjo una *tensión estilística* en el diseño gráfico de las publicaciones, tanto diarias como periódicas, y

---

<sup>26</sup> Es decir, la figura o imagen de un lector *construido por el texto* y no el lector real, el “receptor” de las teorías comunicacionales. Ver Steimberg, 1993: 48-49, y Verón, 1999: 95-96, entre otros.

de los avisos. Estos autores entienden que, para el período estudiado por ellos, 1900-1950, “es posible reconocer etapas estilísticas, especialmente en la imagen impresa en las *revistas populares* de la Argentina, que dan cuenta de tensiones que articulan componentes universales y locales” (Steimberg y Traversa, [1981] 1997: 39. La cursiva es de los autores), que se trata de “una historia que también en los Medios, se sabe, solo en parte es estética, pero que no podría dejar de serlo del todo” (ibídem) y que “no se trata (...) de una sucesión de etapas internamente coherentes, homogéneas, en las que pueda señalarse la prevalencia uniforme de una tendencia o de una corriente, sino de una sucesión de conflictos en los que, por ejemplo, la oposición entre una línea gráfica ‘clásica’ -rastros del diseño romántico-positivista del siglo XIX- mantiene un conflicto de décadas, primero con la Gráfica *Art Nouveau*, y después con la del *Art Déco*. Estas dos etapas, la del conflicto entre el *Déco* y el clasicismo local, y la del conflicto antes que él entre ese clasicismo y el *Art Nouveau*, marcarán entonces dos distintos momentos de tensión en la historia de los lenguajes gráficos argentinos” (op. cit.: 40).

Concentrándonos en los alrededores de 1900, podemos decir, con aquellos autores, que los estilos dominantes de fines del siglo XIX pervivían con bastante fuerza en los primeros años del XX, momento en que empiezan a convivir con “la moda estilística del *Art Nouveau*” (op. cit.: 44). La irrupción de este estilo provoca “rupturas que progresivamente tomarían el carácter de sustituciones sin retorno, en los rasgos principales de la *plantilla gráfica* de lo que podría llamarse el diseño y la ilustración *romántico-positivistas*” (ibídem).

Steimberg y Traversa denominan con este último término -además del de “modelo gráfico que definimos como clásico, en realidad ochocentista” (op. cit.: 48)- “el tipo de imagen periodística, imagen a la vez ilustrativa y de diseño, editorial en sentido amplio, que caracterizó a casi todo el siglo XIX, a partir de la expansión, a fines de su primer cincuentenario, del periodismo gráfico ilustrado” (op. cit.: 44). En el marco de esta modalidad, afirman que coexistían lo que denominaron “diarios ‘con diseño de página’, es decir, con señales de la puesta en obra de una concepción unificada de la relación entre textos e imágenes (...) aquella en la que la página era concebida como una totalidad (...) con aquellos en los que el encolumnado era respetado como una sucesión de lecturas seriadas, sin que la página funcionara como unidad visual” (ibídem), es decir, de textos con sus títulos en una suerte de escritura *en columna sin fin*. Al mismo tiempo, señalan que “la variante ‘diseñada’ (...) pasó en muchas publicaciones (...) sin cambios, de la utilización del grabado a la inclusión de la fotografía (ya que) *los cambios tecnológicos no incidieron ‘per se’ en el cambio de estilo gráfico*” (ibídem).

Estas dos variantes del romántico-positivismo prolongaban “los moldes más generales del diseño gráfico del renacimiento, en todas las artes relacionadas con la imagen” (op. cit.: 47) y ambas se caracterizaban por “el ortogonalismo de la planta gráfica” (op. cit.: 48), por la separación entre el texto verbal y la imagen, pero también entre la tipografía y la imagen y la subordinación, *el relevo*<sup>27</sup>, de esta con respecto a la

---

<sup>27</sup> En el sentido de una *función de relevo* que se opone a una *función de anclaje*, en Barthes, [{1964} 1982] 1995: 35-38.

palabra (op. cit.: 48-49). El Art Nouveau vendría a romper con algunas de estas características, aunque progresivamente, de modo que en los números de *PBT* seleccionados solo se verá una incidencia incipiente de esta vanguardia.

### ¿Expresionismo en la caricatura?

En el mismo texto, Steimberg y Traversa sostienen que el expresionismo vigente en las artes plásticas también se cruza con el estilo de la gráfica del siglo XIX, en la publicidad y en la ilustración de las publicaciones en las que aún no había hecho pie el Art Nouveau. La denominan “ilustración caricatural expresionista” y consiste en la “utilización de planos contrastados, de superficies entintadas que introducían un efecto dramático no habitual en la publicidad lineal, efecto de la pluma y de las técnicas de grabado en la publicidad y en la ilustración características del siglo XIX, y con la aparición más habitual de fondos blancos que convertían el protagonismo de la figura en un ocupante más radical y menos historizado de la escena que lo que habían sido los personajes de la ilustración anterior” (op. cit.: 57-58).

Por otra parte, Ernst Gombrich, acerca de esto, pensaba que “la caricatura ha sido expresionista siempre, pues el caricaturista juega con la semejanza de su víctima, y la trastrueca para expresar precisamente lo que piensa acerca de su semejante. En tanto que estas distorsiones marchaban bajo la bandera del humor, nadie parecía hallar dificultad en comprenderlas. El arte humorístico era un terreno en el que todo estaba permitido, porque la gente no lo aborda con los prejuicios que ha reservado para el Arte con A mayúscula” (Gombrich, [1950] 1999: 564).

Más adelante, a través de un ejemplo, se verá qué ocurría con *PBT* al respecto.

*PBT*, en sus inicios, se encuentra a caballo de dos momentos, gráfica ochocentista y Art Nouveau, a través de las orlas combinadas con el diseño de página, en el que el texto y la imagen se encuentran separados y ordenados jerárquicamente, pero conformando una unidad. En ese sentido, esta publicación parece tratarse de un texto que se inscribe en la transición entre ambos estilos.

El texto, en alguna sección, como “La semana a través del objetivo”, articula fotografías con columnas (dos) *sin fin*, sin solución de continuidad entre hecho y hecho: no hay títulos ni subtítulos que los diferencien, el lector se ve obligado a leer toda la sección desde el comienzo.

En los avisos, en *PBT* se introduce el Art Nouveau en la tipografía, en la inclusión del paquete o envase en el dibujo, el dibujo con orlas y curvas y el centro hueco del que sale la silueta del modelo. Esto combinado con dos párrafos a lo ancho del pie del dibujo, rasgo que remite al momento estilístico anterior (aviso de la marca de bombones Cailler’s, año II, N° 42, 8 de julio de 1905, pág. 98). El mismo nombre de la marca remite a lo francés, en una operación de *connotación* (Barthes, op. cit.: 30-34). El personaje (foto del rostro combinado con dibujo del cuerpo, vestido con delantal y moño de empleada-cocinera) habla al lector en segunda persona, con lo que actualiza

la *función conativa* del lenguaje (Jakobson, op. cit.: 355-356). Continuidad de contenido entre texto y nombre del fabricante, en otra tipografía y aparte: “si le viene á bien lo tendrá en el depósito central del señor... Carlos Hegi”. El nombre del producto -chocolate- encabeza el aviso separadamente del dibujo y con tipografía convencional. Y se destacan dos propiedades del mismo: *rico más nutritivo*: si no alcanza con uno, está el otro.

Este aviso expresa la tensión estilística de la que se hablaba, la que, a su vez, es un signo de una tensión enunciativa que atraviesa a buena parte del semanario, no solo a sus anuncios.

En efecto, la ironía y el sarcasmo político dan un texto *moderno*, que busca mostrar-se *actual a la vez que conservador* de algunos rasgos para no ser tan rupturista: repite el estilo gráfico de la época que consiste en la tensión y la ambivalencia, dando como resultado un discurso conservador y rupturista a la vez. En este sentido, *PBT* construye un *enunciador escindido*, sobre todo en los avisos -que se reconoce que pueden no ser responsabilidad directa de la publicación, aunque su inserción también habla de una convergencia entre aquella y los anunciantes-, pero también en algunas secciones como “La semana a través del objetivo”, “La última moda”, “Teatro Argentino”, “Casino”, “Enciclopedia ilustrada” y “Pebetes de antaño”. Los rasgos que dan cuenta de esta tensión se observan en las tipografías y en las ilustraciones, las caricaturas con macrocefalias -propias del estilo ochocentista- y las líneas con forma de cinta.

La sección “La semana a través del objetivo”, por ejemplo, presenta fotos -llamadas “grabados” o “instantáneas” en el cuerpo del texto lingüístico- que siguen el mismo orden que los textos verbales, pero estos dos elementos están editados de manera independiente a lo largo de las páginas que componen la sección. Como consecuencia de esto, el lector se ve obligado a retomar las páginas para poder relacionar el texto que lee con la imagen que ve, además del modo en que están escritas las notas, como columnas sin subtítulos que marquen la discontinuidad entre textos con distintos hechos de referencia. Las fotos y el texto componen un orden ortogonal y simétrico. En esta sección, como en otras, los retratos tienen un marco ovalado mientras que el resto de las fotografías, de conjunto, son rectangulares, apaisadas o verticales.

En otras secciones, por ejemplo, “Pebetes de antaño”, se presenta el mismo ortogonalismo en el orden gráfico de las fotos, simétricas, articulado con la tipografía y adornos redondos, en los bordes de las imágenes, propios del Art Nouveau.

## **Representación de la comida y la bebida**

En la página institucional

¿Qué pasaba con su *página institucional*? Se construía como un *editorial*, pero no necesariamente por medio de un texto lingüístico. Si bien el primer número incluía un texto titulado “Hoy, día de la fecha”, que se dirigía a un “vosotros” desde un “yo” que se presenta como la publicación misma, y que estaba ilustrado con el dibujo, cercano



al expresionismo, de una luna con rostro que mira a un niño vestido de adulto (año I, N° 1, 24-9-1904), *PBT* reducía su página institucional al nombre de la publicación y a un título seguido de ilustraciones en dibujo o fotográficas.

Por ejemplo, la semana de la asunción de Quintana a la presidencia de la Nación llenó la página de pequeños retratos fotográficos, unos ovalados y otros cuadrados, de “los probables ministros del Dr. Quintana”, adornados con líneas formando pliegues, propio del Art Nouveau, pero en una distribución gráfica en simetría que reenviaba al estilo anterior, y con una sátira mordaz: una de las imágenes era la de un envase de vino, en cuya etiqueta se podía leer “Torino”, con un epígrafe que decía “Dr. Damián M. Torino. Agricultura” y un pequeño texto en el extremo inferior de la página que decía “En la urgencia de llenar el hueco destinado á la fotografía del doctor Torino, que no hemos podido obtener hasta el momento de cerrar el número, resolvemos sustituirla con la de un homónimo del doctor, mucho más popular que él... y garantido” (año I, N° 3, 8-10-1904, pág. 27). La fotografía mostraba la botella inclinada, sobre un fondo neutro en el que se podía apreciar la sombra del envase producida por la iluminación de alguna luz que estaba fuera de campo, igual que el resto de los retratos, en los que los ministros aparecían en primer plano, algunos mirando a cámara y otros al fuera de campo.

Y, en otro número, la *editorialización* de un hecho se reducía a dos fotografías con sus epígrafes y un título, “El 14 de julio” (año II, N° 44, 22-7-1905, pág. 41), en alusión a un nuevo aniversario de la Revolución Francesa. El hecho se ampliaba en la sección “La semana a través del objetivo”<sup>28</sup>. Pero ya en esta página se anticipaba fotográficamente el modo elegido para celebrar la fecha por el embajador y miembros de la colonia francesa en el país. Una de esas fotografías testimoniaba un almuerzo con el epígrafe “Lunch en ‘Les Enfants de Beranger’ festejando el patrio aniversario”.

En esta imagen, algunos comensales posan para la fotografía detrás de una mesa. El tono es serio, solemne. Se trata de un plano de conjunto, testimonio del acontecimiento que pasó y del lugar celebrado, aunque este puede ser el interior de cualquier palacio. El vestuario de hombres y mujeres, militares de uniforme, prueban la importancia del hecho y el nivel social, alto. Lo que es rubricado en el epígrafe con el nombre francés del local: todo lo francés connotaba aristocracia en ese momento.

En relación con la comida y la bebida, se ven platos vacíos y limpios, botellas y copas con bebida lista para ingerir -posiblemente, para el brindis-, plantas que adornan como centro de mesa: es una mesa de celebración o de un acontecimiento social, no del mundo privado. Más adelante, en el punto *En notas y secciones*, se ampliará el análisis de esta fotografía y su epígrafe.

El nombre de la publicación, el *logotipo*, en esa página, estaba constituido por una tipografía simple, ancha, sin relieve y, entre letra y letra, dibujos de niños con elementos

---

<sup>28</sup> Ver más abajo.

que responden al estereotipo del periodismo gráfico ilustrado: pluma y cámara fotográfica de pie (con trípode). Ambos manipulados por los personajes-niños que, además, juegan con las letras, un perro, una lata de pintura y una brocha. La pluma es una metonimia de la escritura, pero también del dibujo. La cámara anuncia el dispositivo técnico que se complementa con el dibujo y la escena en su conjunto representa en imagen lo que intenta definir, con humor aparentemente ingenuo, la frase “Semanao infantil ilustrado (para niños de 6 a 80 años)”, haciendo una síntesis del perfil de la publicación: información y opinión, crítica con humor paródico y satírico.

En avisos publicitarios

En el caso de avisos con ilustraciones no fotográficas, es decir, de dibujos, se observa la presencia del estilo Art Nouveau en tipografías y en bordes y orlas, en la inclusión del envase en la imagen, como en una publicidad de *Bizcochos Canale* y en otra de *Bizcochitos Manón*, en el primer caso mediante un dibujo, todo en colores y en el segundo mediante una fotografía, en blanco y negro dentro de un aviso con ilustración a color, lo que marcaba los límites más bien tecnológicos que artísticos del momento.

Hay otras inclusiones en la imagen que no son necesariamente signo de ese estilo de época: la del producto, por ejemplo, las pastillas y no el paquete, en el caso de las golosinas de *B. Noel y Cía*, o del insumo del producto, como las uvas en lugar del vino, en una evidente relación metonímica, en el aviso de los vinos *Malgor y Herf-st* de la bodega *La Peregrina*.

En algunos de estos avisos, como en los de los bizcochos, hay una relación explícita entre la comida y una infusión o una bebida a través de una frase verbal: “para té, chocolate y vinos añejos” (*Bizcochos Canale*), “deliciosos para Crema Chantilly, Chocolate y Sambayón” (*Bizcochitos Manón*).

Por otro lado, en estos avisos se representan, mediante el dibujo, mujeres solas (vinos *Malgor y Herf-st*) o mujeres con niños (*Bizcochitos Manón*) o una niña sola (*Bizcochos Canale*) o niños con ángeles (confites y dulces de *B. Noel y Cía.*). Esta operación, sumada a la del insumo del producto, introducen los motivos de la ingenuidad, la pureza y la naturaleza como atributos que pasan del modelo o del vegetal -uvas- al producto y/o a la marca, operación que Mabel Tassara denomina *delegación metonímica* (Tassara, sd) para el caso de los discursos publicitarios.

Esa operación podría articularse también con la incorporación del lugar de producción del producto, como ocurre en el caso de los vinos de *Malgor y Herf-st*, en el que aparece la representación *manual*, dibujada, de lo que puede tomarse como una finca, en la que estaría contenida la bodega, rodeada de árboles que apenas dejan ver unas montañas -Los Andes- y el cielo como fondo. Este dibujo aparece dentro de una circunferencia que está adentro del conjunto del aviso, en su parte superior, en el que aparece la mujer con las ramas y racimos de uvas. Debajo del nombre de la bebida están escritos dos nombres, uno entre paréntesis, que apelan a la capacidad de localización del lector medio argentino: “Maipú (Mendoza)”, con lo que se intenta

anclar el sentido del dibujo de la casa. Es decir, que en este anuncio hay, por lo menos, dos operaciones metonímicas: las uvas por el vino y la finca por la bodega donde se elabora el mismo. Y ambas al servicio de la delegación metonímica señalada antes, la naturaleza y la pureza como atributos que pasan al producto.

La mujer del aviso del vino no es la de los bizcochos. Es joven, está sola, descalza, con prendas anaranjadas y negras que agita el viento y con los hombros y el cuello descubierto. Nada que ver con la madre de los *Bizcochitos Manón*. No se sabe qué tan erótica pudo percibirse esta representación en aquel momento, pero se puede suponer que no obturaba el deseo, deseo por la mujer que, por otro lado, se desplaza al producto, cuyo insumo parece envolver su cintura. De alguna manera, se insinúa el efecto de la bebida en los rasgos de la composición del conjunto de todos estos elementos: un vino joven, natural o elaborado artesanalmente al menos; localizado en un lugar de producción que garantiza una cierta calidad; fresca; apertura o invitación al deseo; un vino probado y de categoría -se aclara que es un “reserva especial”- a la vez que moderno, actual -en sus líneas Art Nouveau que se superponen al dibujo- y seductor.

Este último rasgo, el de la línea Art Nouveau, se repite en el de los *Bizcochos Canale*. Aquí parece continuar las del envase, cuya representación, dibujada, por ser realista, deja ver su diseño gráfico, representativo también de aquella vanguardia. La presencia de esta parece justificarse por eso, pero también como un gesto de modernidad y de ornamentación, de artístico, lo que ya estaba presente en el aviso de los vinos.

La representación de los niños, en cambio, es tradicional, remite al siglo que pasó. Se trata de líneas simples, con poca elaboración, aunque no esquemáticas.

En notas y secciones

En la sección<sup>29</sup> “La semana a través del objetivo” (año I, N° 1, 24-9-1904, pp. 41-48) hay imágenes y pequeños textos referidos a banquetes y reuniones. Como el nombre de la sección lo dice, a través de una *sinécdoque*, “objetivo”, las imágenes son fotográficas, en blanco y negro. Las que tienen como referente un banquete consisten en planos de conjunto, tomados desde una cabecera la mayoría de las veces o desde un vértice de la mesa si la cabecera estaba ocupada, centradas y en ángulo picado aunque suave. En estas imágenes se ve el salón, la mesa a lo largo del mismo y la araña de iluminación. Y los comensales, en muchos casos, miran a cámara.

El texto verbal consiste en un título encabezando la fotografía, un epígrafe debajo de la misma y un párrafo en el cuerpo del texto. Este párrafo puede tener tres líneas, como en el caso de este primer número. En él no se describe el menú, solo se menciona el motivo del festejo o de la reunión, repitiendo o ampliando apenas lo que dice el título y el epígrafe. Es decir, que hay bastante redundancia entre estos elementos, lo

---

<sup>29</sup> Decimos que es una sección porque se presenta como una unidad autónoma, como un segmento de una o más páginas de la publicación, que se repite número a número con los mismos rasgos formales.

que se explica por el tipo de edición de textos y fotos: unos y otros suelen encontrarse en páginas diferentes. El párrafo, en el cuerpo de la sección, no tiene ningún subtítulo ni diferencia tipográfica que ayude al lector a encontrarlo si este, después de ver la fotografía y de leer su título y su epígrafe, se interesa en ese hecho: se ve obligado a leer toda la sección o a buscarla línea por línea. Esta técnica de edición construye un lector interesado en el conjunto de hechos referidos en la sección y no en uno en particular.

El conjunto de imágenes y textos actualiza la *función referencial*, es decir, que se limita a informar (Jakobson, op. cit.). No hay juegos retóricos o poéticos, con excepción del nombre de la sección, como se mencionó arriba. Tampoco se detecta la presencia de otras funciones del lenguaje (Jakobson, op. cit.). Por otro lado, el texto verbal tiene una *función de anclaje* del sentido (Barthes, op. cit.) en relación con la fotografía, es decir, que el sentido de la imagen se completa con el discurso verbal que la acompaña.

Al año siguiente, *PBT* cubre la presencia en el país del compositor italiano Giacomo Puccini y la despliega en la misma sección con el título “Puccini en Buenos Aires” (año II, N° 41, 1°-7-1905, 51-62). Las fotografías ilustran el arribo al puerto, el alojamiento en el edificio del diario *La Prensa*, incluida una imagen del dormitorio, un almuerzo, reuniones y encuentros del compositor con sus anfitriones e invitados y dirigiendo una orquesta. El resto de la sección está dedicada a otros hechos.

El epígrafe de la fotografía del almuerzo dice: “El maestro Puccini, señora y la señorita Giacchetti é invitados en almuerzo íntimo”. Y en el cuerpo principal de la sección, el hecho ocupa un párrafo, el primero, en 17 líneas a dos columnas. El resto de la sección cubre otras informaciones.

En el texto lingüístico no se menciona el menú. Los hechos relacionados con la visita de Puccini son explícitamente representados por (y reducidos a) fotografías: “Nuestra información fotográfica dará una idea de la vida íntima del señor Puccini en el palacio del gran diario porteño” (pág. 52).

La única fotografía en la que se ven comida y bebida es un plano medio en el que se ve a los comensales sentados alrededor de una mesa con botellas, copas y apenas se distingue algún plato. El epígrafe menciona al momento como “almuerzo íntimo”, como ya se mencionó. Más que informar con imágenes, se ilustra con ellas y se informa con los epígrafes, aunque también se puede pensar que el medio confiaba en el “poder informativo” de la fotografía<sup>30</sup>.

Por el personaje, el género de la imagen es *testimonio periodístico* y el conjunto de fotografías y epígrafes actualizan el género *crónica*. No se puede hablar de *descripción*: no hay detalles (Schaeffer, [1987] 1990: 52-56). Las tomas son largas, de conjunto. No

---

<sup>30</sup>Lo que revelaría la confianza en “lo indicial” del signo fotográfico, es decir, como *prueba* por ser efecto de lo real. Ver más adelante.

hay planos cortos. Todas las tomas fueron hechas a la misma altura, la de un hombre de 1,70 m aproximadamente. La del almuerzo fue tomada desde el vértice de la mesa y entra en cuadro toda la habitación, con la araña de luces en primer plano<sup>31</sup>.

El *destinatario* es un hombre interesado en la vida privada de la estrella, curioso pero con distancia, culto. La observación de las fotografías y la lectura de los epígrafes no agregan nada acerca de la profesión del personaje -la música-, se da por supuesto que el lector lo conoce. No se aprecia, o desprecia, más la capacidad del músico por estas fotografías, como si no pudieran *decir* nada de su música.

Por el empleo del término “maestro”, sumado a los de “ilustre”, “distinguido”, “príncipe del arte”, “de (...) encumbrada posición artística”, el semanario se construye como un admirador incondicional y acrítico del compositor. Por otro lado, “maestro” también se puede tomar como un indicador de la profesión de Puccini, aunque no aclara de qué género.

Imágenes y palabras tampoco dicen mucho del almuerzo, salvo que fue en una sala, con una mesa grande, con un mantel blanco, que tiene una gran araña de luces. Que los comensales se aprestaban a comer y beber, que usaron copas de vino, platos, cubiertos -se presume, completos por la notoriedad y prestigio artístico atribuido al personaje-, que había un centro de mesa. Que el momento era ameno, pero no privado: si bien el epígrafe lo califica de “almuerzo íntimo”, la presencia de la cámara impone el afuera, el exterior, el lector que será testigo más tarde, días después, cuando se publiquen las fotografías en la revista, es decir, el mundo público.

Por otro lado, lo que no se escribe con palabras tampoco se ilustra. La fotografía no muestra nada que no anticipe el epígrafe. Está en función de *relevo* con respecto a este.

Todos los elementos, en conjunto, connotan un momento algo solemne más que íntimo o privado. Como sabemos, aunque suene trivial decirlo, la fotografía tampoco habla ni muestra movimientos: lo que no dice el epígrafe no se escucha y, además, se ve detenido. ¿Qué pasó una vez retirado “el objetivo”? ¿De qué hablaron y cómo? ¿Qué comieron y bebieron? ¿Cuántos platos? ¿Postre? ¿Café? ¿Sobremesa con una bebida más fuerte como whisky? ¿Cigarros?

Lo que se ve en la imagen también es un ambiente social alto: “ambiente suntuoso” (...) “el palacio del gran diario porteño” dice el cuerpo de la nota. El mobiliario también habla de la época: fines del siglo XIX-principios del XX.

Por otro lado, solo un comensal mira a cámara, el que está de frente. Puccini está de perfil, del lado derecho de la mesa y de la imagen y su mujer está sentada frente

---

<sup>31</sup> En algunas fotografías referidas a Puccini, como la del arribo al puerto y la del dormitorio, hay una tensión entre dos *dinámicas receptoras* (Schaeffer, op. cit.) son *estados de hecho*, por lo indicial, con lo que actualizan la dinámica receptiva del *testimonio*, pero en tensión con *entidades*, por lo icónico, actualizando la dinámica de la *presentación*.

a él y se miran entre ellos en el momento del disparo de la cámara, como si esta no estuviera o como si no les importara, como si su presencia más la del fotógrafo fuera habitual en los almuerzos del músico. Es un almuerzo social, no íntimo, ni privado, sin público pero público y con un público virtual a través de la imagen que se publicará, como se mencionó. ¿Están posando? Aparentemente no: los comensales todavía no están comiendo, la fotografía es anterior al momento de la deglución, podrían mirar a cámara o conversar, pero no lo hacen: es la representación de un momento en la visita de un personaje “ilustre”.

Así se representaba en esa publicación, y podemos suponer que así era en esa época<sup>32</sup>, ese momento en la vida de una persona famosa y admirada: no se la muestra en el momento de la deglución, con la comida o la bebida en la boca, sino en el escenario en el que comerá, lo que debe bastar como información para el lector, que por eso es un curioso contenido. Y el emisor se comporta como un ilustrador respetuoso y serio, hasta reticente en los detalles.

Veamos otro ejemplo de la misma sección. Con motivo de un nuevo aniversario de la Revolución Francesa, *PBT* cubre los festejos locales con el título “La fiesta de los franceses” (año II, N° 44, 22-7-1905, pp. 51-54).

El texto y las fotografías continúan estilísticamente, en esta sección, a los de la página institucional<sup>33</sup>. Ocupan tres páginas con seis fotografías y un cuerpo de nota ubicado en el centro de las páginas, a dos columnas, entre las imágenes ubicadas arriba y debajo de la misma, conformando una simetría bilateral vertical.

El texto lingüístico consiste en la crónica de los festejos, a través de la cual el semanario adhirió a la fecha y su celebración y elogió los eventos, alternando la *función expresiva* (Jakobson, op. cit.), por ejemplo, al comienzo “Alsacia Lorena! Nombres de provincias hermanas, que todo buen francés tiene siempre grabado en su corazón”. (pág. 51), con la *referencial*. En efecto, el texto hace referencia a los lugares representados en las fotografías de la sección, pero también a los de las imágenes de la página institucional, el Hospital Francés y “la vieja sociedad ‘Enfants de Beranger’” (pp. 51 y 53). Es a través de este texto lingüístico que se sabe que se brindó “con una copa de champagne” (pág. 54).

Pero solo una de las fotografías ilustra el banquete. Es la que abre la sección. El epígrafe solo dice “Banquete de los veteranos”. Se trata de un plano de conjunto del salón, con varias mesas y los comensales. Estos miran a cámara. Los que están sentados de espaldas a la misma tienen sus cuerpos girados hacia ella. De los que están de frente, algunos tienen puesta una servilleta de tela sobre la ropa. También se ve el fondo, al resto de los comensales mirando a cámara, al igual que los mozos. Se ven elementos del salón como la araña de luces, cuadros, banderas, puertas y paredes.

---

<sup>32</sup> *PBT* repetía muchos de los rasgos de su competidora, *Caras y Caretas*, como los de la representación fotográfica. Ver Sánchez, op. cit.

<sup>33</sup> Ver arriba “El 14 de julio”.

¿Se puede hablar de un género en esta serie de fotografías? A partir de las regularidades que se fueron describiendo se podría hablar de *fotografía de acontecimiento social, de celebración o brindis*. Por un lado, los comensales, con la copa en la mano, mirando a cámara, se ofrecían como *testimonio*. El dispositivo -cámara de pie, con trípode, con películas no tan rápidas como las actuales- sería determinante pues no podía pasar inadvertido el fotógrafo con su equipo. Los individuos, ya acostumbrados a esta fotografía social, pública, aun cuando ellos no sean hombres públicos, posarían por el testimonio mismo. El suspender, por el instante que duraba el disparo, toda ingesta y movimiento y mostrarse con la copa en la mano, ofreciendo el rostro como testimonio del *estuvimos allí*, en ese brindis, en ese evento social, en ese lugar, celebrando en ese momento, es posar para dejar testimonio, en este caso, público. La fotografía, como no podían hacerlo otros dispositivos visuales como el dibujo y la pintura, es la prueba, el documento de que eso ocurrió y que ocurrió así<sup>34</sup>.

Por otro lado, esto se repite en casi todas las *fotografías sociales*, aunque no sean de un banquete sino de una recepción, un baile, “tertulia” o reunión social. Los cuerpos se dan a ver bajo esas circunstancias. Pero, además, *se dan a ver de esa manera*, como antes en los retratos pictóricos. Entonces, ¿estamos ante un estilo fotográfico de época, que por su regularidad podría postularse como género, cuando se trata de un evento social en el que intervienen la comida y el vino?

El resto de la sección, de ese mismo número, ofrece más fotografías de banquetes, relacionadas con otros hechos, como el ofrecido al compositor Giacomo Puccini, ya visto, y otro realizado por la colectividad uruguaya para celebrar el aniversario de la jura de su Constitución. Solo una de las fotografías tiene un rasgo diferente y es que muestra a los comensales de pie en lugar de sentados y que se ven algunas botellas, que parecen ser de vino y champagne; aparte de eso, es semejante a las otras: plano de conjunto de los comensales con la copa en la mano, mirando a cámara, tomado a la altura de los ojos y desde una de las cabeceras de la mesa. Es decir, que el estilo de la representación es similar.

La fotografía que se diferencia un poco del resto es una que se encuentra en la página 61, del mismo número, siempre en la sección “La semana a través del objetivo”. El título es “De Rosario” y el epígrafe dice “Pic-nic dado en la quinta San Pedro por la Sociedad Centro Recreativo Asturiano”.

En la imagen se puede ver que el encuentro fue realizado al aire libre, de día, con luz natural, en un jardín o parque pues se ven árboles en el fondo y el suelo parece ser

---

<sup>34</sup>La fotografía como signo *indicial*, además de *icónico*, es analizada por Roland Barthes ( [1964] 1982] 1995: 38-42) y ( [1980] 1995: 135-144), y por Jean-Marie Schaeffer (op. cit.: 35-44). El *índice* es definido como “un signo que se refiere al objeto que denota en virtud de que es realmente afectado por ese Objeto” y que “(...) tiene necesariamente alguna cualidad en común con el Objeto (...)” por Charles Peirce ( [1965] 1987: 250). El mismo Peirce ha escrito que “las fotografías han sido producidas en circunstancias tales que estaban físicamente forzadas a corresponder punto por punto a la naturaleza” y que “(...) pertenecen a la segunda clase de signos, los constituidos mediante conexión física” (op. cit.: 264).

césped o tierra -la calidad de la imagen no permite definirlo con exactitud- y la mesa y las sillas están apoyadas directamente sobre él.

El texto lingüístico, en pocas líneas, sintetiza el evento. Habla sucesivamente de “pic-nic”, “fiesta” y “lunch”. El primer término parece designar un tipo particular de reuniones, las que se realizan al aire libre. Mientras que “fiesta” y “lunch” serían palabras con un sentido más general pues se utilizaron en casi todos los textos relativos a reuniones en las que hubo una comida o un brindis. Dicho de otra manera: una fiesta o un lunch pueden realizarse en un salón cerrado, de noche, con luz artificial o en un parque, de día y luz natural, pero el pic-nic siempre será en este último entorno.

En relación con la imagen, el epígrafe *ancla* el sentido al decir que se trata, justamente, de un *picnic*. Se ve un número grande de personas -hombres, mujeres y niños- posando para la fotografía. Hay una larga mesa a la derecha de la imagen. La foto está tomada desde cerca de la cabecera vacía. A la izquierda de la mesa están sentados hombres de traje y sombrero y a la derecha, mujeres abrigadas con ropa que no parece de fiesta. Alrededor, más hombres, algunos con niños, todos mirando a cámara, uno saludando con la mano alzada y otro con el sombrero, al fondo del plano, *pero ninguno sonriendo*, salvo alguna mujer. La mesa tiene un mantel blanco, vasos, alguna botella -no se puede distinguir de qué- y platos con comida -que tampoco se puede distinguir-.

Si bien sigue las reglas de lo que convenimos en llamar *fotografía social de evento o celebración*, tiene algunas diferencias con las anteriores. Además de las impuestas por el entorno natural, se puede decir que el gesto del saludo, los personajes de pie o sentados lejos de la mesa, la presencia de comida en los platos y el agrupamiento alrededor de la mesa como ubicándose para la foto distancian a esta fotografía del resto. Pero, sobre todo, *el centro cambia*: no es ya la mesa la que hace de vector, con su cabecera apuntando al centro del objetivo, sino los hombres de traje y sombrero que están sentados. La mesa parece ser insuficiente para contener a tantos invitados, lo que no pasaba en la imagen del brindis uruguayo en la que la mesa hacía de *visagra* entre dos filas *equidistantes*, simétricas, y ocupaba el lugar central, casi en primer plano. Aquí, la mesa ocupa un lugar secundario y, si divide algo, es el sexo de los comensales que están sentados: a la izquierda, los hombres y a la derecha, las mujeres. Lo que construye un enunciador *informal* comparado con el de la fotografía en salones cerrados, y no necesariamente *sexista* si tomamos en cuenta las convenciones sociales de la época.

En lo que podría tomarse como una nota de didáctica culinaria, “Una lección de confitura” (año I, N° 3, 8-10-1904, p. 70), se representa la preparación de una comida. Se hace a través de un texto lingüístico y de siete fotografías pequeñas, que en el texto son mencionadas como “grabados”, con sus epígrafes. Todas tienen marcos con motivos vegetales -frutas en ramas con hojas-. Una de las imágenes presenta una composición vertical y las restantes, apaisadas. Ninguna presenta ángulos rectos pues sus marcos tienen formas de curvas suaves. Se trata de planos medios y de conjunto, salvo la fotografía vertical, que es un primer plano. Todas ilustran la preparación de la comida. Sus personajes son todas mujeres, con sus delantales, que no miran a cámara



sino a las vasijas y utensilios usados en la preparación o a la “jefa de cocineras”. Los epígrafes y las fotografías describen cronológicamente cada momento de la cocción, incluida la prueba de sabor y el envasado artesanal.

El texto es a dos columnas. Empieza debajo de las dos fotografías superiores, que, a su vez, se despliegan debajo del título. Además, las columnas se cortan y acompañan a las imágenes, es decir, que éstas invaden el espacio ocupado por el texto verbal. La tipografía empleada pertenece a la familia de las romanas, con serif, tanto en el título como en el cuerpo de la nota.

Se trata de una “lección” en una “escuela de sirvientas” en París. La lección la da “la cocinera en jefe” que explica “con toda gravedad” la preparación. El texto lingüístico alterna la voz del redactor con la de la cocinera.

El texto y las imágenes, en conjunto, constituirían una *receta*. Algo así como *la página o la nota de cocina* cuyo destinatario obvio era la mujer, no el hombre. ¿El autor? No está firmada. ¿Es un hombre o una mujer? No se sabe de que *PBT* tuviera mujeres en el *staff*, aunque es posible que para algunos artículos colaborara alguna mujer, pero sin firmar.

El conjunto responde al estilo ortogonal, simétrico, del momento estilístico anterior, ochocentista. ¿Los motivos frutales? Las líneas que hacen de marco pueden relacionarse con el Art Nouveau. Es decir, que en esta página también nos encontramos con la tensión comentada al comienzo y con el efecto dual de conservadurismo y rupturismo ya señalado.

En otro número (año II, N° 44, 22-7-1905, pág. 81), y sin pertenecer a una sección o página específica, ni conformar una propia, hay una pequeña nota ilustrada titulada “La cocina”, que contiene tres pequeños textos que explican cómo degollar un gallo viejo para que “resulte después de guisado tan tierno como un pollo”, cómo preparar un “Pudding de pan migado” y “huevos picados”. El texto ocupa la tercera parte de una página y está ubicado al final de un cuento a doble página.

Inversamente a la nota anterior, esta actualiza el estilo clásico del siglo XIX en la ilustración y el Art Nouveau en la tipografía del título, no en la del cuerpo de la nota. La ilustración consiste en una niña, vestida con una pollera corta, con volados, en una cocina de la que solo se ven unas teteras, una sartén, una zanahoria que tiene la niña en la mano, algo de vapor y una ventana de dos hojas con una pequeña cortina, en el fondo.

El que sea una niña y no una adulta la que esté representada en la ilustración habla de una asignación de roles tradicional: la preparación de los alimentos estaba reservada al sexo femenino y la mujer debía ser entrenada desde su infancia en ese rol. Es decir, que repite, refuerza, la división sexual del trabajo ya presente en la nota anterior “Una lección de confitura”.

Por otro lado, es interesante la presencia de estas notas porque no era común todavía la receta o el comentario gastronómico, que llegaría en la década del 30 (Traversa, 1997: 153). Por sus rasgos pedagógicos, las notas se inscriben, para ser más precisos, en la serie de las *notas didácticas ilustradas*, que sí eran comunes en *PBT*, y que tenían por objeto no solo la preparación de algún alimento sino de la enseñanza de otros elementos como vestidos y sombreros<sup>35</sup>. Es decir, que no se trataba de una sección fija de *cocina*.

En la caricatura

En la página siguiente del mismo número (año I, nro. 3, 8-10-1904) hay una caricatura que lleva el título “Unos comen y otros miran”. Está constituida por seis momentos o escenas. Las viñetas están unidas de a pares pues el límite entre una y otra está abierto. El dibujo es a color. El trazo es muy elemental. El fondo es neutro, sombreado, en algunos cuadros y figurativo en otros. En estos últimos se ven árboles, calles y paredes exteriores e interiores de viviendas.

No hay texto lingüístico salvo el título. Es una caricatura sin diálogo en la que el lector tiene que reconstruir el sentido por las imágenes<sup>36</sup>. En las cinco primeras se representa a un chico que come y disfruta maliciosamente frente a un *otro* que lo mira comer y sufre. El chico no es el mismo en todas las viñetas. Este *otro* es un adulto, un perro u otro chico, según la viñeta. En el último cuadro la relación se invierte: al chico se le cayó la botella de leche y mira cómo el gato toma ese alimento mientras él llora -de un ojo cae una lágrima-. El gato no expresa nada. No puede hacerlo, es un animal: se trata de un *tratamiento realista o naturalista* del tema. Tampoco el perro: está acostado en el suelo y mira al niño, sin expresión.

Uno de los cuadros representa a un canillita -un niño con un número de *PBT* en una mano y papeles bajo el otro brazo, como si fueran diarios o revistas, como si estuviera vendiendo en la vía pública o haciendo el “reparto” de las publicaciones a domicilio- que mira al interior de una casa a través de una ventana y ve a una familia en la que un niño sostiene un cubierto con comida a punto de llevársela a la boca, que lo mira con malicia o burla, al lado de dos adultos. El reboque caído de la pared

---

<sup>35</sup> Ver cita de Aurora Sánchez, más arriba.

<sup>36</sup> El dibujo o la ilustración manual, en algunos casos, se vale de la acentuación de algún rasgo morfológico para guiar, anclar, el sentido, con lo que evita tener que recurrir a un texto lingüístico. En este caso se vale del contenido más que de la forma, de lo representado más que de la representación, para lograr el mismo propósito, si bien ayudado por la articulación de los motivos temáticos de las viñetas. Es decir, que el sentido es un tanto independiente del estilo del dibujante. Esta operación, producción de sentidos a través del contenido, también pudo haberse alcanzado con fotografías: la diferencia en la capacidad de anclar el sentido entre este lenguaje y el dibujo se hace más evidente cuando se necesita fijar el significado a través de rasgos propios de la materia de la expresión, no del contenido: más allá de la posibilidad de “trucar” fotografías o del fotomontaje y de la fotografía cuando se inserta en el discurso artístico, la fotografía no acentúa un rasgo más que otro, al menos cuando se incluye en un campo social de desempeño como el informativo en el cual el discurso periodístico, como regla constitutiva, no permite modificar el significante (ver Carlón, 1994). Es decir, que no se podría hacer “caricatura” con fotografías, al menos del mismo modo que con dibujos.

exterior habla de una familia de pocos recursos, es decir, de un nivel social no muy superior al del “canillita”.

En esta caricatura se cruzan el Art Nouveau, presente en la tipografía del título, con el ochocentista en el dibujo. Es decir, que también actualiza, como en la nota culinaria, la tensión estilística y su efecto como enunciador escindido.

El destinatario puede ser un niño, por el trazo simple del dibujo y la fácil decodificación de las acciones, y un adulto, convocado desde un título en tipografía de vanguardia y desde una temática social, el hombre o la mujer de sectores medios con sensibilidad social que condena o censura determinadas conductas de sus semejantes de clase.

El conjunto de la tira actualiza el tópico del juicio moral, sea en el mundo privado o en el público, de un observador de las relaciones sociales que censura y condena el egoísmo del poderoso o “acomodado” frente al débil, desprotegido o pobre, es decir, de la urgencia por buscar el equilibrio en la distribución de la riqueza entre esos actores sociales, lo que unas décadas más tarde pasará a llamarse la necesidad de justicia social entre las clases y sectores sociales.

En el relato costumbrista

*PBT*, en sus dos primeros años de vida, solía incluir cuentos de una página de extensión. Uno de ellos, titulado “¡Scaooooo frisquitoooo!...”, y firmado por Giuseppe Di Papanova (año II, N° 41, 1-7-1905, pág. 50), tiene como protagonista a un vendedor ambulante de pescado, de aparente origen extranjero, inferido por el empleo de un español contaminado por otra lengua, la italiana, y que popularmente se denominó *cocoliche*.

El texto consiste en la narración de la discusión que tiene el vendedor de pescado con el servicio doméstico de una casa de clase media. Cuando el vendedor camina por la calle ofreciendo sus productos a viva voz, una de las mucamas lo llama y le reprocha el haberle vendido un pescado en mal estado el día anterior. El vendedor se enoja, discute con la mucama y se va. Al día siguiente, vuelve a pasar por la misma calle y esta vez es “la señora del doctor Simonelli” la que lo llama y le pregunta por la pelea con la cocinera. El pescador, con algo de pudor, le explica que él no tuvo la culpa de la descomposición del pescado, que todo se debió a que la cocinera, y su hija, están distraídas, cuando él pasa, hablando y besándose con otros vendedores y que, cuando finalmente le compran, él les entrega el pescado que sobró de su recorrida. Y con eso cree justificado que el producto no fuera fresco.

La tipografía es simple y el texto está ilustrado con un dibujo en el ángulo superior izquierdo, debajo del título. El trazo es simple, con sombras y escala de grises y una baja definición de los rostros. La imagen congela un momento de la escena.

El narrador es omnisciente, en tercera persona, en pasado y aparece en tres párrafos, los que ayudan a hacer más inteligible la historia. Los personajes están representados a través de diálogos, en los que se oponen el *cocoliche* del protagonista, el castellano popular del servicio doméstico y el castellano culto de la empleadora.

Por el modo en que se va desarrollando la historia, el relato va generando suspenso pues el motivo del entredicho se explica al final, en boca de uno de los personajes, el pescador.

La comida, el pescado, juega el papel del *motivo del conflicto* pues es la causa del desacuerdo en la historia, a través de uno de los atributos particulares de este alimento, un pejerrey: el de la frescura/descomposición de los productos distribuidos en vía pública, a través de la venta ambulante. Esta oposición entre la frescura y la descomposición se articula con la preferencia cultural por el estado de los alimentos y con su forma de distribución. Alrededor de este rasgo cultural se despliega la historia y su particular representación de tipos sociales, propios del relato costumbrista de la época: el vendedor ambulante, extranjero, cargado con *el estigma* de la avaricia, con un lenguaje que se toma como objeto de risa o de ridículo; la mucama, criolla, enamoradiza, desconfiada y envidiosa del extranjero; la señora de la casa, representante del sector medio-alto, que se ubica por encima de los prejuicios, y otros tipos, puestos en boca del protagonista, como el “güevero” y el dependiente de almacén, que no tienen un papel destacado en este relato.

En otro relato, más grotesco que costumbrista, la comida hace de *agente descendiente* de la trama más que de nudo del conflicto. Se trata de otro texto de una página, titulado “Destripado” (año II, N° 41, 1-7-1905, pág. 70), firmado por Tartarín, con dibujo de Castro Rivera. En este caso, la comida provoca una indigestión que, a su vez, produce un estado cataléptico en el personaje que la ingirió, lo que llevó a un malentendido que pudo ser fatal, pero que se resolvió en el marco del tono grotesco de la historia.

La trama consiste en un grupo de amigos, médicos, que formaron una asociación llamada “*Club de autopsia mutua*”<sup>37</sup> y acababan de admitir como miembro a Gedeón Panzudo, “gran comedor y gran bebedor”. Este personaje sufre una indigestión con trufas y, aparentemente, muere. Los miembros del club se disponen a la autopsia y, cuando ya le habían extirpado los intestinos, el personaje “se despertó”. Al advertir que le faltaban sus intestinos pidió que se los restituyeran, pero eso era imposible porque ya habían sido “arrojados al excusado”. Entonces, uno de los miembros más destacados del “club”, el “ilustre doctor Bisturikoff” le ofrece su nuevo invento: un “aparato intestinal completo, de caucho, que le servirá aún mejor que el propio (...) porque no tendrá dolores de barriga y no correrá el peligro de engordar”. Gedeón Panzudo, resignado, acepta y poco después continúa con su costumbre de comer y beber en cantidades desmesuradas. Pero, un día sufre un accidente, esta vez automovilístico, que lo decapita. Los miembros del “club” consultan al mismo doctor, pero este se disculpa: “Agradezco el honoroso encargo; pero sesos de caucho... ¡no los he inventado todavía!”, con lo que concluye el relato.

Es fácil advertir el tono no solo grotesco y absurdo sino *hiperbólico* del texto lingüístico que contrasta con el dibujo que lo ilustra. El dibujo ilustra el momento de la

---

<sup>37</sup> En cursiva en el original.

autopsia, aunque solo se ven a cuatro hombres, uno en cama, pero sentado. Se trata de una imagen simple, en escala de grises, con sombras, buena definición de los rostros y baja de los otros elementos y del fondo. Se advierte el movimiento, muy leve, de los personajes a través de la traza de líneas alrededor de los cuerpos. El estilo responde a la representación de la profesión médica-quirúrgica del siglo XIX.

En este relato no es la comida como alimento o producto sino *el exceso de su ingestión* lo que hace de disparador. Se mencionan “trufas” y “café” siendo el consumo excesivo de las primeras lo que provoca el desenlace pues no llega a consumir el segundo.

Por otro lado, lo que contribuye al humor del relato son los nombres de los personajes que caracterizan el rasgo central de los individuos y, a la vez, los ridiculizan: Panzudo, doctor Matalón y doctor Bisturikoff. Y también desde el título, “Destripado”, se anticipa el carácter popular del texto, mientras que la tipografía, redonda, casi circular, de letras negras con bordes blancos, nunca se incluía en las secciones referidas a hechos no ficcionales y parecía estar reservada al humor.

Finalmente, ambos relatos, con sus diferencias, son indicadores de cómo se construían los lugares comunes, estereotipos y hasta estigmas<sup>38</sup> de la época, pero también de la tematización del *gusto*, como juicio, y del *sabor* atribuido a los alimentos, en el primer relato.

## Conclusiones

A lo largo del análisis se pudieron observar, por un lado, los rasgos dominantes de *PBT* y, por otro, la representación de la comida y la bebida en este semanario.

*PBT* era una publicación que se ofrecía a múltiples lecturas y construcciones enunciativas a través de la variedad de textos: crónicas, relatos, caricaturas, notas culinarias, la página institucional, además de otras secciones como “Pebetes de antaño”, “Teatro” y “Casino”, no privilegiadas en este trabajo.

El análisis permitió constatar uno de los efectos enunciativos centrales a través de la descripción de la tensión entre los dos estilos gráficos, el ochocentismo y el Art Nouveau. *PBT* se construía como *un enunciador conservador y rupturista a la vez*.

También se definía como un texto de información y opinión, de crítica con humor, parodia, sátira y, sobre todo, ironía.

Otro de los rasgos que definen el estilo de este semanario es el privilegio del mundo público, no del privado. Los textos e imágenes dan cuenta de la vida pública, no del orden privado.

---

<sup>38</sup> Ver Goffman, [1963] 1998, para la noción de *estigma*.

Al analizar por secciones se pudo apreciar la particularidad de una de ellas en comparación con el resto. “La semana a través del objetivo” presentaba rasgos que ayudaron a dar cuenta de algunas características peculiares, pero también de ciertas naturalizaciones.

Por un lado, el tipo de edición provocaba una ruptura entre texto y fotografías. Es decir, que se trataba de un recorrido de lectura que rompía con el de otras secciones en las que texto e imágenes no presentaban este tipo de edición sino que ambos se encontraban en la misma página, uno a continuación del otro. Esto construía un lector interesado en toda la información de la sección y no de un hecho particular.

Por otro lado, las funciones de *anclaje* y *relevo* se repartían entre texto verbal, dibujo y fotografía, quedando para esta la segunda, haciéndose cargo de la primera la palabra, aunque también la ilustración *a mano* -en las caricaturas. En la sección mencionada, el epígrafe era crucial para hacer inteligible el sentido de la fotografía.

En relación con las imágenes también se pudo observar que la *acción* estaba reservada al dibujo, mientras que la fotografía actualizaba pocas *instantáneas*<sup>39</sup>. En general, se trataba de fotos de *pose*<sup>40</sup>. ¿Tendrá relación con un poder expresivo -no en el sentido del *expresionismo* en las artes plásticas- atribuido al dibujo como supuestamente superior en comparación con la fotografía (Gombrich, op. cit.)? El dibujo, la ilustración *a pluma*, sería mejor *resaltador* de determinados rasgos que se pretenden *exagerar* frente al efecto *de copia* del referente atribuido a la fotografía que, por sí, no cambiaría, y por lo tanto, no exageraría, las características de un rostro. Un cuerpo debería ser previamente transformado, o desfigurado, para lograr determinado efecto, cómico o no, en el caso de una imagen fotográfica. Es decir, que se trata de una diferencia relacionada con la sustancia de la expresión (Hjlemslev, [1941] 1971: 76), consecuencia directa del dispositivo técnico (Schaeffer, op. cit.), y no de los objetos representados, ni tampoco de los géneros de la imagen. Es decir, que el juicio que hacía un semanario satírico sobre qué lenguaje visual era mejor para el sarcasmo dependía de la consciencia sobre esta diferencia radical entre dispositivos técnicos y sus efectos.

Por supuesto que también dependía de una concepción de la imagen y, con ella, del arte. En ese entonces, a la fotografía se le reservaba, en los medios masivos, el papel de *reproducción de la naturaleza*, rol que arrastraba desde su invención en el siglo anterior, incluso con el daguerrotipo (Benjamin, [1935] 1982] 2004).

Pero las imágenes de banquetes, reuniones y brindis abren otros interrogantes. En toda la serie de representaciones de banquetes se puede observar otra constante: la emoción o el sentimiento supuesto del momento está contenido u obturado. ¿Por la

---

<sup>39</sup> O *estados de hecho*, que actualizan, en esos casos, la *dinámica receptiva* del *testimonio*. Ver Schaeffer, op. cit.: 52-56.

<sup>40</sup> O *entidades* que actualizan la de *dinámica* de la *presentación*. Ibídem.

pose? ¿Por temor al defecto en la expresión ante un dispositivo como el fotográfico? ¿O por un simple rasgo de época en la pose?

Pero, además, ¿por qué no hay detalles, en palabras y en fotografías, de otros elementos sino planos medios, de conjunto, mientras que los primeros planos quedaron restringidos a los retratos?

El retrato como género quedó reservado al signo fotográfico ya en el siglo XIX cuando el nuevo dispositivo “lleva a abolir la alta posición profesional de los retratistas en miniatura (...) Las primeras fotografías eran artísticamente superiores a los retratos en miniatura (...) Tal superioridad artística se explica también socialmente por la circunstancia de que los primeros fotógrafos estaban en una posición de avanzada que compartían con la mayor parte de su clientela” (Benjamin, op. cit.: 112). Los semanarios ilustrados no podían dejar de confiar, entonces, en este dispositivo para los pequeños retratos. Además, se confiaba la *fidelidad* de la fotografía al referente en oposición a la ilustración, que solo podía retratar si la intención era, justamente, no ser fiel a los rasgos físicos del rostro del retratado: “Así se confían ciertos descubrimientos, por vez primera, al objetivo. Su significado es tanto mayor cuanto se hace más cuestionable el impacto subjetivo en la información pictórica y gráfica, como resultado de las nuevas realidades técnicas y sociales” (Benjamin, [1935] 1982] 1986: 129).

Esta diferenciación se puede hacer extensible a otros géneros de la imagen. Según Walter Benjamin, “la fotografía (...) extiende, desde mediados de siglo (XIX), enormemente, el ámbito de la industria de consumo, en cuanto lanza al mercado, sin limitaciones, figuras, paisajes, acontecimientos, que nunca habían tenido valor, o que solo valían como imágenes para un cliente” (Ibídem). “Para aumentar las ventas, la fotografía renovó sus temas modificando la técnica de las tomas según las modas. Estas modificaciones determinan su historia posterior” (Benjamin, [1935] 1982] 2004: 113). Nuevamente, las revistas ilustradas no podían quedar al margen de este proceso desde el momento que se proponían como uno de los lugares de manifestación de las novedades técnicas y discursivas.

Por otra parte, cabe otra pregunta en relación con lo que podemos llamar el género de *la fotografía de evento social*. Si la fotografía, como composición, sigue alguna tradición pictórica, al menos en ese entonces, este género fotográfico sería continuador de algún género pictórico: individuos reunidos para comer, beber y celebrar, mostrando y mostrándose en el evento o circunstancia social, exhibiendo sus cuerpos, rostros y *el instante previo a la ingesta*. Precisamente, el punto central es que *nunca se posa ingiriendo comida ni bebida*. Se muestra la copa en la mano, como índice inequívoco de que es *un momento determinado* de un banquete, *el brindis*, pero nunca en los labios, nunca ingiriendo, lo que excluye de la fotografía social de evento -del banquete o del pic-nic- *la práctica del comer* y, con ella, la de *la degustación* -no estamos hablando de la degustación profesional sino de aquella más informal incluida en la práctica social del comer-. Es decir, parece que *la ingesta, la deglución, en sí no era exhibible*, el individuo no podía mostrarse introduciendo alimentos en la boca o masticándolos. *No*

*era representable ese instante*. Porque, si bien es cierto que la velocidad de impresión de las películas de la época podía producir efectos de desfiguración del rostro si había algún movimiento, con el efecto de ridiculización que se le agregaría, ya hacía bastante tiempo que era posible *congelar* el desplazamiento de los objetos, como lo prueban las fotografías de caballos al galope en 1872 (Gombrich, op. cit.: 27-29). Además, en la misma sección hay “instantáneas” de procesiones, de un novio firmando un acta de matrimonio y hasta de un combate de boxeo, si bien con planos largos lo que relativiza la velocidad del movimiento. Es decir, *esta* pose parece remitir más a una costumbre que a una restricción del dispositivo técnico, que no necesariamente todos los individuos conocerían, por otra parte. Parece responder a una suerte de “respeto” por el momento, por la ceremonia del brindis, por la solemnidad que debía acompañarlo. Como un rito que debe ser respetado, como una costumbre que debe preservar las normas de un ritual. Posiblemente, esta modalidad de composición de la *fotografía de banquete* ya estaría *internalizada* en los actores participantes de ella, fotógrafos y sujetos retratados, a comienzos del siglo XX. Es decir, que sería vivida como la manera *natural* de posar frente al objetivo en ocasión de un brindis. Aun hoy es una modalidad practicada, corriente, de posar frente a la cámara con una copa en la mano, aunque con la introducción de otra gestualidad y distensión de los individuos, es decir, hay otros permisos. Sin duda, cambió la regla referida al gesto que hay que ofrecer en una reunión, almuerzo o cena social, como se denomina ahora a un banquete. Pero, en ese entonces, el cuerpo tenía otras restricciones para exhibirse, su representación, al momento de comer y beber, estaba atravesada por otros *mitos*<sup>41</sup>. La práctica del comer y del beber y su relación con el acontecimiento social, público, del banquete y del brindis *se significaba así* para el instante de su representación.

## Bibliografía

Barthes, R., ([1957] 1970), “El mito hoy”, en *Mitologías*, México, Siglo XXI, 1994, pp. 199-257, traducción de Héctor Schmucler (10ª ed., título original: *Mythologies*).

\_\_\_\_\_: ([1964] 1982), “Retórica de la imagen”, en *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*, Barcelona, Paidós, 1995, pp. 29-47, traducción de C. Fernández Medrano (2ª ed. título original: *L’obvie et l’obtus. Essais critiques III*).

\_\_\_\_\_: (1980), *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*, Barcelona-Buenos Aires, Paidós, 1995, pp. 205, traducción de Joaquim Sala-Sanahuja (4ª ed., título original: *La cambre claire. Note sur la photographie*).

Benjamin, W. ([1935] 1982), “París, capital del siglo XIX. II Daguerre o los panoramas”, en *Sobre el programa de la filosofía futura y otros ensayos*.

---

<sup>41</sup> En el sentido de *mitologías*, o *ideologías*, que le dio Roland Barthes, como signos que se vuelven invisibles y se naturalizan, no se “sienten” como tales, como discursos sino como “lo que es naturalmente así”. Ver Barthes ([1957] 1970) 1994: 199-237.



Barcelona, Planeta-De Agostini, 1986, pp. 128-129, traducción de Roberto J. Vernengo (título original: *Illuminationen - Ausgewählte Schriften*).

\_\_\_\_\_ : ([1935] 1982), “Daguerre o los panoramas”, en *Sobre la fotografía*.

Valencia, Pre-Textos, 2004, pp. 111-113, edición y traducción: José Muñoz Millanes (título original: Daguerre oder die Panoramen, en *Das Passagen-Werk*, pp. 48-49).

Carlón, M., *Imagen de arte/imagen de información. Problemas actuales de la relación entre el arte y los medios*, Buenos Aires, Atuel, 1994, pp. 112, prólogo de Oscar Steimberg y de Oscar Traversa (Colección del Círculo Buenos Aires para el estudio de los lenguajes contemporáneos, 2).

Ford, A., “Literatura, crónica y periodismo”, en *Medios de comunicación y cultura popular*, Buenos Aires, Legasa, 1985, pp. 218-248.

Goffman, E. (1963), “Estigma e identidad social”, en *Estigma. La identidad deteriorada*, Buenos Aires, Amorrortu, 1998.

Gombrich, Sir Ernst H. ([1950] 1999), “27. Arte experimental. Primera mitad del siglo XX”, en *La historia del arte*, Buenos Aires, Sudamericana, 1999, pp. 557-597 (título original: *The Story of Art*).

Hjelmslev, L. (1941), “Expresión y contenido”, en *Prolegómenos a una teoría del lenguaje*, Madrid, Gredos, 1971, pp. 73-89.

Hobsbawm, E. (1987), “La transformación de las artes”, en *La era del imperio, 1875-1914*, Buenos Aires, Grupo Editorial Planeta/Crítica, 1998, pp. 229-251, traducción de Juan Faci Lacasta (2ª ed: 2001, título original: *The Age of Empire. 1875-1914*).

Jakobson, R. ([1960] 1963), “Lingüística y poética”, en *Ensayos de lingüística general*, Barcelona, Planeta-De Agostini, 1985, pp. 347-395.

*La Nación*: “El vino, una delicia de la Edad de Piedra”, Buenos Aires, 9-1-2004, pág. 11.

Luna, F., “1895-1904”, en *Soy Roca*, Buenos Aires, Sudamericana, 1989, pp. 301-367 (3ª ed. *Pocket*, junio de 2000).

Peirce, Charles Sanders (1965), “División de los signos” y “El ícono, índice y símbolos”, en *Obra lógico-semiótica*, Madrid, Taurus Ediciones, 1987, pp. 244-261 y 261-303, edición de Armando Sercovich y traducción de Ramón Alcalde.

Romano, E., “Signos de democratización política y de un nuevo régimen de lectura a partir de 1890”, *Silabario*, 2, Córdoba, septiembre de 1999, pp. 53-69.

Sánchez, A., “La prensa satírica”, en Horacio Vázquez Rial (c), *Buenos Aires 1880-1930. La capital de un imperio imaginario*, Madrid, Alianza Editorial, 1996, pp. 326-352.

Steimberg, O., “Proposiciones sobre el género”, en *Semiótica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares*, Buenos Aires, Atuel, 1993, pp. 37-84, prólogo de Oscar Traversa.

Steimberg, O. y Traversa, O., “Para una pequeña historia del lenguaje gráfico argentino”, en *Estilo de época y comunicación mediática*, Buenos Aires, Atuel, 1997, pp. 33-74, 1981.

Tassara, M., “Delegación metonímica o retórica”, inédito.

Traversa, Oscar: “La figuración del cuerpo en los medios: un modo de tratamiento” y “Los cuerpos que comen y beben”, en *Cuerpos de papel. Figuraciones del cuerpo en la prensa: 1918-1940*, Barcelona, Gedisa, 1997, pp. 17-36 y 139-165 (Colección El Mamífero Parlante, serie Mayor).

Verón, E., “Mercado y estrategias enunciativas”, en *Esto no es un libro*, Barcelona, Gedisa, 1999, pp. 95-97.