



# LECTORES DE *CARAS Y CARETAS* EN EL UMBRAL DE LA REPÚBLICA RADICAL

READERS OF *CARAS Y CARETAS* ON THE VERGE OF THE RADICAL REPUBLIC

**María Fabiola Di Mare**

[fdimare@gmail.com](mailto:fdimare@gmail.com)

<http://orcid.org/0000-0003-1995-8203>

Centro de Estudios en Historia | Comunicación | Periodismo | Medios (CEHICPEME)  
Facultad de Periodismo y Comunicación Social  
Universidad Nacional de La Plata  
Argentina

## RESUMEN

Se propone un análisis de la lectura y los lectores de la revista *Caras y Caretas* durante el año 1916, momento de cambios en el sistema electoral y político de Argentina, en tanto que en ese año se celebra la primera elección presidencial bajo la Ley Sáenz Peña. Se intenta establecer una interpretación de las representaciones que ofrece la revista sobre sus lectores, a objeto de indagar en sus ámbitos de recepción y prácticas de lectura. Roger Chartier (1995, 2005), Néstor García Canclini (1989) y Beatriz Sarlo (1988, 2011), son algunos de los autores que soportan teórica y metodológicamente este trabajo que se circunscribe a una amplia investigación en curso.

## PALABRAS CLAVE

lectura, lectores,  
periodismo, cultura popular.

## ABSTRACT

The article proposed an analysis of reading and readers of the magazine *Caras y Caretas* during the year 1916, moment of changes in the electoral and political system of Argentina because the country celebrated the first presidential election under the Sáenz Peña Law. The study tries to make an interpretation of the representations that the magazine offers its readers in order to investigate their areas of reception and reading practices. Roger Chartier (1995, 2005), Néstor García Canclini (1989) y Beatriz Sarlo (1988, 2011) are some of the authors who support this work theoretically and methodologically that is all around extensive research in progress.

## KEYWORDS

reading, readers,  
journalism, popular culture.

RECIBIDO

11 | 12 | 2015

ACEPTADO

02 | 03 | 2016

# LECTORES DE CARAS Y CARETAS EN EL UMBRAL DE LA REPÚBLICA RADICAL

Por **María Fabiola Di Mare**

En las dos primeras décadas del siglo XX se sucedieron cambios relevantes que impactaron en la estructura social y los estilos de vida de la población que habitaba el litoral argentino, particularmente en la ciudad de Buenos Aires y sus zonas periféricas. Estas transformaciones fueron la síntesis del auge civilizatorio y el afianzamiento del orden liberal que, al calco de Europa y Estados Unidos, promovieron las élites dominantes desde la centuria anterior.

Entre 1880 y 1916 se observó un vertiginoso crecimiento económico en el país a partir de la riqueza que generó el modelo agroexportador. Por causas asociadas a esta bonanza, en las dos décadas previas a 1900 se produjo un auge inmigratorio procedente de Europa, principalmente de Italia y España.

Para el tercer Censo Nacional del periodo 1914, la población ascendió a 7.885.237 habitantes, lo que significó un crecimiento poblacional de 36,8% con respecto al segundo censo realizado en 1895. Del mismo modo, en 1914, 50,3% de la población nativa se ubicaba entre los 15 y 64 años, mientras que 87,4% de los extranjeros ocupaba este grupo etario. 21 de cada 100 personas vivía en Buenos Aires en ese momento (Germani, 1955).

A principios del siglo xx la migración predominó sobre el balance de nacimientos y defunciones. En este momento se registró uno de los más significativos indicadores de incremento poblacional de la historia argentina, con un puntaje de crecimiento de 2,3 para el periodo 1915-1935.

Entre 1915 y mediados de 1930 la migración neta de extranjeros por sí sola constituía cerca de la mitad del crecimiento demográfico de la capital. Ya en esa época la capital venía creciendo tanto que desde hacía unos años la población se iba extendiendo fuera de los límites administrativos de la ciudad (Lattes y Recchini, 1992: 182).

Este fenómeno trajo como consecuencia la aglomeración de una significativa masa de extranjeros en Buenos Aires y sus zonas aledañas. En ese sentido, el desarraigo de los nuevos pobladores tendrá como efecto la necesidad de hacer esfuerzos desde el estado y desde los sectores letrados para integrar a la masa inmigratoria. Adolfo Prieto (2006) indagó en torno a las formas literarias criollistas que circularon desde 1880 hasta 1910, con la intención de formar e integrar a un contingente de lectores en torno a una cultura, comunidad imaginada o idea espiritual común de lo nacional<sup>1</sup>. En esta labor tuvo un significativo papel la escolarización y la producción en masa de literatura de corte criollista, con el *Martín Fierro* como referente primordial.

De acuerdo con Prieto (2006), en 1910 el fenómeno de la literatura criollista se fue extinguiendo, al tiempo que vastos sectores se asimilaron a la sociedad y adoptaron pautas nuevas y por ende alejadas del estilo de vida campesino. Los hijos de los inmigrantes se fueron progresivamente integrando e incluso hicieron visible la movilidad social. Esto tuvo un impacto sobre lo escrito, en tanto que las nuevas narrativas hicieron representaciones de una generación asimilada a los cambios y a la vida urbana.

Para 1914, el paisaje urbano muestra el auge civilizatorio a partir de sus nuevos barrios, clubes deportivos, grandes edificaciones, medios de comunicación de masas, una red de transporte que abarca tranvías, subtes y colectivos. La idea de la ciudad como el espacio en el que se pueden alcanzar mejores posibilidades de existencia es un hecho que se demuestra con la movilidad social, mediante la conformación de los nuevos barrios y sus formas comunitarias de asociación u organización<sup>2</sup>.

La ciudad se fue convirtiendo en el escenario de una amplia oferta de bienes culturales que otrora estaban reservados a un reducido sector. Beatriz Sarlo (1988) señala que para 1914, Buenos Aires tiene 1.576.000 habitantes, lo que indica que ya era una ciudad cosmopolita desde el punto de vista de su población. Comentando sobre el estado social del periodo de entreguerras, la autora añade que

Los extranjeros, aunque ya no se agrupan mayoritariamente en el centro, como sucedía hasta principios del siglo xx, son visibles también allí. Por otra parte, sus hijos forman parte del contingente beneficiado por el aumento de la tasa de alfabetización y escolaridad; muchos comienzan el trabajoso camino del ascenso a través del capital y las inversiones simbólicas. Ingresan a las universidades o comienza a disputar lugares en el campo de la cultura y en las profesiones liberales (Sarlo, 1988: 18).

### CAMPO PERIODÍSTICO Y LECTORES

En el año 1916 hubo una amplia circulación de ideas, de crecimiento de la prensa masiva. Los diarios de mayor tiraje del momento fueron *La Prensa* (1869) y *La Nación* (1870)<sup>3</sup>, pero un número relevante de publicaciones también tenía su público lector, como *La Argentina* (1901), *El Nacional* (1907), el vespertino *El Diario* (1881), la publicación socialista *La Vanguardia* (1894), el conservador *La Razón* (1905) o el diario sensacionalista y popular *Crítica* (1913), entre otras publicaciones<sup>4</sup>. Esto indica que el mercado periodístico argentino se encontraba diversificado, con una alta oferta de información y una masa de lectores ávida de noticias.

Los medios que circulaban en el momento muestran el efecto que está produciendo el periodismo norteamericano, que le disputa la hegemonía al periodismo francés.

Las publicaciones periódicas comenzaron a mostrar una significativa profusión de avisos comerciales, variedad de informaciones, imágenes y fotografías a color y de gran tamaño, un servicio telegráfico organizado con corresponsales en Europa y América. Asimismo, el sector de la prensa ensayó diversas estrategias para desplegar la información y lograr circulación, lo cual le proporcionó popularidad entre los lectores<sup>5</sup>.

Para hacer un análisis de la lectura en estos años no se puede dejar de lado la coexistencia de dos ámbitos de lectura diferenciados: la cultura masiva o popular, que fue moldeando la prensa y los libros baratos, y la de círculos restringidos o eruditos. Esto produjo un campo de tensiones, en tanto que los intelectuales y la naciente industria periodística tenían que tomar en cuenta la ampliación del horizonte de escritura y lectura hacia públicos masivos. Esto les permitió ajustar sus discursos en medio de la problemática que se producía a partir de las exigencias del mercado y las nuevas sensibilidades que se buscaban incorporar.

En ese contexto, era necesaria la formación de unos modelos culturales específicos que estuviesen más allá de ser asimilados por márgenes estrechos de lectores. En efecto, la revista objeto de esta investigación, *Caras y Caretas*, fue pionera en cuanto a revistas populares y comerciales de amplio capital simbólico, fáciles de manejar por la versatilidad de su formato.

*Caras y Caretas* resaltó por su carácter de publicación ligada a lo popular y por ende a la masividad. Una prueba es que sus fundadores y primeros colaboradores provenían de sectores inmigrantes y de un sector profesional o medio en ebullición.

Desde su publicación por primera vez en Buenos Aires el 08 de octubre de 1898, no restringió su circulación a públicos especializados. Al contrario, fomentó la incorporación de un público más amplio. Se constituyó en una empresa periodística moderna, al estilo de Europa o Estados Unidos. Favoreció la profesionalización literaria en sus ámbitos de circulación y fue una de las primeras revistas de su época que pagó las colaboraciones de escritores, fotógrafos y dibujantes.

El semanario mantuvo un enfoque literario y de actualidad que se ajustaba al subtítulo de su portada durante sus primeros años: «Seminario festivo, literario, artístico y de actualidades». Gracias a los adelantos técnicos, la prensa en ese momento renovó su disposición visual. *Caras y Caretas* destacó por su acabado visual llamativo. Tuvo notoriedad en este aspecto como revista a color, que incluyó caricaturas y una profusión

de avisos comerciales en sus páginas desde su primer número en 1898. La publicación destacó por su carácter de semanario popular y masivo, además de que visibilizó el proceso de inmigración en esta nación, más aun tomando en cuenta que sus fundadores y primeros redactores eran inmigrantes europeos.

El hebdomadario se vincula con un proceso de modernización, democratización y de acceso a la cultura, que provoca un creciente interés por lo popular de parte de la naciente industria cultural argentina. En 1916 se palpaban los cambios sociales y políticos que se venían produciendo en el país, especialmente a partir de la reforma de la ley electoral en 1912, la cual posibilitó la ebullición de una nueva corriente de ideas y la conquista de la presidencia de la nación, por vía democrática, de un proyecto político que convocaba amplios sectores sociales: la Unión Cívica Radical.

Para el año 1916, se observa cómo la revista fue mejorando sus atributos visuales, en tanto mostraba una significativa cantidad de páginas en cada número, al tiempo que seguía explotando un acabado gráfico de alta calidad y llamativo para atraer lectores. Sus páginas muestran un permanente trabajo de experimentación en materia visual, que innovaba en cuanto a tipografías, colores e imágenes atractivas y de gran tamaño.

Cada ejemplar del semanario contaba para 1916 con un número de páginas que oscilaban entre 80 y 100, significativamente más de las que tuvo en su primera etapa. Una edición de 1898 contaba con no más de 30 páginas y para 1905 ya alcanzaba 75 páginas. El aumento de la superficie redaccional y publicitaria es un indicativo de que, a través del tiempo, fue incrementando significativamente su ámbito de recepción.

A excepción del ejemplar almanaque o de colección, de fecha 01 de enero de 1916, se visualizan en cada ejemplar secciones fijas: página del lector (por lo general la tercera página), sección de modas (dedicada primordialmente para el público femenino e infantil), páginas sociales, páginas literarias, sección de deportes, sección de relatos policiales, sección de historietas como las «Aventuras de Viruta y Chicharrón». A esto debe agregarse un contenido que oscila entre notas misceláneas y de actualidad, fragmentos humorísticos, crónicas, literatura variada, política europea (particularmente noticias sobre la Primera Guerra Mundial).

Para el año que abordamos, se observa cómo *Caras y Caretas* se ha convertido en un *magazine* al calco de las publicaciones norteamericanas de este estilo. Su formato, acabado visual, estructura textual y tipográfica en general, muestran a un medio que

ha definido su ámbito de circulación hacia un público con características distintivas y diferenciadas. Se trata de una masa de lectores que si bien está escolarizada y tiene acceso a un significativo número de actividades culturales, está al margen de los círculos letrados.

Romero y Gutiérrez (2007) refieren la existencia de un público con competencias lectoras, que al mismo tiempo intentaba ascender socialmente, o que al menos era participe de la movilidad social y trataba de apropiarse simbólicamente de unos bienes culturales (novelas o literatura popular, publicaciones periódicas, teatro, posteriormente cine, entre otras). Por supuesto, se trataba de una apropiación cultural desigual en la gama amplia de bienes culturales que la sociedad tiene<sup>6</sup>.

De tal manera que, era un público trabajador en puestos medios, profesionales universitarios, comerciantes, funcionarios de nivel bajo o medio, así como también un significativo grupo juvenil e infantil, además de femenino, que frecuentaba la lectura de *Caras y Caretas*. Esto se puede determinar a partir de las representaciones del lector que establece la revista en sus páginas<sup>7</sup>.

### IMAGINARIO NACIONAL

Desde los primeros números del año 1916, la publicación es favorable a la legitimidad del orden imperante. Una muestra de esto es la edición especial almanaque N° 900, publicada el 01 de enero de 1916, dedicada al Ejército y a la Armada, en la cual se observa un tratamiento que exalta la heroicidad de estos componentes militares. En llamativa presentación, como es costumbre en la publicación, este número cuenta con 128 páginas, un ejemplar más extenso en contraste con las 90 o 100 que se visualizan en las ediciones ordinarias.

En este número 900, la publicación destaca por su carácter de revista nacionalista, que otorga relevancia a los héroes y próceres de la Independencia, un recurso que podría estar al mismo tiempo estableciendo un parangón o ejerciendo una estrategia simbólica de desplazamiento de esos atributos a las autoridades militares del momento, los cuales figuran en fotografías y comentarios.

Se promueve una imagen unificada en lo político mediante la proyección del sector militar, que podría ir en correspondencia con el sostenimiento del régimen oligárquico y conservador. Se puede percibir con esto una muestra del interés de la revista en proyectar el orden de cosas existente, sin llegar a cuestionamientos de fondo. Se sugiere además un intento por mostrar la unidad nacional a través de un sector de alta importancia y sensibilidad para la estabilidad de la nación.

La idea de patria y de nación ha sido utilizada para cohesionar a los pueblos en un ideal común, a través del imaginario simbólico creado mediante próceres, fechas y acontecimientos notables. Es un ideal que se ha vinculado con el establecimiento del orden, la paz y el bienestar. Bien vale agregar que un elemento relevante para la nación tiene que ver con el recuerdo:

En cuestión de recuerdos nacionales más valen los duelos que los triunfos, pues ellos imponen deberes; piden esfuerzo en común. Una nación es, pues, una gran solidaridad constituida por el sentimiento de los sacrificios que se han hecho y de los que aún se está dispuesto a hacer (Renan, 1882: 65).

Benedict (1997) también refiere que la patria tiene un vínculo más fuerte, ligado a la sangre, a la familia. «Por la patria se muere y se vive», es un grito nacionalista recurrente. Patria y nación se relacionan estrechamente; este último autor conceptualiza la nación como «comunidad imaginada». Esa puesta en común o necesidad de unificar en un sentimiento nacional diversas voluntades justifica de parte de sus editores un número especial en torno a los héroes nacionales.

## POLÍTICA Y HUMOR

*Caras y Caretas* se caracterizó por ser un escenario de experimentación. Una prueba de ello es el cambio notorio de la portada en cada uno de los números semanales, cuya disposición tipográfica no imita a los números anteriores. Cada portada muestra el nombre de la publicación de diferente manera, con distinta tipografía, ubicación en la página y color; es decir, no hay una sola manera de presentar la revista, sino múltiples

posibilidades. Las imágenes de las tapas también muestran técnicas visuales distintas en cada número, como collage, pinturas, caricaturas. Se vislumbra el interés de parte de los editores por mostrar una publicación diferente o en permanente cambio cada semana, muy probablemente un signo de lo que quieren los lectores de ese momento: renovación, cambio, actualidad continua. Simbólicamente la revista otorga a sus lectores el valor de vivir la experiencia del presente y su fugacidad.

Por lo general, las tapas tienen relación con la actualidad política. La tendencia de la revista es editorializar en su portada, es decir, hacer alguna crítica, ironía o visibilizar algún rasgo de los personajes más destacados de la política. Mediante la sátira política y el humor cargado de sentido y de asociaciones con el contexto político, la revista establece sus posiciones políticas<sup>8</sup>. Si hay una caricatura en la tapa, el lector no necesitará hojearla para percibir la orientación de la revista. Esa es la intención primordial de sus editores al incorporar técnicas de relato que influyen sobre los hábitos de lectura.

El año 1916 es electoral. Un año clave para la política argentina, en tanto que las reglas electorales han cambiado y por primera vez se elegirá presidente de la república mediante la denominada Ley Sáenz Peña de 1912, que permitió el sufragio a través del padrón militar, reglamento reformado durante el mandato del presidente homónimo. Se trata de un año en el que se celebra un proceso comicial de carácter democrático, que permitirá a la población masculina mayor de 18 años votar en condiciones menos restrictivas con respecto a las elecciones anteriores<sup>9</sup>.

Este hecho inaugura la necesidad de los políticos de hacer campañas democráticas al estilo moderno, con lo cual tienen que ganar adeptos y favoritismo de parte del público para lograr captar votos. En la portada del ejemplar N.º 902, de fecha 15 de enero de 1916, la publicación dio cuenta de esto al representar a dos de los candidatos de la contienda, quienes se muestran en la postura de «pedir limosna», en referencia a los petitorios que tienen que hacer los aspirantes a la presidencia para inclinar la preferencia o voluntad de los votantes. La caricatura que dibuja a estos dos candidatos, Hipólito Yrigoyen y Lisandro de la Torre, establecen de manera distintiva las cualidades y características de cada uno.

A De La Torre se representa con traje elegante de smoking, paraguas y toda la indumentaria de un hombre de clase alta. Yrigoyen, por el contrario, se le dibuja de forma sobria, sin elegancia, como de hecho se le caracterizaba. Los detalles de la chaqueta sin abotonar podrían intentar reflejar una actitud o personalidad más abierta y franca

de parte del candidato radical, contraria al cuidado y lujo de la vestimenta del otro candidato. Y un detalle inconfundible agrega el caricaturista a esta representación: los sombreros de cada uno, elegante uno y de boina blanca el otro, signos inconfundibles de los dos partidos que representan, Partido Demócrata Progresista y Unión Cívica Radical. Ambos mantienen sus brazos extendidos y ruegan al «niño» que todavía es el año 1916, depositar en ellos la confianza para regir los destinos de la república. «El regalo del nuevo año. Si me molestan mucho se lo doy a otro», dice con ironía este jovencito, recordando con ello la posibilidad de que, quien no aparece representado en este cuadro caricaturesco, termine llevándose la presidencia: el candidato del ala más conservadora, el Partido Autonomista Nacional.

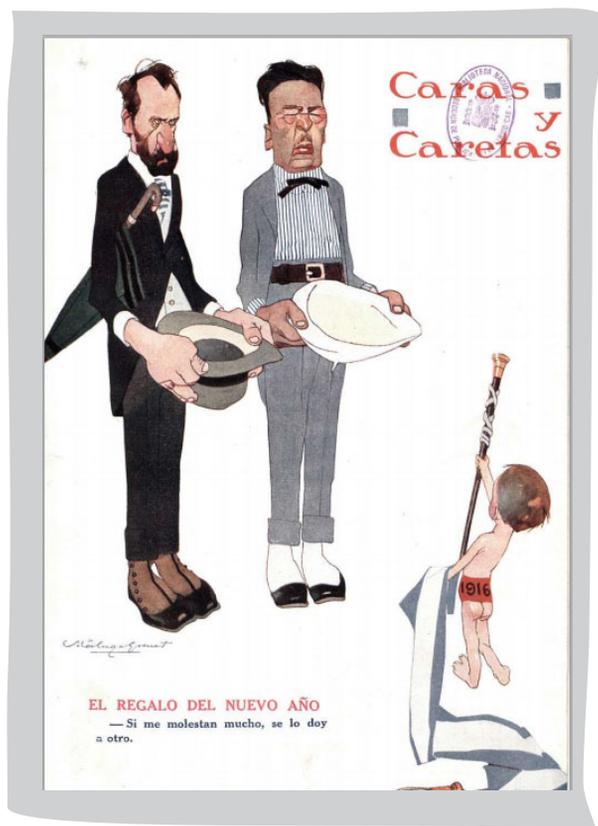


Imagen 1. Tapa del N° 902. *Caras y Caretas*. Fecha: 15/01/1916  
(Biblioteca Nacional de España).

Se mofa esta portada a estos dos candidatos a presidentes. Se les muestra en actitud de súplica hacia los votantes, quizás dando a entender la poca posibilidad que tendrían de alcanzar el triunfo. La imagen, sin necesidad de visibilizar, parece que resalta a quien falta en la ilustración.

Los temas relacionados a la contienda electoral presidencial son recurrentes en la revista. Vale la pena mirar la caricatura de la tapa del N.º 926 de fecha 1º de julio de 1916. En este mes sería proclamado Yrigoyen como presidente electo y la portada de este ejemplar está dedicada al tema. La revista abre con el título «La última moda», seguido de un texto que indica «aspecto de una calle bonaerense después del triunfo radical». En la ilustración se observa una calle bastante concurrida por personas que portan boinas blancas. Se interpreta que para la revista, están de moda las boinas blancas. Hay perros, niños, gentes de diverso fenotipo y edad, algunos en animosa charla. La concurrencia y aglomeración podrían indicar que se está ante la época de las «boinas blancas», en la que irrumpen las masas, trabajadores y sectores de clase media, de manera especial.

La opinión pública cuenta en la política y ya no sólo se discute en los conciliábulos o arreglos de grupos elitescos. Ese sería el logro de las luchas populares tanto del propio partido radical como de otros partidos que buscaban participar en las decisiones de la cosa pública. La idea de democracia y discusión política en la calle la maneja de manera particular *Caras y Caretas*.

Las boinas blancas, color simbólico de la Unión Cívica Radical, que refleja la transparencia y pulcritud que durante décadas pregonó este movimiento en aras de moralizar y sanear el ejercicio de la función pública. Al mismo tiempo, la caricatura en cuestión refleja una sociedad más plural, con hábitos urbanos y en plena efervescencia de sus sectores medios y populares que concurren al ágora pública y se interesan por lo que ocurre en el país. Es elocuente que entre las figuras dibujadas aparezca un niño pregonero, quien vende la prensa del día a los transeúntes, otra muestra del paisaje urbano cotidiano.

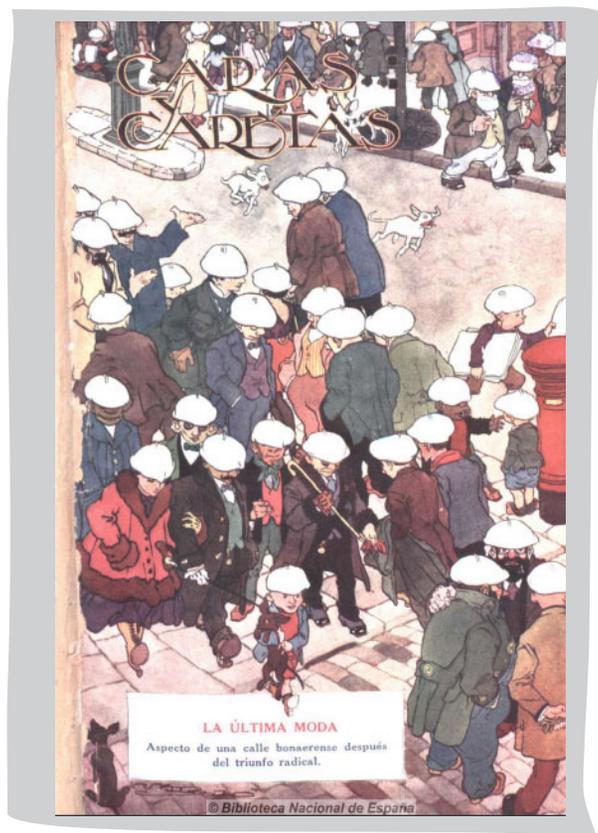


Imagen 2. Tapa del n° 926. *Caras y Caretas*. Fecha: 01/07/1916  
(Biblioteca Nacional de España).

### LECTORES, DISCIPLINA Y OCIO

La definición que la propia revista hizo acerca de sus lectores se puede comprobar en su estructura y composición gráfica. Su versatilidad y formato es un indicativo del tipo de lectura o relación que intentó establecer con sus lectores. El formato y facilidad para manejarla permite reconocer a un lector que se trasladaba en un medio de transporte y podía hojear sus páginas en colectivo o tren.

Para 1916, la revista mantiene una carga normativa y moralizante. La necesidad de inculcar valores que en muchos casos se relacionan con aspectos del catolicismo se puede observar en algunos textos de literatura, tanto para niños como para adultos. En el caso de la literatura infantil, este aspecto es bastante notorio. «Los pájaros que hablan», escrito por José Nogales, publicado en el número 906 del 12 de febrero de 1916, es un prototipo que ejemplifica esto. El cuento relata el engaño que el diablo intentó hacerle a un santo ermitaño que meditaba junto a una fuente. El diablo intentó tentar al ermitaño, vestido de viajero, comentándole que: «el hombre debiera ser para el diablo, pues si Dios lo creó, el diablo lo enmendó, rehizo y compuso, como es testigo el árbol del Bien y del Mal» (Nogales, 1916: 24). Como el anciano no dio crédito a las palabras del diablo, éste intentó engañarlo a través de aves parlantes que en bandada vinieron a saludarlo de manera socarrona. Frente al ardid del diablo, el ermitaño no cayó en tentaciones y a manera de moraleja el cuento finaliza bajo el argumento: «el buen pueblo no traga esos pájaros (...) No, a la cazuela no van los pájaros que hablan; loros, papagayos, cotorras, maricas, tordos parleros, cuervos voraces...Comer eso sería como engullir un grandísimo pecado» (Nogales, 1916: 24).

Es un cuento infantil, contiene una fuerte carga pedagógica y moralizante en torno a quienes se dejan engañar y pretenden desconocer la voluntad del dios cristiano. Este relato tiene similitud, incluso, con lo que podría ser una parábola bíblica. Convoca a mantener obediencia, calma y a no rebelarse frente al orden natural establecido. Vale la pena destacar que la página literaria está hecha a color y tiene en su ilustración al anciano del cuento en actitud de oración, mientras que las aves lo rodean. Detrás de un árbol está el diablo, quien ríe de sus astucias. Las alusiones al «bien y el mal», así como al árbol, evocan al mito cristiano de la creación.

Esta misma página infantil, presenta en su cuadrante inferior un poema de Amado Nervo, una de las figuras de la poesía moderna latinoamericana de esos años. El texto sostiene la temática tradicional que vincula a la mujer con la delicadeza, la pureza virginal o el sentimiento. Este tratamiento hacia el sujeto femenino tiene las influencias del romanticismo más sensiblero que se propagó en la poesía o en las novelas de folletín durante el siglo XIX, el cual asociaba a la mujer con belleza, flores, aves, virginidad, divinidad celestial, pureza, entre otras imágenes. A continuación se puede apreciar en el siguiente fragmento:

Esta niña, dulce y grave,  
tiene un largo cuello de ave,  
cuello lánguido y sutil,  
cuyo gálibo suave  
finge proa de una nave,  
de una nave de marfil (Nervo, 1916: 24).

Se percibe la relación tradicional entre mujer y sentimiento, que será constante en la publicación. Este tratamiento se observa tanto en la superficie redaccional como en la publicitaria, lo que indica que la exaltación de dicha imagen en torno a la mujer es aprovechada con fines crematísticos. La alegría, el candor y la juventud se representan simbólicamente con la imagen femenina, pero también la debilidad o el mal estado de salud.



Imágenes 3 y 4. Páginas publicitarias de *Caras y Caretas*. N° 926.

Fecha: 01/07/1916. (Biblioteca Nacional de España).

El tratamiento gráfico de la revista cumple un papel relevante para influir en las pautas o hábitos de lectura de sus públicos, tomando en consideración que los modos de vida vienen cambiando a partir de la efervescencia de un sector trabajador, profesional y comercial que cuenta con un tiempo escaso o limitado para el ocio (por lo general emplea el tiempo para leer diarios o revistas durante el trayecto de viaje en tranvía o colectivo). Este sector social necesita salir, al menos por momentos, del tedio cotidiano y zambullirse en la lectura liviana, descomprometida incluso, componentes psicológicos que ofrecen las caricaturas e historietas<sup>10</sup>.

La pose tranquila, educada y elegante de los hombres y mujeres retratados en la revista, introducen la noción de docilidad y disciplina, que vendrían a ser los elementos necesarios para forjar a una ciudadanía acorde con el mundo moderno. Ya ha explicado Foucault (2006) la importancia de la disciplina y la dominación del cuerpo en relación con los mecanismos de poder en una sociedad, de allí que la composición icónica de los cuerpos en la revista contribuye a proyectar la (re)significación de una sociedad en plena transformación.

*Caras y Caretas* muestra con regularidad imágenes de damas que lucían trajes acordes con la moda francesa. La tendencia hacia la pose y el exhibicionismo es un elemento a destacar en esta publicación, que se suma a la preocupación por el vestir, lo que explica porqué ha decidido establecer una sección fija sobre modas. Al igual que lo hicieron diversas publicaciones periódicas en el continente, las páginas del semanario manifiestan una especial preocupación por demostrar el uso de las modas y los adornos<sup>11</sup>. La urbanidad y la vestimenta eran dos elementos que posibilitan ampliar la base de lectoras femeninas, y por el otro, legitimar el proyecto nacional a través de la esfera doméstica, gracias al interés que los artículos de moda originaban en las lectoras.

La profusión de dibujos, imágenes, caricaturas e historietas que permanentemente publicaba *Caras y Caretas* perseguía el ajuste de los públicos hacia determinadas pautas o modelos o hacia la recepción de definidos productos culturales que llegasen fácilmente y sin mayor esfuerzo intelectual a un número amplio de lectores.

En cuanto a las imágenes, la revista dedica un espacio significativo de la superficie redaccional de cada semana la proyección de fotografías que destacan eventos sociales, competencias deportivas, o grupos de profesionales que se reciben de sus estudios universitarios. Llama la atención también las secciones dedicadas a proyectar lugares para veraneo o paseos familiares, lo que demuestra los cambios que están operando a

nivel de los nuevos hábitos y formas de vida de una clase media que también comparte los gustos y las formas recreativas que antes eran solo privilegio de la elite.

La idea que manejan los editores en torno a los lectores de *Caras y Caretas* se observa en la página que hacia éstos dedicó la revista en el año 1916. A principios de año, entre las primeras páginas de cada número, por lo general en la cuarta, la revista entregó el espacio para que los lectores se la apropiasen o la hiciesen suya con sus escritos e imágenes. Vendría a ser esta una página escrita por los lectores, atendiendo la convocatoria a un concurso de postales:

*Caras y Caretas* ha establecido un concurso permanente de colaboración popular, en el que podrán tomar parte todos los lectores. En esta página se insertarán las postales que, a juicio de la redacción, sean admisibles, abonándose por cada una de las que se publiquen cinco pesos. No se devuelven originales, ni se sostiene correspondencia referente a las mismas (1916: 4).

De esta forma, la publicación otorgó a los lectores un espacio para la expresión. Valga indicar que la correspondencia publicada ofreció algunos rasgos que son valiosos para seguir analizando a sus lectores. Se trata de textos breves, en su mayoría chistes o textos humorísticos, bastante livianos. A continuación se muestra uno de estos: «¡Tiene razón! -Papá, los aviadores, cuando mueren, ¿también van al cielo? -¡Ya están en el cielo! Es al revés; cuando mueren van derechos a la tierra. Francisco Cabré» (1916, 4). Son textos que intentaron establecer una complicidad o guiño con el lector. Se buscaba un vínculo cercano con los lectores, en tanto que estos chistes o textos aparecen firmados por quienes los remiten.

Son varias las secciones que incorporó la revista en su superficie redaccional para otorgarle espacios de expresión al lector. Vale mencionar el «consultorio de *Caras y Caretas*», que incluyó preguntas de los propios lectores y que contestaba la redacción. La novedad de esta sección es que un lector podía a su vez responder una de estas preguntas, lo que proyecta la idea de intercambio, cercanía y diálogo lector-lector y lectores-redactores.

El interés de los editores fue generar la identificación del lector con la revista y fomentar aún más la fidelidad mediante ese limitado espacio en el que sus lectores podían tener la oportunidad de ver publicados sus breves escritos, comentarios o preguntas. Es un aspecto innovador de la prensa en ese momento el tratar de hacer que el lector destaque, que se vea reflejado e incorporado como parte de la publicación.

Con frecuencia la publicación ofreció concursos para los lectores, como el «Concurso de sonetos a la memoria de Rubén Darío» que se convocaba a partir del número 918 de fecha 06 de mayo de 1916. Asimismo, para los niños hubo secciones enfocadas en una lectura más participativa, como el concurso de dibujos para colorear y enviar a la redacción del semanario durante todo el año 1916.

Para finalizar este trabajo, que en realidad es un adelanto de una investigación más amplia en curso, vale decir que *Caras y Caretas* va mostrando a partir de 1916 un giro en cuanto a lo popular, que apunta hacia el cosmopolitismo, la primacía de lo urbano, de la imagen y la actualidad, todo ello acorde con las transformaciones socioculturales que se venían gestando.

A partir del momento de democratización sociocultural que se vive, la lectura es una práctica generalizada en vastos sectores de la población familiarizados con las formas ligeras, livianas y entretenidas de la prensa masiva y eso lo entienden los editores de *Caras y Caretas*, que intentan innovar en cada número de la revista e incorporar estrategias novedosas para lograr fidelidad de parte de un público amplio.

Puede decirse que *Caras y Caretas* afianza en este momento su modelo de *magazine* de entretenimiento acompañado con alta calidad tecnológica en sus talleres de producción, dada las innovaciones constantes que se visibilizan en cada número. Sin embargo, se observa aún la recurrencia de textos y formas literarias que apelan a valores tradicionales de orden, disciplina, rectitud y apego a ciertos dogmas religiosos, como parte de las corrientes de pensamiento conservadoras que aún se mantenían firmes en la época.

Si bien trata temas relacionados con la política de la época, lo hace de una manera humorística, es decir, en lugar de hacer cuestionamientos directos que pudieran generar polémica, prefiere la crítica despreocupada e inteligente que se escuda en la jocosidad e ironía de la caricatura. En el manejo de la política, y por ende de la opinión, define su posición frente a las circunstancias del momento, pero sin llegar a involucrarse frontalmente con una tendencia en específico, conservando con ello la idea de independencia, un aspecto clave en un medio de comunicación que se precie de moderno. 

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, Benedict (1997). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México D. F.: Fondo de Cultura Económica.

BORRAT, Héctor (1989). *El periódico, actor político*. Barcelona: Gustavo Gili.

BOURDIEU, Pierre (2012). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Buenos Aires: Taurus.

CHARTIER, Roger (1992). *El mundo como representación*. Barcelona: Legasa.

FOUCAULT, Michel (2006). *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*. México D. F.: Siglo XXI.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1988). *Las culturas populares en el capitalismo*. México D. F.: Nueva Imagen.

GERMANI, Gino (1955). *Estructura social de la Argentina*. Buenos Aires: Raigal.

GUTIÉRREZ, Leandro y Romero, Luis A. (2007). *Sectores populares, cultura y política. Buenos Aires en la entreguerra*. Buenos Aires: Siglo XXI.

LATTES, Alfredo; RECCHINI DE L, Zulma (1992). «Auge y declinación de las migraciones en Buenos Aires». En Jorrat, Jorge; Sautu, Ruth (comps.). *Después de Germani. Exploraciones sobre estructura social de la Argentina*. Buenos Aires: Paidós.

LUNA, Félix (1988). *Yrigoyen*. Buenos Aires: Sudamericana.

HOROWITZ, Joel (2015). *El radicalismo y el movimiento popular (1916-1930)*. Buenos Aires: Edhasa.

NERVO, Amado (1916). «Esta niña dulce y grave». *Caras y Caretas* (N.º 906), p. 23.

NOGALES, José (1916). «Los perros que hablan». *Caras y Caretas* (N.º 906), p. 23.

PRIETO, Adolfo (1988). *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*. Buenos Aires: Sudamericana.

RENAN, Ernest (1882). «¿Qué es una nación?» En Fernández Bravo, Álvaro (comp.) (2000). *La invención de la nación. Lecturas de la identidad de Herder a Homi Bhabha*. Buenos Aires: Manantial.

SARLO, Beatriz (1985). *Una modernidad periférica: Buenos Aires, 1920 y 1930*. Buenos Aires: Nueva Visión.

STEIMBERG, Oscar (2013). *Leyendo historietas. Textos sobre relatos visuales y humor gráfico*. Buenos Aires: Eterna Cadencia.

SAÍTTA, Sylvia (2013). *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*. Buenos Aires: Siglo XXI.

## NOTAS

1 Bénédict Anderson (1997) aborda el problema de la nación como la construcción de una comunidad imaginada. La noción de lo nacional parte del establecimiento del capitalismo y con ello los avances técnicos de la imprenta, lo cual permitió forjar una identificación de la ciudadanía desde el papel impreso. Del mismo modo, la construcción de lo nacional se relaciona con el proyecto hegemónico de las clases dominantes de las sociedades capitalistas.

2 Luis Alberto Romero y Leandro Gutiérrez (2007) en su estudio sobre Buenos Aires en el periodo de entreguerras, analizan la conformación de asociaciones de fomento, clubes y organizaciones de cooperación o con fines recreativos en los nuevos barrios o lugares de residencia de un nuevo sector popular integrado a la vida urbana y reformista, distinto al sector mayoritariamente trabajador, contestatario y agitador de la primera década del siglo xx. Los autores exponen que la sociedad estaba proyectando una serie de cambios significativos que comprendían el ascenso de una clase social de sectores medios, –muchos formaban parte de la primera generación de hijos de inmigrantes– en su mayoría profesionales, artesanos, pequeños comerciantes e industriales, que pudieron adquirir viviendas, tener acceso a la educación y consumir productos culturales (teatro, cine), así como frecuentar lugares de ocio y entretenimiento que anteriormente un carácter de exclusividad para la oligarquía y la burguesía urbana.

3 *La Prensa*, fundada el 18 de octubre de 1869, es el diario de mayor circulación del país e incluso de toda Suramérica, con un tiraje diario de 160.000 ejemplares. Destaca también por la tecnología de impresión y edición. Del mismo modo, *La Nación*, que circula desde 1870, alcanzó a tener un tiraje por día de 100.000 ejemplares (Saitta, 2013).

4 Sylvia Saitta (2013) contabilizó para 1914 un total de 12 diarios y 353 publicaciones en Buenos Aires. En todo el país las publicaciones ascendían a 831.

5 En esta época destaca el diario *Crítica*, prototipo de publicación sensacionalista, que emplea novedosas estrategias para captar lectores y convertirse en un medio popular de referencia. Sylvia Saitta (2013) realizó una reconstrucción histórica del diario para dar cuenta de las distintas prácticas periodísticas y estrategias discursivas que tuvieron como fin atraer a un público amplio.

6 Néstor García Canclini (1989) indica que la cultura, como producción social de sentido, no puede estar ajena a las condiciones materiales. Es por ello que se parte de entender a la cultura popular como un ámbito diferenciado y desigual de cultura. Esto significa que dentro de la cultura popular hay tensiones con respecto a la cultura dominante, al tiempo que hay una producción y resignificación acorde con las condiciones de vida y de trabajo.

7 Tomamos el término representación a partir de Roger Chartier (2005), quien en sus análisis en torno a la historia de las prácticas de la lectura en la era moderna (siglos XVI-XVII), determinó que los textos son producidos también por la imaginación e interpretación del público lector. En referencia a la producción de los libros azules o populares en Francia, el autor expone que las estructuras mismas de estos textos están gobernadas por la forma de lectura que los editores creen ser aquella de la clientela que buscan conquistar. En ese sentido, la publicación es un reflejo o puede ser una representación del lector al que va dirigido.

8 Tomando como referencia a Héctor Borrat (1989), toda publicación periódica o medio de comunicación masivo, se caracteriza por ser un actor político con intereses particulares y empresariales definidos a través de su línea editorial, al servicio de sus objetivos: lucrar e influir.

9 Previo a 1912, el presidente se decidía mediante conciliábulos de los sectores oligárquicos. Además, se coaccionaba a los votantes y se sucedían todo tipo de vicios en el sistema electoral, con el fin de mantener el sistema político de la plutocracia que detentaba el poder económico y político del país.

10 Se comprende la problemática que puede generar calificar el grupo o sector social al que pertenecen los lectores de *Caras y Caretas* en 1916. Si se toma el concepto de «clase media» esto genera aún más confusiones dada la imprecisión que muestran los teóricos en su definición. Leandro Gutiérrez y Luis Alberto Romero (2007) prefieren esbozar el término «sectores populares», en tanto que más allá de sus condiciones materiales de producción, son sujetos que establecen unas prácticas y una experiencia común organizada en torno a las ocho horas libres.

11 Mayormente femeninos, pero sin dejar de lado la elegancia masculina.