



REVCOM. Revista científica de la red de carreras de
Comunicación Social

ISSN: 2451-7836

redcom.revcom@gmail.com

Universidad Nacional de La Plata

Argentina

Registro y sistematización de magazines (1912) Comparación entre los semanarios *PBT, Fray Mocho y Mundo Argentino*

Sánchez, Solange Daiana; Tarasiuk Ploc, Laura Ivana; Lenne, Valeria Aurora

Registro y sistematización de magazines (1912) Comparación entre los semanarios *PBT, Fray Mocho y Mundo Argentino*

REVCOM. Revista científica de la red de carreras de Comunicación Social, núm. 9, 2019

Universidad Nacional de La Plata, Argentina

DOI: <https://doi.org/10.24215/24517836e021>

Registro y sistematización de magazines (1912) Comparación entre los semanarios *PBT*, *Fray Mocho* y *Mundo Argentino*

Registro e sistematização de revistas (1912) Comparação entre o semanário *PBT*, *Fray Mocho* e *Mundo Argentino*

Solange Daiana Sánchez
Universidad Nacional de Lanús, Argentina
olisanchez22@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.24215/24517836e021>

Laura Ivana Tarasiuk Ploc
Universidad Nacional de Lanús, Argentina
litarasiukploc@unla.edu.ar

Recepción: 20 Junio 2019
Aprobación: 23 Septiembre 2019

Valeria Aurora Lenne
Universidad Nacional de Lanús, Argentina
val_abril@yahoo.com.ar

Recepción: 20 Junio 2019
Aprobación: 23 Septiembre 2019

RESUMEN:

El objetivo de este artículo es realizar una comparación entre los siguientes semanarios: *PBT*, *Fray Mocho* y *Mundo Argentino* del año 1912. Para poder realizar el análisis se necesitó fotografiar y digitalizar varias ediciones completas de los tres magazines en cuestión, ya que no se contaba con registro alguno. Se elaboró una guía de observación considerando las variables relevantes y, de esta forma, se analizaron bajo los mismos parámetros las tres revistas seleccionadas. Este trabajo forma parte del proyecto La forja de la empresa: Las industrias periodísticas en Buenos Aires entre el roquismo y la irrupción yrigoyenista (1904-1916), desarrollado en la Universidad Nacional de Lanús. Se pueden observar similitudes y coincidencias entre los tres semanarios analizados. Siendo en rasgos generales más semejantes las revistas *Fray Mocho* y *PBT*.

PALABRAS CLAVE: Magazine, historia de la prensa, diseño editorial, avisos publicitarios.

RESUMO:

O objetivo deste artigo é fazer uma comparação entre os seguintes jornais semanais: *PBT*, *Fray Mocho* e *Mundo Argentino* de 1912. Para realizar a análise, foi necessário fotografar e digitalizar várias edições completas das três revistas em questão, já que não havia registro delas. Foi elaborado um guia de observação considerando as variáveis relevantes, sendo assim analisados os três periódicos selecionados sob os mesmos parâmetros. Este trabalho faz parte do projeto A forja da empresa: As indústrias jornalísticas em Buenos Aires entre o roquismo e a irrupção yrigoyenista (1904-1916), desenvolvida na Universidade Nacional de Lanús. Semelhanças e coincidências podem ser observadas entre os três jornais analisados. As revistas *Fray Mocho* e *PBT* são mais semelhantes em aspectos gerais.

1. INTRODUCCIÓN

Hacia el siglo XX se observa en Argentina una notable disminución en la cantidad de periódicos publicados, en contraposición de un aumento significativo en las publicaciones de *magazines* ilustrados y revistas de intereses particulares; el caso pionero de este género periodístico en nuestro país fue la revista *Caras y Caretas* fundada en el año 1898 por el español Eustaquio Pellicer. Esta revista se constituyó como un fiel modelo de las formas modernas de periodismo estadounidense, cuyas publicaciones, orientadas a grandes públicos de sectores populares, proponía una variedad de contenido misceláneo, abundante material visual –fotografías y grabados– (Szir, 2013), como así también un bajo precio que permitía un mayor acceso de la población a material periodístico (Rogers, 2008).

A su vez, la tendencia viene acompañada de que:

diarios y revistas comenzaban a disputarse anunciantes y lectores, por lo que intentaban capitalizar las técnicas y formatos más aceptados. Esto explica la incorporación de ciertas formas narrativas (como el folletín) y una cambiante valoración de los materiales publicables, según los recursos técnicos de los que disponían (por ejemplo la capacidad de procesar e imprimir fotografías) y de la posición en el campo periodístico. Esta dinámica produjo transformaciones rápidas, diversidad, y paradójicamente, ciertas coincidencias, ya que diarios y revistas se copiaban unos a otros los recursos que garantizaban su prosperidad (Rogers, G., 2004, p.1).

Las revistas amenazaban con desplazar a los diarios, estos últimos intentaban mejorar las técnicas de impresión y aumentar su tirada (Ojeda, 2016). Solo permanecieron seis periódicos, los demás fueron desapareciendo, ya que si no lograban adaptarse rápidamente a los cambios y progresos, era difícil sobrevivir en un mercado ya competitivo.

En 1904, el diario *La Nación* deslumbró a todos dando a conocer una innovación decisiva para el periodo, la inclusión diaria del fotograbado mediante la máquina rotativa. Hasta el momento solo utilizaban esta técnica en sus Suplementos Ilustrados semanales, por los tiempos de impresión que demandaba, al igual que la revista más exitosa del momento *Caras y Caretas* que era la gran vidriera gráfica. Ésta se vio en peligro con la incorporación cotidiana de las fotos en los diarios, así es como necesitó de forma obligatoria adoptar cambios e innovaciones para no perder su exclusividad. Por su lado, el Suplemento Ilustrado se volvió literario, ya que su función la cumplía ahora el periódico de todos los días. Podemos observar que nos encontramos en un periodo técnicamente diferente, en donde ya pesan vigorosamente las agencias de noticias, de publicidad, los procedimientos gráficos, las radiocomunicaciones, entre otras innovaciones.

El presente trabajo forma parte del proyecto de investigación *La forja de la empresa: Las industrias periodísticas en Buenos Aires entre el roquismo y la irrupción yrigoyenista (1904-1916)*, dirigido por la Dra. Alejandra Ojeda, perteneciente a la Universidad Nacional de Lanús. Una de las líneas de abordaje que propone el proyecto es describir y analizar el modo en que se incorpora el diseño gráfico de prensa por páginas, que supera el armado tradicional por columnas y articula texto escrito, imagen, ornamento visual y publicidad en un todo coherente. Por lo tanto, este análisis propone una exploración, descripción y comparación de tres publicaciones semanales del año 1912, de gran tirada en nuestro país, considerando sus aspectos gráficos relevantes, orientando el análisis a sus aspectos de diseño editorial.

2. METODOLOGÍA UTILIZADA

A partir de los objetivos planteados, el presente trabajo tiene un enfoque teórico-metodológico cualitativo, siendo su abordaje exploratorio y descriptivo.

Los principales ejes que se tendrán en cuenta a la hora de analizar y comparar las publicaciones serán:

- Características de la edición: nombre del editor, tamaño de página, cantidad de páginas, cantidad de secciones.
- La reproducción técnica: páginas impresas con tinta color, uso de tintas especiales, uso de diferentes tipos de papel, entre otros aspectos.
- Diseño editorial: diseño de logotipo, tipografías utilizadas, empleo de portada interna, tipos de imágenes reproducidas –fotografías, grabados–, cambios significativos en ediciones festivas.
- Avisos publicitarios: integración con puesta en página, dimensión de los avisos, rubros más frecuentes, entre otros.

Estas variables constituyeron los puntos principales de análisis a partir de los cuales se elaboró una guía de observación, la cual se empleó de manera sistemática para los tres semanarios estudiados, sirviendo de base para la descripción de los mismos. A partir de este análisis, se construyó un cuadro comparativo que resumen los principales rasgos descriptos.

El corpus de revistas analizadas se constituyó por las siguientes revistas y sus correspondientes ediciones:

- *PBT*: 06/01/1912 – 25/05/1912 - 28/09/1912 – 28/12/1912
- *Fray Mocho*: 30/08/1912 y 27/12/1912
- *Mundo Argentino*: 03/01/1912 – 22/05/1912 - 18/09/1912 – 25/12/1912

El recorte temporal (año 1912) se debe a que es el año en el que *Caras y Caretas* sufre un nuevo conflicto en su staff, año en el cual se desprende *Fray Mocho* como nuevo *magazine* en el ámbito periodístico. En este año coincide la publicación de los tres semanarios seleccionados.

Para la elección de los números analizados se empleó un muestreo no aleatorio estratégico, definiendo que se observaría una edición por trimestre, en donde tanto en el primer como en el último trimestre se relevarían los números próximos al año nuevo y fin de año. En el segundo y tercer trimestre se buscarían ediciones próximas a fechas patrias, en el caso de que las hubiera. Dado que *Fray Mocho* comenzó a editarse en el mes de mayo de 1912, no existen números correspondientes al primer trimestre del año.

3. DESCRIPCIÓN DE LOS MAGAZINES

3.1 PBT, Semanario infantil ilustrado

3.1.1 LA EDICIÓN

La publicación *PBT* fue un *magazine* ilustrado que comenzó a editarse en septiembre del año 1904 y se extendió hasta 1918. Fue fundada por el periodista Eustaquio Pellicer, quien también dio origen a la popular *Caras y Caretas*.

Los números relevados y fotografiados íntegramente de este *magazine* corresponden al seis de enero, 25 de mayo, 28 de septiembre y 28 de diciembre del año 1912. A lo largo de este período, el diseño de la revista se presenta estable, casi sin alteraciones salvo en detalles del interior o en números especiales como el caso del Número 391, correspondiente a la edición del 25 de Mayo de 1912.

El semanario reunía en sus páginas una gran cantidad de material visual, tanto grabados como fotografías. Estas imágenes conviven con redacciones de interés general: noticias del ámbito nacional e internacional, juegos, cartas de lectores, poesías o relatos breves. Se observa que las imágenes cumplían una función referencial con el texto, o bien tenían un alto grado de independencia, llegando a conformar unidades desvinculadas de las notas periodísticas: es el caso de las tiras humorísticas, ilustraciones satíricas o retratos de personalidades destacadas.

Entre los redactores encontramos nombres como Alfredo Jouselin, José María Saloverría, Pacífico Otero, Santiago Dellegrí, entre otros. Varios textos no se encuentran firmados –especialmente los de notas de actualidad– y otros figuraban bajo seudónimos, tal como El del verde Gabán.

En cuanto a las ilustraciones, fue frecuente encontrar firmas en las mismas. Entre algunos nombres podemos mencionar a Rojas, quien ilustró las tapas, J. Olivella, S. Tolmo, Castro Rivera. Las fotografías no presentaban firma, como tampoco ninguna remisión hacia el fotógrafo que la hubiera tomado.

PBT fue un *magazine* de formato pequeño y de gran cantidad de páginas. De los números registrados, consta una cantidad entre 142 y 172 páginas, aproximadamente. El número del 28 de diciembre de 1912 fue el que mayor cantidad de páginas tuvo, con un total de 212 páginas, incluyendo pliegos a color en su interior. Generalmente las ediciones de fin de año solían tener mayor cantidad de páginas, como así también incluir almanaques ilustrados a color.

En cuanto a su estructura interna, presentó una gran cantidad de secciones diferentes –entre 15 y 19–, considerando que en ciertos números no se incluía alguna sección, aunque algunas se mantenían estables (imagen 1). Estas secciones presentaban información muy variada: con nombres tales como Lo que dice

el médico, Informes útiles, *Turf*, Chucherías, Sencillo y práctico, *Billar*, se observan contenidos que van desde consejos médicos, resultados de carreras del hipódromo, historias de calle, técnicas de juegos como el *billar*, entre otras. Cabe destacar que la publicación tenía una sección que aparecía en ciertos números, denominada La semana a través del objetivo, en la cual se presentaba una gran cantidad de fotografías a lo largo de aproximadamente 17 páginas. Esto demuestra una fuerte apuesta a la inclusión de material fotográfico en sus páginas, más allá de las fotografías que se presentan acompañando las notas periodísticas. La semana a través del objetivo carecía de texto, solamente hay epígrafes debajo de las fotografías. Con ellas mostraban aquello que había acontecido, solamente con imágenes, haciendo clara alusión, en el nombre de la sección, al objetivo de la cámara fotográfica al realizar las tomas.



IMAGEN 1
Selección fotográfica del magazine PBT

3.1.2 REPRODUCCIÓN TÉCNICA

La publicación se imprimía en tinta negra en su interior. Las tapas estaban impresas a color y las retiradas de tapa monocromáticas pero con tinta azul o marrón. En el número del 28 de diciembre de 1912 se incluyen en el interior pliegos a color, correspondientes a unos calendarios que la revista obsequiaba a sus lectores. Al mismo tiempo, en estos calendarios se observó un cambio en el tipo de papel. Era habitual que en el último número de cada año los *magazines* y periódicos hicieran una apuesta más fuerte desde lo técnico y gráfico en sus páginas, por tratarse de números especiales.

Las fotografías que incluía la publicación estaban presentes principalmente en las notas periodísticas y secciones de actualidad, dejando reservados los grabados e ilustraciones para las secciones con contenido literario y artístico.

3.1.3 DISEÑO EDITORIAL

El nombre de la revista hace alusión al vocablo *pebete*, que en lunfardo refiere a muchacho o niño. Es interesante la propuesta del logotipo, ya que reduce el vocablo a sus consonantes –*PBT*–, llegando a lo que conformará su identidad en todas las portadas de la revista. También cabe destacar que, para el logotipo, se utilizó una tipografía sin *serif*, lo cual no era habitual de observar en los periódicos y *magazines* de la época, que utilizaban principalmente tipografías más clásicas, o letras diseñadas especialmente para la publicación.

En el interior de la revista se empleó tipografía con *serif*, con un cambio de tipo y tamaño en los títulos de las notas periodísticas. Los títulos de las secciones estaban intervenidos, y cada uno de ellos remitía en algún aspecto al contenido informativo presentado en dicha sección.

PBT hace uso de una doble portada, es decir, al interior de la revista se observa una página que presenta un nuevo encabezado con su nombre (imagen 1). A partir de esta segunda portada, se comienzan a incluir los contenidos vinculados al ámbito literario y artístico.

En cuanto al tipo de imágenes utilizadas en las secciones, *PBT* hace uso tanto de fotografías como así también de grabados. Las fotografías cumplían una función de anclaje con el texto periodístico. Como se mencionó anteriormente, había una sección en donde se contaban novedades a través de las fotografías – La semana a través del objetivo– y en donde la imagen fotográfica adquiría un rol protagonista, con poca presencia de texto salvo en los epígrafes de las mismas.

En cambio, los grabados tenían funciones más variadas y amplias: en algunos casos, se utilizaban para demostrar procedimientos o ejemplificar situaciones; en otros casos, el grabado tenía entidad por sí mismo, abarcando la totalidad de la página e introduciendo una dimensión satírica y humorística que caracterizaba a la publicación. En este último caso, el uso de textos era casi inexistente.

En cuanto a los dibujantes, muchos grabados no se encontraban firmados, pero sí se identifican firmas en algunas ilustraciones, especialmente las que acompañan las secciones literarias o humorísticas.

3.1.4 AVISOS PUBLICITARIOS

Los avisos publicitarios fueron muy frecuentes en esta publicación. Al ser de formato pequeño, regularmente los avisos ocupaban la página completa o media página respectivamente (imagen 1). También se encontraron marcas que realizaron avisos publicitarios en doble página, principalmente aquellas tiendas que comercializaban productos de moda o *bazares*. Muchas de estas publicidades incluían precios. Los rubros de estas publicidades son heterogéneos, desde servicios como cocherías y funerarias, hasta venta de productos como cigarrillos, tiendas de ropa, joyerías y mueblerías.

3.2 FRAY MOCHO

3.2.1 LA EDICIÓN

La revista *Fray Mocho* nació el 13 de mayo de 1912. Su predecesora fue *Caras y Caretas*, un conocido semanario que se caracterizó por la sátira política, el humor y temas de actualidad, cuyo fundador fue Bartolomé Mitre Vedia (1845-1900).

Caras y Caretas tuvo como primer director a José Sixto Álvarez (1858-1903), narrador y periodista Argentino que, con el seudónimo *Fray Mocho*, popularizó la mayoría de sus relatos.

Este *magazine* se caracterizó por incluir en sus ediciones las innovaciones tecnológicas basadas en la reproducción fotomecánica que hacía posible una disponibilidad masiva de imágenes e ilustraciones, que se

encontraban junto con el texto en sus páginas. La novedad es que se había incorporado en lo periodístico la utilización variada de imágenes.

La revista *Fray Mocho*, cuyo nombre es un homenaje al primer director de *Caras y Caretas*, surgió debido a que el cuerpo de redactores, dibujantes, reporteros y fotógrafos se encontraban disconformes con la línea de trabajo a la que había derivado su predecesora y deciden fundar la nueva revista, para continuar la línea editorial que tuvo en su comienzo y hasta la muerte de José Sixto Álvarez.

Los redactores de la revista fueron Luis Pardo, quien fue ex jefe de redacción de *Caras y Caretas* y Félix Lima (1880-1943), escritor y periodista, mientras que el director fue el historiador y periodista Carlos Correa Luna (1874-1936).

Los Ilustradores de *Fray Mocho* fueron: José María Cao (1862-1918), el principal ilustrador de la revista y uno de sus fundadores; Mario Zavattaro (1876-1932), dibujante, caricaturista y pintor italiano que vivió y falleció en Argentina; y también participaban el ilustrador Luis Macaya (pintor, dibujante y caricaturista), Luis Mayol y Juan Peláez, dibujante y pintor español.

En cuanto a las fotografías, no solía aparecer el nombre del fotógrafo que las tomaba. El único que pudo rastrearse en los ejemplares vistos fue Mateo Bonin, quien se desempeñó como corresponsal de la revista, mientras que las pinturas que pudimos observar pertenecen a Mayol, Peláez y Friedrich (este último fue quien realizó la obra para la tapa de la edición del 25 de Mayo).

Los ejemplares del año 1912 que se analizaron para este trabajo varían aproximadamente entre 90 y 100 páginas, contando tapas y contratapas, y el formato es menor que el tamaño de una hoja A4 (21,0 x 29,7 cm).

En el interior, las secciones pueden variar entre 10 y 12 páginas, dependiendo de la edición, y las más destacadas son: Teatros, Casino, Notas femeninas, Menudencias, Correo sin estampilla, Páginas infantiles, *Sports*, Para el hogar, Los lutos y *Sinfonía*.

3.2.2 REPRODUCCIÓN TÉCNICA

La cantidad de páginas impresas en blanco y negro ronda alrededor de 95 a 115 (dependiendo de las ediciones).

Las páginas impresas a color son entre tres y cinco, ya que el color se utilizaba para las tapas, algunas publicidades, en el caso de alguna poesía con ilustración y también a veces en retiraciones de tapa (imagen 2).

En cuanto al soporte, se utilizó un papel de mayor gramaje sólo en las tapas y contratapas.

La tinta especial, dorada en este caso, se usó solamente en la tapa para conmemorar el 25 de Mayo.

3.2.3 DISEÑO EDITORIAL

La tipografía utilizada para el logotipo es mayúscula, con serif, y figura siempre en las tapas de la revista.

Respecto a la tipografía interior, se puede ver una fuente tipográfica con *serif* al igual que el logo, pero respetando mayúsculas y minúsculas cuando corresponde en cada texto. En algunos casos, con el fin de resaltar palabras o frases, se utilizan cursivas o la variante *bold*.

Los títulos de las secciones varían, tratándose de letras dibujadas que aluden al contenido de cada sección (imagen 2).

En todas las ediciones se puede observar gran cantidad de avisos publicitarios, muy pocos de doble página, ya que la mayoría son de una carilla entera, y el resto divide texto e imagen dentro de la misma carilla.

En cuanto a las tapas, siempre se jugaba con ironía y humor acerca de los momentos que se vivían en el contexto de la edición; en su mayoría son ilustraciones y tienen que ver con temas políticos por eso los personajes ilustrados son conocidos y pertenecientes al ámbito de la política. En las fechas especiales, como por ejemplo la de 25 de Mayo y la del 9 de Julio, se utilizó un tratamiento diferente (imagen 2). En la

correspondiente a la primera mencionada, se realizó una pintura en vez de una ilustración y se utilizó una terminación especial con tinta dorada y el nombre de la revista calado en el fondo. En la edición del 9 de Julio también se usó la pintura, la tapa es un retrato de San Martín y tiene textura; en este caso, el título de la edición se redujo para que el rostro del prócer ocupe toda la tapa (al igual que la fecha), ambos en la misma jerarquía y hacia un borde, al costado de la imagen que es lo predominante.

En el resto de las portadas, la composición es similar: una ilustración, el título de la revista en la parte superior, la fecha debajo del título en un tamaño tipográfico menor y, en general, debajo de la ilustración; si lo requería, había un diálogo que correspondía a la misma. En el caso de las contratapas, tienen publicidades en todos los casos.

En cuanto a las imágenes encontradas en las revistas, hay distintos tipos: fotografías, ilustraciones y pinturas (sólo en las dos últimas se encontraron huellas de autoría), a veces se podía llegar a encontrar algún grabado también. Las fotografías se utilizaban más que nada para noticias, mientras las ilustraciones se veían en portadas, humor, alguna noticia también y en publicidades. Las pinturas se usaban para las imágenes de poemas o poesías, o bien para alguna edición especial, en el diseño de tapa. Y, finalmente, los grabados se podían ver en alguna publicidad.



IMAGEN 2
Selección fotográfica del magazine Fray Mocho

3.2.4 AVISOS PUBLICITARIOS

Algunas publicidades se encuentran integradas en las páginas con el texto pero la mayoría se presentan a página completa, muchas veces se encuentran en las contratapas y otras distribuidas en el resto de la revista. En algunos casos tienen precios de los productos que venden las distintas marcas. Es una gran cantidad de productos y servicios que se publicitan, muchos de bebidas alcohólicas, tienda de ropa, automóviles y algunos también de electricidad, entre otros.

Son pocos los casos en los que hay algún sorteo que corresponde a productos de las publicidades.

3.3 MUNDO ARGENTINO, Semanario popular ilustrado

3.3.1 LA EDICIÓN

Uno de los grandes periodistas de la época fue Alberto M. Haynes, fundador de Mundo Argentino. La revista nació el siete de enero del 1911.

‘Tenemos que hacer revistas parecidas a la vida’, soñaba Alberto Haynes, hasta que en 1904, sin experiencia periodística, se convirtió en el editor de *El Hogar Argentino*, una publicación exitosa que fue el origen de una formidable editorial y que, con el tiempo, se convertiría en uno de los primeros multimédios, agrupando diarios, revistas y una cadena de radios (Ulanovsky, s. f., p.8).

Haynes era un inglés que llegó al país en 1887. En un principio, era empleado del ferrocarril y exportaba ganado, luego se asoció con una agencia de publicidad de Inglaterra y comenzó su actividad en el periodismo.

Como ya mencionamos, *El Hogar* fue su primer *magazine*, una revista para las familias argentinas; fue sucedida por varios proyectos, convirtiendo a esta pequeña editorial en una gran empresa de envergadura nacional e internacional.

Luego del éxito obtenido con *El Hogar*, llegó *Mundo Argentino* (1911). La que muchos años más tarde (1955) fue dirigida por Ernesto Sabato, famoso escritor de nuestro país.

Otras de sus revistas: *Mundo Deportivo*, *Sintonía*, *Tía Vicenta*, *Mundo Agrario*, *Mundo Rural*, *Don Goyo*, *Riqueza Argentina*, *PBT*, *Mundo Infantil*, *Mundo Peronista*.

La *Empresa Editorial Haynes* Limitada dejó una huella importante en nuestra historia periodística y cultural. Fue en 1971 cuando penosamente se remataron y demolieron sus emblemáticas instalaciones.

En cuanto a los redactores del *magazine* *Mundo Argentino*, encontramos a Julio Barcos, F. Ruqui, Felix Lima (Sección De recorrida), Julián Bernat, Carmen Pandolfini (Sección Charlas femeninas), Cruz Orellana (Sección Dialoguitos), Héctor Pedro Blomberg, Raymundo Echevarría, Dino Provenzal (Sección Para los niños), Constancio C. Vigil (Sección La semana).

En cuanto a las ilustraciones, fue recurrente encontrar firmas en las mismas. Entre algunos nombres podemos mencionar a G. Courtis, Torre, Manuel Redondo, Christello, Julio Málaga Grenet, Rojas.

En las fotografías suele aparecer por debajo, a la derecha, el nombre del fotógrafo, pudiendo reconocer a Carlos Merlino, Chandler, Zuretti Feorini, Bolzoni.

En fechas especiales (25 de Mayo, 9 de Julio), las tapas fueron protagonizadas por pinturas realizadas por el artista italiano Marchisio.

Es un *magazine* muy constante en su contenido, diseño y estructura; todos los ejemplares de 1912 constan de 24 páginas (contando tapa y contratapa), en un formato similar a una hoja A3, específicamente 28,5 x 39,5 cm.

En su interior, las secciones varían dependiendo el ejemplar pero suelen ser entre 10 y 14 secciones en cada uno. Las destacadas son: Gráfica extranjera, La semana, Charlas femeninas, Dialoguitos, Actualidad gráfica, Página amena, Tira cómica por..., Para los niños, Teatro y *Sports*.

3.3.2 REPRODUCCIÓN TÉCNICA

Estas publicaciones son monocromáticas en su totalidad, todas las páginas fueron impresas en tinta negra sobre hojas blancas.

Utilizan dos tipos de papel. Papel ilustración blanco, brillante y de bajo gramaje, usado en tapa, contratapa y dos hojas ubicadas siempre en el centro de la revista. Las otras hojas son papel obra blanco común, amarillento por el paso del tiempo.

El uso de fotografías coincide siempre con las hojas de papel ilustración, tapa y su retiración que contiene la sección Gráfica extranjera, las dos hojas centrales con la sección Actualidades gráficas, contratapa (publicidades) y su retiración que mayormente representan la sección de Teatro o *Music Hall*.

3.3.3 DISEÑO EDITORIAL

La tipografía utilizada en el Logotipo de la revista es muy gestual, *cursiva e itálica*. Probablemente fue diseñada específicamente para el logo de *Mundo Argentino*. En todas sus tapas se puede apreciar el logo ocupando gran parte del ancho de la publicación, ubicado arriba y centrado.

En cuanto a la tipografía del interior, observamos una fuente tipográfica con *serif*, clásica, imprenta minúscula en los textos y mayúscula en títulos, utilizando en estos la variante **bold**.

Todos los títulos de las secciones se desarrollan con una tipografía con *serif*, clásica, en imprenta mayúscula. El título está encerrado por un rectángulo y, de los laterales, salen dos líneas rectas paralelas (imagen 3).



IMAGEN 3

Selección fotográfica del magazine Mundo Argentino

Todos los ejemplares cuentan con muchos avisos, en diferentes tamaños.

En cuanto a las tapas, ninguno de ellos posee doble portada. Las imágenes son mayormente fotográficas, con excepción de tres casos donde encontramos pinturas, las cuales fueron usadas en ejemplares festivos con imágenes alusivas a las fechas. En estas publicaciones no encontramos cambios significativos, además de dicha diferencia en el tratamiento de la imagen de portada.

En el caso de las tapas que utilizan fotografías, en su mayoría son retratos de figuras importantes del momento (ingenieros, doctores, actrices, bailarinas, cantantes). En lo que respecta a su composición, el diseño es siempre similar, el logotipo ubicado arriba en gran tamaño seguido por una pequeña información (fecha, n° de ejemplar, costo), seguido por la imagen (fotografía o pintura) que ocupa gran porcentaje de la página. Por último, debajo de la misma, una línea de texto utilizada como referencia del contenido visual (imagen 3).

Las contratapas siempre contienen publicidades, las únicas que son a página completa.

Encontramos los siguientes tipos de imagen: fotografías, ilustraciones, pinturas, grabados. Las fotografías en las secciones, como mencionamos, Actualidad gráfica, Gráfica extranjera, donde se mostraban los sucesos actuales. Las ilustraciones como anclaje de relatos, en las tiras cómicas, en historias, etc. La mayoría de los grabados se observan en las publicidades y las pinturas en las portadas festivas.

Pudimos observar huellas de autoría en pinturas, ilustraciones y fotografías.

3.3.4 AVISOS PUBLICITARIOS

En todos los casos, las publicidades aparecen integradas en puesta en página, las únicas publicidades a página entera se ubican en la contratapa. Estos ejemplares no cuentan con avisos a doble página.

Variedad de productos y servicios eran promocionados en ellas. Muchas solían tener los precios, otras generaban sorteos y concursos. Hay marcas que publicitan en casi todos sus ejemplares, algunas siempre con el mismo diseño publicitario, otras lo varían.

4. ANÁLISIS COMPARATIVO

	FRAY MOCHO	MUNDO ARGENTINO	PBT
Ediciones relevadas	30/08/1912 - 27/12/1912	03/01/1912 - 22/05/1912 18/09/1912 - 25/12/1912	06/01/1912 - 25/05/1912 28/09/1912 - 28/12-1912
A EDICIÓN			
Fundador / Editor	Carlos Correa Luna	Empresa Haynes	Eustaquio Pellicer
Cantidad de páginas	100 aprox.	24	6 de enero: 146p 25 de mayo: 172p 28 de septiembre: 148p 28 de diciembre: 212p
Cantidad de secciones	10/12	10/14	15/19
B REPRODUCCIÓN TÉCNICA			
Cantidad de páginas impresas a 1 tinta (negro)	Entre 95 y 115 aprox.	24	Interior completo
Cantidad de páginas impresas a color (2 tintas o más)	Entre 3 y 5 (portadas, publicidades)	-	Tapa y contratapa a color Retiración de tapa y contratapa 1 color (no negro, varía en cada número)
Uso de tintas especiales (dorado, p.ej)	SI	NO	NO
Cambios de tipo de papel al interior (SI / NO, ¿Sección?)	NO	SI, SECCIÓN ACTUALIDAD GRÁFICA	NO
C DISEÑO EDITORIAL			
Doble portada	SI	NO	SI
Tipos de imagen	Fotografías, ilustraciones, pinturas y grabados	Fotografías, ilustraciones, pinturas y grabados	Fotografías, ilustraciones y grabados
Cambios significativos en ediciones festivas	SI	NO	SI
D AVISOS PUBLICITARIOS			
Integración de publicidad con puesta en página	SI	SI	SI
Presencia de publicidades a doble página	SI	NO	SI

Se pueden observar similitudes y coincidencias entre las tres revistas analizadas, siendo en rasgos generales más parecidas (edición, cantidad de páginas y composición) las revistas *Fray Mocho* y *PBT*. Podría atribuirse esta similitud al hecho de que ambas revistas comparten una raíz común del staff conformado con el semanario *Caras y Caretas*, convirtiéndose en un modelo para ambas. En cambio, *Mundo Argentino* es más disímil, las duplica en tamaño pero tiene reducida cantidad de páginas. *Fray Mocho* cuenta con una cantidad aproximada de 100 páginas, *PBT* supera esa cantidad y *Mundo Argentino* cuenta tan sólo con 24 páginas.

Los tres semanarios presentan una gran cantidad y diversidad de secciones y temáticas incluidas. Esto los perfila como publicaciones orientadas a sectores heterogéneos, dado que podían incluir información de actualidad, información de deportes como carreras hípicas, sección para mujeres y niños, pasatiempos, secciones de humor, contenido artístico, entre otras temáticas.

Las páginas impresas a color no eran tan frecuentes en las revistas de la época. Cuando se utilizaba, se hacía generalmente en tapas, contratapas, portadas, retiración de tapa y algunas publicidades. La impresión a color se encuentra en las revistas *Fray Mocho* y *PBT*, ya que *Mundo Argentino* sólo contaba con impresión en tinta negra. La única de estas revistas que utilizó una tinta especial fue *Fray Mocho* en la edición festiva del 25 de Mayo, con impresión tinta dorada en el fondo de la imagen. La revista *Mundo Argentino* utilizó otro tipo de papel para la sección de actualidad gráfica, mientras que *PBT* y *Fray Mocho* cambiaban de grosor en el papel, solamente para las tapas.

En cuanto al material fotográfico, los tres ejemplares lo utilizaron de forma frecuente, principalmente como anclaje de las noticias periodísticas. En algunos casos aparece el autor de las mismas, pero prevalecen más las fotografías sin huella de autoría.

La presencia de publicidades a doble página no era algo común, pero se pudieron observar en las ediciones de *PBT* y *Fray Mocho* algunas publicidades de casas importantes de indumentaria o muebles. En las revistas *PBT* y *Mundo Argentino* hay mayor cantidad de publicidades que en las ediciones de *Fray Mocho*, pero en las tres revistas encontramos avisos con los precios incluidos y algunos con novedosos sorteos y concursos. Las marcas que más publicitaban en esa época eran de bebidas alcohólicas y aperitivos, indumentaria, cigarrillos, automóviles, mueblerías, extracto de malta, fonógrafos, lámparas, entre otras.

Se puede extraer de lo analizado que las ediciones contaban con varios avances para la época en material gráfico, como algunos ya mencionados: uso de tintas especiales, dobles páginas para algunas publicidades, predominante uso de la imagen como soporte de texto o acompañando al mismo. También se pudo observar, en algunos casos, en publicidades o bien en los nombres de las secciones en el caso de *Fray Mocho* y *PBT*, el juego y la experimentación en cuanto a letra dibujada. Se usaba letra junto con imagen en un todo formando el título que tuviera que ver con el contenido.

En cuanto a las publicidades y los roles que se reflejaban en las mismas, se pudo notar que en las que promocionaban bebidas alcohólicas, o bien el protagonista era un hombre que tenía una copa/botella de vino o aperitivo que iba a consumir, o en el caso de que estuviese presente una mujer solía ser la camarera que invitaba a tomar la bebida. Se distinguía mucho la diferencia de roles entre géneros. Muy pocas veces se rompía con esta estructura. Una publicidad que captó nuestra atención, justamente por romper con lo establecido, pertenece a la marca Fernet Branca. En ella se visualizan dos jóvenes de espalda tomados de la mano, la única diferencia entre ellos es el color de sus pantalones, en la parte superior está ubicada la botella de Fernet con una leyenda.

5. CONCLUSIÓN

En base a los ejemplares de las revistas encontrados en la Biblioteca Nacional de La Plata, establecimos ejes comparativos que nos permitieron analizar las similitudes y diferencias encontradas en las distintas secciones y contenido de las mismas. Gracias a ese amplio y rico material hemos podido registrar y comparar las ediciones.

Esta exploración nos permitió un primer acercamiento a las tres revistas, las cuales tienen orígenes y trayectorias diversas. Sin embargo, las tres se localizan históricamente en el primer decenio del siglo XX, época en la cual los *magazines* como género periodístico comienzan a desarrollarse y expandirse en Argentina.

En el análisis dimos cuenta, entre otras cosas, de las técnicas de representación e impresión utilizadas en la época, las novedades en cuanto a reproducción gráfica y fotográfica (cuya revista precursora en el país fue *Caras y Caretas*), la experimentación en los dibujos de letras para títulos de secciones, los productos comerciales utilizados y consumidos en esa época según lo que mostraban las publicidades, y los roles de la mujer, el niño y el hombre representados en las mismas, así como también en las notas que publicaban las revistas.

Se observó la utilización del color en las tapas y las ilustraciones, en pocos casos la incorporación de tintas especiales (una novedad para esa época) y diferentes gramajes de papel.

La sátira política era el recurso que más se podía ver en las ilustraciones de estos ejemplares.

Al ser un objeto de estudio compuesto por mucha historia, estructuras y diseño que cuenta con innovaciones importantes para la fecha en cuanto a tratamientos de imágenes, técnicas estéticas y discursos, permite tomar al *magazine* de principios del siglo XX como objeto de estudio que vincule su contexto socio-cultural desde un punto de vista comunicacional, que sirva como disparador de distintas líneas de trabajo.

REFERENCIAS

- Ojeda, A. (2016). *La incorporación sistemática de la imagen visual a la prensa diaria argentina. El caso paradigmático del diario La Nación entre 1894 y 1904* (Tesis doctoral). Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación. Doctorado en Comunicación. Buenos Aires, Argentina.
- Rogers, G. (2004). Magazines y periódicos: zonas de superposición en la lucha por el mercado (1898-1904). *Orbis Tertius*, 9(10), pp. 1-9, ISSN 1851-7811. Recuperado de: https://www.orbistertius.unlp.edu.ar/article/download/OTv09n10a02/pdf_25/
- Rogers, G. (2008). *Caras y Caretas. Cultura, política y espectáculo en los inicios del siglo XX argentino*. Buenos Aires: EDULP.
- Szir, S. M. (2013). Reporte documental, régimen visual y fotoperiodismo. La ilustración de noticias en la prensa periódica en Buenos Aires (1850-1919). *Caiana. Revista de Historia del Arte y Cultura Visual del Centro Argentino de Investigadores de Arte*, 3(0), pp. 1-16 <http://www.ahira.com.ar/wp-content/uploads/2018/09/Szir-Reporte-documental-r%C3%A9gimen-visual-y-fotoperiodismo.-La-ilustraci%C3%B3n-de-noticias-en-la-prensa-peri%C3%B3dica-en-Buenos-Aires-1890-1910.pdf>
- Ulanovsky, C. (1997). *Paren las rotativas. Una historia de grandes diarios, revistas y periodistas argentinos*. Buenos Aires: Editorial Espasa.

NOTAS

5. REFERENCIAS