

Cultura visual e impresa: identidad, diseño gráfico y fotografías en las guías y almanaques de Tucumán, 1880-1920

PRESS AND VISUAL CULTURE: IDENTITY, GRAPHIC DESIGN AND PHOTOGRAPHS
IN TUCUMAN'S GUIDES AND ALMANACS, 1880-1920

*María Claudia Pantoja **

Resumen

A fines del siglo XIX los objetos impresos estuvieron presentes en diferentes esferas de la vida de las personas y, en este sentido, las guías y los almanaques fueron un auxiliar de la cotidianeidad, un organizador del tiempo y del espacio, pero también fueron creadores de subjetividades e imaginarios. En este trabajo nos proponemos analizar las guías y almanaques sobre Tucumán de entresiglos a través de sus textos, fotografías y su diseño gráfico en busca de tópicos recurrentes que hubieran contribuido a la conformación de una identidad local. Argumentaremos que las guías y almanaques fueron herramientas para la creación y reproducción de universos simbólicos vinculados a ideas ampliamente vigentes y compartidas por

Abstract

Towards the end of the 19th century printed objects were present in different aspects of everyday life and, in that regard, guides and almanacs were an auxiliary to daily activities, a time and space organizer, but also creators of imaginaries and subjectivities. This article aims to analyze Tucumán's guides and almanacs published between 1880 and 1920 through its texts, photographs and graphic design in search of repeating topics that might have helped determine a local identity. We will argue that guides and almanacs were tools for the creation and reproduction of symbolic universes linked to widely spread ideas in the end of nineteenth century Western societies, such as faith in progress and modernity.

* Archivo Histórico del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Exterior y Culto, Camargo 218, 3° C (CP 1414), CABA, Argentina. Dirección electrónica: [maclaudiapantoja@gmail.com]. Esta investigación se realizó con el apoyo de la Secretaría de Cultura de la Nación, Beca Investiga Cultura 2017, y de la Academia Nacional de Bellas Artes, Beca Trabucco 2018.

las sociedades occidentales finiseculares, como lo eran la fe en el progreso y en la modernidad. De un modo similar, estos particulares objetos impresos fueron también productores y reproductores de tópicos identitarios locales afines a la historia provincial y a su paisaje.

Palabras clave: Cultura impresa; Identidad; Fotografía; Diseño gráfico.

Likewise, these peculiar printed objects were also producers and reproducers of topics tied to local history and its landscape.

Keywords: Print culture; Identity; Photography; Graphic design.

Las innovaciones tecnológicas durante el siglo XIX y buena parte del siglo XX hicieron posible que los objetos impresos de variados formatos fueran omnipresentes en la vida de las personas: desde libros, revistas, monografías y manuales de todo tipo de temáticas hasta afiches, publicidades, folletería y papeles necesarios para la administración y gestión de actividades diversas.¹ Con respecto a este fenómeno, Sandra Szir observa que el desarrollo y la expansión del material impreso en distintos soportes, géneros y funciones, acompañaron las transformaciones culturales, las luchas políticas, el asentamiento del Estado y los distintos procesos de institucionalización; la ampliación de la escolaridad, el impulso de la industrialización y el crecimiento comercial. Para la autora, la imprenta habría asistido materialmente a diversos fenómenos que demandaron difusión, reglamentación y simbolización (Szir, 2016: 15-16).

Dentro de este universo de impresos, los almanaques y las guías de entresiglos fueron no solamente un auxiliar de la vida diaria, un organizador del tiempo y del espacio, sino también constructores de subjetividades e imaginarios vinculados a la identidad local. Siguiendo a Berger y Luckmann (1995) entendemos a la identidad como un fenómeno socialmente construido, que no es natural ni tiene una esencia fija. Por el contrario,

emerge a través de un proceso de tipificación y habituación, y se institucionaliza cuando los significados que le son propios son generalizados y reconocidos por una comunidad. Para ser institucionalizados, los significados relacionados a una identidad específica necesitan ser legitimados por medio del desarrollo de un universo simbólico o una maquinaria conceptual que garantice a cada miembro de una comunidad compartir los mismos significados respecto a una identidad específica (Ángel Botero, 2011: 30).

En el siglo XIX la cultura impresa fue una herramienta fundamental para la conformación de la “maquinaria conceptual” y el “universo simbólico” necesario para la construcción de las identidades. Los almanaques y las guías, por la variedad de información que presentaron y por su llegada a un público relativamente amplio,² tuvieron un rol central en la difusión de ciertas ideas de la historia, del progreso y de lo que se consideraba moderno.

Las guías y los almanaques, en tanto objetos de estudio, presentan ciertos problemas: el más relevante es, quizás, la definición del objeto en sí mismo, cuestión que, a su vez, se relaciona directamente con los problemas de preservación de sus ejemplares. Los almanaques y las guías no son libros, pero tampoco revistas, son “objetos híbridos”, como también les sucede a los “ephemera” y a otros “no libros”, que resultan difíciles de clasificar y cuyo valor ha sido soslayado durante mucho tiempo. Al respecto, Jean-François Botrel, estudioso de los almanaques españoles, sostiene que:

A pesar de formar parte de los impresos de más amplia difusión y compartido uso, tal vez por tratarse de algo demasiado obvio, trivial e ínfimo, el calendario o el almanaque, con sus distintas modalidades, pero también los pronósticos, lunarios, efemérides, repertorios, guías, guías de forasteros, almanaques-guías, indicadores, anuarios, agendas, etc. suelen tenerse por impresos “menores” y por ende menos y peor conservados en bibliotecas y hemerotecas (Botrel, 2006: 35; destacado en el original).

Tanto sus apelativos como sus contenidos se fueron transformando y adaptando a las necesidades y a los gustos de cada época; se trata de artefactos culturales que son porosos a las novedades y, al mismo tiempo, guardianes de ciertas tradiciones (Szir, 2012). En este estudio hemos decidido estudiar en conjunto a almanaques y guías debido a que las similitudes que hallamos en ambos objetos son muchas más que las diferencias entre ellos; de hecho, en ocasiones, se utilizaron ambos nombres combinados. En todos los ejemplares consultados, la periodicidad de su publicación es anual y su contenido versó, principalmente y con más o menos detalle, sobre la descripción de la provincia de Tucumán, su historia, geografía, personalidades destacadas, comercios, establecimientos industriales y principales instituciones públicas.

Dos innovaciones marcaron irreversiblemente el ritmo y los alcances de la producción impresa en el fin de siglo: la linotipia y la autotipía o *half-tone*. La linotipia modificó la forma en la que se producían y organizaban los textos para la impresión, redujo notablemente los tiempos del proceso y posibilitó el aumento de la cantidad de pliegos impresos. La autotipía, por su parte, permitió la incorporación de fotografías y otras imágenes dentro de la caja o mancha tipográfica. Esta proliferación de lo visual modificó los modos de comunicación tanto en las publicaciones periódicas como en todo tipo de objeto gráfico de uso cotidiano (Szir, 2012). Muchos de estos temas, aunque centrados en Buenos Aires, fueron abordados por los estudios de cultura visual e impresa que vienen desarrollándose en nuestro país en las últimas dos décadas (Malosetti Costa y Gené, 2009, 2013; Delgado y Rogers, 2016; Gené y Szir, 2018).

Partiendo de este estado del arte, en este trabajo nos proponemos analizar las guías y almanaques sobre Tucumán a través de sus textos, fotografías y su diseño gráfico en busca de tópicos recurrentes que hubieran contribuido a la conformación de una identidad local. En una primera instancia, con el objetivo de entender tanto la tradición como el contexto de producción en el que se insertan las guías y los almanaques, presentamos algunos aspectos relevantes de la cultura impresa en Tucumán durante el siglo XIX y principios del XX. A continuación, indagaremos los vínculos entre diseño gráfico, modernismo y modernidad teniendo en cuenta las condiciones técnicas de posibilidad y las transformaciones en las artes gráficas en el fin de siglo. Finalmente, nos cen-

traremos en las representaciones visuales creadas a partir de fotografías y su rol en la constitución de una identidad local.

Argumentaremos que las guías y almanaques fueron herramientas para la construcción y reproducción de universos simbólicos vinculados a ideas ampliamente vigentes y compartidas por las sociedades occidentales finiseculares, como lo eran la fe en el progreso y en “lo moderno”. De un modo similar, estos particulares objetos impresos fueron también productores y reproductores de tópicos identitarios locales afines a la historia provincial y a su paisaje.

Ante la escasez de trabajos sobre cultura visual e impresa que indaguen la situación del país más allá del territorio bonaerense, es nuestra intención contribuir con el conocimiento de esta temática en el noroeste argentino y revalorizar a las guías y almanaques como fértiles fuentes para la historia cultural, social y económica de la provincia de Tucumán.

LA CULTURA IMPRESA EN TUCUMÁN, ENTRE LA PRENSA POLÍTICA Y LA VIDA CULTURAL

La tecnología de la imprenta llegó a Tucumán en el contexto de las guerras de independencia. En 1817, Manuel Belgrano instaló una máquina tipográfica en la provincia y con ella se publicó el *Diario Militar del Ejército del Norte*, así como una variedad de folletos, manifiestos y proclamas. A pesar de la escasez del papel y de las dificultades técnicas, fue un elemento central para el plantel político tucumano luego de retirado el ejército y el único medio de reproducción de textos hasta la década de 1850. Esta imprenta estatal fue renovada 1854 y continuó produciendo distintos periódicos, en general de corta vida, vinculados a los diferentes gobiernos (cf. Nanni, 2017). Fue justamente en esta época que comenzó a editarse el periódico *El Eco del Norte*, fundado por Nicolás Avellaneda e impreso con la “Imprenta Nacional”. Con ella comenzó una nueva etapa de ediciones privadas en la provincia en la que, si bien predominaron los impresos de género periodístico, produjeron otro tipo de textos, tales como manuales de historia y de armas de combate (cf. Zinny, 1871; Lizondo Borda, 1959).

La década de 1870, aunque se encuentra fuera de nuestro período de análisis, merece unas breves líneas, debido a que en ella se iniciaron proyectos editoriales con permanencia en el tiempo y un incipiente campo cultural que dio lugar a impresos que son antecedentes de la prolífica producción intelectual y gráfica sobre la provincia de las siguientes décadas. El gran hito fue la aparición del diario *La Razón* (1872-1887), fundado por Lídoro J. Quinteros y Pedro Alurralde, militantes del Partido Autonomista Nacional. Con su imprenta se publicaron dos obras de Paul Groussac, quien ejercía como redactor del periódico, asimismo, en 1872 se editó *Provincia de Tucumán. Serie de*

artículos descriptivos y noticiosos, obra del abogado, político y docente Arsenio Granillo. Este es el primer texto sobre Tucumán, costado por el gobierno provincial, que detalla su geografía, demografía y actividad económica; fue ilustrado con fotografías a la albúmina originales del fotógrafo Angel Paganelli. De esta década son también las primeras publicaciones periódicas no estrictamente periodísticas, del tipo satírico e humorístico como *La Cuaresma*, *El Pulpo* y *El Zancudo* (García Soriano, 1972). También hay registros de publicaciones escritas por y para “señoritas” como *La Mariposa* en 1870 (Johanson, 2006) y *El Órgano de las Niñas* en 1879.

De un modo similar a lo ocurrido en Buenos Aires,³ aunque en menor escala, la década del ‘80 fue un momento de proliferación de impresos de diversa índole. No solamente surgieron una variedad de periódicos de contenido político de corta vida⁴ sino también revistas literarias como *El Porvenir* (1882-1883) y *Tucumán Literario* (1887-1896), editadas en los talleres del diario *La Razón* y vinculadas a la joven intelectualidad tucumana nucleada en la Sociedad Sarmiento (Vignoli, 2015). Asimismo, daba sus primeros pasos la prensa ligada a la educación como *El Eco Infantil* en 1881 y la *Revista Escolar* en 1888, así como otros periódicos producidos por alumnos del Colegio Nacional como *El Estudiante* en 1881 y *Juvenilia* en 1886 (García Soriano, 1972).

El diario *El Orden*, fundado en 1883 por Ernesto Colombres, periodista y abogado perteneciente a una importante familia de la élite industrial tucumana, fue junto a otros periódicos “terreno privilegiado del combate político”. Cuando Colombres dejó el diario para ocupar el cargo de diputado nacional, la dirección quedó a cargo del periodista León Rosenvald quien continuaría inmerso en las disputas políticas de la provincia. Este vespertino, el primero de periodicidad diaria, a diferencia de sus contemporáneos sobrevivió hasta 1947 (Navajas, 2013: 112-113). No obstante la impronta política de la empresa, en sus talleres se produjeron también otro tipo de textos, tales como reglamentos, manuales y procedimientos y la primera prensa obrera de la provincia: *El Tipógrafo*, órgano de los trabajadores gráficos (García Soriano, 1972).

El *Almanaque Guía de Tucumán* de Roberto Hat (1884) es el impreso de este tipo más antiguo sobre la provincia del que se tenga noticia. Se trata de una publicación de la editorial porteña Kraft, posee una tapa ilustrada a color y textos publicitarios. Hat sostuvo en su carta a los lectores que su intención era “describir a grandes pinceladas el estado de Tucumán, y dar prueba evidente de su progreso, adelanto y riqueza nombrando uno a uno sus grandes establecimientos y sus casas comerciales” (Hat, 1884: 34). Remarcó también las posibilidades de llegar a más personas por el bajo precio del ejemplar. Si bien no contamos con mayores datos de este editor, sabemos que produjo en años anteriores una guía de Córdoba, por lo que es probable que estuviera más asociado a la editorial Kraft que a la provincia de Tucumán. No obstan-

te, entre los numerosos colaboradores de la guía aparecen periodistas locales como Pedro Márquez, Santiago Vallejo, Miguel J. Luna, Román M. Cañaveras y Emilio Carmona.

Este *Almanaque Guía* ofrecía un calendario de santos, horarios de la salida del sol a lo largo de los meses, un plano de San Miguel de Tucumán, un listado de oficinas públicas, tales como el cuerpo de policía o el Poder Judicial, una guía de profesionales de la salud, el derecho, las ciencias y las artes, así como escuelas y tiendas comerciales que ofrecen distintos servicios. Este contenido es similar al de los almanaques o guías sobre la provincia que se editaron en las décadas siguientes, pero ya en imprentas locales. Las ilustraciones están realizadas con la técnica litográfica,⁵ se trata de grabados basados en fotografías de distintos puntos y edificios de la ciudad y retratos del gobernador Benjamín Paz y del intendente Ángel C. Padilla.

Si bien hay indicios de la existencia de prensas litográficas en Tucumán en la década de 1880,⁶ es recién en la década siguiente que encontramos objetos impresos y anuncios de imprentas comerciales usando esta técnica. Una de ellas fue la imprenta “La Española” (Figura 1), editora del semanario ilustrado *Rigoletto* de 1892 y de la clásica novela de Adán Quiroga, *Calchaquí*, que contaba con 75 ilustraciones litografiadas de Fernán González. Otra de las casas que producía impresos ilustrados fue la “Imprenta y Encuadernación Italiana”, de Eduardo Marini, editora de la revista *Tucumán Ilustrado*. Según su subtítulo era una publicación “quincenal ilustrada de literatura, artes, ciencia y actualidades” y publicaba caricaturas, grabados y fotografías. Hasta donde se conoce, se editaron al menos 20 números en 1907 y 1908 (Páez de la Torre, 2009).

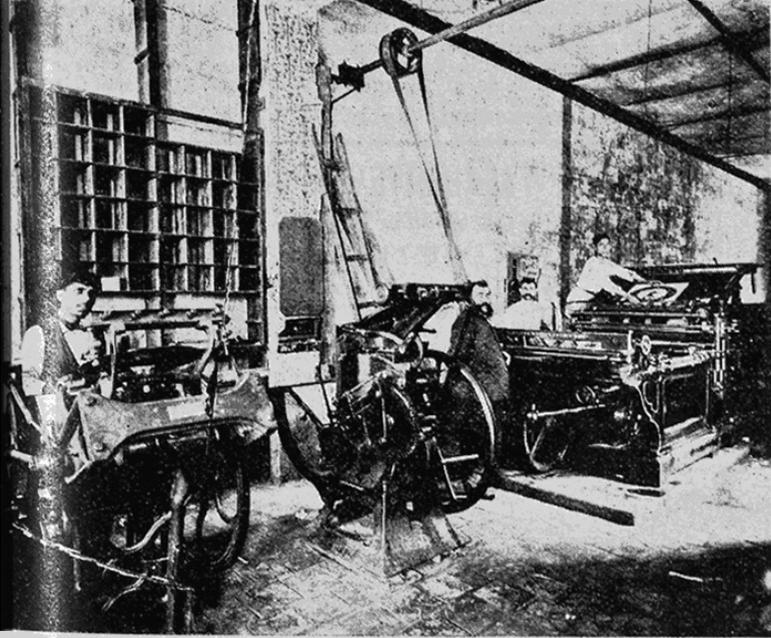
En la última década del siglo XIX se multiplicaron los establecimientos privados, algunos de ellos vinculados a la afluencia de inmigrantes. Por ejemplo, la “Imprenta Española” o la “Imprenta y Encuadernación Italiana”, de Del Frate & Marini, editora de la *Guía Ilustrada de la Provincia de Tucumán* del periodista Matías Maciel Villafañe en 1899. En este sentido, un caso interesante es el del inmigrante sajón y comerciante Albin Prebisch⁷ quien fue uno de los protagonistas de la cultura impresa local en la última década del siglo XIX y primeras del XX. Prebisch fundó la “Imprenta y Litografía La Velocidad” y junto a Miguel Violetto la librería “Prebisch y Violetto” (Mallorquin, 2006). Entre otros títulos muy variados y en diversos formatos, hallamos tres guías-calendarios impresas en su establecimiento: *la Guía Argentina Comercial, Industrial, Profesional y Social. Tucumán, Santiago del Estero y Salta* editada por Bartolomé Flores (1914), el *Calendario para el año 1916*, y la *Guía comercial de Tucumán para 1918-1919* de Grimaldi & Cia.⁸

En las dos primeras décadas del siglo XX se organizaron múltiples actividades vinculadas con los festejos del centenario de la independencia y que fueron un disparador para reflexionar sobre ¿quiénes fuimos?, ¿quiénes somos?

Figura 1. Publicidad de Imprenta La Española en Colombres y Piñero (1901).
Colección Instituto Superior de Estudios Sociales (UNT-CONICET).

LA ESPAÑOLA

LITOGRAFÍA, IMPRENTA
PAPELERÍA



La única casa en el Norte de la República
que cuenta con máquinas las más modernas para cual-
quier trabajo litográfico.

Casa editora del semanario ilustrado «RIGOLETO»

TUCUMÁN

181 — CALLE MUÑECAS — 185

y ¿quiénes queremos ser? No es casualidad que fuera cercana a esta fecha la fundación de la Universidad de Tucumán y de muchas otras instituciones científicas, intelectuales y artísticas. Fue una buena ocasión para crear y reafirmar un imaginario alrededor de la provincia, fundar una identidad provincial con características propias a partir de sus aspiraciones, su historia y su geografía. En este sentido, los años cercanos a la conmemoración del centenario fueron particularmente ricos en la producción local de impresos temáticos sobre Tucumán. Esto fue posible, también en parte, gracias al crecimiento de la cultura impresa local: entre 1900 y 1920 funcionaron simultáneamente alrededor de quince establecimientos frente a los cuatro que da cuenta la guía Hat en 1884.⁹

En las ocasiones en que se recurrió a imprentas de Buenos Aires, los contenidos e ilustraciones fueron producidos y/o supervisados por actores locales. Ejemplo de ello es la obra de lujo, y gran tamaño (29 cm x 40,5 cm), *Album general de la provincia de Tucumán*, impreso a todo color en los talleres gráficos de Rodríguez Giles en Buenos Aires. Su contenido, distribuido en 874 páginas, versa sobre la historia, geografía, cultura, sociedad y política de la provincia. Fue compilado por un grupo de notables tucumanos reunidos en la “Comisión del Centenario” y sus redactores, fotógrafos, grabadores e ilustradores fueron también residentes en la provincia y activos participantes de su cultura impresa. Entre los productores de imágenes hallamos a los fotógrafos Angel Paganelli y Manuel Valdez del Pino, los artistas Atilio Terragni, Manuel Villarrubia Norri, Honorio Mossi y el ilustrador Manuel López Mantiñan (*Album*, 1916).

Otro objeto gráfico vinculado al Centenario es el interesante libro *Celebración Nacional del Centenario de la Independencia en Tucumán* que da cuenta de las numerosas actividades, inauguraciones, conferencias, congresos y visitas de los que fue testigo la provincia durante todo el año 1916. Si bien los datos de edición no están consignados, hay indicios de que fue impreso en Tucumán. Se trata de un ejemplar con una elevada cantidad de reproducciones fotográficas al halftone de muy buena calidad. De manera similar al *Album*, posee motivos *art nouveau* y la tapa fue ilustrada por Atilio Terragni, egresado de la Academia Nacional, quien había sido contratado para la organización de la educación artística en la provincia (*Celebración*, 1917).

En este apartado hemos esbozado una perspectiva general y diacrónica de algunos aspectos relevantes de la cultura impresa en Tucumán. Entre ellos, ciertos actores que se desempeñaron en periódicos e imprentas y que propiciaron publicaciones que no se limitaron solamente a las frecuentes disputas políticas o a las formas más tradicionales del periodismo, sino que abarcaron un abanico más amplio de intereses vinculados a la literatura, la educación, el entretenimiento y a la propia identidad local.

MODERNIDAD, DISEÑO GRÁFICO Y MODERNISMO

La modernidad parece ser percibida por la sociedad de entresiglos como una aspiración, un anhelo muy estrechamente ligado a la idea de progreso y a una ruptura con respecto a prácticas consideradas “atrasadas”. En el caso de Tucumán, las transformaciones urbanas,¹⁰ económicas y sociales de fin de siglo vinculadas al auge de la industria azucarera (cf. Campi, 2000) propiciaron este deseo por integrarse a una modernidad internacional, que se manifestó en distintas expresiones culturales. En este sentido, los objetos gráficos, sus textos, sus imágenes y sus publicidades no fueron la excepción. En las guías y almanaques de Tucumán las actividades comerciales de diversos rubros se nombran a sí mismas como “modernas”. En la guía de Bazán (1910) se publica una fotografía de la “casa del constructor moderno señor Antonio Alberti”, de arquitectura ecléctica con notas de barroco que contrasta con la arquitectura local, en general carente de ornamentos.¹¹ De manera similar se publicita a “La Moderna. Gran carpintería mecánica y fábrica de muebles”, aquí la referencia a la mecanización se da desde lo textual y también desde lo visual al presentar fotografías de las máquinas con las que trabajan. En ambos casos la utilización de la fotografía, percibida como registro fiel de la realidad por su génesis técnica, es utilizada también como una marca de modernidad (cf. Dubois, 1986).

La mecanización y tecnificación de la vida económica y cultural llegó tanto a los ingenios azucareros, con sus máquinas importadas y sus estructuras de hierro, como a las imprentas y a sus productos gráficos. Algunas de las guías sobre Tucumán publicadas entre 1880 y 1920 presentaban textos organizados en una o dos columnas regulares, con una mancha tipográfica uniforme: los títulos no se destacaban visualmente y apenas se diferencian del cuerpo del texto por su tamaño. Sin embargo, sobre todo a partir de 1900, estas formas convivieron con otras innovadoras que comenzaron a aparecer en las portadas, en los encabezados y en las publicidades. Muchos de estos cambios se enlazaron directamente con tecnologías y técnicas que permitieron incorporar nuevas fuentes, fotografías, ilustraciones y ornamentos a las páginas impresas. Para Andrea Gergich, muchas de las preocupaciones, intereses, construcciones conceptuales y materiales propios de lo que hoy entendemos por “diseño gráfico” pueden verse ya esbozados en las prácticas y saberes de la cultura gráfica de fines del siglo XIX y principios del XX. Es decir, ya habría existido una “mirada de diseño” con anterioridad al período propuesto por la historiografía como de configuración de la disciplina del diseño gráfico en el país a mediados del siglo XX (Gergich, 2016: 238).

Una de las innovaciones en las artes gráficas de fin de siglo fue la linotipia,¹² de la que hay noticias en Argentina a partir de 1899. Esta nueva máquina implicó una transformación muy importante debido a que integraba las opera-

ciones manuales de composición tipográfica y permitía una mayor rapidez en la elaboración de las planchas. Con la linotipia, el fundidor de tipos y el cajista se reunieron en un mismo y nuevo perfil, el del “artista gráfico especialista” o “protodiseñador”, “capaz de definir el diseño de las fuentes y de los adornos tipográficos, a la vez [...] configurar las composiciones tipográficas –es decir los diseños” (Gergich, 2016: 245).

Por su parte, en las últimas décadas del siglo XIX las técnicas fotomecánicas lograron vencer una dificultad que se planteaba desde los orígenes de la invención de la fotografía: la imposibilidad de reproducirla a través de medios impresos. Hasta ese momento las opciones eran pegar una a una las fotografías en cada objeto gráfico o con la intermediación de un grabador que hacía el traspaso manual de un medio a otro y la imagen –normalmente una litografía– debía ser incorporada en una hoja aparte. Si bien hay ejemplos en Argentina desde la década de 1880 de producción de fototipias (procedimiento fotomecánico en plano, similar a la litografía), a partir de 1894 fue el uso del medio tono o *halftone* lo que se impuso en la prensa periódica (Tell, 2009). El proceso consistía en usar una pantalla con una trama cuadrículada que se colocaba delante de la placa sensibilizada en la cámara, se copiaba la fotografía original a través de la trama y con esto se descomponía la imagen en pequeños puntos de diversos tonos que, vistos a la distancia, creaban una sensación de continuidad tonal. El grabador revelaba la placa y realizaba una copia por contacto sobre una plancha metálica. La trama de puntos se transfería a esa plancha y en la imprenta los puntos pasaban a papel (Gascoigne, 2004). Esta tecnología implicó la masificación de la reproducción de fotografías en los medios impresos y también la manera en la que éstas eran ubicadas dentro de la diagramación, ahora podían integrarse dentro de la mancha tipográfica, colocarles epígrafes y establecer un diálogo imagen-texto mucho más fluido que con técnicas anteriores, en las cuales la imagen quedaba relegada, con suerte, a la página siguiente. La introducción de estas dos innovaciones modificó la manera en que se organizaban los elementos gráficos y, por lo tanto, las maneras de comunicar.

Por su parte, las innovaciones en las formas y elementos gráficos en Argentina fueron deudoras, en gran medida, de una estética “modernista”,¹³ un estilo rupturista que se presenta como una alianza entre lo bello y lo útil, que “celebra el progreso industrial y que “busca la calidad estética en el objeto fabricado en serie con ayuda de la máquina” (Szir, 2013: 189). Este estilo, con variantes en distintos países europeos, se manifestó en la cultura impresa local combinando elementos de *art nouveau*, *jugendstil*, *floreale*, *modern style*, *modernisme* y *sezession* (Clerici, 2016: 217).

Si bien los estudios que describen la influencia del modernismo en Tucumán son limitados, es posible observar su marca en obras arquitectónicas como la Casa de Gobierno provincial, proyecto ecléctico de Domingo Selva

entre 1908-1912; de su autoría también es la sede de la Sociedad Sarmiento, inaugurada en 1909. Otros ejemplos son la recientemente salvada de la demolición “Casa Sucar”, proyectada por Luis Lucena en 1923, y también diferentes viviendas de menores dimensiones distribuidas por el casco céntrico de la ciudad.⁴

Entre los ejemplares que componen el corpus de esta investigación, hemos hallado guías que incorporaron una estética modernista en el diseño de sus páginas y publicidades. El *Almanaque Salón 1907* y *Guía comercial de Tucumán* impreso por la casa tucumana “Chrestia Hermanos” es un ejemplo indiscutible de la inserción del art nouveau en la gráfica. El director de esta obra fue el escritor Higinio Gil Montero. En cuanto a la casa impresora, a falta de otros datos, la publicidad dentro de la guía brinda un panorama de la amplitud de los servicios ofrecidos que combina la venta de papelería, libros, sellos (goma y metal), chapas de bronce, con encuadernaciones de libros en blanco, así como “impresiones rápidas y de lujo” y un “surtido permanente en tarjetas postales” (Gil Montero, 1907). El texto publicitario se encuentra enmarcado por orlas y viñetas modernistas con motivos florales e ilustrada por un perfil femenino en el centro de la composición, también característico de este estilo.

Otro ejemplar que presenta una línea estética similar es el *Album-guía Centenario de las Provincias de Tucumán, Salta y Santiago del Estero* de 1910, iniciativa de Miguel Bazán¹⁵ y su imprenta “La Minerva” también ubicada en la capital tucumana. Bazán fue autor previamente de, por lo menos, otras tres guías similares –aunque menos vistosas– entre 1900 y 1903. El diseño de su frontispicio tiene fuentes, orlas y misceláneas modernistas y con fuentes de gran tamaño jerarquizó tanto la palabra “Centenario” como la del nombre del editor, “Miguel Bazán”. Esta organización de los elementos se corresponde con la importancia del rol que tuvieron los editores en las guías y almanaques sobre Tucumán (Figura 2).

El *Album-guía* inicia su contenido con una cromolitografía de la bandera argentina y un texto en verso de tono patriótico. A continuación, presenta los retratos fotográficos de los principales actores políticos de la provincia enmarcados por orlas modernistas.¹⁶ Asimismo, las publicidades presentan fuentes y misceláneas *art nouveau*, es notable, no obstante, la preferencia de la fotografía de comercios, y sus propietarios, por sobre el dibujo. Observamos cómo se complementan fotografía y diseño gráfico, ambas modalidades de comunicación visual que en este momento estaban en plena transformación.

Mientras que el diseño gráfico sirvió para jerarquizar y organizar la información, la fotografía sirvió para conducir la mirada y dar cuenta de la modernidad de los establecimientos, en general mostrando la mecanización de los procedimientos. Allende del tema retratado, la fotografía fue ella misma, por su técnica mecánica, considerada símbolo de modernidad. Un rol similar cumplió la

Figura 2. Frontispicio del *Album-guía Centenario de las Provincias de Tucumán, Salta y Santiago del Estero* (1910). Colección particular.



elección de la estética *art nouveau* en el diseño gráfico, considerada también una marca de modernidad.

Los gustos internacionalizados de Buenos Aires (punto de referencia para Tucumán), sumados a la relación propia del *art nouveau* con el desarrollo capitalista y el consumo, “promovieron la utilización de anuncios profusamente ornamentados y creados bajo los postulados modernistas” (Clerici, 2016: 226). En este sentido, la ilustración modernista estuvo presente en las publicidades de la guía de Gil Montero (1907). Por ejemplo, el anuncio de la droguería y farmacia “Massini” presentaba un marco de motivos florales y en el centro un recuadro con un personaje femenino rodeado de follaje y flores que recoge frutos de un árbol. De un modo similar, el reclame de “Luisa C. de Hild. Modas, postizos, perfumes” fue diseñado con fuentes y orlas modernistas. En el extremo superior izquierdo, como si fuera una letra capitular, una ilustración de un personaje femenino con los cabellos sueltos que se enlazan con motivos vegetales, típicos de este estilo (Figura 3).

En síntesis, el anhelo de modernidad, la fe en el progreso y la mecanización se hicieron presentes en las guías y almanaques de Tucumán mediante innovaciones técnicas y estéticas. Interpretamos la utilización de la fotografía y del *art nouveau* en el diseño gráfico de las guías y almanaques tucumanos como una de las maneras de cumplir y, al mismo tiempo, provocar el deseo de integración a una modernidad internacional.

FOTOGRAFÍA Y CULTURA GRÁFICA EN TUCUMÁN. PASADO, PRESENTE Y FUTURO

A excepción de unas pocas ilustraciones vinculadas a relatos de ficción o a publicidades, el medio fotográfico es el que prevaleció en las guías y almanaques que consultamos para este artículo. Este predominio podría explicarse, en parte, por un afán de incorporar más y nuevos consumidores, “los editores descubrían que los lectores querían ser también observadores visuales” y la fotografía era percibida como moderna y particularmente atractiva por su gran mimetismo con el referente (Gamarnik, 2018: 122). Durante el período trabajado la fotografía tuvo múltiples funciones y usos, podía estar vinculada a las artes con el pictorialismo o ser usada para relatar acontecimientos del pasado o ficcionales de modo realista, como se hizo en reconstrucciones y fotonovelas, y también ser intervenida para la elaboración de fotomontajes. Sin embargo, en estos objetos gráficos descriptivos de Tucumán observamos que predominó una función documental, de registro de la “realidad”. Este registro estuvo mediado por editores, redactores, fotógrafos e imprenteros y dejaba de lado aspectos negativos de la situación económica y social de la provincia. Ahora bien, los temas, encuadres y composiciones de las fotografías

Figura 3. Publicidad de la casa de Luisa C. de Hild en Gil Montero (1907).
Colección Biblioteca Nacional Mariano Moreno.



Luisa C. de Hild

Modas, Postizos,
Perfumes

AGENTE DE

G. Moussion

DE BUENOS AIRES

Casa Central: Sucursal:

9 DE JULIO 135 CONGRESO 34

— TUCUMAN —

XLI

estuvieron determinados no solamente por ideas, deseos o preconcepciones sino también por la pericia de sus ejecutantes, la tecnología disponible y la misma técnica fotográfica.

Con respecto a este asunto, a partir de 1880, aproximadamente, la técnica fotográfica disminuyó su dependencia del estudio y el laboratorio profesional. En parte gracias al desarrollo industrial de los negativos al gelatino bromuro que no precisaban ser sensibilizados en el momento, tal como sucedía con el procedimiento al colodión húmedo usado en décadas anteriores. Asimismo, las cámaras eran ahora más pequeñas y transportables, tenían mejores lentes y se redujeron los tiempos necesarios de exposición a la luz. Como consecuencia de estas innovaciones la técnica se hizo accesible también a los *amateurs*. En este sentido, los autores de las fotografías publicadas por las guías y almanaques fueron no solamente fotógrafos comerciales, entre ellos C. Metairie, C. Elwart y Francisco Sánchez Mella, sino también profesionales de otras actividades aficionados a la fotografía como el ingeniero azucarero Carlo Mottironi, el médico de policía Marcos Paz Peña y el alemán Germán Merkwitz, inspector de Ferrocarril.

La fotografía a finales del siglo XIX fue utilizada para registrar el avance del Estado nación en la campaña y en las ciudades, contribuyó a la construcción de un relato verosímil que produjo una representación particular de la realidad. En un mismo sentido, las guías y almanaques de Tucumán, haciendo uso de la revolucionaria técnica del *halftone*, presentaron retratos de sus habitantes notables, vistas de la ciudad y sus edificios. Lo que se eligió mostrar y hacer visible fueron personas, lugares y actividades que tenían un potencial transformador y “civilizador” de la sociedad. Este relato construido con imágenes, a su vez, tuvo también influencia en aquello que se estaba representando, es decir, la fotografía no fue un mero instrumento de documentación sino también funcionó como validación de lo representado (Tell, 2017).

La actividad industrial, en particular la industria azucarera, era considerada por las élites letradas el principal motor hacia la modernidad y el progreso de la provincia. De este modo, no resulta extraño que los ingenios azucareros tuvieran un amplio espacio en las guías y almanaques. En algunos casos les fueron dedicadas secciones especiales con varias páginas ilustradas con fotografías de sus exteriores e interiores: “Industrias” en Colombres y Piñero (1901) o “Tucumán industrial” en el *Baedeker* (Guasch, 1916). En otras ocasiones se publicó o se hizo especial reporte de un ingenio en particular. Por ejemplo, Bartolomé Flores (1914) presentó al ingenio Mercedes de los Hermanos Padilla en una doble página ornamentada con orlas y dos fotografías del establecimiento. Una vista del complejo industrial tomada desde la altura que destaca el tamaño del “coloso de la industria azucarera” y otra de un sector del interior en donde se observan, según el texto, “las más modernas maquinarias que

el saber humano ha fabricado para esta industria”, en este plano general las personas que posan en las camineras metálicas se ven empequeñecidas en comparación con la gran estructura y las máquinas. De un modo similar, Bazán en su guía de 1903 presenta fotografías de los ingenios La Providencia y Santa Rosa. Por su parte, el Ingenio Concepción se hizo presente tanto en el *Almanaque Salón* de Gil Montero (1907) como en la *Guía ilustrada* de Maciel Villafañe (1899). En esta última se publicaron once fotografías: además del retrato de su propietario, Alfredo Guzmán, y vistas de los edificios, hallamos cinco imágenes de la maquinaria industrial, una por página, entre ellas trapiques, baterías de centrifugas, batería de difusores, etcétera. La modernización de los ingenios en las últimas décadas del siglo XIX implicó una tecnificación que fue en varias ocasiones remarcada en las guías y almanaques, es el caso del Ingenio San Juan, de los señores Paz y Posse, “cuyas maquinarias introducidas de Francia constituyen los adelantos más modernos de la ciencia” (Colombres y Piñero, 1901: 99).

Como lo adelantamos en el apartado anterior, la arquitectura formó parte de los anhelos de progreso de la sociedad finisecular. Quizás su expresión simbólica más clara sean los planos de obras que se publicaron con frecuencia en las guías, entre ellos, el proyecto del Banco Español (Gil Montero, 1907) o el del Banco de la Nación (Bazán, 1910). No son estos edificios o sus proyectos los únicos que fueron percibidos como símbolo de civilización, progreso y un promisorio futuro, hay otros que además de una estética presentaron funcionalidades consideradas modernas, como las estaciones de ferrocarril, las instituciones educativas, los teatros y los hospitales.

Si tenemos en cuenta que la medicina se encontraba en este momento en pleno proceso de profesionalización a partir de postulados científicas y el higienismo buscaba respuestas a la “cuestión social”, no es de extrañar que las guías le prestaran especial atención a los establecimientos sanitarios. Por ejemplo, Colombres y Piñero (1901) le dedicó varias páginas a hospicios y centros de salud, cada uno fue ilustrado con una imagen de sus edificios. Sobre el Hospital Nuestra Señora de las Mercedes –actual hospital Padilla– destaca que ha ido “progresando de tal modo que hoy en día está a la altura de los mejores de la Capital Federal”, asimismo, “el orden y la organización que ahí se observan, son irrefutablemente el mejor testimonio de los progresos alcanzados”. Son las fotografías las que pretenden dar testimonio de este orden y progreso: el interior de la sala de operaciones inaugurada en 1898 se ve muy amplia, lo suficiente como para que las siete personas que integran la toma estén cómodamente distribuidas, y con los elementos necesarios para una cirugía. El pequeño tamaño de la reproducción impide ver mayores detalles, no obstante, se destacan en ella los amplios ventanales que posibilitaban al mismo tiempo la ventilación e iluminación que requería una sala quirúrgica.

La toma desde el exterior (se aprecia una amplia y vacía calle), por su parte, quiere dar cuenta de la extensión del edificio. Es el texto el que completa la información de la imagen, al enumerar sus cinco pabellones, el departamento de la Cruz Roja, la farmacia y la escuela de obstetricia también inaugurada en los últimos años bajo la intendencia de Zenón Santillán (Colombres y Piñero, 1901: 54-55). Como la gran mayoría de las fotografías en esta guía, y a diferencia de las otras, la autoría se encuentra consignada. En este caso se trata de Germán o Hermann Merkwitz, inspector de ferrocarril y fotógrafo aficionado que realizaba por encargo fotografías que registraban distintos aspectos de la provincia. El Museo Histórico Provincial resguarda el álbum *Obras públicas realizadas en la Provincia de Tucumán durante el gobierno del Teniente Coronel Lucas A. Córdoba. 1895 a 1898*. No hemos hallado en él las fotografías del Hospital publicadas en la guía, pero es posible que pertenezcan a otro de características similares titulado “Los empleados de la Municipalidad a su ex intendente Don Zenón J. Santillán. Agosto de 1900” cuyo paradero es a la fecha desconocido (Rosso, 2015).

Por su parte, la presentación fotográfica de la arquitectura de establecimientos productores de bienes manufacturados e industriales, así como de comercios de ramos generales, cumplieron la doble función de publicitar negocios particulares y mostrar el “progreso” de la provincia. No es casualidad que se eligiera mostrar los establecimientos también por dentro haciendo particular énfasis en la tecnología, las salas de máquinas y sus operarios trabajando. Ejemplo de ello son los “Talleres mecánicos de los señores Maculus Hnos.” en el que observamos una vista del interior con cuatro trabajadores (Bazán, 1910) o la “Vista del gran aserradero á vapor ‘Amalia’ de Manuel Carmona en Villa Alberdi” (Bazán, 1903).

Para las guías y almanaques, el progreso y el futuro promisorio de la provincia estuvieron también estrechamente vinculados a personajes de la política, la economía y la sociedad tucumana, sus retratos al *half tone* colmaron las páginas de estos objetos impresos. Es así como en la *Guía de Matías Maciel Villafañe* (1899) hallamos políticos, médicos, administradores del Ferrocarril, comerciantes, religiosos, industriales y abogados, todos en actividad en la provincia en ese momento. Estos retratos, como los de otras guías, presentaban una composición simple, centrada en el rostro de la persona y sin otros objetos agregados. La autoría no fue consignada en ningún caso y es posible que se tratara de imágenes que no fueron necesariamente hechas para la publicación, sino que hubieran sido tomadas con anterioridad. Algunas de estas imágenes probablemente fueron accesibles a la población general gracias a la práctica social de coleccionar *cartes de visite*, en particular si pensamos en personajes públicos tales como gobernadores e intendentes. Tenemos noticias de que otras guías, como la editada por Colombres y Piñero, pidieron explícitamente

te fotografías a los empresarios locales: “Engalanamos estas páginas con los retratos de algunos de los industriales de esta provincia que han respondido a la invitación que les hizo la empresa de la Guía, enviando aquellos oportunamente” (Colombres y Piñero, 1901: 103).

Como lo sostuvimos con anterioridad, las dos primeras décadas del siglo XX fueron de especial importancia para la provincia. La prosperidad económica de las élites así como perspectiva de celebrar el Centenario de la Independencia motorizó a toda una generación en pos de la creación y gestión de instituciones de educación, ciencia y cultura. El Centenario fue una ocasión para la institucionalización de un universo simbólico que caló hondo en la identidad local. Este universo simbólico estaba compuesto tanto por las esperanzas puestas en la industria y la renovación urbana como por una mitificación del pasado glorioso de la provincia, representada como la heroica cuna de la patria. Las guías fueron ideales transmisoras de este imaginario y hasta se permitieron reflexionar sobre cuál era la función de la historia en ese camino hacia el “progreso”. En este sentido, la guía Baedeker,¹⁷ iniciativa del abogado, escritor y periodista Arturo Guasch, se ocupó del pasado de la provincia en extenso, primero con una reseña histórica desde la época de la conquista. Tucumán es para la guía el “punto de conjunción de dos civilizaciones extremas y opuestas, pero igualmente grandes” (Guasch, 1916: 10) refiriéndose a los españoles y a los pueblos originarios, este “encuentro” habría sido parte de un pasado necesario para el éxito de la sociedad del presente y del futuro, en consonancia con algunas ideas nacionalistas de la época (cf. Lagos, 2014). La guía afirma que “las civilizaciones fenecidas” son “uno de los tantos anillos que eslabonan lo pasado con lo presente; que explican lo que hemos sido y nos dan la clave para descifrar el enigma del mañana por llegar” (Guasch, 1916: 10). Esta visión de lo indígena como un pasado que ya no existe, posiblemente haya sido influenciada por los estudios arqueológicos de Juan Bautista Ambrosetti en el valle de Taff a partir del año 1895. El traslado de un menhir desde su lugar de origen hasta el parque 9 de julio y su “dominio” a través de la cámara fotográfica y su posterior publicación en diferentes objetos gráficos, es parte de esta reconstrucción del pasado en donde la visión “positiva” del pasado indígena implicaba la invisibilización de sus descendientes. Esta idea de los pueblos originarios como algo necesario pero “fenecido” caló muy profundo en el imaginario social de la Nación.

Ahora bien, los sucesos acaecidos en el suelo tucumano vinculados al proceso independentista corrieron el eje hacia la mitificación y glorificación de los procesos históricos de principios del siglo XIX. En particular dos hechos propiciaron que Tucumán fuera considerada dentro de este universo simbólico como la “cuna de la independencia”: la decisiva Batalla de Tucumán contra los realistas, acaecida en el 24 de septiembre de 1812, y la reunión del Con-

greso de las Provincias Unidas del Río de la Plata y su declaración de independencia proclamada el 9 de julio de 1816.

En la tradición pictórica los hechos históricos han sido representados a partir de los retratos de aquellos considerados protagonistas y de la composición de escenas de eventos relevantes, basta pensar en las pinturas de Juan Manuel Blanes o las obras de Francisco Fortuny. En el caso de la fotografía, sobre todo en aquella que se pretende documental, ese tipo de “teatralización” fue dejada de lado en pos de una metonimia visual que dispone de ciertos objetos a representar el acontecimiento.

Es así como el *Almanaque Salón* de Gil Montero (1907), bajo el título “Reliquias históricas”, reprodujo fotografías de la imagen escultórica de la Virgen de la Merced, patrona de la ciudad, y del bastón de mando entregado a ésta por el General del Ejército del Norte, Manuel Belgrano, acción que le valió la denominación “Virgen Generala del Ejército Argentino”. Con una fuente tipográfica de gran tamaño –que jerarquiza la información– se aclara que son “fotografías tomadas del original”. Así como los dibujantes solían reafirmar la veracidad y verosimilitud de los retratos aclarando que eran ejecutados “del natural”, en estas épocas de reproductibilidad fotomecánica la guía aseguraba la calidad de la toma fotográfica “del original” en contraposición a la fotografía de fotografías o a los clichés de imprenta reutilizados, que resultaban en una imagen con poca definición. El uso de la fotografía, las fuentes tipográficas y los adornos en la página (flores) funcionan aquí como marcas de modernidad; en una primera instancia podría pensarse estos elementos en contradicción con la temática histórica y religiosa, sin embargo, una de las características de estos almanaques y guías fue la convivencia de aspectos “modernos” y “tradicionales”.

Por su parte, la declaración de la independencia fue representada con los retratos de sus congresales, pero fue la imagen de la “casa histórica”, propiedad de Francisca Bazán cedida a los fines de la reunión, fotografiada por Angel Paganelli en 1869, la que se reprodujo una y otra vez en las páginas de las guías y almanaques, así como también en otros impresos de diversos formatos y soportes. Su protagonismo en la cultura visual local resulta incuestionable, ésta fue convertida en escudo, emblema y marca de la ciudad y la provincia. La fotografía de Paganelli, por ser la única imagen conservada de la fachada antes de su demolición en la década de 1870, fue más tarde utilizada para su reconstrucción a mediados del siglo XX.

Dentro del universo simbólico que describe la especificidad de la provincia, Tucumán como “jardín de la república” fue una metáfora que se hizo presente en las variadas descripciones de la provincia realizadas durante el siglo XIX. Esta imagen poética de la provincia como un lugar exuberante por su abundante flora puede encontrarse ya en las crónicas de la década de 1820 del

viajero inglés Joseph Andrews y fue retomada luego por figuras de las letras como Juan Bautista Alberdi, Domingo F. Sarmiento, Paul Groussac o Adán Quiroga. Algunas de estas expresiones poéticas fueron reunidas en el marco de los festejos del Centenario por Lizondo Borda en el poemario *El Tucumán de los poetas*, publicado en 1916 por la imprenta de Prebisch y Violetto (Martínez Zuccardi, 2018). No resulta extraño, entonces, que las guías y almanaques hubieran reproducido también esta idea en sus textos, en general a la hora de reseñar la geografía de la provincia y las opciones de esparcimiento al aire libre. El “jardín de la república” fue representado visualmente con fotografías del valle de Tafí y el cerro San Javier, así como algunas avenidas y paseos con gran cantidad de árboles. El paisaje montañoso y al mismo tiempo selvático, la yunga, son una característica particular de Tucumán, notablemente diferente al paisaje pampeano y al imaginario construido alrededor él. Es posible también pensar en las plazas y los parques presentados en las guías y almanaques como una conjunción entre la flora y la historia. Las plazas son espacios naturales intervenidos para “contener” también a la historia, que se hace presente en sus nombres y en sus monumentos, vemos esta cristalización en la fotografía de la plaza Belgrano publicada en la *Guía Ilustrada* de Maciel Villafañe (1899), allí los frondosos árboles rodean el monolito conmemorativo de la Batalla de Tucumán.

En resumen, las fotografías reproducidas por medios mecánicos en guías y almanaques de Tucumán buscaron representar visualmente las diferentes ideas que conformaron el universo simbólico de aquello que se concibió como propio de la provincia. Estas nociones abarcaron el deseo de ser una sociedad moderna a partir de un promisorio presente económico social y cultural, su paisaje característico y también su historia.

CONCLUSIONES

A lo largo de este trabajo sostuvimos que las guías y almanaques, legítimas representantes de la cultura impresa de la provincia de Tucumán, fueron instrumentos para la construcción y reproducción de universos simbólicos vinculados a la modernidad, motor de la ciencia y el “progreso”, y también a representaciones identitarias que buscaron jerarquizar el rol provincial en el proceso independentista, así como su singular paisaje.

Hemos descrito la conformación de una cultura impresa en Tucumán, algunos de sus actores y emprendimientos. En particular nos hemos referido a la creciente demanda de objetos impresos a partir de 1880 que fue satisfecha por imprentas que ya no se dedicaban solamente a la prensa política o la edición de textos sino que apuntaban a un público amplio y con fines comerciales.

Entre ellas, las guías y almanaques fueron una herramienta de considerable relevancia tanto para comerciantes e industriales, que podían publicitar sus emprendimientos, como para consumidores, quienes por una suma de dinero relativamente módica podían conocer no solamente la variedad de actividades comerciales e industriales de la provincia sino también informarse sobre su geografía e historia a través de textos e imágenes. Los editores que recopilaban la información, en general tucumanos o residentes, fueron en algunos casos periodistas o escritores, como Arturo Guasch, Higinio Gil Montero o Matías Maciel Villafañe, otros estuvieron más vinculados a la actividad política, como Horacio Piñero, mientras que otros eran dueños de imprentas como es el caso de Miguel Bazán o de Albin Prebisch. Aunque la gran mayoría de estas guías y almanaques fueron impresas en la provincia, aún aquellas que recurrieron a un establecimiento de Buenos Aires, gracias a editores y colaboradores pudieron darle una impronta local a los textos e imágenes publicados.

Estas guías fueron parte de la cultura visual imperante en el paso del siglo XIX al XX, sus textos, su diseño gráfico, sus ilustraciones, sus fotografías y la manera en la que todos estos elementos estaban organizados visualmente contribuyeron a la conformación de ideas y representaciones de la modernidad y también de la historia. Convivieron e interactuaron maneras más simples y “tradicionales” de presentar textos e imágenes con otras “modernas” que modificaban la manera en que se consumía información. Portadas, encabezados, marcos, orlas y publicidades fueron los primeros en modificarse. Muchos de estos cambios estuvieron directamente relacionados con tecnologías y técnicas que hicieron posible la incorporación de nuevas fuentes tipográficas, fotografías, ilustraciones y ornamentos a las páginas impresas. Hemos interpretado el uso de tecnologías innovadoras y una estética modernista en las artes gráficas como parte de una búsqueda mayor de las sociedades finiseculares por integrarse a la modernidad.

El amplio uso de la fotografía en las guías y los almanaques sirvió para hacer visible, pero también posible, el tan deseado progreso económico y cultural de la provincia de Tucumán. Las fotografías de los políticos en funciones, las edificaciones de instituciones artísticas, educativas y científicas, los talleres mecanizados y los enormes complejos de los ingenios azucareros son imágenes del promisorio presente de la provincia y convivieron en las guías con otras imágenes que remitían a su pasado: retratos de personas fallecidas, edificios que fueron demolidos, escudos en desuso y maneras antiguas de fabricar azúcar. La identidad local se construyó partiendo de un presente y de las aspiraciones a futuro, pero también sobre la base de una idea de la historia en donde ella misma es importante para el porvenir. Se eligió como pasado mítico y glorioso a la gesta independentista, en este relato, construido con textos e imágenes, Tucumán es el escenario principal del devenir histórico

y origen del Estado-Nación. La representación visual de la provincia aludió también a su naturaleza, reforzando la metáfora del exuberante jardín en el que las posibilidades de progreso son infinitas.

NOTAS

- ¹ Iniciativas interesantes en pos de reconstruir el uso de la cultura gráfica en la vida cotidiana por parte del Museo de la Ciudad de Buenos Aires son Pagani (2013) y Ares (2018).
- ² Si bien no hay estudios específicos sobre el público o el consumo de los almanaques y guías en nuestro país, entendemos que eran menos onerosos que un libro y que la inserción de imágenes permitía transmitir información aún a aquellas personas que no estaban alfabetizadas. Sobre los almanaques como herramienta para la educación popular e informal en España, cf. Carreño (1991).
- ³ Sobre el desarrollo de un mercado editorial en Buenos Aires, cf. Pastormerlo (2005).
- ⁴ En 1883, *Los Debates* y *La Campaña*; en 1884, *La Situación* y *La Libertad*; en 1888, *El Siglo*, *El Sable*, *El Cañón* y *El Eco de Tucumán*; en 1888, *El Derecho*; en 1889, *El Figaro* y *La Propaganda* (García Soriano, 1972).
- ⁵ El proceso litográfico, descubierto en Múnich en 1796 por Alois Senefelder, consistía en la utilización de una piedra caliza en la cual se dibujaba con un lápiz litográfico. La piedra se humedecía haciendo que las marcas grasosas del crayón retuvieran la tinta que la piedra húmeda rechazaba. Luego se colocaba el papel sobre la piedra y se imprimía ejerciendo presión con la prensa sobre el papel y la piedra (Gascoigne, 2004). La producción de imágenes litográficas llegó a la Argentina en 1828 de la mano del taller del suizo César Hipólito Bacle y su esposa Andrea Macaire, hasta la llegada del *half-tone* fue la técnica más utilizada para imprimir imágenes.
- ⁶ Según lo consigna García Soriano, al momento del cierre de *El Republicano* (emprendimiento de Román Cañaveras y Félix C. Sánchez, editado entre 1881 y 1884) habría vendido a *La Razón* su tipografía y “su magnífica litografía, la primera que se ha establecido en las provincias del norte” (García Soriano, 1972: 29-30).
- ⁷ Alwin Theodor Prebisch contrajo matrimonio con la salteña Rosa Linares Uriburu, tuvieron ocho hijos, algunos fueron personajes de mucha relevancia en el campo cultural argentino del siglo XX. Entre ellos, el economista Raúl Prebisch, el arquitecto Alberto Prebisch, Julio Prebisch, dirigente reformista y rector de la Universidad de Tucumán y la poetisa Amalia Prebisch.
- ⁸ En la guía de Flores (1914) hay una publicidad de dos páginas de los “Grandes Talleres gráficos de Albin Prebisch” que da cuenta de la variedad de los trabajos que realiza. Fabrica todo tipo de impresos “hasta las más lujosas y complicadas”, pero también produce libros y “encuadernaciones de toda clase [...] cajas estuches

y álbumes” y también litografías “etiquetas para licoristas y cigarreros, diplomas, planos, cartelones especiales de reclame, cartas, facturas, tarjetas, etc.”.

- ⁹ Sin pretender que se trate de un número exacto ni concluyente, lo elaboramos a fines orientativos a partir de los datos proporcionados por las mismas guías.
- ¹⁰ En la década de 1880 se construyeron bulevares, se abrieron todas las calles del radio urbano, se reemplazó el kerosén por el alumbrado eléctrico y se dio impulso a los estudios sobre aguas corrientes, implementado finalmente en 1898 durante el gobierno de Lucas Córdoba.
- ¹¹ En la guía de Bazán (1903) se habla de este mismo constructor en los siguientes términos: “publicamos una vista de un edificio de propiedad de este señor, que dicho sea de paso, en esta ciudad hay muy pocos que tengan este gusto artístico”.
- ¹² La base de la linotipia era similar a la de una máquina de escribir, y reemplazó a la composición manual. El teclado de esta máquina tenía 90 teclas, cada una de las cuales gobernaba un tubo vertical que comunicaba con un *magazin*. En cada uno de estos se encontraban los diferentes caracteres de la composición. Cada vez que se presionaba una de esas teclas, se liberaba una letra igual a las utilizadas en la tipografía, que resbalaba a lo largo de una regla y tomaba su lugar en la línea de componer, o componedor. Al finalizar la línea, el obrero presionaba una palanca en un costado de la máquina que accionaba un molde del tamaño de la línea que se enfrentaba a ésta. La linotipo tenía un crisol calentado eléctricamente desde el cual se enviaba en forma automática el plomo a los moldes. Por medio de la presión entre la línea y el molde, y con la participación de la aleación, se grababan los caracteres que formaban la línea (Bil, 2005: 3).
- ¹³ El *art nouveau* o modernismo fue un movimiento artístico europeo de fines del siglo XIX e inicios del XX que influyó en diversas ramas del diseño, la arquitectura y las artes aplicadas. Su morfología presentaba un predominio de las imágenes femeninas, líneas curvas y una profunda inspiración en las formas orgánicas. Para Robert Schmutzler no es casual que el *art nouveau* se hubiera expresado principalmente y de manera más completa en el diseño de libros, en ellos tipografía, ilustraciones y ornamentos se fusionaban para crear una obra de arte integral. En las artes gráficas, la naturaleza y una imagen femenina estilizada a menudo se unieron para decorar todo tipo de anuncios, tanto en la vía pública como en publicaciones periódicas (Schmutzler, 1962).
- ¹⁴ Por ejemplo las de Rivadavia 347 o Buenos Aires 488, así como la ahora destruida casa de autor desconocido en la calle 25 de mayo 492, de la cual hay registros fotográficos. Alberto Nicolini afirma que ésta poseía una fachada “delicadamente asimétrica [...] con una espléndida composición en argamasa, filigrana de hierro y vidrio, respondiendo a modelos del Art Nouveau-Floreal” (Nicolini, 1976: 15).
- ¹⁵ Sabemos por el Censo Nacional de 1895 (folio 148) que Miguel Bazán, “impresor”, nació en Tucumán en 1868 y que su padre era un carpintero de la capital.
- ¹⁶ En esta guía se referencia que “con excepción de 4 o 5” todas las fotografías fueron tomadas por Francisco Sánchez Mella, fotógrafo comercial, corresponsal del sema-

nario *Caras y Caretas*. Esta casa ofrecía en su moderna publicidad los suntuarios retratos “al platino, porcelana, seda y en tarjetas postales” y aclara que se toman inclusive “vistas de noche”, denotando también la capacidad técnica del estudio (Bazán, 1910).

- ¹⁷ En la primera mitad del siglo XIX la casa editorial alemana Baedeker popularizó las “Guía del viajero” en donde se describían diferentes ciudades, sus medios de transporte y sus comercios. En Argentina, la casa Peuser publicó sus propios “Baedeker” sobre Buenos Aires y, de un modo similar, otras casas editoriales tomaron el nombre de la popular “marca”. Este es el caso de la imprenta tucumana “La Argentina”, de Manuel Pérez, que por iniciativa de Guasch publicó un pequeño ejemplar de 18 x 11 cm. Su portada consigna que la publicación ha sido “aprobada y premiada por la Comisión del Centenario”.

FUENTES

- Album* (1916): *Album general de la provincia de Tucumán en el primer Centenario de la Independencia Argentina*, Buenos Aires, Establecimiento Gráfico Rodríguez Giles.
- Celebración* (1917): *Celebración Nacional del Centenario de la Independencia en Tucumán 1916*, San Miguel de Tucumán, S/E.
- COLOMBRES, Nicanor y PIÑERO, Juan D. (1901): *Guía Ilustrada del Tucumán para el viajero*, Buenos Aires, Compañía Sudamericana de Billetes de Banco.
- FLORES, Bartolomé y Cía. (1914): *Guía argentina comercial, industrial, profesional y social. Tucumán, Santiago del Estero y Salta*, San Miguel de Tucumán, Imprenta Albin Prebisch.
- GRANILLO, Arsenio (1872): *Provincia de Tucumán*, Imprenta La Razón, San Miguel de Tucumán.
- GRIMALDI y Cía. (1918): *Guía comercial de Tucumán 1918-1919*, Imprenta y Litografía La Velocidad, San Miguel de Tucumán.
- GUASCH, Arturo (1916): *Baedeker de la provincia de Tucumán*, Tipografía La Argentina, Tucumán.
- HAT, Roberto (1884): *Almanaque Guía de Tucumán*, Imprenta y Litografía Kraft, Buenos Aires.
- MACIEL VILLAFANE, Matías (1899): *Guía ilustrada de la provincia de Tucumán*, San Miguel Tucumán, Imprenta y encuadernación Italiana de Del Frate & Marini.
- ZINNY, Antonio (1887): *Catálogo general razonado de las obras adquiridas en las provincias argentinas, a las que se agregan muchas otras más o menos raras*, San Martín, Escuela de Artes y Oficios de la Provincia.

BIBLIOGRAFÍA

- ÁNGEL BOTERO, Adriana María (2011): "Construcción social de la identidad. Un acercamiento desde una perspectiva múltiple", *Filo De Palabra*, Manizales, 11, 1, pp. 27-36.
- ARES, Fabio E. [Comp.] (2018): *En torno a la imprenta de Buenos Aires: 1780-1940*, Buenos Aires, Dirección General de Patrimonio, Museos y Casco Histórico.
- BAZÁN, Miguel (1903): *Guía comercial de Tucumán y sus departamentos*, San Miguel de Tucumán, Imprenta La Minerva.
- BAZÁN, Miguel (1910): *Album-guía Centenario de las Provincias de Tucumán, Salta y Santiago del Estero*, San Miguel de Tucumán, Imprenta La Minerva.
- BERGER, Peter y LUCKMANN, Thomas (1995): *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu.
- BIL, Damián (2005): "Gran industria y descalificación de los obreros gráficos. Buenos Aires, 1880-1920", *Razón y Revolución*, 14, reedición electrónica. Consultado el 3.3.2020, disponible en [<http://repositorio.filo.uba.ar/bitstream/handle/filodigital/4422/Bil%20-%20GI%20en%20Gr%C3%A1ficos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>].
- BOTREL, Jean François (2006): "Para una bibliografía de los almanaques y calendarios (siglos XIX-XX)", *Elucidario*, 1, 1, pp. 35-46.
- CAMPI, Daniel (2000): "Modernización, auge y crisis. El desarrollo azucarero tucumano entre 1876 y 1896". En VIEIRA, A. et al., *História e tecnologia do açúcar*, Funchal, Centro de Estudos de História do Atlântico.
- CARREÑO, Myriam (1991): "Almanaques y calendarios en la historia de la educación popular: un estudio sobre España", *Revista de Educación*, Madrid, 296, pp. 195-216.
- CLERICI, Emiliano (2016): "El lujo de pertenecer: imágenes en los carteles artísticos porteños (1898-1920)". En SZIR, S. (Coord.), *Ilustrar e imprimir. Una historia de la cultura gráfica en Buenos Aires, 1830-1930*, Buenos Aires, Ampersand.
- CUARTEROLO, Andrea (2006): "El retrato fotográfico en la Buenos Aires decimonónica - La burguesía se representa a sí misma", *Varia Historia*, Belo Horizonte, 22, 35, pp. 39-53.
- DELGADO, Verónica y ROGERS, Geraldine [Eds.] (2016): *Tiempos de papel: Publicaciones periódicas argentinas (siglos XIX-XX)*, La Plata, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación.

- DUBOIS, Philippe (1986): *El acto fotográfico. De la representación a la reflexión*, Barcelona, Paidós.
- GAMARNIK, Cora (2018): “La fotografía en la revista *Caras y Caretas* en Argentina (1898-1939): innovaciones técnicas, profesionalización e imágenes de actualidad”, *Estudios Ibero-Americanos*, 44, 1, pp. 120-137.
- GARCÍA SORIANO, Manuel (1972): *El periodismo tucumano (1817-1900). Ensayo de Investigación sobre un aspecto de la cultura de Tucumán durante el siglo XIX*, Cuadernos de Humanitas, Tucumán, 38, pp. 1-113.
- GASCOIGNE, Bamber (2004): *How to Identify Prints*, New York, Thomas & Hudson.
- GENÉ, Marcela y SZIR, Sandra [Eds.] (2018): *A vuelta de página. Usos del impreso ilustrado en Buenos Aires. Siglos XIX-XX*, Buenos Aires, Edhasa.
- GERGICH, Andrea (2016): “El diseño antes del diseño. El instituto Argentino de Artes Gráficas y el «protodiseño gráfico» en Buenos Aires a comienzos del siglo XX”. En SZIR, S. (Coord.), *Ilustrar e imprimir. Una historia de la cultura gráfica en Buenos Aires, 1830-1930*, Buenos Aires, Ampersand.
- GIL MONTERO, Higinio [Ed.] (1907): *Almanaque salón y guía de comercio de Tucumán*, San Miguel de Tucumán, Chrestia Hnos.
- JOHANSSON, Lucrecia (2006): “La Mariposa, primer periódico escrito por mujeres en Tucumán”, *Humanitas*, Tucumán, 25, 33, pp. 289-307.
- LAGOS, Gabriel (2014): “El nacionalismo de Ricardo Rojas en tiempos del centenario (1900-1916)”, *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales*, Jujuy, 45, pp. 211-225.
- LIZONDO BORDA, Manuel (1959): “La imprenta y el periodismo en Tucumán”. En *Temas Argentinos del siglo XIX*, Tucumán, Publicaciones de la Junta Conservadora del Archivo Histórico de Tucumán, pp. 145-161.
- MALLORQUÍN, Carlos (2006): “Textos para el Estudio del Pensamiento de Raúl Prebisch”, *Cinta Moebio*, Santiago de Chile, 25, pp. 17-63.
- MALOSSETTI COSTA, Laura y GENÉ, Marcela [Comps.] (2009): *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*, Buenos Aires, Edhasa.
- MALOSSETTI COSTA, Laura y GENÉ, Marcela [Comps.] (2013): *Atrapados por la imagen. Arte y política en la cultura impresa argentina*, Buenos Aires, Edhasa.
- MARTÍNEZ ZUCCARDI, Marfa Soledad (2016): “Tucumán en el imaginario poético argentino”, *Latinoamérica. Revista de estudios latinoamericanos*, Ciudad de México, 63, pp. 129-156.

- NANNI, Facundo (2017): “La dificultad de perdurar. Primeras experiencias periodísticas en la provincia de Tucumán, 1820-1852”, *Territórios & Fronteiras*, Cuiabá, 10, 2, pp. 299-318.
- NAVAJAS, María José (2013): “La prensa tucumana durante el juarismo: disputas políticas y querellas judiciales”, *Anuario del Centro de Estudios Históricos “Prof. Carlos S. A. Segreti”*, Córdoba, 13, pp. 111-127.
- NICOLINI, Alberto (1976): *San Miguel Tucumán 1800-1916: evolución urbana y arquitectónica*, Tucumán, Universidad Nacional de Tucumán.
- PÁEZ DE LA TORRE, Carlos (2009): “La revista ‘Tucumán Ilustrado’”, *La Gaceta*, 28.04.2009. Consultado el 2.02.2020, disponible en [<https://www.lagaceta.com.ar/nota/358552/informacion-general/revista-tucuman-ilustrado.html>].
- PAGANI, Estela [Dir.] (2013): *Viñetas: imágenes gráficas, estampas y tipografía en técnicas del pasado 1858-1958*, Buenos Aires, Dirección General de Patrimonio e Instituto Histórico.
- PASTORMERLO, Sergio (2005): “El desarrollo de un mercado editorial en Buenos Aires. 1880-1890”, *Orbis Tertius*, La Plata, 10, 11, pp. 143-158.
- ROSSO, Sebastián (2015): “Imágenes del buen gobierno”, *La Gaceta*, 05.12.2015. Consultado el 2.02.2020, disponible en [<https://www.lagaceta.com.ar/nota/663601/sociedad/imagenes-buen-gobierno.html>].
- SCHMUTZLER, Robert (1962): *Art Nouveau*, New York, Harry N. Abrams Inc.
- SZIR, Sandra (2012): “Tradiciones y cambios en las ‘guías del tiempo’. Almanagues y calendarios ilustrados, Buenos Aires, siglo XIX”. *Actas del Congreso: Las Edades del Libro*, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas - UNAM - FCE.
- SZIR, Sandra (2013): “Arte e industria en la cultura gráfica porteña. La revista Éxito Gráfico (1905-1915)”. En MALOSETTI COSTA, L. y GENÉ, M. (Comp.), *Atrapados por la imagen. Arte y política en la cultura impresa argentina*, Buenos Aires, Edhasa, pp. 165-195.
- SZIR, Sandra (2014): “Arte, tecnología y prácticas gráficas en la historia material de los periódicos ilustrados. Buenos Aires (1860-1920)”, *Anuario Tarea*, Buenos Aires, 1, 1, pp. 99-115.
- SZIR, Sandra [Coord.] (2016): *Ilustrar e imprimir. Una historia de la cultura gráfica en Buenos Aires, 1830-1930*, Buenos Aires, Ampersand.
- TELL, Verónica (2009): “Reproducción fotográfica e impresión fotomecánica: materialidad y apropiaciones de imágenes a finales del siglo XIX”. En MALOSETTI COSTA, L. y GENÉ, M. (Comps.), *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*, Buenos Aires, Edhasa, pp. 141-164.

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

VIGNOLI, Marcela (2015): *Sociabilidad y cultura política, La Sociedad Sarmiento de Tucumán, 1880-1914*, Rosario, Prohistoria.

