

El rol de la revista PBT en la introducción y consolidación de historieta en la industria cultural argentina (1904-19018).

Laura Tarasiuk Ploc
Universidad Nacional de Lanús
Facultad de Ciencias Sociales UBA

1. INTRODUCCIÓN

El presente escrito propone abordar el análisis de la revista *PBT* en relación con su rol en la introducción y consolidación de la historieta en la industria cultural argentina, durante su primer período de edición comprendido entre 1904 y 1918. Es importante considerar que este semanario ha sido poco abordado y descrito hasta el momento, por lo cual se aportará una aproximación descriptiva al mismo focalizando en sus aspectos de producción editorial y sobre todo en el manejo del humor y la inclusión de viñetas humorísticas, tiras gráficas e historietas.

Otro aspecto a tener en cuenta es que el período que se aborda constituye también un momento en la historia de la historieta en argentina que precisa ser completado desde la descripción y análisis de los sucesos. En este sentido, se escribió en abundancia y con alto nivel de análisis sobre el período de auge del género en nuestro país – a partir de la década del 20 y 30 aproximadamente en adelante-, una etapa en donde los elementos propios de este género de narrativa visual ya se encontraban desarrollados y puestos en práctica por una gran cantidad de dibujantes que se dedicaron a producir para distintos medios. Sin embargo, poco se describe sobre aquellos primeros años del siglo XX en donde las primeras historietas comenzaron a circular en Buenos Aires, en el espacio de los magazine, objeto que también estaba dando sus primeros pasos en el medio periodístico local. La decisión de recortar la observación del objeto de estudio en la publicación *PBT* se debe a que esta revista desde su primer número publicó una gran cantidad de material humorístico gráfico, entre los cuales destaca la inclusión de tiras gráficas y paulatinamente de historietas.

En los resultados a los cuales se arriba hasta el momento, se puede identificar en este período y en esta revista un proceso de transición, en el cual se va abandonando progresivamente la producción de viñetas de cuadro único de características satírico-

humorísticas con temáticas políticas hasta otorgarle un lugar ponderado a la producción local de historietas. En el contexto de este magazine no solamente se publicarán tiras gráficas extranjeras de destacados referentes, sino que también se producirán los primeros personajes fijos y las primeras historias por entrega, aunque con un incipiente uso del lenguaje del comic moderno. Debemos considerar, además, que en el período abordado en nuestro país se denominaban “cuentos vivos” a estas producciones, siendo el concepto de “historieta” utilizado para algunos casos puntuales.

En relación a la producción local, será de importancia el aporte de ilustradores españoles que realizaron una importante trayectoria en su país natal, sobre todo en relación a la producción de historietas, como son los casos de Francisco Navarrete y Pedro de Rojas. Sobre todo en la incorporación de este último a la revista, a fines del año 1906, quien realizará las primeras tiras gráficas con personajes fijos para *PBT*. Ya hacia el final del período lo sucede un ilustrador local, Oscar Soldati, nacido en Rosario.

Cabe aclarar que los resultados presentados en esta ponencia son parte de la sistematización de las observaciones realizadas en el marco de la tesis de maestría en curso, titulada “Humor gráfico en la prensa periódica argentina. Análisis histórico-comunicacional de las primeras viñetas humorísticas publicadas en el semanario *PBT* (1904-1918)”.

2. DESARROLLO

2.1 El surgimiento de *PBT* en el mercado de prensa argentino. Un Comentario descriptivo sobre sobre la revista.

A principios del siglo XX Argentina contaba con una actividad en prensa enriquecida y consolidada por las experiencias desarrolladas durante el siglo XIX. Los proyectos de prensa encabezados por *La Nación* (1870), de Bartolomé Mitre, y *La Prensa* (1869), de José C. Paz, atravesaron un paulatino proceso de modernización que derivaron en los modelos de prensa empresarial con orientación hacia un mercado lector más amplio y heterogéneo, buscando acercarse a ellos a través de la mayor inclusión de contenido misceláneo, inclusión de imágenes, publicidad, juegos y sorteos. Claramente los espacios de *prensa seria* irán incorporando estas novedades de forma progresiva. Sin embargo, serán los magazines los que inauguren una nueva forma de hacer periodismo para las masas lectoras heterogéneas (Romano, 2012; Eujanian, 1999; Ojeda, Moyano y Sujatovich, 2016). *Caras y Caretas* será el magazine que comienza con esta tradición en el año 1898 y será también un espacio de

impulso del proceso de profesionalización de escritores y dibujantes en la prensa gráfica argentina (Rivera, 1998; Ojeda y Moyano, 2018).

En relación al rápido impacto de este género periodístico, Ojeda, Moyano y Sujatovich (2016:3) sostienen:

La masividad alcanzada por este nuevo formato gráfico es notable. La ambiciosa tirada del número 1 de Caras y Caretas (8 de octubre de 1898), de diez mil ejemplares, se vio desbordada por la demanda, optándose por una reimpresión de cinco mil ejemplares más, rápidamente agotados. La cifra era apenas menor que la tirada promedio diaria de los dos principales diarios del país, y abrumadoramente superior a cualquier revista de interés misceláneo precedente.

Los primeros años del siglo XX condensaron el espacio propicio para que la proliferación de las revistas de interés general en la industria periodística local. El veloz crecimiento de la población bonaerense, la consolidación del estado moderno, como así también la adopción del modelo económico agroexportador, favorecieron que el mercado interno de bienes y servicios se amplíe y en consecuencia la promoción publicitaria en medios periodísticos fuera la forma por excelencia de llegar a mayor cantidad de potenciales consumidores (Ojeda, Moyano y Sujatovich, 2016). Este contexto posibilitó que las revistas tuvieran un rápido crecimiento y aceptación generalizada.

El semanario *PBT* comenzó a publicarse en septiembre del año 1904. Fue fundado por el español Eustaquio Pellicer, quien en el folleto de anuncio de publicación de la revista se reconoce como director de *PBT*, además de “iniciador y primer fundador de *Caras y Caretas*”. La revista mantuvo una periodicidad semanal, con salida los días sábado y contando en principio con un total de 88 páginas impresas en tinta negra y a colores, con tapas color impresas en cromo-litografía. En la contratapa de su folleto de lanzamiento, la revista promete al lector contenido del más variado, pensado para la curiosidad tanto de niños como de adultos. Serán algunos estos contenidos: crónicas festivas de actualidad, caricaturas, cuentos ilustrados, composiciones musicales de fácil ejecución, concursos artísticos y literarios, juegos de ingenio, moda, reseñas gráficas de establecimientos educativos, actualidad fotográfica, noticias extranjeras, sport, entre muchos otros. Cabe destacar entre la lista de estos contenidos, que aluden a incluir entre sus páginas “historietas mudas”. *PBT* promete a sus lectores ser en su género “la revista más importante de Sud-América, y la más barata por lo abundante de su texto, la profusión de

sus grabados, el lujo de su estampación y la riqueza de su papel” (*PBT*, Folleto de lanzamiento, año 1904).

PBT salió al mercado local con una tirada inicial de 45 mil ejemplares, los cuales la redacción alude haber agotado en pocas horas. Con un valor por ejemplar suelto de 20 centavos y una suscripción anual de 9 pesos, lo cual posicionaba a la revista con un valor accesible para los lectores. Desde su comienzo, la revista reforzó en su discurso su compromiso por llevar adelante una publicación que redoblara constantemente sus esfuerzos en ofrecer el mejor contenido gráfico de la época. Un aspecto singularmente interesante es el tamaño relativamente pequeño que adoptó la revista desde su inicio y que mantuvo hasta el año 1913 donde realizan un primer cambio de formato. Desde el comienzo se optó por un formato reducido (13x23cm) lo cual convertía a la revista en un objeto de fácil transporte, aspecto imprescindible en el desarrollo y movimiento diario de una persona en la vida urbana.

El primer número de la revista *PBT* reconocerá como miembros de su staff de dibujantes a reconocidos ilustradores extranjeros. La nómina incluye apellidos como los de Navarrete, Melina, Zavattaro, Castro Rivera, Fortuny, Barrantes Abascal, Hoffman, entre otros. La dirección artística estará en manos de Juan Sanuy, reconocido ilustrador español que, además de participar anteriormente en *Caras y Caretas*, había fundado y dirigido un semanario ilustrado en Uruguay, llamado *Montevideo Cómico*. En diciembre del año 1906, se incorporó al staff una figura clave en el desarrollo de tiras gráficas e historietas en la revista: Pedro de Rojas. Con él se iniciará la etapa de personajes fijos y entregas por ediciones para que los lectores siguieran las aventuras y desgracias de los personajes de las mismas.

La dimensión humorística atraviesa a *PBT* tanto en su producción escrita como visual. Era el propósito de Pellicer realizar una publicación de tono festivo y humorístico, tal como había iniciado en sus proyectos anteriores¹. Resulta interesante destacar que la publicación construye un personaje que irá creciendo con cada aniversario de la revista,

¹ Eustaquio Pellicer ya contaba con una importante trayectoria en el ámbito de la prensa en el Río de la Plata. Sus experiencias comenzaron en Uruguay donde fundó dos semanarios humorísticos: *La Pellicerina* (1887) y *Caras y Caretas* (1890-1892). Unos años después de su llegada a Argentina fundó la versión bonaerense de *Caras y Caretas* (1898), que gozó de mayor crecimiento que su predecesora uruguaya. En esta empresa periodística llevada adelante junto con José Álvarez y Manuel Mayol, estuvo hasta el año 1903, año en el que se retira y decide más adelante fundar la continuación de sus primeras intenciones para con *Caras y Caretas*; nace el semanario *PBT* como una revista semanal ilustrada humorística, noticiosa e instructiva.

aunque siempre mantendrá su espíritu joven y entrometido. Es Pellicer quien escribe firme a través del seudónimo "El Pebete" en la sección editorial "Las charlas del PBT". Esta práctica será continuada por las personas que sucederán a Pellicer en la dirección durante algunos períodos, hasta el cambio radical en formato y partido gráfico y editorial que tomará la revista en el año 1916. La construcción visual de "El Pebete" (imagen 1 y 2) condensa las características propias del semanario: un niño vestido con ropa de adulto que porta una pluma y una cámara fotográfica. El personaje emblemático de la revista fue representado por múltiples ilustradores, incluso en un mismo número, y también será incluido en algunas tiras gráficas de humor.



Imagen 1. Representación del Pebete como emblema de la revista. Esta imagen se reproducirá desde el primero hasta el último número de la revista en su primer período, en la página de información editorial.



Imagen 2. Otra representación del Pebete para un apartado humorístico en donde se escribe la palabra "Pebete" en diversos idiomas. (PBT, Nro1, 24/09/1904)

2.2 Antecedentes y aportes para el desarrollo de la historieta en Argentina a principios del siglo XX.

En relación a la historieta como género, hacia el año 1898 – momento en que se publica el primer número de *Caras y Caretas* en nuestro país - en Estados Unidos ya circulaban las historietas de Richard Outcault – considerado ‘padre’ del género en su país – tales como Yellow Kid (1896) o Buster Brown (1897), entre otras. La tradición en Europa no queda por detrás, ya que en la última década del siglo XIX encontramos numerosas revistas humorísticas ilustradas en las cuales se publican gran cantidad de tiras cómicas

producidas por ilustradores locales, algunas de estas revistas incluso se especializarían en este género.²

Sin embargo, no existe un consenso acerca del año de surgimiento de la historieta, aunque sí podemos sostener que fue considerada como un género menor en relación con el ámbito académico del arte, y durante el siglo XIX vinculada a la lógica mercantil y seriada de la naciente industria cultural de la época. La historieta surge en varios países en simultáneo, aunque suele adjudicarse su filiación a la vertiente de ilustradores de prensa de Estados Unidos, hacia fines del siglo XIX, nacida como un recurso que buscaba ganar lectores frente a otros medios de competencia (Steimberg, 2013). Sin embargo, en nuestro país, la historieta consolidada con su lenguaje moderno no participó de la prensa "seria" argentina hasta la década del 20 (Rivera, 1992) cuando en el diario *La Nación* se incorpora la tira gráfica estadounidense *Bringing Up Father*, creada en 1912 por Georges McManus, perteneciente al subgénero de los *family strips*.

En nuestro país, se identifican secuencias narrativas en el *Gran Almanaque del Mosquito para 1878* (Gutiérrez, 1999). Si bien no constituyen historietas en su sentido moderno, estas secuencias que articulan texto e imagen desarrollan una breve historia humorística, con empleo de diálogos al pie del cuadro y desarrollo de secuencias cinéticas en algunos casos. Gutiérrez (1999:21) alude a que los ilustradores de *El Mosquito*, casi todos franceses y españoles, podrían haber tomado las experiencias del desarrollo europeo del comic: "Se trata de obras muy singulares, ya que por su aspecto técnico están adelantadas en mucho a lo que es la generalidad de su época, y seguramente responden a efecto de lo que se venía realizando en Europa, donde los relatos gráficos ya habían desarrollado notables avances a través de la obra de Töpffer, Cham y Busch."

En línea con lo planteado por Gutiérrez, podemos hacer vinculación con la influencia que los inmigrantes europeos, especialmente vinculados con el oficio de la ilustración, la industria gráfica y los medios de prensa, pudieron significar en el desarrollo local del género de la historieta en nuestro país. Ojeda (2016) identifica tres oleadas inmigratorias que se producen a lo largo del siglo XIX en Argentina en donde cada una de ellas aporta distintos aspectos a la industria gráfica y periodística local: la primera oleada – ubicada a fines de 1820 – con la llegada de franceses que aportan sus conocimientos al desarrollo de la litografía y el retrato; la segunda oleada – a comienzos de la década de 1850 – con

² Un ejemplo interesante es la revista *The Monigoty*, dedicada exclusivamente a la publicación de historietas y viñetas humorísticas, llevada adelante por Javier Xaudaró y Francisco Navarrete.

inmigrantes que incorporan conocimientos principalmente en el desarrollo tipográfico; la tercera oleada – hacia 1860 – representa la llegada de dibujantes principalmente franceses que “conocen el oficio y sus potencialidades y buscan en él, una vez cerradas otras oportunidades, todas sus posibles puertas abiertas: las caricaturas políticas que llaman la atención, los dibujos naturalistas que impactan por su detalle y calidad, la participación en revistas ilustradas y de caricaturas, la realización de retratos por encargo, la publicación de álbumes con láminas, etc.” (2016:314). A estas oleadas, entonces, podemos sumarle el aporte de los inmigrantes españoles al desarrollo de la historieta durante las primeras décadas del siglo XX, destacando figuras como las de Manuel Redondo, Francisco Navarrete, Pedro de Rojas, entre otros, que realizaron trabajos tanto para *Caras y Caretas*, como para *PBT*.³

Otro aspecto relevante que posibilita el desarrollo de nuevos géneros en la prensa argentina es en relación al nuevo público lector de revistas y consumidores de imágenes, fomentado a partir de las medidas llevadas adelante en materia de educación del país. Además de crecer la capa de sectores alfabetizados, Ojeda y Moyano (2018:10) advierten que: “El dibujo, para ellos constituye un lenguaje relativamente conocido, pues se lo ha incorporado al curriculum en el sistema educativo: el dibujo técnico, el retrato, las imágenes científicas y de exploraciones geográficas, el croquis o el gráfico son una novedad decodificable cuando aparece en el diario.” A estos aspectos, añaden el impacto y la estimulación en la educación visual que propiciaron formatos como los envases, carteles y afiches, impulsados por el crecimiento de marca empresarial. Resulta relevante este detalle en cuanto a la formación visual de esta masa de lectores, pero tampoco podemos dejar de lado el contexto propicio en cuanto al desarrollo -y su llegada a los sectores medios- de otras innovaciones técnicas relacionadas al entretenimiento y la comunicación, que moldearon las diferentes formas de recepción de nuevos formatos. Romano (2012:39) sostiene en relación con este nuevo tipo de lector que: “la audición a través del teléfono o del fonógrafo y la imagen, con las revistas ilustradas, la publicidad y el cine, significaron, antes que concluyera el siglo XIX, una notoria alteración de las formas de percepción y de convivencia para un público ampliado, que no era ya el

³ En el caso de Manuel Redondo, quien desarrolló el personaje de Sarrasqueta, trabajó inicialmente en *El Quijote Moderno* junto con Sojo y luego en el magazine *Caras y Caretas*. De Francisco Navarrete identificamos colaboraciones en distintos medios tales como *El Gladiador*, *Fray Mocho*, *PBT*. Pedro de Rojas llega a Argentina para incorporarse directamente en *PBT* pero pronto se vinculará con otros medios como *Vida Moderna*, *Crítica* y hacia fines de la década de 1910 con *Billiken* y *Fray Mocho*. Tanto en Navarrete como en Rojas – que se relacionan de manera directa con *PBT* – se puede identificar una trayectoria previa muy rica en España, sobre todo en relación con el comic español.

restringido de los lectores. O, en todo caso, nacían ahí los lectores simultáneos de mensajes verbales y no verbales, de palabras e imágenes, mediante un proceso de mayor complejidad intelectual.”

2.3 De viñetas, cuentos vivos e historietas en la revista *PBT*: una historización posible.

Como se mencionó anteriormente, el compromiso de *PBT* estuvo orientado a ofrecer de manera constante un contenido atractivo y de calidad para su público lector. Los esfuerzos por incluir a un amplio rango de edades condujeron a publicar desde notas informativas hasta secciones infantiles y público femenino. Entre la elección de sus contenidos destaca desde el primer número la publicación no solo de viñetas humorísticas de cuadro único, sino también tiras gráficas y cuentos vivos, la mayor parte de ellos impresos a color y muchos de ellos orientados para la lectura de los niños.

Oscar Masotta (1982) sostiene que es a partir de las publicaciones de *PBT* y posteriormente de *Tit-Bis* que se inaugura la historia de la historieta en Argentina. Así mismo, Jorge Rivera (1992:8) sostiene que tanto *Caras y Caretas* como *PBT* “publican exclusivamente cartoons humorísticos unitarios o desarrollados (algunos de los cuales pueden ser considerados hipotéticamente como incipientes desarrollos narrativos de tipo historietístico), en su mayoría dibujados por artistas nacionales o residentes en el país.” Ante este panorama y a partir del análisis que se presentará en los apartados siguientes, queda claro que podemos encontrar en *PBT* y particularmente en sus ilustradores más representativos, la iniciativa de ir abandonando la producción satírico-humorística por la experimentación en la producción de las primeras series con personajes fijos con presencia de incipientes elementos propios de la historieta moderna.

Se identifican en *PBT* cuatro períodos en los cuales se puede describir dicha transición:

1904 – 1906: podemos considerar este primer período como una etapa de gran variedad en el material publicado tanto desde la cantidad de firmas que pueden identificarse en las tiras gráficas, como así también de temáticas, subgéneros y personajes. Es también un período en donde se publicaron materiales en los que se evidencia una búsqueda estética en la ejecución tanto del dibujo como de la puesta en página de la secuencia de viñetas. Durante estos años la mayor parte de las tiras gráficas se imprimían a color, lo cual aportaba gran atractivo a estas páginas de la revista. En principio fueron tiras autoconclusivas, sin embargo, en el año 1905 ya comenzaron a publicarse tiras en dos entregas. Dado a que éstas últimas eran generalmente de procedencia extranjera, la

1907 – 1912: La incorporación de Pedro de Rojas será un punto de inflexión en la producción de tiras gráficas, como así también en el material gráfico de la revista en general, ya que asumirá la mayor parte de las producciones ilustradas. Su incorporación fue anunciada en el semanario el 8 de diciembre de 1906, en donde reconocían el aporte que el ilustrador podría realizar dada su gran trayectoria en España, su país natal. A partir de esta fecha y durante varios años – hasta 1915 aproximadamente – Rojas se encargará de ilustrar las tapas y de producir una gran cantidad de material gráfico junto con José Olivella. Entre ambos se ocuparán de las caricaturas, viñetas y varias de las tiras gráficas que se ubicaban posterior a la portada interna de la revista, junto con el material artístico. Además de encontrar firmas de ilustradores franceses tales como Henriot y Caran D’Ache, en este período podemos observar las primeras series producidas por Pedro de Rojas para la revista. Por un lado, retoma la vieja tradición de los aleluyas, y publicará a partir de 1907 una tira autoconclusiva cada semana, narrando la vida de un personaje en cada entrega. Por otro lado, produce la serie “Pues Señor” entre los años 1907 y 1908, en 23 entregas, donde relata la historia del personaje Juan Tilinguez. Así mismo, en este período encontraremos los primeros personajes que con mayor o menor regularidad comienzan a reconocerse entre las tiras publicadas. Algunos de ellos serán ilustrados por ilustradores propios del staff, como el Tío Meterete de Holmberg, y otros formarán parte de tiras sin firma - posiblemente de procedencia extranjera - como Atorra, El negro risueño, Don Quijote moderno y Kaliko.

En algunas de estas tiras podremos identificar una incipiente aparición del globo de diálogo, elemento propio de la historieta moderna, pero sin hacer uso sistemático de este recurso. Sin embargo, durante estos años aparecerá en las páginas de *PBT* una serie de publicidades de la marca de cigarrillos Mitre, que, adoptando el formato historietístico, presenta publicidades a partir de la narración gráfica de una historia en donde se incluye el globo de diálogo y las metáforas visuales como elementos distintivos. Abordaremos esta serie en el apartado 2.3.3 de este artículo.

1913 – 1915: La producción de Pedro de Rojas en este período fue muy prolífera en relación con las tiras humorísticas: surgirán de entre múltiples ensayos, sus primeras tiras con personajes fijos. Previo al nacimiento de Smith y Churrasco (1913-1915), se observan una serie de tiras humorísticas anónimas, con temáticas principalmente infantiles, que comenzaron presentar personajes con mayor sistematización: Borbón y Carlín con 11 entregas será la de mayor duración, continuando con Siemprino – tira cómica que tendrá

8 entregas – y en menor medida Tardino y Tardina con 3 entregas. Estas producciones mencionadas no se encuentran firmadas, por lo que no se puede establecer, en principio, su procedencia, pero comienzan a mostrar al público lector la lógica de un personaje que presuntamente se esperaría nuevamente encontrar en la entrega siguiente.

Uno de los aspectos más destacados de este período es la disminución paulatina de la cantidad de tiras gráficas sin firma, las cuales también comenzaron a ocupar un espacio menor en la página: desde el comienzo de la revista ocuparían una página completa o incluso una doble página, mientras que para este período se publicaron tiras con menor cantidad de cuadros y que ocuparon tan sólo la mitad de la página, acompañando a algún anuncio publicitario o a una nota de la revista.

Paralelamente, fue la etapa de mayor actividad de Pedro de Rojas, publicando de manera consecutiva las siguientes tiras: De lo vivo a lo pintado (1913-1914), Smith y Churrasco (1913-1915 – *Imagen 5*), Vida social y anexos (1914-1915), Aniceto Cascarrabias (1915 *imagen 6*, primera tira gráfica de Rojas en la que incorpora el globo de diálogo sistemáticamente en su última viñeta en cada entrega), Manual del perfecto Sportman (1915), Don Salamito y Doña Gaviota (1915, hasta enero de 1916, *imagen 7*) y El oráculo de la vida (1915). También se pueden encontrar algunos ensayos bajo el lápiz de R. Tomey, quien le dio vida a “Petiza y Porotín” entre noviembre de 1915 y enero de 1916. Las tiras y viñetas extranjeras estuvieron principalmente relacionadas con los acontecimientos de la Primer Guerra Mundial, publicando material de *Sketch* de Londres, medios franceses, ingleses y alemanes en la sección “La guerra en broma”.



Imagen 5. Smith y Churrasco (1913-1915)



Imagen 6. Aniceto Cascarrabias (1915)



Imagen 7. Don Salamito y Doña Gaviota (1915-1916)

1916 – 1918: En enero de 1916 se produce el retiro definitivo de dos de las figuras centrales de la revista. Eustaquio Pellicer aparece por última vez como director de la revista el 22 de enero de 1916 y no será mencionado en adelante ni como fundador ni colaborador de esta. Por otro lado, Pedro de Rojas, quien deja de producir material gráfico

para la revista con la última publicación de Don Salamito y Doña Gaviota el 23 de enero de 1916, siendo continuada el 12 de febrero de ese mismo año por “Aventuras de un matrimonio sin bautizar” bajo la firma de R. Tomey y continuada posteriormente por Oscar Soldati (Gutierrez, 2008). Será esta tira humorística la primera en hacer uso sistemático del globo de diálogo en todos sus cuadros, abandonando el clásico texto al pie. Con un estilo muy distante de las tiras producidas por Rojas, será Oscar Soldati quien retoma la producción por entregas con personajes fijos. Bajo su lápiz nacen las Aventuras policiales de *Máscara Dura* (1917, *imagen 8*) y *Juancito el Conquistador* (1917), además de tiras cómicas autoconclusivas que abordarán temáticas de la época.

Algunas novedades se incorporaron con las tiras desarrolladas por Soldati: por un lado, ambas tiras fueron anunciadas en reiteradas ocasiones por la revista previo a la salida de la primera entrega. Esto prepararía a los lectores para su recepción. Así mismo, Soldati romperá en la mayor parte de las entregas el espacio típicamente cuadrulado de las tiras gráficas publicadas habitualmente en la revista. En algunos casos el cuadro no existe delimitado físicamente. Por otro lado, siguiendo con la línea inaugurada anteriormente por la serie “Aventuras de un matrimonio sin bautizar”, en donde los lectores son consultados para el desarrollo de la historia, la serie “*Juancito el conquistador*” se realizó a partir de los bocetos de historia enviados por los pequeños lectores del semanario. El ilustrador retoma las historias enviadas y aporta los dibujos, armando así la secuencia narrativa.



Imagen 8. El éxito de *Máscara-Dura*, el personaje desarrollado por Soldati, se anuncia en la revista, en donde se promete repetir las primeras cinco partes de la serie.

2.4 La publicación de historietas extranjeras

A lo largo del primer período de publicación de la revista *PBT* se observa una tendencia a reemplazar el material de producción extranjera por las producciones de artistas locales miembros de su staff. Sin embargo, los primeros años serán claves para la introducción

del género en la revista, siendo predominante el material extranjero firmado o no, ya que circulará una gran cantidad de producciones que en otros ámbitos se consideraron como pioneras de la historieta, presentando al lector del semanario las claves de lectura propias del género incluso antes de que se editaran en nuestro país revistas específicas para este tipo de contenido.

Se pueden identificar dos procedencias principales del material publicado en *PBT*: la corriente francesa en primer lugar, y la corriente estadounidense en segunda medida. Son mayoritarias las tiras gráficas francesas, algunas de ellas firmadas y otras no. En cambio, las tiras norteamericanas no solo no están firmadas, sino que tampoco conservan los clásicos globos de diálogo propios de las originales. La traducción de las tiras se realizó con texto al pie de cada cuadro, emparejándolas con la tradición del cómic europeo.

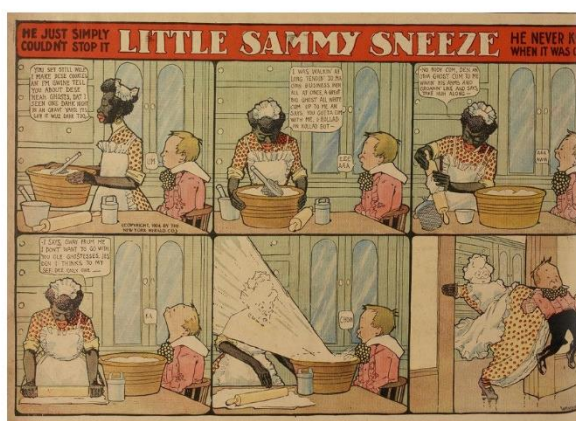
Por el lado de los franceses, se constata la presencia de tiras gráficas de historietistas de renombre en su país. Las producciones de los ilustradores Henriot y Caran D'Ache tuvieron el reconocimiento de la autoría en el final de la viñeta, debajo del último cuadro, escrito en caracteres tipográficos. En cambio, las tiras de Benjamín Rabier, Moriss, Mauryce Mottet, Nadal o Monnier, en su mayoría se publicaron sin sus firmas, aunque en algunas pocas quedarían registradas de manera eventual. Estos ilustradores trabajaron en medios periodísticos franceses tales como *Journal Amusant*, *Le Jeunasse Illustré*, *Les belles images*, entre otros.

En cuanto a las producciones estadounidenses, se pueden encontrar – aunque en menor medida que las francesas – a Buster Brown de Richard Outcault, Little Sammy Sneeze de Winsor McCay, The upside downs de Gustave Verbeek y Boastful Bob de Arthur “Crite” Critchton. Estos ilustradores publicaron sus tiras en el *New York Herald*, en donde se pudo encontrar algunas tiras originales para constatar con las incluidas en *PBT*.

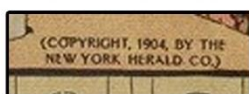
Tras su adaptación, las tiras de medios internacionales sufren ciertas modificaciones con el paso del formato y las traducciones sobre todo de los nombres. Las tiras de 6 a 8 cuadros se publicaban a página completa y en varios casos utilizando la doble página para tiras de 12 cuadros. En algunos casos en los que la cantidad de viñetas excedía el espacio de la doble página, la tira se publicaba en dos entregas, con las indicaciones de “continuará” y “conclusión” en cada una de ellas. Estas primeras tiras convertidas – en relación con su par original - en una lectura con continuación, aparecieron tempranamente en *PBT*, en el año 1905, aunque no significó una intención explícita de generar la expectativa del lector ante una historia inconclusa, sino más bien una falta de espacio para publicarla completa

con sus 24 cuadros originales. Incluso en algunos casos las traducciones modificaban sustancialmente el diálogo original.

Por otro lado, las tiras norteamericanas publicadas en *PBT* tenían 6 cuadros en total, siendo tiras autoconclusivas, las cuales se publicaban en una página completa y en una única entrega. El gran cambio de éstas es el paso de un formato horizontal – tal como se publicaban en el *New York Herald* – hacia un formato vertical. Adicionalmente, se suprimían los globos de diálogo y la traducción del texto se colocaba como texto al pie, tal como se realizaba en la tradición de la historieta europea a comienzos del siglo XX.



Arriba: versión original de la tira “Little Sammy Sneeze” publicada en *New York Herald* en el año 1904. **Derecha:** versión de la misma tira gráfica publicada en *PBT* en el N°72, año 1906. Se evidencia una reducción de cromatismo en la representación del ambiente donde se desarrolla la secuencia, cambio de color de la vestimenta de los personajes, supresión de: la firma del autor -ubicada originalmente en el último cuadro-, los globos de diálogo y su reemplazo con el texto traducido al pie de cada cuadro, la leyenda original de “Copyright” y el encabezado característico de la tira.



La leyenda de Copyright que atribuye los derechos a New York Herald Co. es suprimida en el redibujo de la tira gráfica a la versión publicada localmente.

Imagen 9. Un ejemplo de la tira de Winsor McCay en su versión original – publicada en el año 1904 - y la versión publicada en PBT hacia el año 1906.

En todos los casos, la traducción de los nombres de los personajes no buscaba ser una similitud con el nombre original, sino que se transformaban en personajes que hasta en algunos casos adoptaban nombres con cierto grado de humor. Tomemos como primer ejemplo el caso de Buster Brown, una tira de gran éxito en *New York Herald* en los

primeros años del siglo XX. En la revista PBT se publicaron 7 tiras de este personaje entre los años 1905 y 1906. Su nombre se tradujo en “Rubito” – dadas sus cualidades de niño rubio – y su perro se llamará “Parlanchín” en la versión local. En esta tira se suprimen ciertos elementos como el encabezado ilustrado y sus globos de diálogo. El texto se colocaba indicando el nombre de cada personaje en los diálogos, al pie del cuadro, incluyendo descripciones de escenas que no están en la tira original. Un caso se identifica en las tiras de Winsor McCay, Little Sammy Sneeze, en donde el personaje responderá al nombre de Pablito en la versión argentina. En el caso de las tiras francesas nos encontramos con cambios más radicales donde, por ejemplo, el príncipe Fridolin pasa a ser el príncipe Perejil y su tutor Savantus será Nasotriste, o nombres tales como “el pianista Caradequeso”, “la señorita Cornucopia”, son ejemplos que abundan en la forma de nombrar a los personajes de las tiras humorísticas.

2.5 Una fusión entre géneros: las tiras gráficas publicitarias

La inclusión de tiras gráficas de narrativa secuencial habilitó el espacio para la utilización de este recurso en otras tipologías distintas a las del humor gráfico. En este sentido, se pueden encontrar viñetas que son utilizadas con fines pedagógicos en el aprendizaje de otros idiomas, composiciones gráficas que experimentan con la secuencia de imágenes fotográficas y también publicidades que toman el lenguaje de la historieta para construir nuevas modalidades del discurso persuasivo.

El uso de la tira gráfica con un objetivo publicitario constituye una novedad. En la mayoría de los casos, la identificación de la marca no se reconoce hasta llegar al final de la secuencia, en donde la frase publicitaria surge. En sí constituye una publicidad implícita hasta que al finalizar la lectura se completa el sentido del mensaje publicitario. Ciertas marcas de cigarrillos como Banqueros y Vuelta Abajo serán las que hagan mayor uso de este tipo de construcción del mensaje publicitario, como así también algunas marcas de venta de joyas y jabones de tocador (*imágenes 10 y 11*)

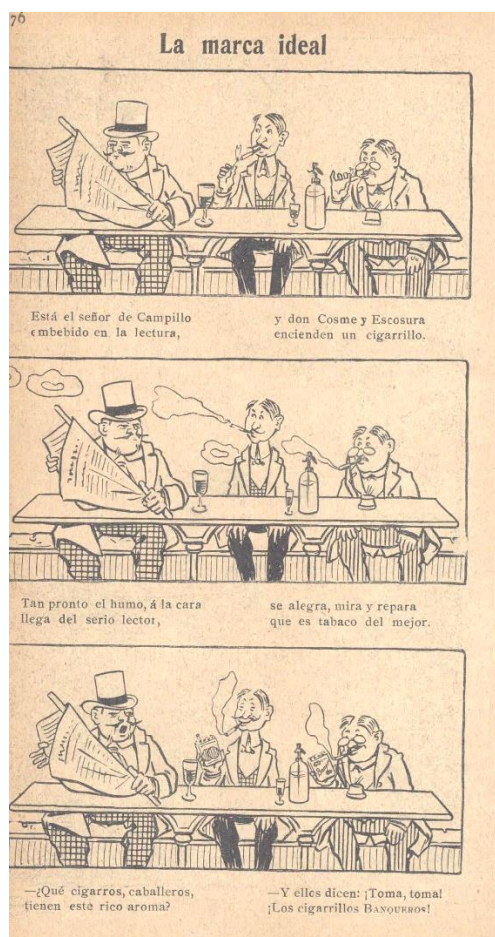


Imagen 9. Publicidad en formato de tira gráfica de los cigarrillos Banqueros. PBT, N°92, 1906

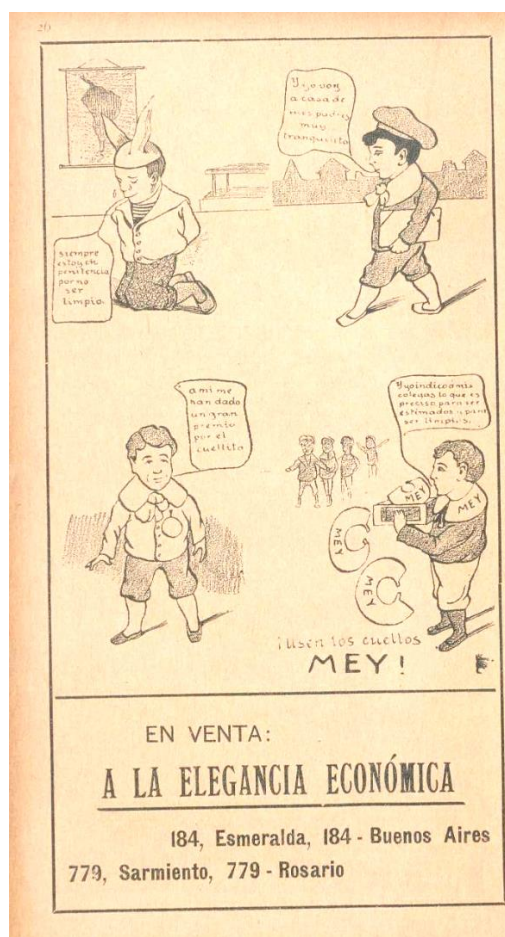


Imagen 10. Publicidad en formato de tira gráfica de Cuellos Mey. PBT, N°278, 1910

Como se observa en la *imagen 10*, la publicidad comenzó a mostrar el uso del globo de diálogo antes que las producciones de los artistas para *PBT*. Hacia el año 1911, la marca de cigarrillos Mitre (*imagen 11*) publica una serie de tiras gráficas a doble página, en donde cada historia guarda relación con la publicidad en sí, a la cual se le destina un cuarto de página compartido con la tira. Además de incorporar los globos de diálogo, hay un personaje que al menos se sostiene en 3 de las 5 tiras encontradas – el señor Pérez –, se sostiene la disposición cuadriculada de los cuadros - aunque en algunos casos haciendo variación del ancho ocupado por cada uno -, y aún conserva la representación de planos generales, sin hacer uso de otros recursos propios del lenguaje moderno del comic. Sin embargo esta serie constituye una novedad en el magazine, ya que serán las primeras tiras que usarán el globo de diálogo de manera sostenida de principio a fin de la secuencia. Por último, la falta de firma de las tiras impide reconocer la autoría, como así también si se trata de una producción original para la marca o la utilización de otra tira gráfica con modificación de sus textos para adecuarla al mensaje publicitario.

como así también introducirán la práctica de la lectura, con sus códigos propios, en los lectores de los magazines bonaerenses.

Estas primeras prácticas en torno a la circulación de tiras gráficas e historietas en Argentina no comienzan ni se agotan en la revista PBT. Sin embargo, este caso permite realizar un análisis focalizado en un medio en particular. Sin embargo, la extensa red establecida entre los distintos medios periodísticos tanto a nivel nacional como internacional podrían aportar datos importantes para comprender cómo funcionaba la interacción entre profesionales del medio como así también de productos específicos, como el caso de la historieta.

La historización propuesta por etapa permite identificar características propias que se van produciendo en el contexto de un medio gráfico como *PBT*, pudiendo establecer etapas menores que posibiliten una descripción mayor del fenómeno de transición hacia la historieta en un medio específico. Aún queda por avanzar líneas de trabajo que repongan esta caracterización más profunda, no solo del proceso, sino también del producto: las viñetas, tiras gráficas y primeras historietas argentinas.

BIBLIOGRAFÍA

Eujan ian, A. (1999). Historia de Revistas Argentinas 1900-1950. La conquista del público. Buenos Aires: Asociación Argentina de Editores de Revistas.

Gutiérrez, J (1999). De la caricatura política a las primeras series. Página/12-Biblioteca Nacional, 1999

Masotta, O. (1982). La historieta en el mundo moderno. Ediciones Paidós. Barcelona. España.

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.

Ojeda, A. y Moyano, J (2018). La profesionalización de los oficios gráfico-visuales. Ilustradores, grabadores, litógrafos y fotógrafos en diarios y magazines de circulación nacional (1898-1916). IV Jornadas de Estudios de América Latina y el Caribe – 14 al 16

de noviembre de 2018 Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe – Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires

Ojeda, A; Moyano, J. y Sujatovich, L. (2016). La revolución del magazine: la forja de las empresas editoriales en argentina (1904-1916). En: AVATARES de la comunicación y la cultura N° 12 (dic iembre 2016) ISSN 1853-5925

Rivera, J. (1992). Panorama de la historieta en Argentina. Coquena Grupo Editor S.R.L. Buenos Aires. Argentina.

Rivera, Jorge (1998) El escritor y la industria cultural, Atuel: Buenos Aires.

Romano, E. (2012). Intelectuales, escritores e industria cultural. Buenos Aires: La Crujía

Steimberg, Oscar (2013) Leyendo historietas. Textos sobre relatos visuales y humor gráfico. Editorial Eterna Cadencia. Buenos Aires. Argentina.