

Poster

La largada que anticipa el triunfo. La publicidad de los primeros automóviles en la revista Caras y Caretas, 1887-1910

Muñoz, Andrés; Derner, Tamara

andres.munoz@fadu.uba.ar; tamara.derner@fadu.uba.ar

Universidad de Buenos Aires. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Instituto de Arte Americano e Investigaciones Estéticas "Mario J. Buschiazzo". Argentina, Buenos Aires; Universidad de Buenos Aires. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Instituto de Arte Americano e Investigaciones Estéticas "Mario J. Buschiazzo". Argentina, Buenos Aires.

Línea temática 2. Categorías, clasificaciones y métodos

Palabras clave

Publicidad, Caras y Caretas, Automóvil, Garaje, Actores

Resumen

La publicidad es una de las fuentes más interesantes para descubrir los primeros pasos del automovilismo en nuestro país. A partir de ella se pueden descifrar los mecanismos de instalación y popularización de la nueva necesidad.

El caso de la revista Caras y Caretas, bastante estudiado por sus características, es uno que muestra el desarrollo de la temática frente al

público masivo local. Su estudio permite descubrir los primeros actores que intervinieron en los procesos de venta de los automóviles, facilitándoles la tarea a los ansiosos compradores.

Así como permite descubrir los primeros actores, permite también su localización y, por tanto, su especialización, elemento que permite empezar a construir el relato de los primeros lugares que ocupan en nuestra ciudad.

Así, se descubrirán nuevas y recicladas arquitecturas que fueron los primeros espacios destinados al automóvil, transformándose éstos en algunos de los iniciales espacios de la inmovilidad, cuestión central de estudio del Proyecto de Investigación, "Sujetos móviles, espacios inmóviles. Una tipología urbana destinada al automóvil: Garajes Comerciales".

Bibliografía

García, G., Labela, V., Rey, A., Rodríguez Marengo, V. (1987) "Panorama histórico del Diseño Gráfico Contemporáneo". Buenos Aires: Editorial CP67.

García Heras, R. (1985). Automotores norteamericanos, caminos y modernización urbana en la Argentina, 1918-1939. Buenos Aires: Libros de Hispanoamérica.

Guérin, M. A. (2001). Los imaginarios de Buenos Aires en el periódico Martín Fierro (1924-1927), trabajo expuesto en las Cuartas jornadas de imaginarios urbanos (CEHCAU, FADU, UBA). Disponible en www.miguelguerin.com.ar/trabajosdeinvestigacion/MAG2001LosimaginariosdeBuenosAires.doc, consultado el 4 de julio de 2018.

Giucci, Guillermo (2007). La vida cultural del automóvil. Rutas de la modernidad cinética. Buenos Aires. Editorial: Prometeo Libros.

Revista Caras y Caretas del año 1987 y 1910, disponibles en la Hemeroteca Digital de la Biblioteca Nacional de España: <http://hemerotecadigital.bne.es/>, consultadas entre el 15 de octubre de 2017 y el 14 de julio de 2018.

Varela, G. (2007). La guerra de las imágenes. Editorial Ariel: Buenos Aires.



La largada que anticipa el triunfo.
La publicidad de los primeros
automóviles en la revista Caras
y Caretas, 1887-1910.

PALABRAS CLAVE: Publicidad,
Caras y Caretas, Automóvil,
Garajes, Actores

Muñoz, Andrés, Derner, Tamara. Filiación institucional: INSTITUTO
DE ARTE AMERICANO E INVESTIGACIONES ESTÉTICAS - MARIO J.
BUSCHIAZZO. Argentina, Buenos Aires.
andres.muñoz@fadu.uba.ar - tamara.derner@fadu.uba.ar

Historia y Crítica
Línea temática 2. Categorías, clasificaciones y métodos

La presente investigación se enmarca en un trabajo en curso de una tesis de maestría del director del Proyecto de investigación que aborda los primeros espacios dedicados al guardado del automóvil en la ciudad de Buenos Aires. Ante la ausencia de un relato disciplinario dedicado a los primeros espacios del guardado del automóvil, la publicidad es una de las fuentes más interesantes para descubrir los primeros pasos del automovilismo en nuestro país. A partir de ella se pueden descifrar los mecanismos de instalación y popularización de la nueva necesidad.

Será por tanto este un trabajo que, enmarcado en una metodología de carácter exploratorio, permita descubrir a través de los textos distintas características de la primera automovilidad: qué autos se venden, cuál es su procedencia, quien los vende y, sobre todo, donde se venden. Así a través del rastreo de todas las publicidades encontradas dentro del recorte temporal señalado se rastrearán estos avisos, dedicados a promocionar la venta de los autos, con el fin de extraerles los mencionados datos. Una vez revisados, se procederá a periodizarlos y rastrear material complementario como planimetrías y datos históricos que permitan reconstruir la historia de estos sitios.

La noción de categoría, motivo de la presente convocatoria, sirve en tanto y en cuanto los casos detectados deberán ser clasificados, periodizados, ordenados y categorizados para poder aportar claridad al tema de estudio propuesto. Serán entonces aquellas categorías los "...enlaces entre conceptos y objetos que posibilitan diferenciaciones, jerarquizaciones..." necesarias para la construcción de un relato que de cuenta del fenómeno más allá de un relato meramente descriptivo.

El caso de la revista Caras y Caretas, bastante estudiado por su características de alcance y disponibilidad, es uno que muestra el desarrollo de la temática frente al público masivo local. Su estudio permite descubrir los primeros actores que intervinieron en los procesos de venta de los automóviles, facilitándoles la tarea a los ansiosos compradores.

Así como permite descubrir los primeros actores, permite también su localización y, por tanto, su espacialización, elemento que permite empezar a construir el relato de los primeros lugares que ocupan en nuestra ciudad.

De este modo, se descubrirán nuevas y recicladas arquitecturas que fueron los primeros espacios destinados al automóvil, transformándose éstos en algunos de los iniciales espacios de la inmovilidad, cuestión central de estudio del Proyecto de Investigación, "Sujetos móviles, espacios inmóviles. Una tipología urbana destinada al automóvil: Garajes Comerciales".

BIBLIOGRAFÍA: García G. Labela, V. Rey, A., Rodríguez Marín, V. (1967) *Panorama histórico del Diseño Gráfico Contemporáneo*. Buenos Aires: Editorial CP47. García Horas, R. (1985). *Automotores norteamericanos: caminos y modernización urbana en la Argentina, 1918-1939*. Buenos Aires: Libros de Hispanoamérica. Guirín, M. A. (2001). *Los imaginarios de Buenos Aires en el periódico Martín Fierro (1924-1927)*, trabajo expuesto en las Cuartas Jornadas de Imaginario Urbano (CECAU, FADU, UBA). Disponible en www.migueltorres.com.ar/trabajosdeinvestigacion/MAG2001/LosimaginariosdeBuenosAires.doc, consultado el 4 de julio de 2018. Gucci, Guillermo (2007). *La vida cultural del automóvil. Rutas de la modernidad cinética*. Buenos Aires: Editorial Prometeo Libros. *Revista Caras y Caretas del año 1907 y 1910*, disponibles en la Hemeroteca Digital de la Biblioteca Nacional de España: <http://hemeroteca.dgbn.bne.es/>, consultadas entre el 10 de octubre de 2017 y el 14 de julio de 2018. Varela, G. (2007). *La guerra de las imágenes*. Editorial Anis: Buenos Aires.