

# Textos e imágenes publicitarias en la prensa periódica hispanoamericana de finales del siglo XIX y principios del siglo XX.

Yolanda CLEMENTE SAN ROMÁN  
(Universidad Complutense de Madrid)

## Resumen

Este trabajo se centra en los textos e imágenes publicitarias que aparecen en las revistas literarias hispanoamericanas de finales del siglo XIX y principios del XX. La publicidad, como medio de financiación de este tipo de publicaciones, ocupará muchas de sus páginas, con el fin de mostrar productos de lo más variado y que están acorde con las novedades tecnológicas, los usos, los comportamientos, las modas literarias y sociales propias del momento. Está destinada a las clases sociales adineradas, con un alto poder adquisitivo, al ser éstas las principales consumidoras de este tipo de revistas. Dentro de estos círculos sociales, se presta especial atención a la mujer, con un cierto nivel intelectual, que es el eje vertebrador de la familia. Son las señoras y señoritas de la nobleza y de la alta burguesía las destinatarias de los contenidos literarios de estas revistas –cuentos, narraciones breves, poemas– y de gran parte de las mercancías publicitadas –cremas de belleza, revistas de moda, novelas románticas, artículos de joyería, manuales de cocina y de costura, pianolas y pianos...–, las cuáles se convierten en los instrumentos que sirven para su entretenimiento, para mejorar su aspecto físico o para completar su formación como perfecta dama, ejemplar esposa, buena ama de casa y educadora de los hijos. Los anuncios publicitarios se componen de tipografías diversas, slogans sugestivos y fotografías y dibujos que ilustran el producto, con el fin de causar un mayor impacto en el consumidor de una sociedad abierta hacia el cambio y la modernidad.

Palabras clave: Publicidad; Texto publicitario; Imagen publicitaria; Revistas literarias; Hispanoamérica; Siglos XIX y XX.

## Advertising text and image in late nineteenth and early twentieth-century Spanish American magazines

### Abstract

This article focuses on text and image found in advertisements in Spanish American literary magazines during the late nineteenth and early twentieth centuries. Advertising as a means of financing such publications filled numerous pages promoting a wide range of products that reflected technological innovations and the customs, behaviour, and literary and social fashions of the period. It was aimed at those social classes that enjoyed considerable purchasing power, these being the main consumers of such magazines. Special attention was paid to women of a certain intellectual attainment who played a key role in the family. Single and married women from the aristocracy and the bourgeoisie were the targets both of these magazines' literary content –short stories, brief narratives and poems– and of many of the products advertised –beauty creams, fashion magazines, romantic novels, jewellery, cookery and sewing books, pianolas, pianos, etc.– that were presented as entertainment, ways of improving a woman's appearance, or completing her upbringing as an accomplished lady, model spouse, perfect housewife and teacher of her children. The advertisements used a range of typefaces and eye-catching slogans, as well as photographs and drawings to illustrate the products promoted in order to have the maximum impact on the consumer in a society open to modernity and change.

Keywords: Advertising; Text and image; Literary magazines; Spanish America; 19th and 20th centuries.

Este trabajo tiene por objeto mostrar el rol que desempeñaron los textos e imágenes publicitarias en la prensa periódica hispanoamericana de finales del siglo XIX y principios del XX. No es nuestra intención realizar una nómina exhaustiva de todos los periódicos, semanarios y revistas que vieron la luz en aquellos momentos, ni tampoco comentar las distintas secciones que los conformaron, quienes los dirigieron o quienes fueron sus colaboradores. Nuestro interés responde en mostrar la riqueza y variedad de los anuncios que se muestran en ellos, a quienes van dirigidos y qué intencionalidad tienen, centrándonos en un sector muy concreto de este tipo de publicaciones: las revistas, semanarios y almanaques de corte literario.<sup>1</sup> En muchos de éstos,

---

<sup>1</sup> Vid. Boyd G. CARTER, «Revistas literarias hispanoamericanas del siglo XIX», en Luis Íñigo MADRIGAL (coord.), *Historia de la literatura hispanoamericana Vol. 2: Del neoclasicismo al modernismo*, Madrid, Cátedra, 1993, pp. 75-86.