

**Las imágenes del vino en el teatro.
Una mirada sobre el consumo cultural a través de
los programas de mano del Teatro Solís
entre 1902 y 1930**

: : Daniela Bouret

: : Gonzalo Vicci

**V SIMPOSIO INTERNACIONAL
DE HISTORIA VITIVINÍCOLA
Salto – Uruguay Mayo 2013**

OBJETIVO

Desde la disciplina histórica y los estudios de cultura visual, abordamos la circulación de las imágenes que promocionaban vinos en los programas de mano del Teatro Solís. Estos programas de espectáculos circulaban entre los asistentes a la sala y posteriormente en sus casas, promoviendo homologación de habitus tanto como de confrontación de modelos.

NOVECIENTOS: período bisagra

Nacimiento de las clases medias y de una clase obrera con mayor organización.

Nacimiento de una sociedad de masas y la consecuente masificación del consumo y diversificación del consumidor.

Características:

- Urbanización.

- Reformas y conquistas económicas, políticas y laborales.

- Mayor tiempo libre

Espacios de encuentro: recintos dedicados a las artes

Investigación:

preferencias de los públicos (valoración de lo nacional o lo extranjero) en ofertas artísticas y productos (sus gustos, su consumo).

Fuentes:

afiches y programas de espectáculos del Teatro Solís
(publicidades)

Perspectiva histórica: vida cotidiana

Producir conocimiento acerca de cómo vivía la gente en una época determinada; supone partir de un tipo particular de curiosidad y de construir una serie de preguntas concordantes con tal interés.

Privilegia el plano de la experiencia, de la vivencia personal, en el marco de un espacio organizado en torno a las prácticas personales (a escala doméstica, laboral, recreativa) y un tiempo a escala de la rutina diaria o semanal.

Interesan las prácticas sociales de procesos que pueden ser muchas veces rutinarios, y que por eso mismo se vuelven costumbres y hábitos.

Consumo :

: trascender la barrera del gusto (es decir, preferencias, intereses e ilusiones según las clases sociales)

: tener en cuenta los aspectos iconográficos y estéticos que poseen esos bienes

: identificar qué significado tiene el consumo para el grupo y cómo interactúa con ellos

un grupo puede identificarse entre sí visualizándose como consumidores de determinados bienes y servicios, desde donde el consumidor se vería condicionado socialmente por un mercado de bienes simbólicos en donde desplegará procedimientos de apropiación de los mismos

Para estudiar el consumo de vinos consideramos necesario:

: interpretar una serie de “datos duros”

: indagar un acercamiento a las condiciones históricas de producción, a las transformaciones del mercado, y a las condiciones culturales según clases sociales que los consumen

: estudiar las estrategias de penetración del producto a través de la publicidad, promoción, distribución y precios, qué tipos de vinos, en qué presentaciones y accesibilidad

La realidad es percibida por una intrincada operación de clasificación por los distintos capitales culturales de los individuos y sus relaciones sociales:

: las imágenes son capaces de enfrentar en luchas simbólicas determinados mundos, oponer conceptos de forma narrativa y constatadas para que sea creíbles:

: de la imaginación a la creencia para motivar la acción constituye un ejemplo de ejercicio de poder.

Podríamos :

: : preguntar si estas imágenes construían realidades, si eran modelo de comportamiento futuro, o si denunciaban situaciones

: : arriesgar cómo operaba la seducción de estos medios en el lector

: : debatir si la mirada en conjunto permite distinguir un corrimiento de las imágenes de ilustración de un texto a imágenes con intensidad propia, capaces de comunicar por sí mismas un estado de situación y construir opinión

En nuestro contexto de época, que configura los textos y las imágenes de nuestra actualidad de principios de este siglo XXI, la multiplicación de la posibilidad de la visualidad y la sofisticación de los aparatos tecnológicos que crean, soportan, conducen, proyectan y distribuyen las imágenes visuales, son condiciones en las que tenemos que considerar nuestra convivencia cotidiana

Las consecuencias educativas generales de tales condiciones, a nivel de la conformación de ciudadanía, imponen la necesidad de consideración y crítica, muy especialmente cuando las consideramos marcas claves de la visualidad de época y cuando las imágenes que nos rodean, y a veces nos acorralan, hacen a la construcción de la identidad de los sujetos

Interesa la construcción de la mirada de la cultura visual sobre el fenómeno histórico, a partir de señalar la relevancia de las imágenes visuales con relación al gusto, a la experiencia estética y, por tanto, en vinculación directa con las decisiones cotidianas de las personas

Estas decisiones, que estructuran la vida social con referencias estéticas, morales y disciplinarias innegables, tienen un evidente vínculo con las distinciones que operan en el espacio de lo social

Los principios del siglo XX, con la consolidación de la fotografía, la gráfica de prensa, la publicidad impresa y el comienzo de la importancia de la imagen visual masificada permite vislumbrar el germen de una época que luego se afirmaría en la presencia de la imagen

Para el caso objeto de nuestro estudio, el consumo de alcohol y en particular del vino en el Uruguay de principios del XX, la circulación por espacios relacionados con las artes, también implicaba el vínculo con imágenes que impulsaban al consumo de vino vinculado con el acceso a determinados bienes simbólicos.

1: : Los niveles de difusión de la imagen alcanzan espacios de la vida cotidiana, ahora separados del requerimiento institucional, para la formación del gusto y las tendencias del consumo

2: : la imagen visual permite el acceso a personas que por su condición social o formación personal puedan encontrar dificultades para recibir un mensaje con la claridad, rapidez y comprensión que las campañas de promoción o prohibición del consumo de alcohol pretendían

Las imágenes visuales priorizadas en las campañas de promoción tienen uno de sus ejes principales en la imagen de la mujer y su relación en la estructura social de cada momento histórico.

La música y el teatro tuvieron un lugar privilegiado en la vida cotidiana de los orientales desde antes de su independencia. Por lo menos dos veces a la semana, la prensa anunciaba óperas, dramas y comedias, que daban cuenta del consumo cultural de los montevideanos.

Pero estas diversiones no eran consideradas ingenuas; como el teatro es el lugar de la representación en el cual se puede poner en escena proyectos de vidas distintas y alternativas que buscan incidir en el espectador, constituyó un espacio a ser reglamentado, tanto en sus usos como en sus diagramados.

En varias óperas encontramos importantes fragmentos dedicados a los brindis o al lugar del vino para el alma: el de *La Traviata* de Verdi, el abrazo de Mimí, Rodolfo y Marcelo en *La Bohème* de Puccini, o el coro de que celebra “*Bebiam, bebiam*” en *Ernani*.

Hay brindis dramáticos como en *Lucrecia Borgia*, de Donizetti, cuando Maffio Orsini cana el secreto de ser feliz con una copa en la mano que lo fulmina a muerte por ingesta de vino envenenado.

A nivel local, en *Marta Gruni* -la ópera basada en la obra de Florencio Sánchez con la música de Jaurés Lamarque Pons-, los personajes brindan a la voz de “*Salud*”, y Stefano le da una copa de vino a Fidela diciéndole “*Bebe vos también*”, con una milonga de fondo.

I Pagliacci (Silvio y Nedda como Arlequin y la Colombina)

*“Mira, amor mío, que néctar
Divino te he traído.
El amor ama los
Efluvios del vino y la cocina!
Mi glotona Colombina,
¡Amable borrachín!”*

VINOS

para familia

EN LA

Bodega Nacional

95-CERRO-95^A



© ÑANDÚ ©

MARCA DE NUESTROS VINOS



Lamaison & Villemur

1902 - Tosca

VINOS ♦ ♦
♦ ♦ ♦ para familia
EN LA

Bodega Nacional

95-CERRO-95^A



© ÑANDÚ ©

MARCA DE NUESTROS VINOS

Camaison & Villemur

TOSCA

ÓPERA EN 3 ACTOS DEL MAESTRO G. PUCCINI

ARGUMENTO

ACTO I

*Interior de la iglesia de San Andrés del Valle
en Roma*

Ange'loti, el ex-cónsul de la extinta república romana, y a la sazón condenado político, ha podido evadirse de la cárcel pontificia, y en traje todavía de penado entra cauteloso é inquieto á la Iglesia dirigiéndose hacia la imagen de la virgen á cuyos pies su hermana, la condesa Attavanti, ha ocultado la llave de la capilla particular de su familia donde el entra para disfrazarse. Mientras el sacristán arregla algunos pinceles viene Mario Cavaradosi, pintor de renombre, para terminar un lienzo de la virgen para lo que se había inspirado en las fúeriones de la condesa Attavanti que á menudo frecuentaba la iglesia sin sospecharlo - Cavaradosi ama siendo correspondido á Fioria Tosca célebre cantante de aquel tiempo y en ella piensa, contemplando en un medallón su retrato mientras el sacristán escandalizado sale persiguiéndose. Angelotti reconociendo en Mario un antiguo amigo se le presenta y le expone su situación cuando un golpe desde fuera los interrumpe obligando al fugitivo á volverse á ocultar. Es Tosca, quien entra

VINOS ♦ ♦
♦ ♦ ♦ para familia
EN LA

Bodega Nacional

95-CERRO-95^A



© ÑANDÚ ©

MARCA DE NUESTROS VINOS

Camaison & Villemur



Ningún perito conocedor de la categoría del cigarrillo

♦ LA PAZ ♦

podrá ser engañado con ninguna otra marca

LA MUTUA

SOCIEDAD DE SEGUROS SOBRE LA VIDA

—● MONTEVIDEO —●

Si usted quiere asegurar su vida, antes de hacerlo pida datos y repeticiones á LA MUTUA, que en breve abrirá sus oficinas.

Los asegurados son socios y eligen el Directorio; los beneficios se distribuyen entre éstos en forma de dividendos cada cuatro años.

El 10 por ciento de los beneficios se empleará en obras públicas.

DIRECTORIO:

Presidentes: DOCTOR FRUCTOSO L. PITTALUGA

CONDE EGGENIO A. MARZONI

Presidente: DON FREDERICO CAPURRO

Vicepresidente: DOCTOR GONZALO RAMIREZ

Secretario: FREDERICO PAULSEN

Director Letrado: DOCTOR JUAN CARLOS BLANCO

Vocales: MANUEL LERNA, AUGUSTO NERY

MARTIN TRABUCCHI, DOCTOR EDUARDO BRITO DEL PINO

Director General: DR. FRUCTOSO L. PITTALUGA

Director de Agencias y Sucursales:

CONDE EGGENIO A. MARZONI

VINOS CAMPISTEGUY



CALLE COLONIA N. 196

Martins & Cia.

25 DE MAYO Núms. 335 á 339

Importadores de los más renombrados vinos de Oporto y Jerez

Premiados con dos medallas de oro

PEDIR SIEMPRE LAS MARCAS

Anela, Dom Luiz y Reina Maria Pia

VINOS CAMPISTEGUY



CALLE COLONIA N. 196



LA REINA

de todas las aguas capilares

Evita la calvicie y fortifica la raíces del cabello
En venta en todas las perfumerías

BAZAR DE LA CHINA

25 de Mayo y Cámaras

CASA ÚNICA EN SU GÉNERO EN EL PAÍS

Especialidad en conservas de todo el mundo

Vinos finos, té especiales, caramelos, galletitas, etc.

PRECIOS SIN COMPETENCIA

VINOS CAMPISTEGUY



CALLE COLONIA N. 196

Agosto 23. 1911

TEATRO
SOLIS

1903

ROSIRIS SAVON
ESSENCE CAU de TOILETTE
POUDRE Riz LIT-PIVER

PRO 000018

1903 - Iris

194.60
44.20
149.40

255.10
44.90
210.20

194.60
44.20
149.40

ARCHIVO

CHAMPAGNE
DEUTZ & GELDERMANN
AY. MARNE DE FAMA UNIVERSAL

Reputado el mejor en Europa

Servido con preferencia en los banquetes dados en Londres al rey de Inglaterra EDUARDO VII y al presidente de Francia Mr. LOUBET.

Unicos concesionarios para el Uruguay
SOTO Y CIA 18 de Julio 7 y 9
LA GIRALDA

LA GIRALDA
CASA IMPORTADORA

recibe por todos
LOS PAQUETES DE EUROPA
novedades
y especialidades
en particular
de España

Importa cigarrillos y tabacos
DE LA HABANA
teniendo entre las marcas de
mas fama la de
CABAÑAS y CARVAJAL
conceptuadas la 1ª de todas

Dulces bombones
chocolates, té, café
caca, comestibles, vinos
Champagne, licores etc. etc.

Todo excepcional
Fábrica de los acreditados
cigarrillos marca
LA GIRALDA
5015 SEX. DE LA CALLE
25 DE MAYO 213
FRENTE AL RIO FRANCÉS

de artículos especiales

FUNDADA EN 1889

Calle 18 de Julio 7 y 9
MONTEVIDEO

STAB. TIO. 179 ALIA AL PLATA - CIGARRILLO 91

LONDON-PARIS

TIENDA Y MERCERIA

Emporio de las ultimas creaciones de la moda

Secciones: Señoras • Hombres • Niñas • Niños

AV. 18 DE JULIO 219 ESQ. RIO NEGRO
(PALACIO STANDARD)

Proximamente Inauguración de sus nuevos anexos con las ULTIMAS
NOVEDADES para la próxima estación de Verano



Iris ha sido transportada al Fushiyama en un estado de absoluta inconsciencia, y se ha adormecido otra vez, vinculando la realidad al ensueño, como si nada se hubiese interrumpido en su vida. Iris se despierta en la regia mansión del delito, y al encontrarse entre tanto lujo y magnificencia tanta, cree sin duda hallarse en una de las estaciones de su viaje sideral á la región de la eterna luz, en que ha de abrirse su pensamiento, al calor de la exelsa verdad, como se abre una corola al calor de los primeros rayos solares. Iris ha perdido totalmente la noción de cuanto le sucede. Es que el mal sólo se la ha insinuado, y ella no ha podido todavía comprenderlo. Ella, que háse imaginado una ascensión á la inmortalidad, no sospecha el abismo que se abre á sus plantas. Es el momento que Osaka elige para revelarse en toda la nerviosidad de su instinto criminal. Iris, enervada, con el espíritu turbado, asiste á la revelación como se sufre una pesadilla pasajera, más muy luego da cuenta de que la verdadera realidad está allí, en su presencia, á punto de hacer pedazos ilusiones y esperanzas, pronta para convertir en vil hoín el tesoro de todos los ideales. Es un brusco despertar; Iris, se apercebe de su confusión: ha tomado por ciencia de la vida lo que era sólo satanismo maldito, ha creído luz de sol lo que era sólo resplandor de infierno. Entonces, yérguese Iris, en toda la divina soberbia de su inocencia, y recobrando todas sus energías, lucha por sus derechos á existencia soñada, á la tranquilidad perdida, al valle y al hogar apacibles, á la gran naturaleza serena y bienhechora. Osaka retrocede y renuncia á la posesión de tan fuerte enemigo, abandona la codiciada presa, que tan

Champagne "MONOPOLE"

de

:: Heidsieck & Cía. ::

REIMS

CORDON ROUGE



CORDON JAUNE

Licor

Grand Marnier

-- STAUDT y Cía. --

1911 - Iris

Champagne "MONOPOLE"

de

:: Heidsieck & Cía. ::

REIMS

CORDON ROUGE



CORDON JAUNE

Licor

Grand Marnier

-- STAUDT y Cía. --

Vino de fama
mundial



Chianti Antinori
(FIRENZE)



Concesionario:

A. G. SANTINI

CERRITO, 52 - MONTEVIDEO

De venta en todos los Hoteles, Restaurants y Pr.visiones de familias

WHISKY DEWAR (Lo mejor de lo mejor)
Valentin Martinez y Cia.
ZABALA, 73

Vidal & Battestin

Agentes y Corredores Maritimos

EMBARQUES, COMISIONES Y CONSIGNACIONES
EN GENERAL

Tránsitos para la Argentina, Paraguay y Brasil

Vapores de pasajeros para Buenos Aires, y de carga,
Lanchas y Remolcadores para los rios

Agentes de las Empresas de Navegación: Antonio D. y Manuel Luasich,
Santiago Lambruschini, Pedro Rizzo é hijo,
Marina Mercante Argentina y Antonio Carbone

Calle PIEDRAS, 129 - Montevideo

Teléfonos: La Uruguayo, 1587 Central - La Cooperativa

Mumm! 

 **Mumm!**

Gloria de los vinos de CHAMPAGNE

SI Á USTED LE AGRADA

Muy seco, pida el Cordon Rouge MUMM

Seco " " Gout Americain idem

Entre seco, " " Cordon Vert idem

Dulce " " Carte Blanche idem

WHISKY DEWAR

(LO MEJOR DE LO MEJOR)

HABANOS

BOCK, VILLAR y VILLAR

— É INTIMIDAD —

SON LAS TRES GRANDES MARCAS DE LA HABANA

Unicos importadores:

VALENTIN MARTINEZ & CIA

ZABALA, 73 - MONTEVIDEO

1912
Iris



1913 - Malbruck

LOS LUTOS GUYOMARD

LA CASA PREFERIDA EN SU GÉNERO

SARANDÍ, 530 ■ ■ LOS DOS TELÉFONOS



Dante Majeroni

VINO DE FAMA MUNDIAL

CHianti ANTINORI

(FIRENZE)

CONCESIONARIO: A. G. SANTINI

COLONIA, 971 -- MONTEVIDEO

DE VENTA EN TODOS LOS HOTELES, RESTAURANTS Y PROVISIONES DE FAMILIAS

Vino de fama
mundial



Chianti Antinori
(FIRENZE)



Concesionario:

A. G. SANTINI

CERRITO, 52 - MONTEVIDEO

De venta en todos los Hoteles, Restaurants y Provisiones de familias

WHISKY DEWAR

(Lo mejor de lo mejor)

Valentin Martínez y Cia.
ZABALA, 73

Vidal & Battestin

Agentes y Corredores Marítimos

EMBARQUES, COMISIONES Y CONSIGNACIONES
EN GENERAL

Tránsitos para la Argentina, Paraguay y Brasil

Vapores de pasajeros para Buenos Aires, y de carga,
Lanchas y Remolcadores para los ríos

Agentes de las Empresas de Navegación: Antonio D. y Manuel Lussich,
Santiago Lambruschini, Pedro Rizzo é hijo,
Marina Mercante Argentina y Antonio Carbone

Calle PIEDRAS, 129 - Montevideo

Teléfonos: La Uruguaya, 1587 Central - La Cooperativa

1913 - Eva

PRO 004694



1920
Fiesta de
caridad



Como aperitivo tónico y
digestivo pida siempre el

XEREZ QUINA RUIZ

DE

FELIX RUIZ Y RUIZ

JEREZ

IMPORTADORES

Galimberti y Cía.

Montevideo.

1922
Ba-ta-clán



Champagne

Víctor Clicquot

Maison fondée en 1892

REIMS

IMPORTADORES

GALIMBERTI Y Cía.

MONTEVIDEO.

PRUEBEN —————
LOS EXQUISITOS

Vinos Chilenos

De las famosas Viñas

“Concha y Toro”

“La Rosa”

—————
Harupación Vinicola de Cachapoal

TINTOS Y BLANCOS

—————
UNICOS IMPORTADORES:

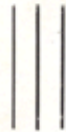
MORICE HNOS. & GARCIA

ANDES, 1179 — Telef. 15 (Cent.)

MONTEVIDEO

“OYAMA”

EL REY DE LOS VERMOUTHS



“OYAMA”

JEREZANO

Aperitivo sin rival

Fernando Parrabère

CUÑAPIRU, 1288



1922 - Concierto Orquesta Filarmónica de Viena

1923
Compañía Maria Guerrero

LICOR 8 HERMANOS

PROVEEDOR DE LA REAL CASA

DOS TIPOS

DRY
(DISCO ROJO)

GOUT ARGENTIN
(DISCO AZUL)

EN VENTA
EN TODAS
LAS
GRANDES
PROVISIO-
NES, CON-
FITERIAS,
RESTAURANTS,
BARS, HOTELES.



con facultad para usar las
Armas Reales otorgada por
R. O. de S. M. el Rey Don
Alfonso XIII.

DE
CONSUMO
DIARIO
EN TODA
CASA DE
FAMILIA

AGENTE DEPOSITARIO EN URUGUAY

MIGUEL BURANELLI - MONTEVIDEO

PLAZA CAGANCHA 1142 Teléfono
URUGUAYA 1433 (Central)

Diaz ALZADOS
25 de MAYO 585
MONTEVIDEO

PIANOS - BAZAR Straumann & Cia.

902-AV. 18 DE JULIO-910

Diaz ALZADOS
25 de MAYO 585
MONTEVIDEO

Armando Hammit
ARTISTAS

Maison de Soieries CASA DE SEDAS

Nuestras
Lanas,
Sedas,
Felpas y
Terciopelos
son de calidad y buen gusto.

Recomendamos nuestras
Medias y Guantes

SARANDI. 526

Vinos Recomendados
Carlos Sapelli & Cia.

URUGUAY, 1352

PROGRAMA VIERNES 4 DE MAYO DE 1923 A LAS 21.15 SEGUNDA FUNCION DE ABONO **Les Sentiers de la Vertu**

Comédie en 3 actes, de M. Robert de Flers et G. A. Caillavet

REPARTO

Cecile Gerbier	Mme. Gabrielle Dorziat
Simone	» Rina Thergil
Ginette	» Jenny Burnay
Suzanne Fantin	» Micheline May
Phémie	» Helene Maia
Chaumette	MM. Clarens
Gerbier	» Dutet
Chevrière	» Carme
Essen	» Dufort
De la Morinière	» Lepers
Varennas	» Renoux
Raimond Bargelin	» et. Ch. Dechamps

LANSAC • ALFOMBRES • 18 de Julio, 1022.

Alhajas
Relojos y
Brillantes

Joyeria Bula

Fantasias
y
Novedades

18 DE JULIO, 1049

Precio Fijo

PIANOS

DE LAS MEJORES MARCAS

Bösendorfer

Carl Scheel

Steingroeber & Söhne

Schimmel

Liehr

FACILIDADES DE PAGO



GIOSCIA HNOS.

SAN JOSE, 816

Vino BARBERA

Carlos Sapelli & Cia.

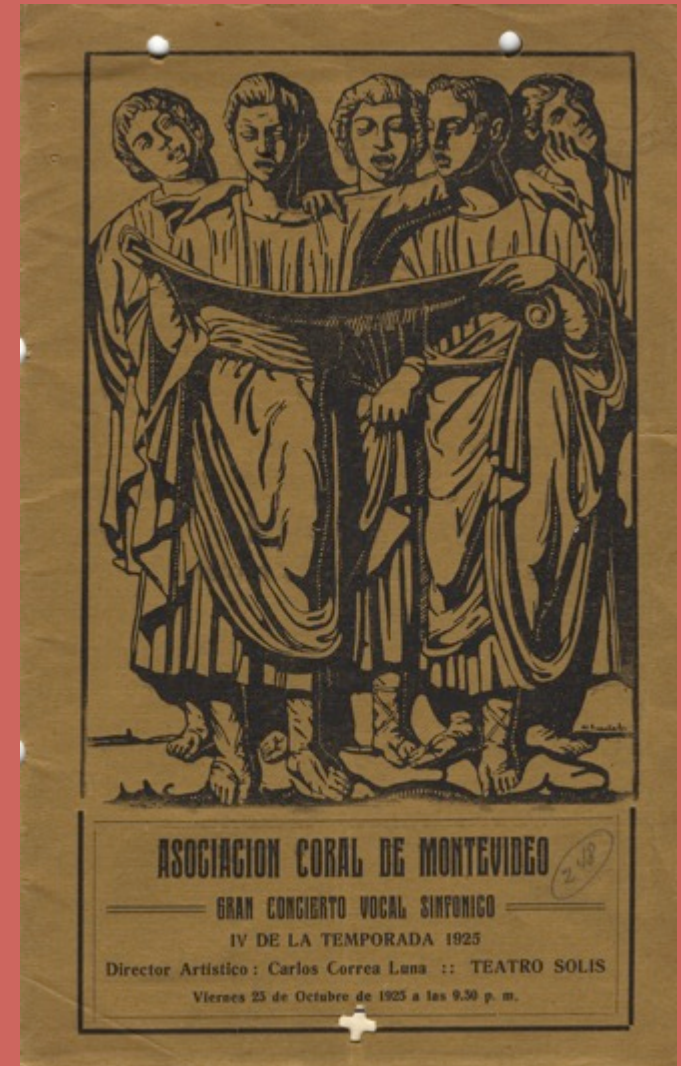
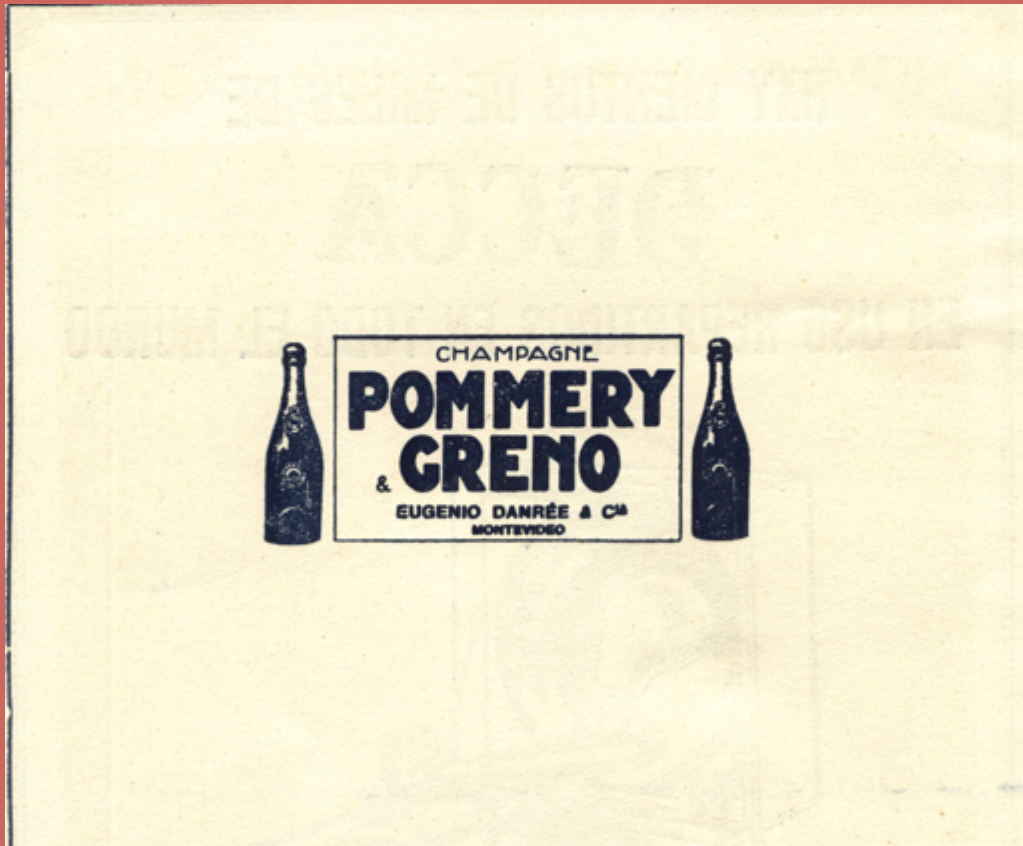
URUGUAY, 1352

Vinos Recomendados

Carlos Sapelli & Cía.

URUGUAY, 1352

1925 – Asociación Coral de Montevideo



Recibido embotellado en las bodegas del
señor Ramos Pintos en Oporto

VINO
OPORTO **MANON**

CON CADA BOTELLA REGALAMOS UN HERMOSO CUADRITO

PRUÉBELO Y NOTARÁ LA DIFERENCIA
CON LOS EMBOTELLADOS EN EL PAIS

IMPORTADORES! **ONETO, VIGNALE & Cía.**



PROGRAMA
del Festival Patriótico y de Propaganda
DEDICADO A LAS
Legiones Escolares de Templanza
en conmemoración de la Batalla del Rincón
por la LIGA NACIONAL contra el ALCOHOLISMO
TEATRO SOLIS

Montevideo, Setiembre 24 de 1925

a las 10 a. m. en punto

- 1.º **Himno Nacional**, por las Legiones. Solo por las alumnas de las Escuelas de Aplicación N.º 1 y de 2.º Grado N.º 2, dirigido por el maestro Aíraldi.
- 2.º **Palabras** de la Sra. Isabel G. V. de Rodríguez.
- 3.º «**La Bandera**» de *Delmira Agustini* - por la niña Anita Lajanette, alumna de la Escuela de 1.º Grado N.º 10.
- 4.º **Pericón Nacional**, por las niñas: María Angélica Bonora, Zulma Rego, María Ricamonti, Sara Bonora, América Pazos, María Corvo, Ana María Munne, Renée Olga Fontana, Lila Gutiérrez, Ramonita Villar, Nelly Antón y Verdad Risso, alumnas de la Escuela de 2.º Grado N.º 14.
- 5.º **Acróstico** por alumnos de la Escuela de 5r. Gdo. N.º 1.
- 6.º «**Los dos caminos**» por las niñas: Alda Valarino, Coloma Cañellas, Chichí Caroso, Carmelita Rodríguez, Sarita Arancibia, Josefina Vázquez, Muñeca Sanguinetti, Ana Maturro, María Ester López, Dela Tapie y el niño Venancio Flores, alumnos de la Escuela de 2.º Gdo. N.º 36.
- 7.º «**El Voto**» entonado por los Legionarios, dirigido por su autor el maestro Aíraldi.

3 V D O I O
S 1 7 0 8

Lacaño Hnos.

PRO 003547



Restaurant Morini, Barreiro y Lorenzoni

Reconquista, 714 (Mercado Central)

FUNDADO EN 1854

EL RESTAURANT MAS ANTIGUO DE MONTEVIDEO

Conserva su tradicional prestigio porque ofrece siempre a su clientela "menús" preparados con productos escogidos. Cuenta además con uno de los más viejos y ricos stocks de vinos importados.

1925 – Gran Compañía Italiana Melato Beltrone



VINOS FINOS DE MESA
"ESPAÑÓLES"

Solamente para personas
de paladar delicado

IMPORTADOR:

Aniceto Ochotorena

Mercedes, 885

Montevideo

1927 – Stabat Mater

BEBA SOLAMENTE VINOS
PUROS Y DE ALTA CALIDAD

LOS VINOS FINOS DE MESA
“Las Campanas”

(BLANCO - RIOJA - NAVARRO)

REUNEN LAS EXCELENTE
CONDICIONES CITADAS

1928 – Coral Palestrina

Teatro SOLIS

♦ Empresa Néctor Gando's ♦

TEMPORADA OFICIAL DE
♦ 1928 ♦

INAUGURACION

DE LAS TEMPORADAS
ARTISTICAS DEL AÑO CON LA

Gran
Compañía
Cómica
Italiana

MENICELLI
MIGLIARI-
PESCATORI



ALTO!

pruebe Vd.
el jugo de uva.

OJAMA

ES EXQUISITO!

1928

Temporada oficial

TEATRO SOLIS

VIERNES 27 DE DICIEMBRE DE 1929

FUNCION EXTRAORDINARIA EN HONOR Y BENEFICIO
DE LOS EMPLEADOS DE ESTE TEATRO

LOS Empleados de este Teatro, favorecidos por el público "habitué" agradecen, sinceramente, el apoyo prestado en este beneficio, deseándoles muchas felicidades.

SOLIS
CIDDAE
PRO 006425
PRO 006425

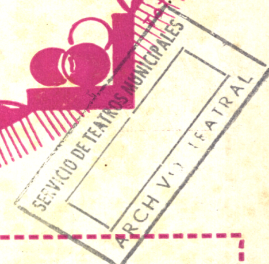
Impreso en los Talleres Gráficos de JOSE FLORENSA, Cerrito 740 Montevideo

Teatro Solis

Empresa: HECTOR GANDÓS

FUNCION EXTRAORDINARIA
A BENEFICIO DE LOS EMPLEADOS
DE ESTE TEATRO.

DICIEMBRE 27
DE 1929



La «Rotisserie Solís»

ha ampliado sus servicios agregando a su menú a la carte, uno de precio fijo de \$ 1.00 por persona

BANQUETES

Saloncitos reservados.

Orquesta de Señoritas con número de canto.
Alegre y ventilada terraza con servicio de Baar y Desserts.

PLAZOLETA TEATRO SOLIS

1929

Función extraordinaria a beneficio de los funcionarios del Teatro Solís

Vinos «DON ANTONIO»

Especialidad en vinos blancos
Industria eminentemente nacional

JOSE RAIMONDI

Teléfono: La Uruguaya: 2394-Central

Sucursal:

MERCADO DEL PUERTO,
Puestos 59 y 60

25 DE AGOSTO 422

Montevideo



GRAN PROVISION «ARTIGAS»

DE D'ALESSANDRO HNOS.

Especialidad de la casa: Vino Nacional
elaborado en la misma a \$ 0.24 el litro.

Conservas extranjeras.—Verduras y frutas de todas clases.—Aves
y huevos caseros.—Canastas para regalos de Año Nuevo
y Reyes. — Se lleva a domicilio.—Precios módicos.

PEREZ CASTELLANOS 1399, esq. WASHINGTON

Teléfono Uruguaya



febrero 9



SARANDI 648
ESQ. B. MITRE

Casa Oriente
R. LUJÁN

SARANDI 648
T. 3225 CENTRAL

Discos - Discos - Discos

LAS ULTIMAS NOVEDADES IMPRESAS LAS ENCONTRARÁ EN ESTA CASA

CALLE SARANDI, 648, ESQ. B MITRE

1929
Carnaval
Grandes Veglioni

Champagne
VEUVE CLICQUOT
PONSARDIN



*Si tiene interés en oír en su casa los tangos
ejecutados por la Orquesta CANARO
lo consigue en la casa incompetible
en sus ofertas*

PARAISO DE LOS NIÑOS

GRAMÓFONOS - JUGUETES

SARANDI, 620

Teléfono: 22, Central

Si
desear beber
bien
TOME
**Champagne
Lanson**



Director de la Típica:
FRANCISCO CANARO

9 DE FEBRERO 1929

Tangos que tocará la famosa
Orquesta Típica CANARO

Pájaro Azul, Nobleza de Arrabal, La Tablada, Señor Comisaria, Seria...Seriola, Entre Sueños, Piedad, Alma en Pena, Duelo Criollo, La Cumparsita, T. B. C., El Titán, El Rasgueo, Sos bueno, vos también (novedad), Que hacés que no te casás, Noviecita mía, Sentimiento gaucho, Vieja milonga, Malevaje, Cuando llora la milonga, Haragán, Aquel tapado de armiño, Bando criollo, Payador, Estampa del suburbio, Cartón ligador, Castillos de naipes, Derecho viejo, Las vueltas de la vida, La Muchacha del Circo, Milonga con variaciones; Mientras llora el tango y Zaraza, 1.º y 2.º premio del Concurso Glücksmann.



Director de la Jazz:
ALCIDES AYALA

La jazz-band del Teatro Maipo de Buenos Aires, dirigida por el maestro Alcides Ayala, tocará las últimas novedades en fox-trots y Charlestons

NEGRI Y SAU
JOYEROS
FABRICANTES

—
CREACIONES - DIBUJOS
ALAJAS FINAS
ENGARZADOS
GRABADOS ARTISTICOS

—
FLORIDA 1287
T. URUG. 3635 CENTRAL
MONTEVIDEO

EL RESTAURANT Y BAR "LA TORRE"

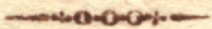
puede ofrecerle a Ud. después del "veglione" un menú exquisito y un servicio insuperable. Buenos vinos, buen ambiente, en un paraje espléndido.

IMPORTADORES:
CAPURRO
Y ZUMARÁN

RAMBLA WILSON (POCITOS)

ABIERTO TODA LA NOCHE

VANRELL y Cía.



UNICOS AGENTES DEL
Champagne LOUIS ROEDERER
Dulce, Seco y Brut



Alimento para personas débiles
FRAME FOOD



25 DE MAYO, 486

1930

Concierto de
beneficiencia
Comisión de
Señoras y Señoritas

La institucionalidad, el orden, la conducta esperada, las consecuencias morales y prácticas están evidentemente contrastadas explícitamente en las imágenes relacionadas con la sanción al consumos del vino.

Lo espontáneo, el placer, lo inmediato, ha de sacrificarse en función de las supuestas consecuencias sobre las generaciones futuras, el correcto ejemplo hacia los pares, o la remisión de las conductas del sujeto en base a una moralidad esperada de autoridad eclesiástica o estatal.

El recurso de pensar desde la cultura visual, permite ver la imagen histórica en clave contemporánea como espacio de comprensión

En conclusión : :

: : el consumo implica necesariamente la mirada detenida en la construcción social del gusto; la comprensión de los elementos simbólicos y del imaginario en torno a “lo consumido” y las consecuencias que esto tiene en la definición del lugar del “consumidor” en el espacio social amplio

: : el conjunto de significados y representaciones que el consumo implica genera elementos identitarios y de pertenencia grupal que ratifican el lugar ocupado y le asignan comportamientos y decisiones estéticas

: : estas definiciones, supuestos, ideas y conceptos éticos y morales, pero también de belleza, salud o status, determinan posiciones también a favor o en condena de determinados consumos particulares como el alcohol y, en especial, el vino.



Muchas gracias!