**DOCTORADO EN CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA**

**“SOLO POR ADORNO Y ENTRETENIMIENTO”.
IMPRESORES, REDACTORES Y PÚBLICOS LECTORES EN LAS PUBLICACIONES
PERIÓDICAS DE ENTRETENIMIENTO EN BUENOS AIRES (1837-1874).**

Prof. Diego Labra

Tesis presentada para optar por el Grado de Doctor en Ciencias Sociales

Director: Prof. Alberto Aníbal Pérez

Codirectora: Dra. Claudia Roman

La Plata, 4 de febrero de 2019

Agradecimientos

Esta investigación y su objeto de estudio se fueron construyendo con mucho trabajo, pero también con la invaluable ayuda de instituciones, profesores y colegas, sin cuyo aporte no estarían hoy sosteniendo esta tesis en sus manos.

En principio, me gustaría agradecer a dos docentes cuyo apoyo fomentó el comienzo (ya lejano) de esta empresa: Virginia Cuesta, cuyo seminario sobre historia de la lectura plantó el germen de mis preguntas, y Adriana Valobra, quien me enseñó el oficio del historiador al llevarme por primera vez a un archivo documental, y fue además un gran apoyo durante toda mi carrera de grado (y después también).

Luego agradezco a mi director Alberto Pérez, quien desde el principio me incentivó a perseguir el desarrollo de una tesis, y cuya invitación al equipo de investigación que dirige me proveyó con un marco dentro del cual llevarla a cabo.

En tercer lugar, le doy las gracias a Javier Planas y María Eugenia Costa, quienes desinteresadamente me ayudaron con su experticia en el área a pulir mis bosquejos iniciales hasta transformarlo en un problema de investigación.

Cuarto, comenzar a trabajar en la tesis no hubiese sido posible sin la estadía de estudios realizada en la Universität Rostock y el Instituto Iberoamericano de Berlín durante 2016. Les agradezco por ello a las invitaciones de Nikolaus Wertz y Peter Birle, respectivamente, así como al financiamiento del DAAD, que hizo posible materializar el viaje.

Quinto, estoy en deuda con mi codirectora Claudia Román, casi coautora de esta investigación, sin cuya guía, críticas y acompañamiento jamás hubiese llegado a buen puerto.

Sexto, agradezco la financiación doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, sin la cual no hubiese dispuesto de los medios para encarar el trabajo de realizar este proyecto.

Por último, pero no por eso menos significativo, me gustaría agradecer mis seres queridos, y entre ellos, particularmente a Florencia, quienes me leyeron, comentaron, discutieron y, sobre todo, brindaron apoyo y comprensión a lo largo del arduo proceso que involucró terminar este trabajo.

Resumen

En esta tesis doctoral analizamos un corpus de publicaciones periódicas editadas en Buenos Aires durante las décadas centrales del siglo XIX que interpelaron a los lectores para que las leyeran, al menos en alguna medida, por entretenimiento. Esta afirmación ya presupone una hipótesis: la existencia de un conjunto de impresos que surgieron con el fin de incentivar una demanda de lectura “frívola”, “lijera”, o “divertida”, como adjetivaron los contemporáneos, que existió en simultáneo, a la sombra, de otra prensa mucho más estudiada, predominantemente diarística, que debía mostrarse preocupada por construir o por expresar una “opinión” pública, ante todo en el terreno político.

De manera general, proponemos que con el semanario *La Moda*, en 1837 se abrió un proceso que se desarrolló al ritmo del ensayo y el error, que a lo largo de tres décadas produjo periódicos con una propuesta editorial explícitamente dirigida a la lectura por entretenimiento para el tiempo de ocio. Es decir, se fue configurado un nuevo tipo de dispositivo, mediante el despliegue de una serie de recursos discursivos, formales y materiales, asociados en ocasiones a innovaciones comerciales. Este proceso, además, contribuyó a la ampliación del lectorado, a la articulación de un mercado para la prensa, y tendió a una renegociación del “pacto de lectura” tácito entre productores y consumidores con una mirada más tolerante ante la noción de leer por entretenimiento, en contraste con la lectura erudita o con un fin pedagógico.

Para dar cuenta de ese proceso, recurrimos al análisis de cinco periódicos. En una primera parte, que abarca desde 1837 hasta 1863, nos ocupamos de *La Moda* (1837-1838), el *Diario de la Tarde* (1831-1852), y los primeros ensayos por difundir recursos discursivos y formales asociados a la lectura por entretenimiento en un mercado porteño donde el éxito material de dichas iniciativas era aún imposible. La segunda parte cubre desde la aparición de los primeros periódico ilustrados exitosos como el *Correo del Domingo* (1864-1868) y *El Mosquito* (1863-1893) hasta el desenlace de una “periódico-manía” que tuvo como protagonista al *Correo de las Niñas* (1868-1873). Durante este decenio, desde 1863 hacia 1874, un nuevo contexto económico, social y cultural posibilitó propuestas editoriales donde la triangulación entre el folletín, la imagen impresa, y la venta de publicidad rompió con el “antiguo régimen tipográfico” porteño, insinuando una temprana “magazinización” de la prensa.

Palabras Clave: lectura por entretenimiento, publicación periódica, siglo XIX, público deseado.

Abstract

In this doctoral thesis, we analyse a corpus of periodicals published in Buenos Aires during the central decades of the nineteenth century that challenged readers to read them, at least to some extent, for entertainment. This affirmation already presupposes a hypothesis: the existence of a set of print material that emerged with the purpose of stimulating a demand for "frivolous", "light", or "entertaining" reading, as the contemporaries call it, that existed simultaneously, in the shadow, of another much more studied press, predominantly daily, that had to show concern for constructing or expressing a public "opinion", above all in the political terrain.

In general, we propose that with the weekly *La Moda*, in 1837 a process that developed to the rhythm of trial and error over the next three decades produced newspapers with an editorial proposal explicitly aimed at reading for entertainment during leisure time. That is to say, a new type of device was configured through the deployment of a series of discursive, formal and material resources, sometimes associated with commercial innovations. This process also contributed to the expansion of the readership, to the articulation of a market for the press, and tended to a renegotiation of the tacit "reading pact" between producers and consumers with a more tolerant view of the notion of reading for entertainment, in contrast to reading for scholarly or pedagogical purposes.

To account for this process, we resorted to the analysis of five newspapers. In the first part, which runs from 1837 to 1863, we deal with *La Moda* (1837-1838), *Diario de la Tarde* (1831-1852), and the first attempts at disseminating discursive and formal resources associated with reading for entertainment in a Buenos Aires market where the material success of such initiatives was still impossible. The second part covers from the appearance of the first successful illustrated newspapers such as *Correo del Domingo* (1864-1868) and *El Mosquito* (1863-1893) to the outcome of a "periódico-manía" that had *Correo de las Niñas* (1868-1873) as its protagonist. During this decade, from 1863 to 1874, a new economic, social and cultural context made these publishing proposals possible, where the triangulation between *feuilleton*, printed image, and the sale of advertising broke with the "old typographic regime" of Buenos Aires, insinuating an early "magazination" of the press.

Key Words: reading for entertainment, periodic publication, nineteenth century, desired public.

ÍNDICE:

Agradecimientos.....	3
Resumen/Abstract.....	5
Abreviaturas de las fuentes utilizadas en las citas.....	10
1. Leer por entretenimiento en Buenos Aires a mediados del siglo XIX.....	11
1.1. Estado de la cuestión y consideraciones teóricas.....	19
1.1.1. Historia del libro y de la prensa.....	19
1.1.2. La práctica de la lectura y los lectores como un problema sociohistórico.....	24
1.1.3. Entretenimiento y sociabilidad urbana. Un emergente mundo de ocio, consumo y espectáculo.....	34
1.2. Periódicos y lectura por entretenimiento: una propuesta metodológica.....	43
Primera Parte: La introducción de la lectura por entretenimiento en la prensa porteña. De <i>La Moda</i> hasta el surgimiento de los semanarios ilustrados (1837-1863).....	57
2. <i>La Moda</i> (1837-1838) y la introducción del concepto de lectura por entretenimiento en Buenos Aires.....	59
2.1. <i>La Moda</i> como clásico de la prensa porteña. Lecturas críticas.....	61
2.2. Los beneficios y los peligros del ocio en la construcción discursiva del público deseado.....	64
2.3. “Cómo darle a los lectores las ‘risas’ que ‘quieren’”: el diseño de una propuesta editorial orientada al entretenimiento.....	73
2.3.1. Por “un pedazo de papel en blanco”. Los límites materiales de un periódico que pretendía divertir en el desierto.....	80
3. No todo es noticia. El <i>Diario de la Tarde</i> (1842-1852) y la lectura por entretenimiento en la prensa diaria durante la década de 1840.....	87
3.1. La “locura mas moderna” de leer de manera “ociosa” los diarios.....	88
3.2. La propuesta editorial del <i>Diario de la Tarde</i>	93
3.2.1. Los <i>fait divers</i> en la prensa diaria porteña.....	95
3.2.2. El folletín desembarca en Buenos Aires.....	102

Segunda Parte: Hacia la “periódico-manía” y el éxito comercial de la lectura por entretenimiento. Entre <i>El Mosquito</i> y el primer <i>best-seller</i> argentino (1863-1874)	115
4. El entretenimiento ahora es ilustrado. La primera época <i>Correo del Domingo</i> (1864-1868)	119
4.1. El devenir de la imagen impresa en los periódicos porteños	119
4.2. La propuesta editorial del <i>Correo del Domingo</i>	124
4.2.1. La contratapa como espacio de lectura por entretenimiento y la novela por entregas	131
4.2.2. Ilustración y lectura por entretenimiento	140
4.3. Las dificultades de la “parte ilustrada”, o el fin del <i>Correo del Domingo</i>	152
5. No solo la política hace reír. La primera década de <i>El Mosquito</i> (1863- 1874)	155
5.1. ¿Se leyó <i>El Mosquito</i> por entretenimiento?	156
5.1.1. Entre la sátira política y la lectura por entretenimiento	159
5.1.2. Sociabilidad urbana, ocio y consumo en las caricaturas	162
5.2. Páginas como “escaparates impresos”. Publicidad gráfica, consumo y sus efectos en la prensa ilustrada porteña	171
6. Un “inventario urbano” para el tiempo libre del “bello sexo”. La primera época del <i>Correo de las Niñas</i> (1868-1873)	181
6.1. Veinte años de publicaciones periódicas para el “bello sexo”	182
6.2. La propuesta editorial de <i>El Correo de las Niñas</i> (1867-1873)	185
6.2.1. Una renovación de la empresa discursiva inaugurada por <i>La Moda</i>	191
6.2.2. La búsqueda formal por una propuesta editorial que seduzca a las lectoras	194
6.2.3. “Así las bellas argentinas pueden tener imágenes”, o cómo incorporar la litografía en el semanario	200
6.3. Alcances y límites de un semanario ilustrado en tiempos de la “periódico-manía”	207

6.3.1. Las otras “niñas”. Redes editoriales en la prensa para el “bello sexo”.....	207
6.3.2. “Es indispensable olvidarse de caricaturas”. Conflictos materiales en la confección del periódico.....	211
7. Epílogo.....	221
Bibliografía.....	230
Anexos	
A. Fichas de trabajo de las publicaciones periódicas citadas en la investigación (ordenadas alfabéticamente por título).....	251
B. Reproducción facsimilar de publicaciones periódicas citadas en la investigación (en orden alfabético).....	270
C. Algunas de las imágenes litográficas analizadas en la tesis.....	298
D. Relevamiento asistemático de novelas por entregas publicadas en las fuentes, los periódicos <i>El Nacional</i> , <i>La Tribuna</i> y otros impresos contemporáneos.....	325

Abreviaturas de las fuentes utilizadas en las citas

AdS: Álbum de Señoritas.

CdlN: Correo de las Niñas.

CdD: Correo del Domingo.

DdlT: Diario de la Tarde.

DdA: Diario de Avisos.

EA: El Alba.

EN: El Nacional.

EEdlN: El Eco de las Niñas.

EL: El Lucero.

ERdlN: El Recreo de las Niñas.

LA: La Aljaba.

LC: La Camelia.

LCa: La Campana

LCM: La Cartera Misteriosa.

LD: Los Debates.

LFdA: La Flor del Aire.

LGM: La Gaceta Mercantil.

LIA: La Ilustración Argentina.

LM: La Moda.

LN: Los Negros.

LNa: La Nación

LP: La Prensa.

LR: La República.

LT: La Tribuna.

SdlN: Semanario de las Niñas.

1. Leer por entretenimiento en Buenos Aires a mediados del siglo XIX

En esta tesis doctoral analizamos un corpus de publicaciones periódicas adjetivadas por los contemporáneos como “literatura inútil”, “objetos lijeros”, prensa “divertida” o “frívola”,¹ y que nosotros agrupamos considerando que todas ellas interpellaron a los lectores para que las leyera sin un fin específico ulterior. Es decir que todas ellas fueron leídas, al menos en alguna medida, por entretenimiento. Esta hipótesis, la de la existencia de un conjunto de impresos que surgieron con el fin de incentivar una demanda de lectura “ociosa”, “frívola”, “lijera”, “festiva”, “entretenida” o “divertida”, atraviesa el conjunto de la investigación. Se trata de publicaciones que fueron editadas en la ciudad de Buenos Aires durante las décadas centrales del siglo XIX, y existieron en simultáneo, a la sombra, de otra prensa, predominantemente diarística, que debía mostrarse preocupada por construir o por expresar una “opinión” pública, ante todo en el terreno político. Como veremos a lo largo de los capítulos, estos impresos fueron producto de un proceso que más que lineal y progresivo, se desarrolló al ritmo del ensayo y el error por parte de letrados, redactores, impresores y litógrafos motorizados por intereses que pudieron ser ideológicos, pero que no excluían los comerciales. Esos actores, en su conjunto, buscaron innovadoramente apelar a una lectura practicada por ocio durante el tiempo libre como medio para ampliar su público lector.

En el origen de esta investigación se encuentra la perplejidad ante un vacío explicativo, la misma que aquejó a José Hernández en ocasión de la reedición de su exitosísimo *El gaucho Martín Fierro*. En el prólogo de la octava edición, precisamente una “Carta de José Hernández (a los editores de la octava edición)”, el autor legó su sorpresa ante la aparición de una cantidad impensada de lectores que habían convertido a su folleto en un éxito de difusión y ventas impensado para la literatura argentina de entonces (Hernández, 1874). Ante esta preocupación nos remitimos a las fuentes en busca de indicios que verifiquen ese rasgo sorprendente o excepcional, y encontramos un corpus de publicaciones periódicas orientadas a la lectura por entretenimiento. Algunas de ellas nunca habían sido consideradas hasta hoy, mientras que otras eran muy conocidas y habían sido ya bien estudiadas; pero no bajo este foco, que sugieren el desarrollo de un espacio para los consumos entretenidos, y más precisamente para la lectura por entretenimiento en las décadas centrales del siglo XIX.

¹ Todas las citas extraídas de las fuentes respetan la ortografía, tildación y puntuación original.

Las preguntas que surgieron ante la constatación empírica de la existencia de estos impresos fueron muchas: ¿cómo emergió esta prensa en Buenos Aires? ¿Cómo se definió, discursiva y formalmente, el alcance de la noción “entretenimiento” en un periódico para los contemporáneos? ¿Qué públicos y qué prácticas de lectura aparecieron representados en el despliegue de estas propuestas editoriales? ¿Qué rol jugó la introducción de estas propuestas en el panorama general de la prensa porteña y su desarrollo editorial y comercial? ¿Se abrieron paso recursos de este tipo en otros periódicos, como los diarios políticos y mercantiles? ¿Entre qué otras formas de entretenimiento vinieron a instalarse esta práctica lectora y sus productos concretos, y cómo dialogaron con esas otras prácticas y objetos “entretenidos”? Estos interrogantes guiaron la pesquisa. Si bien no todos pudieron ser respondidos, ni en igual medida cada uno de ellos, esta tesis se construye estrechamente ligada a las hipótesis y a las conjeturas que suscitaron, y que organizan su exposición.

Nuestra hipótesis más general propone que con el semanario *La Moda*, editado brevemente entre 1837 y 1838, se abrió un proceso que eventualmente produjo periódicos con una propuesta editorial explícitamente dirigida a la lectura por entretenimiento para el tiempo libre o de ocio. Es decir, se fue configurado un nuevo tipo de “dispositivo” (Pas, 2013; 2018a), mediante el despliegue de una serie de recursos discursivos, formales y materiales, asociados en ocasiones a innovaciones comerciales. Todos estos elementos se conformaban con un fin predominante, si bien no excluyente: entretener a los lectores-consumidores. Se trata de un conjunto de publicaciones que cobrarán mayor relevancia a lo largo de las siguientes décadas, para convertirse en un verdadero motor de la prensa porteña después de Pavón. Este corpus contribuyó decisivamente a la ampliación del lectorado y a la articulación de un mercado de publicaciones periódicas. Más aún, tendió a una renegociación del “pacto de lectura” tácito entre productores y consumidores –que, según el acuerdo de buena parte de la bibliografía sobre la prensa decimonónica, comprometía a la prensa con una lectura “útil”, ya sea para la vida política o para la vida social-, con una mirada más tolerante ante la noción de leer por entretenimiento, en contraste con la lectura erudita o con un fin pedagógico (Pas, 2016).

A la hora de delimitar el corpus fueron de imprescindible ayuda las reconstrucciones historiográficas de textos clásicos (Galván Moreno, 1944; Buonocore, 1947; Arrieta, 1955), así como los catálogos elaborados por la Biblioteca Nacional “Mariano Moreno”, la Biblioteca Central de la Universidad Nacional de La Plata y el

Instituto Ravignani (CONICET/ FFyL-UBA). Con esta guía, seleccionamos las fuentes a estudiar a partir de un doble criterio de relevancia. Primero, de acuerdo con su importancia en el proceso de introducción y promoción de la lectura por entretenimiento, o sea, su inclusión de recursos editoriales concebidos para entretener al lector. Segundo, por su preeminencia durante el período histórico, calibrada cualitativamente en base a su éxito, influencia, duración y relevancia.

Esta tesis se centra en el ámbito urbano, donde afirmamos se consolidó el mercado de impresos periódicos y tuvo lugar la ampliación de su lectorado, vinculada a la circulación de los periódicos orientados a la lectura por entretenimiento. Esta ampliación, además, fue notablemente impulsada por una imagen o representación del lector –como veremos- marcadamente “feminizado”. Por lo tanto, quedó por fuera de nuestro relevamiento la prensa rural y la de los pequeños pueblos, así como la que tuvo circulación en la periferia urbana; periódicos y folletos pusieron su foco en un lectorado popular, en términos de clase y no de extensión (Schvartzman, 2013). Explorar ese corpus implicaría dar cuenta de un universo que podría ser igualmente extenso al aquí estudiado, pero que por sus propias características demandaría otro arsenal teórico y metodológico. Es decir, demandaría otra tesis separada que, sin duda productivamente, podría continuar lo realizado dentro de los límites propuestos.

También debemos aclarar que esta definición y selección de las fuentes no aspira a instalar a la categoría periódico orientado a la lectura por entretenimiento como una categoría abstracta ni autónoma, y está lejos de pretender responder a un referente nítidamente delineado dentro de la prensa porteña decimonónica. Muchos de los recursos que asociamos a la promoción de la lectura por entretenimiento, cuyas características definiremos en el segundo punto de este capítulo, aparecieron por igual en “diarios políticos y mercantiles” así como en las publicaciones semanales (Goldgel, 2013: 27), que mayormente componen nuestro corpus. Recíprocamente, podemos encontrar, con mayor o menor énfasis en esos mismos semanarios, el tratamiento de temas propios del diarismo político. Por ello, no contemplamos los periódicos analizados como parte de un “género” periodístico, sino como un conjunto de publicaciones en el que es más notable la preocupación por entretener a sus consumidores durante el período, al punto de hacer de ese objetivo su eje. Si bien, entonces, es difícil, o quizá temerario, afirmar la existencia de una “prensa de entretenimiento” durante las décadas centrales del siglo XIX, no lo es –como esperamos

demostrar a lo largo de la exposición- aseverar la creciente y sostenida oferta y demanda de “lecturas de entretenimiento”.

La selección del corpus permitió luego definir una periodización para nuestra investigación. La primera parte se extiende temporalmente desde 1837 hasta 1863, abarcando la aparición de periódicos como la ya citada *La Moda*, *Diario de la Tarde* (1831-1852), y otros mencionados brevemente como *La Ilustración Argentina* (1853-1854) o *Álbum de Señoritas* (1854). El criterio según el cual determinamos el punto inicio lo encontramos en la tesis doctoral de Hernán Pas (2010), donde el autor destaca la innovación editorial que representó *La Moda* como un antes y después en la historia de la prensa porteña, “el pasaje de una prensa periódica doctrinaria a una de carácter romántico-cultural” más “atenta a las demandas de un público lector diversificado” (6). Desde allí en adelante, esos veinticinco años son propuestos como un período homogéneo a partir de dos características: primero, la novedosa vocación de incorporar diferentes recursos asociados a la lectura por entretenimiento con el fin explícito de ampliar el público consumidor; y segundo, la imposibilidad de lograr traducir esa propuesta en un nivel de ventas satisfactorio que permitiera el sostén de las publicaciones en un mediano o largo plazo.²

La segunda parte está enfocada en la larga década que va desde 1863 hacia 1874, momento en el que se destacan semanarios como el *Correo del Domingo* (1864-1868), *El Mosquito* (1863-1893) y el *Correo de las Niñas* (1868-1873). Gracias a un conjunto de factores contextuales de índole editorial, técnica y comercial, pero también sociocultural, a partir de 1863 estos títulos alcanzaron el éxito que había sido esquivo a las publicaciones “entretenidas” desde el lanzamiento de *La Moda*. Contribuyeron así mediante propuestas editoriales innovadoras a lo que los contemporáneos nombraron como una “periódico-manía” que afiebró a la ciudad hacia 1870 (*CdIN*, III época, N° 1, 9 de julio de 1876: 1).³ Los acervos de los repositorios documentales consultados también respaldan estas fechas, mostrando un marcado aumento en la cantidad de

² Esta característica del mercado editorial porteño, particularmente acentuada durante la primera mitad del siglo XIX, queda demostrada en recorridos historiográficos generales como los realizados por Matías Maggio Ramírez en “La cultura impresa en el Buenos Aires virreinal. Un recorrido historiográfico” (2018), o María Eugenia Costa en “De la imprenta al lector. Reseña histórica de la edición de libros y publicaciones periódicas en Buenos Aires (1810-1900)” (2009). Ambos trabajos permiten contextualizar los periódicos analizados con las condiciones de edición imperantes, demostrando a nuestro juicio que la corta y trunca vida estos de no fue una anomalía, sino que obedeció a la trayectoria propia de un mercado en ciernes, sin suficientes suscriptores y ningún otro medio de financiación.

³ En las citas que refieren a las fuentes se utilizan siglas en lugar del nombre completo de las publicaciones periódicas, según marca la referencia de las abreviaturas.

periódicos conservados para 1870, 1871 y 1872,⁴ para luego menguar en simultáneo al citado fenómeno editorial del *Martín Fierro*. Entre dichos impresos, una mayoría tiene títulos que, cuanto menos, sugieren su intención de publicitarse como entretenidos.

Nuestra propuesta cronológica invita reevaluar ciertos hitos cronológicos repetidos en la bibliografía. Los estudios generales que delimitan el campo, como *Historia de revistas argentinas, 1900-1950, la conquista del público* de Alejandro Eujanian (1999) o *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*, dirigido por José Luis De Diego (2006, con segunda edición extendida en 2014), han cimentado la idea que solo se puede hablar de un “mercado editorial moderno” en Buenos Aires luego de 1880, reforzando una periodización ya propuesta por Adolfo Prieto años antes en *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna* (2006 [1988]).

Esto llevó a lo que Pas (2010) señala como una concentración de los estudios “en las postrimerías de la centuria” (7), coadyuvada por la dificultad que reviste acceder a publicaciones anteriores a esa época,⁵ pero también sesgada por la atracción que generaron en los investigadores los fenómenos sociales y políticos en torno a 1880. Como consecuencia, la producción crítica e historiográfica se ha preocupado mayormente por el momento en que “la imprenta y el mercado editorial” alcanzaron un “desarrollo significativo”, y ha eludido “las aristas más complejas de su condición de novedoso artefacto cultural” (7). En el caso de nuestro problema en particular, esta concentración ha favorecido a que el estudio sobre la configuración de prensa orientada a entretener al público lector -que para entonces se estaba tornando masivo- se centralizara en *magazines* de entresiglos como *Caras y Caretas* (Rogers, 2008) y que, con raras excepciones (Romano, 2004), se ignorara que lo que muchas veces se adjetivó inédito en realidad está inscrito en un proceso anterior.

Nuestra investigación indica que existe suficiente evidencia para proponer la década de 1860, y en particular su segundo lustro, como un primer momento de

⁴ Según el recuento en la edición extraordinaria de *El Diario* dedicada a la historia de la prensa, cuarenta y cuatro publicaciones, siendo cuatro de ellas ilustradas, debutaron en las prensas ese 1872 (*El Diario*, 1933, edición extraordinaria, primera sección: 31). Nuestra investigación a través de los catálogos de repositorios de hemerotecas también denotó un aumento sensible de la cantidad de periódicos editados entre 1869 y 1872. Este marco temporal también coincide con la “fiebre noticiosa” desatada por el inicio de la guerra Franco-Prusiana, que empujó la venta de los diarios políticos más importantes de la época (Pastormerlo, 2016: 24).

⁵ En nuestro país es todavía deuda una labor heurística de envergadura, como aquella en que se apoyó el desarrollo de la monumental *La civilisation du journal. Histoire culturelle et littéraire de la presse française au XIXe siècle* dirigida por Dominique Kalifa, Philippe Régner, Marie-Eve Thérenty y Alain Vaillant (2011). Esta afirmación no niega el trabajo ya realizado en este frente. No se debe dejar de celebrar el esfuerzo de digitalización de fuentes llevado adelante por algunas instituciones como la Biblioteca Nacional “Mariano Moreno”, la Universidad de Buenos Aires, la Biblioteca Argentina de Rosario y portales académicos como CeDInCI o AHIRA, o iniciativas como el Coloquio de Publicaciones Periódicas que viene realizando periódicamente un grupo de investigadores especializados de la UNL. La consecuente mayor disponibilidad del material, de seguro ha tenido un impacto directo en el aumento de producción académica acerca de las publicaciones periódicas del siglo XIX.

consolidación del mercado de publicaciones periódicas, durante el cual las fuentes evidencian la identificación de nuevos públicos y necesidades, en servicio de las cuales se ofrecieron productos para seducirlos y satisfacerlas. Cierta bibliografía heterodoxa respaldan este diagnóstico (Megías, 1998; Bocco, 2004; Roman, 2010),⁶ reconociendo a la diversificación de la oferta impresa, las innovaciones tecnológicas y los cambios socioeconómicos como posibles causales de ello. En particular, la combinación de crecimiento demográfico y económico, con los altos índices de alfabetización, habilitan a pensar en un público lector diversificado que ingresaba al mercado por primera vez y potenciaba la expansión editorial (Poblete, 2016).⁷

Esta afirmación, a su vez, desestima otro lugar común, aquel que sugiere que la batalla de Caseros funcionó como parteaguas de la historia de la prensa del siglo XIX. Una afirmación que puede encontrarse, con mayor o menor énfasis, en toda la bibliografía (Galván Moreno, 1944; Buonocore, 1947; Arrieta, 1955; de Sagastizábal, 1995; Szir, 2010). El examen de lo editado durante las décadas de 1840 y 1850 prueba que los periódicos porteños y las condiciones en que eran impresos no experimentaron un quiebre tan sonado en el año 1852, significativísimo en tantos otros aspectos (político, social, militar, cultural en sentido amplio). Siguieron vigentes las limitaciones que imponía un mercado editorial aún no consolidado, que llevaron a la mayoría de periódicos a desaparecer en menos de seis meses. Por la misma razón, se prolongó la dependencia de la subvención estatal (Lettieri, 2006: 267). Refuerza esta percepción la producción reciente de Hernán Pas (2014; 2016; 2018a; 2018b), donde el autor explora

⁶ Alicia Megías (1998) encuentra, estudiando la prensa de Rosario que “al promediar los años sesenta”, los “periódicos y diarios de más largo aliento” abrieron “un nuevo período en el desarrollo de la prensa local”, “más signado por la capacidad para atender a un heterogéneo público lector que por sus enrolamientos facciosos” (17). Explorando la conexión entre literatura y periodismo en la prensa cordobesa, Andrea Bocco (2004) destaca también los años que van entre 1830 y 1861 como de desarrollo y consolidación de la prensa. En su libro *Prensa, política y cultura visual. El Mosquito (Buenos Aires 1863-1893)* de 2017, pero aún más en la tesis doctoral de la cual ese libro se recorta, Claudia Roman (2010) da cuenta del largo proceso de desarrollo que transformó paulatinamente los impresos a lo largo de las décadas centrales del siglo XIX a través del estudio de la prensa satírica.

⁷ En números absolutos, la transformación económica empujó en Buenos Aires un crecimiento demográfico sostenido, aumentando la cantidad de potenciales consumidores de manera exponencial en el lapso de unas pocas décadas (Sabato, 1989; Newland, 1998; Hora, 2010). Mientras hacia fines de la década de 1830 se estima que Buenos Aires era habitada por 70.000 almas (Newland, 1992: 17), para 1875 esa cifra ascendía a 230.000 (Prieto, 2006 [1988]: 19). El crecimiento produjo un “vasto y heterogéneo conjunto que suele subsumirse bajo el nombre de clases medias” que comenzaba a definir sus contornos hacia 1870 (Hora y Losada, 2011: 623 y ss.), y que ingresaba al pujante mercado de consumo con su disponibilidad (limitada) de dinero y tiempo (Rocchi, 2006: 20). Otro punto a favor de la hipótesis son los índices de alfabetización particularmente altos de la ciudad en relación al resto del país, e incluso del mundo. Al filo de 1870, mientras que en la Argentina solo el veinte por ciento era capaz de leer, en la capital ese porcentaje se duplicaba con más de un cuarenta y seis por ciento de los censados que se reconocían como alfabetizado (*Primer Censo de la República Argentina*, 1869: 52). Estos números atípicos, que precedieron por más de una década a la Ley 1420 (Cucuzza y Spregelburd, 2012), pueden atribuirse en parte a las campañas alfabetizadoras impulsadas por Sarmiento desde 1860 (Batticuore, 2005a: 130), pero también a la oferta de las instituciones privadas, que de manera constante satisficieron la demanda educativa de los sectores altos y medios de la ciudad a lo largo de todo nuestro período (Newland, 1992: 54 y ss.).

sistemáticamente los modos en que distintos recursos asociados a la “prensa moderna” de los 1870 y 1880, ya se encontraban vigentes en la década de 1840.

Queda configurada así una cronología propia para la prensa orientada a la lectura por entretenimiento que abarca las tres décadas centrales del siglo, desde su introducción como concepto hasta su consolidación en semanarios ilustrados que alcanzaron un éxito editorial sin precedente en Buenos Aires. Como parteaguas dentro de la periodización desestimamos hitos políticos, como Caseros, para reponer la aparición de dichos semanarios a inicios de la década de 1860 como un quiebre en la producción y circulación de los periódicos que son objeto de nuestra tesis.

Por todos los puntos enumerados arriba, creemos que una investigación que versa sobre la aparición de estos impresos y la renovación en el pacto de lectura que propusieron promete no solo ampliar nuestro conocimiento sobre ambos, sino sobre cómo se leía y se pensaba que se leía, así como también sobre los rasgos materiales y comerciales generales de la prensa porteña decimonónica. Un mejor conocimiento de estos objetos y de estas cuestiones permite, además, reflexionar sobre los vínculos entre la lectura como entretenimiento y un amplio rango de discursos y hábitos asociados con esta práctica, particularmente la sociabilidad urbana del ocio (fiestas cívicas y bailes privados, espectáculos teatrales, de ópera y circenses, paseos públicos y dioramas, exposiciones y carreras, etc.).

Justamente por ello, la formulación metodológica de esta investigación nos pone frente a una serie de cuestiones a resolver. Primero, la definición conceptual de nuestro objeto de estudio, los periódicos que, debido a la articulación de su propuesta editorial, tendieron a promover la práctica de lectura por entretenimiento. Si bien el título de la tesis destaca el rol de los actores en la configuración de las publicaciones que analizaremos y sus acciones, las condiciones heurísticas de la investigación limitan nuestro análisis a lo que puedan decirnos las mismas fuentes. Es decir, en ellas intentamos inferir decisiones editoriales plasmadas en su “confección”, entendiendo por ello un modo específico de diseñar y crear esos impresos (Pastormerlo, 2016: 13). Asimismo, ese sujeto elusivo que es el lector de prensa será pensado a partir de las prácticas de lectura cuyos rastros encontramos en dicha propuesta editorial confeccionada por redactores e impresores, fueran estos discursivos, formales o materiales, y ayudándonos cuando sea posible a delinearlos mediante la reconstrucción del contexto social, cultural y económico en el que actuaron.

Un segundo problema es el que supone la definición y alcances de conceptos tales como “entretenimiento”, “tiempo libre” y “ocio” que aquel supone, así como los “consumos” –particularmente, culturales- en la sociedad porteña del siglo XIX. Si bien estas nociones se asocian rápidamente a la existencia de una cultura de masas y a sus productos –nociones que no entrarían en foco hasta los albores del siglo XX (Montaldo, 2016)–, es parte de nuestra hipótesis que el corpus aquí analizado permite advertir la emergencia de esa dimensión progresivamente masiva que, cambio de escala de público mediante, se desplegará ampliamente en un período posterior al que abordamos aquí. En este sentido, los conceptos de “industria cultural” y “cultura de masas”, aun fuera del período analizado, funcionan como horizonte tácito de la tesis.

Nuestra investigación sugiere que estas cuestiones, que han sido más estudiadas para el entresiglos XIX-XX tienen raíces en un proceso paulatino e irregular que puede rastrearse en décadas anteriores. El tiempo libre fue un presupuesto en la inclusión de recursos editoriales orientados a la lectura por entretenimiento en periódicos semanales, particularmente el folletín, pues cierto excedente de tiempo y de dinero fueron requisitos necesarios para el consumo descrito y ofrecido o prescripto de manera explícita tanto en las notas editoriales como en los avisos publicitarios de las publicaciones aquí analizadas.

En cuanto a la oposición entre ese “tiempo libre”, “perdido” o “desperdiciado” en el “ocio”, presumiblemente opuesto a los valores de la vida pública y política, la mirada sobre nuestro corpus también resulta elocuente. Si bien lo “entretenido” se presentaba como un consumo propio del ámbito privado, antitético al provecho o la utilidad de la vida pública y del ámbito de la política, se descubre rápidamente que tuvo también un papel “modelador” que pudo proyectarse sobre esos ámbitos. Esto resulta particularmente evidente en el imaginario de letrados que intuyeron, en la promoción de ciertas prácticas y sociabilidad urbana, una vía de entrada para promover sus objetivos políticos e ideológicos entre un público ampliado que excedía la caracterización del lector varón adulto blanco, criollo o europeo, pero siempre ilustrado.

Establecidos el objeto en su definición más inmediata, junto con su corpus y límites cronológicos, procederemos a desarrollar los problemas planteados a partir de un relevamiento del estado de la cuestión. Esto implica no solo ubicar nuestra producción en relación con las hipótesis ya probadas sobre la prensa editada en la ciudad durante ese período, sino también recoger en ese recorrido elementos teóricos e historiográficos que puedan contribuir al análisis.

1.1. Estado de la cuestión y consideraciones teóricas

La producción bibliográfica existente sobre la prensa, el libro y la lectura entre 1830 y 1880 en Argentina ha avanzado a pasos agigantados en las últimas décadas, reconstruyendo la circulación de impresos y su consumo en la ciudad. Pero al no haber precisado exactamente el problema que aquí trabajaremos, ha dejado ciertos espacios explicativos vacantes. Como vimos, en especial en lo referido a las transformaciones de las prácticas editoriales hacia la consolidación del mercado editorial porteño, tiende a reservarse como proceso exclusivo del último cuarto del siglo.

Para señalar las referencias de que nos hemos servido y profundizar en vacíos historiográficos o explicativos, nos aquí interesa recuperar el derrotero del campo, que va de la historia del libro a la historia de la lectura, y de allí a la historia de la lectura de la prensa a través de la consolidación del campo específico de historia de la prensa. Se trata de un universo de límites poco precisos, interdisciplinario en su misma concepción, dentro del cual marcaremos algunas discusiones sobre las cuales avanzaremos, como la cuestión de la lectura, la sociabilidad y el entretenimiento.

1.1.1. Historia del libro y de la prensa

Hasta el comienzo del nuevo milenio, la historia del libro en Argentina había sido “preponderantemente emprendida por fuera de la actividad académica” por “bibliógrafos, bibliómanos, bibliotecarios, historiadores aficionados, editores” y “libreros”. En esa tradición se inscriben los tempranos trabajos de Antonio Zinny y José Toribio Medina, Carlos Casavalle y Antonio Pillado, todos éditos en el siglo XIX (Sorá, 2011/2012: 126). Cincuenta años más tarde, un renovado interés por lo impreso motivó la aparición de diversos volúmenes, entre los que se destacan *Libreros, editores e impresores de Buenos Aires. Esbozo para una historia del libro argentino* de Domingo Buonocore (1947) y *La ciudad y los libros. Excursión bibliográfica al pasado porteño* de Rafael Alberto Arrieta (1955). El mismo período vio aparecer varias historias del periodismo porteño, contándose entre ellas la de Oscar Beltrán (1943), Carlos Galván Moreno (1944) y Clemente Cimorra (1946), quienes continuaron la labor iniciada medio siglo antes por Ernesto Quesada (1893; 1902).

Tanto aquella primera generación de textos cercanos a las fuentes como la segunda camada de textos de mediados de siglo continúa siendo, aun hoy, una referencia pues,

aunque no propone hipótesis críticas o historiográficas, ni permite una clasificación taxonómica o funcional de la prensa, su detallada reconstrucción heurística de un mundo del impreso porteño decimonónico, que se deteriora al ritmo de la caducidad de las fuentes, provee información indispensable para cualquier estudio sobre el tema. Junto con algunas obras más recientes y de igual tono descriptivo, como el pequeño volumen *Las revistas argentinas del siglo XIX* de Diana Cavalero (1996) e *Historia del periodismo argentino: desde los orígenes hasta el Centenario de Mayo* de Miguel Ángel De Marco (2006), hemos utilizado esa bibliografía clásica como referencia a la hora de contextualizar personajes, casas impresoras, librerías, publicaciones, etc.

Para poder entablar una discusión teórica e historiográfica, sin embargo, es necesario avanzar casi medio siglo. Leandro de Sagastizábal destaca esta ausencia de continuidad en el estado de la cuestión que encabeza *La edición de libros en la Argentina. Una empresa de cultura* (1995), lamentándose de encontrar “luego de una ardua búsqueda sólo tres libros que traten específicamente el tema, y su edición original ya data de tres décadas” (15). Diez años después, Alejandro Parada vuelve a repetir el diagnóstico en *El orden y la memoria en la librería Duportail hermanos* (2005), aunque ya con matices, pues el campo de estudios sobre el libro, las publicaciones periódicas y los lectores comenzaba a ganar *momentum*.

Hoy nos encontramos con una biblioteca con anaqueles notablemente más completos que hace veinte años. Motivado por la edición de *El libro en la cultura latinoamericana* de Gregorio Weinberg, y *Editores y políticas editoriales en Argentina. 1880-2000*, editado por José Luis de Diego, Gustavo Sorá (2011/12) elige el 2006 como el año a partir del cual “los estudios sobre la edición en Argentina” se renovaron y comenzaron a crecer “a buen ritmo...” (126 y 127). Un factor de peso en esta renovación, señala Sorá, fue la recepción local de la “nueva historia del libro y la lectura” francesa, encabezada por Roger Chartier (1992; 1994; 1999; 2001). Al proponer una nueva “caja de herramientas” teórica y metodológica, esta corriente facilitó la proliferación de un campo de estudios rizomático que intentamos reconstruir aquí, donde investigadores de diferentes disciplinas como Historia, Comunicación Social, Sociología, Letras, Bibliotecología y Artes se encuentran y desencuentran por igual (Parada, 2007; Sorá, 2011/2012; De Diego, 2013).

Los tratados de la “nueva historia del libro” propusieron una renovación en el análisis, sobre la cual nos detendremos en la próxima sección, así como también nuevos objetos de análisis. La reconstrucción de Chartier (1992) de la “*bibliothèque bleue*”,

impresos de factura humilde que tuvieron amplia circulación en la Francia de los siglos XVII y XVIII, o el proyecto de Robert Darnton, quien hizo visible todo un mundo subterráneo de periódicos y folletos de circulación restringida en los albores de la Revolución Francesa en *Edición y subversión: Literatura clandestina en el Antiguo Régimen* (2003), invitaron al estudio de objetos impresos menos refinados que los libros encuadernados que leían las élites letradas, y que hasta entonces habían acaparado la mayoría de la atención de los académicos.

El incremento local de estudios sobre la prensa y otros impresos sencillos distintos del libro encuadernado, también puede ser atribuido a otros dos trabajos contemporáneos provenientes de diferentes tradiciones. Primero, la tesis sobre la conformación de la “opinión pública” en la Alemania de la “Ilustración” de Jürgen Habermas (2006 [1981]), y segundo, el análisis de Benedict Anderson (2006 [1982]) sobre la conformación de las identidades nacionales en el siglo XIX. A pesar de la distancia que los separa ideológicamente, ambos coincidieron en destacar el rol del periódico en las transformaciones políticas, sociales y culturales que se sucedieron en los siglos XVIII y XIX.

En particular, el debate habermasiano sobre la formación de la “opinión pública”, puesto en relieve por la labor de François-Xavier Guerra (1994; 2003), Antonio Annino y Annick Lempérière, entre otros, tuvo un gran impacto en el estudio de la cultura política latinoamericana que dotó de nueva vida al uso la prensa como fuente (Pas, 2010: 6 y 7) e impulsó, concretamente, que la prensa decimonónica se pusiera en el centro del debate acerca de la cultura política y el desarrollo del estado-nación en Argentina. Hilda Sabato (2004 [1998]; 2008), con *La política en las calles. Entre el voto y la movilización. Buenos Aires, 1862-1880* y *Buenos Aires en armas. La revolución de 1880*, es quizás una referente central en el campo historiográfico. En el desarrollo de la tesis utilizaremos como referencia a *Construcciones impresas. Panfletos, diarios y revistas en la formación de los estados nacionales en América Latina, 1820-1920*, compilado por Paula Alonso (2004), y *La construcción de la República de la opinión. Buenos Aires frente al interior en la década de 1850* de Alberto Lettieri (2006), dos volúmenes que ofrecen reconstrucciones llenas de matices sobre la circulación de prensa en las décadas centrales del siglo XIX.

Como demuestra esta bibliografía, y veremos repetidas veces a lo largo de la tesis, la política se instaló como un factor de suma importancia para las publicaciones periódicas en Buenos Aires a lo largo de la centuria, como eje del discurso y como

mecanismo mediante el cual se aseguraban las condiciones materiales para su existencia. Ya desde su nacimiento en abril de 1801, con el *Telégrafo Mercantil, Rural, Político, Económico e Historiográfico del Río de la Plata* (1801-1802) de Francisco Cabello y Mesa, la prensa porteña estuvo tocada por motivaciones políticas en el contexto de una leve apertura virreinal y creciente malestar criollo (Martínez Gramuglia, 2010). El fervor que siguió a la Revolución de Mayo, así como un desarrollo editorial limitado por la falta de un número suficiente de suscriptores, sentó el tono de una prensa eminentemente doctrinaria, siendo la mayoría de los cien periódicos publicados entre 1810 y 1820 “órganos de difusión” creados expresamente para ejercer presión en los debates políticos de la época (Costa, 2009: 3). Si bien durante la siguiente década “la política ministerial de Rivadavia” fomentó la primera diversificación hacia de la prensa “científica” o “literaria” (Myers, 2004: 45), los periódicos “serios”, al parecer, continuaron siendo la regla (Roman, 2010: 9).

Pero se puede igualmente afirmar que la relevancia de la prensa política (y de la lectura política de la prensa) en la bibliografía, también obedece a razones heurísticas. Una mirada a los catálogos de los repositorios documentales revela que, entre las decenas de publicaciones lanzadas durante el siglo XIX, y especialmente durante su primera mitad, las pocas publicaciones que superaron los seis meses de existencia tuvieron a la política como un eje central. *La Gaceta Mercantil* o el *Diario de la Tarde*, con sus décadas en circulación, prueban que la continuidad dependía del financiamiento externo, usualmente estatal, que solo podía asegurarse a cambio de imprimir discursos afines a la institución que colaboraba con los gastos editoriales (Lettieri, 2006; Molina, 2009). Otro tipo de publicaciones estaban menos sujetas a dichos subsidios, por no prestarse como plataformas obvias de propaganda ideológica.

La suma de estos elementos contribuyó a hacer un corolario de la renovación bibliográfica en el campo que se reforzara la esquematización conceptual adelantada por Tim Duncan (1980) en su estudio sobre el periódico *Sud América* (1884-1892), que redujo la prensa publicada durante el siglo XIX a objetos subsumidos por completo a intereses políticos, y dejó para la centuria siguiente la aparición de prensa de corte cultural o comercial. Este prejuicio metodológico tendió a invisibilizar textos, de los que por un lado se conservaron menos ejemplares, y que por otro lado no se prestaban a ser leídos cómodamente en esa clave política. Periódicos completos quedaron relegados en la reconstrucción historiográfica, alterando la comprensión del panorama editorial. Para nuestro caso el ejemplo más explícito, como veremos, fue el *Correo de las Niñas*.

Sin embargo, la irrupción del mercado como una fuerza dominante en lo editorial, y de impresos confeccionados para atraer al público con la promesa de entretenimiento, no puede entenderse *ex nihilo*. Si a inicios del siglo XX se estableció definitivamente el carácter comercial de la prensa, como argumentan autores con perspectivas tan diversas como Adolfo Prieto en *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna* (2006 [1988]), Beatriz Sarlo en *El imperio de los sentimientos* (1983), Leandro Gutiérrez y Luis Alberto Romero en *Sectores populares, cultura y política: Buenos Aires en la entreguerra* (1995), es dable pensar que debió existir un proceso anterior de la que derivó esta “consolidación”. El libro de Prieto, en particular, resulta seminal en este sentido, al proponer hipótesis que funcionan como un basamento de este trabajo doctoral, como la conexión entre la circulación de libros y de impresos, y pensar al periódico como espacio de nivelación de sectores lectores y consumidores diversos. Esta perspectiva y sus hipótesis centrales orientaron por eso uno de nuestros objetivos: demostrar que durante las décadas centrales de los mil ochocientos existieron en Buenos Aires periódicos que hicieron su meta discursiva explícita ya no solo informar, debatir y educar, sino entretener al lector, y en cuyas páginas se desarrollaron los recursos editoriales que podemos encontrar en impresos posteriores (habitualmente adjetivados, como si se tratara de un salto evolutivo brusco o definitivo, “modernos”).

Así planteada, la definición y delimitación de nuestro objeto apunta a llenar este vacío en los estudios sobre la prensa porteña en el siglo XIX. Los discursos políticos y el repertorio de lo entretenido no solo coexistían en las páginas de nuestras fuentes, separados apenas por diferentes tipografías o líneas impresas, sino que funcionaban como un sistema en conjunto dispuesto así por los mismos productores. Es a partir de estas definiciones que intentamos comprender la emergencia de la práctica de la lectura por entretenimiento en el cruce entre lo discursivo, formal y material de las fuentes, y en el contexto de las transformaciones más amplias de la sociabilidad urbana porteña.

A continuación, se desarrollarán las hipótesis a partir de las cuales se han abordado las fuentes con el fin de precisar las prácticas de lectura, y en especial, las relativas a la prensa. También exploraremos a qué refieren teórica y metodológicamente nuestras afirmaciones acerca del “público lector” de los periódicos. Finalmente, profundizaremos en la cuestión del lectorado y el consumo de prensa para dar con dos categorías centrales a los periódicos que hacen el corpus de esta tesis y los discursos que los circundan: “lectora” y “lectura feminizada”, conceptos clave para comprender el alcance de la producción y del consumo de la lectura por entretenimiento.

1.1.2. La práctica de la lectura y los lectores como un problema sociohistórico

Si bien “la nueva historia del libro” se venía gestando desde que los historiadores franceses Henri Martin y Lucien Febvre publicaron *La aparición del libro* en 1958 (Darnton, 2010: 117), José Luis De Diego (2013) identifica como “fecha simbólica” de su nacimiento el día de 1987 en que Roger Chartier dictó la conferencia “*Frenchness in the History of the Book: from the History of Publishing to the History of Reading*” en la *American Antiquarian Society* (41). El disertante, discípulo de Martin y Febvre, volcó luego sus ideas en una serie de escritos programáticos que facilitaron su difusión y organizaron la subdisciplina dentro del campo de la historia cultural, como por ejemplo “De la historia del libro a la historia de la lectura” (Chartier, 1994). El “afrancesado” Robert Darnton estableció un programa afín en el artículo “¿Qué es la historia del libro?”, publicado originalmente en la revista *Daedalus* en 1982 (De Diego, 2013: 44).

Como señalamos antes, lo nuevo de la “nueva historia del libro” residía en que ya no se pensó el libro como un objeto hermético a ser contabilizado, ni al texto como una entidad incorpórea, sino que ambos convergieron en una concepción del impreso como artefacto construido deliberadamente para ser leído y apropiado por lectores concretos. Colclough (2007) apunta que esta perspectiva analítica tiene un antecedente previo en la obra de D. F. McKenzie (2002 [1981]), quien habría sido el primero en incluir como variable a tener en cuenta a la hora de pensar la lectura a la tipografía, con todo su peso sobre la práctica y el “sentido” conferido por un autor. Sin embargo, fue la obra del historiador francés la que causó mayor impacto en el mundo académico.

La misma naturaleza del objeto, que Chartier (1992) definió como dual, a la vez simbólica y material, demanda considerar los aspectos formales y comerciales por más subsidiarios que estos fueran. Es necesario reponer esta dimensión de los periódicos en su circulación y consumo para romper con deformaciones historiográficas (que van quedando obsoletas gracias a que la disponibilidad creciente de fuentes digitalizadas a lo largo de los últimos diez a quince años). No debemos olvidar, como señala el historiador británico Stephen Colclough (2007) en su estudio de las comunidades lectoras británicas del siglo XVIII y XIX, que los contemporáneos interactuaron con los discursos de manera concreta en la materialidad de los impresos (10). El periódico, entendido como un dispositivo diseñado por sus productores (Pas, 2013; 2018), no puede comprenderse si no se lo considera en su totalidad.

Explorando la historicidad de la práctica al profundizar la tesis de la “revolución de la lectura” propuesta por Reinhard Wittmann (1998) en los años setenta, el análisis de Chartier (1994) subraya su firme columna sociohistórica, una perspectiva que será importante para nuestro trabajo y que destaca el rol que tuvieron las transformaciones sociales, tecnológicas y económicas en la prensa de Francia. En estos términos, el historiador construye como hipótesis que la profusión de texto impreso puesto en circulación luego de 1830, cuando la aparición de “la edición como profesión autónoma y el editor en sentido moderno” anunciaron el ocaso del “antiguo régimen tipográfico” en Francia (31), promovieron y aceleraron la transición de una “lectura sacralizada” e “intensiva” de corte medieval y monástica asociada a la Biblia, a otra “laicizada” y “extensiva” en la cantidad de texto que consumía (50). Recientemente, Hernán Pas (2018c) ha propuesto el período (y proceso) analizado en esta tesis también como un quiebre dentro del “régimen tipográfico” en el Buenos Aires decimonónico.

El impreso es, entonces, un artefacto de naturaleza eminentemente histórica, cuyas múltiples dimensiones formales y materiales median entre el discurso consagrado en la página y la lectura practicada. Esta es la forma en que entendemos nuestro objeto de estudio, y por ello es central a nuestro análisis el concepto de propuesta editorial, entendiendo por ella la confección del dispositivo periódico por parte de los diferentes actores involucrados en su producción mediante recursos en ella desplegada, con el fin de orientar o incentivar más allá del discurso una práctica de lectura específica.

Complejizando el análisis, Chartier (1994) advierte que no deben igualarse transformaciones en el objeto impreso con cambios en la práctica de la lectura. Esta teorización de la práctica de lectura debe mucho en sus formulaciones más básicas al trabajo de otro de los maestros de Chartier, Michel de Certeau (1996 [1980]), quien subraya la importancia de considerar las apropiaciones imprevistas que realizan los lectores de los textos (179), considerando tanto las determinaciones materiales de los objetos y los contextos en que se encuentran disponibles, como la creatividad de sus apropiaciones por parte de los “consumidores”.

Con este punto nos interesa remarcar aquí el carácter dialéctico de la lectura como práctica. Por un lado, el lector puede practicar una variedad de operaciones sobre el impreso, incluso a pesar de las instrucciones de lectura que este lleve inscrito. Para de Certeau, el consumo de un impreso no es una actividad pasiva, sino que puede entenderse como “otra producción”, “que es astuta, se encuentra dispersa, pero se insinúa en todas partes, silenciosa y casi invisible” (XLIII). Por otro, esta cierta

autonomía del lector tiene un límite en el discurso del impreso, pero aún más en lo formal y material, que imponen un ritmo a la lectura en múltiples maneras (tipografía, confección de la página, regularidad de la edición, circuito de distribución, costo de su compra, entre otros). El lector, por ende, se comporta como el metafórico “cazador furtivo” propuesto por de Certeau, quien actúa con agencia, pero cuyas acciones irremediabilmente se encuentran atadas a lo que dispone el “terreno” del impreso. Todo ello incluso, como veremos, cuando lee para entretenerse.

La propuesta es teórica y no histórica en un sentido empírico. En ese sentido, el reconstruir históricamente las intervenciones de ciertos actores en una coyuntura histórica determinada enfrenta otro tipo de dificultad metodológica, si bien prevista en las formulaciones de De Certeau: el consumo por parte de los lectores es tan “furtivo” que, concretamente, no suele dejar rastros distintivos. Salvando honrosas excepciones, la interacción del lector con el periódico no dejó marcas en el mismo. Por eso, desde la perspectiva de la investigación, no es posible analizar la lectura que efectivamente hicieron los consumidores de los periódicos, y resta en cambio indagar cómo fue pensada y debatida esa práctica, cómo fue construida e incentivada, temida y limitada en los discursos y en la confección formal y material de las propuestas editoriales.

Quizás el primero en haber reflexionado sobre el lectorado porteño en términos sociológicos haya sido el mismo Ernesto Quesada quien, en textos como “El movimiento intelectual argentino. Revistas y periódicos” (1893 [1882]), “El periodismo argentino en la capital de la República (1877-1883)” (1883) y *El “criollismo” en la literatura argentina* (1902), no solo identificó al público lector masivo como un sujeto, sino que intuyó además que esas “gentes fatigadas” por el “duro batallar de una existencia” difícil, preferiría en su práctica una “lectura fácil, corta, juguetona, chispeante”, que no demandara demasiada energía o reflexión en su consumo (Quesada, 1893 [1882]: 122). Quesada incluso sugiere una clasificación de la prensa en ejes afines a los explorados aquí, al dividir los periódicos editados en el país en “políticos” y “no políticos”, y entre los segundos, en “serios” y “jocosos”, “satíricos” o “frívolos” (Quesada, 1883: 85).

Ya en el campo de la bibliografía académica moderna, incluso con anterioridad a la recepción de la historia de la lectura francesa, el problema del público lector en el siglo XIX interesó a una generación de estudiosos argentinos atentos a los últimos desarrollos en los estudios de la cultura, la semiótica y la comunicación. En primer lugar, al ya citado Adolfo Prieto, quien en su *Sociología del público argentino* (1956), realizó un

trabajo pionero en plantear el interrogante sobre la existencia misma de un público lector argentino, así como en los lectores deseados o esperados para los que escribía en argentina. Más tarde, las contribuciones de Jorge Lafforgue (1977), Aníbal Ford, Jorge Rivera y Eduardo Romano (1985), Oscar Steimberg (2001) y otros inspirados por corrientes culturalistas como el marxismo británico de Raymond Williams (2000 [1976]; 2001 [1973]; 2003 [1961]) o la teoría de la recepción de Wolfgang Iser (1980) y Hans Robert Jauss (1981), pero sobre todo en la semiótica de Umberto Eco (1990 [1962]), renovaron los estudios literarios sobre la lectura al comenzar a contemplar productos impresos de circulación masiva y géneros populares de tirada masiva.

Un hito temprano de esta generación fue el citado *El imperio de los sentimientos* de Beatriz Sarlo (1985), quien consolidó la formulación contemporánea del problema del público lector en nuestro país, combinando el trabajo teórico de pioneros como Prieto y la recuperación de la bibliografía de la Escuela de Birmingham y de la Escuela de Konstanz que ya venía ensayando desde su revista *Punto de Vista* (Sarlo, 1979). El análisis de la “novela sentimental” de venta masiva de principios del siglo XX que lleva adelante en dicho libro es particularmente relevante para nuestra investigación, pues allí esboza una caracterización del impreso creado expresamente para entretener al lector. No solo destaca el poder de convocatoria de la literatura seriada sobre el lectorado porteño, sino que, en el mismo espíritu de lo escrito por Quesada, identifica un hecho que exploraremos en profundidad más abajo, y que es central a nuestro análisis: que el carácter primordialmente comercial de estas búsquedas artísticas y editoriales decantó en una escritura particular que hace de la “legibilidad”, de la facilidad de consumo, su norte (Sarlo, 1985: 14).

En lo específico de nuestro período, en el ya citado *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna* (2006 [1988]), nuevamente Prieto propuso que el éxito resonante de las novelas de folletín sobre gauchos como *Hormiga Negra*, *Juan Cuello*, y por sobre todo *Juan Moreira*, escritas todas por Eduardo Gutiérrez y publicadas en el folletín de *La Patria Argentina* (1879-¿?), confirmó después de las ventas inéditas de *El gaucho Martín Fierro* que ya existía en Buenos Aires un público lector amplio y diverso capaz de consagrar a una obra como *best-seller*. Pero aún más importante a nuestro trabajo, esa misma hipótesis destaca el lugar preponderante que tuvo la prensa como elemento nivelador y homogeneizador del “campo de lectura” de lectores con competencias y tradiciones diferentes (14). Este diagnóstico, como afirmamos en la presentación de nuestro recorte, es el horizonte de llegada de nuestro

estudio, pero también informa nuestro análisis, que recupera al periódico como el lugar donde los porteños aprendieron a leer novelas y muchos textos más.

Lo que nos interesa advertir es cómo se constituyó una oferta de entretenimiento para un público inscripto como destinatario en las publicaciones. Cuando en *La Moda*, por ejemplo, se escribió para el “público”, no se estaba estableciendo una interlocución con un sujeto unívoco ni real. Se refería a una tensión discursiva entre los lectores de carne y hueso y un público pretendido, la imagen proyectada por los redactores a partir de sus propias prácticas y que guio implícitamente cada aspecto de la confección de la propuesta editorial en lo discursivo, pero también lo formal y material. Como señala Graciela Montaldo en *El museo del consumo. Archivos de la cultura de masas argentina* (2016), el producto cultural, en nuestro caso el periódico, se debe concebir analíticamente en términos relacionales. Es decir, no considerarlo como una “suma de partes” sino como “una relación social entre personas” mediatizada, en nuestro caso, por papel y tinta (76).

Algunos desarrollos críticos y teóricos aportan herramientas conceptuales para dar forma a esas figuras. Hernán Pas (2010), particularmente, elige los adjetivos “imaginado” y “deseado” para aludir a la “la escenificación o ficcionalización de los remitidos de lectores”, es decir, a la impostación en un escrito específico (*La Moda*) de representaciones deseadas de los lectores. Entiende, además, que se trata de “estrategias discursivas” justamente muy solidarias con “el pasaje de las publicaciones del antiguo régimen a las primeras gacetas republicanas” (59).

Nos interesa la definición de Pas como herramienta analítica porque no solo delinea un “lector implícito” o “modelo” como aquellos propuestos por Wolfgang Iser y Umberto Eco (Colclough, 2007: 5), sino también una imagen especular del público que imaginaban los productores del impreso, que carga esa figura de valor sociológico al construirla como un medio por el cual se pueden inteligir “las estrategias discursivas” con las que se interpela y construye a ese lector (Pas, 2010: 159). El “público deseado” fue una respuesta discursiva, un correlato verbal del interlocutor que imaginaron los redactores. Nos habla a su manera del lector contemporáneo, en especial del lector que escribe, pero también de la coyuntura histórica en que fue concebido, con las expectativas y necesidades que le imponía a la élite cultural que fue mayormente artífice de la prensa.

La categoría propuesta por Pas también nos resulta atractiva porque explicita que la puesta en escena de un público deseado en los discursos y puesta formal de las páginas

del periódico fue montada con la intención de hacer crecer y diversificar el lectorado. Como señala sucintamente Karl Marx (1989 [1845]) en un pasaje de su *Introducción general a la crítica de la economía política*, el “objeto de arte” es como “cualquier otro producto” que circula en el marco de un mercado capitalista, lo que implica que su “producción no crea, pues, solamente un objeto para el sujeto, sino también un sujeto para el objeto” (42). Es decir, los periódicos que analizamos fueron confeccionados con una propuesta editorial deliberada para atraer a un cierto tipo particular de público deseado al cual quería interpelar para convertirlo en suscriptor y “crearlo” como lector.

Si los letrados “románticos” de la década de 1830, aquellos sobre los que escribe Pas, desearon construir un público allí donde no pensaban que existía, es porque sabían que podía existir uno allí. La certeza provenía de su conocimiento de los desarrollos del mercado editorial europeo, más robusto y diversificado. Como caracteriza Alejandro Parada en *Libros, lecturas, bibliotecas, sociedad y prácticas editoriales en la Argentina* (2007), el lector porteño decimonónico era alguien que ejerció la práctica entre “dos mundos”: “hombres y mujeres cautivos de dos ambientes culturales” que vivían “en el límite difuso e indeterminado de la tradición y del cambio” (77). Es decir que su práctica de lectura no solo estaba condicionada por la realidad sociocultural de Buenos Aires, sino también por la del Viejo Mundo, en cuyas industrias editoriales más desarrolladas se producían gran cantidad de los impresos que circulaban en la ciudad.⁸

En el caso de jóvenes “románticos” como Juan Bautista Alberdi, el ideólogo detrás de *La Moda*, la búsqueda por constituir de un público lector no solo tenía raíz en esta experiencia de la historia en un sentido atlántico, sino que, además, poseía un fin político. “La reconfiguración de lo público [fue] un ejercicio imprescindible para la generación de escritores preocupados por asentar las bases de un incipiente mercado editorial” similar al que existía en Europa, en el cual pudieran difundir sus ideas sobre cómo debía ser la joven sociedad argentina (Pas, 2010: 21). Sin dejar de atender a nuestro interés por los aspectos más técnicos y comerciales de la prensa, que creemos fueron centrales a la configuración de una prensa orientada a la lectura por

⁸ Entendemos que el debate acerca de la circulación de ideas y artefactos culturales es un problema de investigación en sí mismo, que cobró relevancia a partir del salvo inicial disparado por Edward Said, particularmente en el capítulo “Traveling theory” de *The World, the Text and the Critic* (1983), y que ha devenido en su propia área de los estudios culturales y sobre las ideas. Como señaló incluso antes en Roberto Schwarz (2014 [1872]), en un texto muy citado en portugués solo recientemente traducido al español, este fue un problema histórico fundacional a los procesos de independencia americana del siglo XIX, y un eje analítico necesario para comprender el mundo atlántico en que dichos procesos se desarrollaron (195). En esta tesis necesariamente circunscribiremos los aspectos de este problema referidos a aquellos que competan a nuestro objeto de investigación, refiriendo en diversas ocasiones a instancias de circulación de prensa e ideas durante nuestro período.

entretenimiento en Buenos Aires, este hecho nos llama a reconocer como parte de la ecuación a estos móviles políticos de los redactores.

Tanto en *La Moda* como en las publicaciones periódicas que componen nuestro corpus, encontramos que la novedosa noción de lectura por entretenimiento se desplegó en servicio de una puja editorial por ampliar y diversificar la cantidad de suscriptores, lo cual llevó a letrados, redactores e impresores a desear un nuevo público: las mujeres.

Afirmar que se construyó discursivamente a la mujer como una lectora fuertemente asociada a la lectura ociosa o frívola no representa una novedad. Los Estudios de Género en particular han aportado en las últimas décadas una frondosa bibliografía que ha permitido elaborar críticamente esta asociación. Nora Catelli problematiza la cuestión para el siglo XIX europeo en el artículo “Buenos libros, malas lectoras: la enfermedad moral de las mujeres en las novelas del siglo XIX” (1995), mediante el estudio del concepto de “bovarismo”, “una curiosa enfermedad” femenina que “consistía en una fascinación imposible de controlar por la literatura popular, el folletín, el melodrama y toda clase de efusiones sentimentales” (121). La autora distingue que la lectura practicada por mujeres no solo era relacionada a géneros literarios considerados menores como “folletines, melodramas y novelones”, sino que más allá de lo impreso, cuando era emprendida por mujeres, la práctica de lectura misma se diferenciaba al considerársela “sentimental, en el sentido de autorreferencial o adolescente”, y por ende “mala” e inferior a la práctica masculina (126).

En su libro *Teorías de la lectura. Libros, cuerpos y bibliomanía*, donde Karin Littau (2008) expande lo adelantado por Catelli, se subraya que esta asociación encontraba un fundamento en la relación entre la mujer lectora y el espacio privado del hogar. Confinada a atender la familia mientras el hombre salía al espacio público a conseguir el sustento, se suponía que la mujer también disponía allí de la inclinación y el tiempo necesario para practicar esas lecturas “sentimentales”. Por eso la “novela”, considerada “la forma más popular de escapar de la rutina cotidiana”, fue firmemente vinculada con la mujer lectora. En contraste con la imagen del hombre como lector de los periódicos (45), donde las cosas públicas como la política y la economía salvaban la actividad masculina de cualquier sospecha de pérdida de tiempo o de evasión.

Andreas Huyssen teoriza en “La cultura de masas como mujer: lo otro del modernismo” (2006), que la asociación entre mujer y lecturas consideradas inferiores y sentimentales tenía raíz en una relación más profunda entre lo femenino (o no masculino) con lo irracional. Primero, en la asociación entre una “noción tradicional de

que la estética y las habilidades artísticas femeninas son inferiores a las del hombre”, y la prescripción de valor que hacía todo producto cultural menos refinado, como la novela, con lo femenino (99). Segundo, en la caracterización de la mujer como causal del temor que aquejaba a los hombres de sectores dominantes ante una potencial “amenaza al orden racional burgués” desde fuera del mismo (104).

Esta misma noción de naturaleza latente lleva a Jacqueline Pearson, a partir de su trabajo crítico sobre las lectoras y lecturas ficcionales británicas en *Women's reading in Britain 1750-1835. A dangerous recreation* (1999), a explicar la asociación de lectura femenina decimonónica no solo con los ámbitos de lo “privado”, “irracional” y “sentimental”, sino también como “peligrosa”. Entendiendo la práctica en términos eróticos, como un “placer puro” que satisface y solo demanda más de sí mismo, la autora afirma que representaba una amenaza porque quien leyera se volvía potencialmente improductivo, o desatendía las obligaciones que le eran impuestas acorde a la división sexual del trabajo. Lo que es más, la autonomía de la práctica de la lectura implicaba para los hombres que no pudieran formar parte de ese placer, ni aspirar a controlarlo (87).⁹

Tanto Littau (2008: 45) como Martin Lyons, quien historiza la lectura de las mujeres en su *Historia de la lectura y de la escritura en el mundo occidental* (2012), subrayan que esta asociación entre novela, lectura sentimental, lectoras mujeres y peligro moral cobró fuerza a partir de la emotiva respuesta que habían suscitado tres *best-sellers* del siglo XVIII: *Clarissa, o la historia de una joven dama* de Richardson en 1747, *Julia, o la nueva Eloísa* de Rousseau en 1761, y *Las desventuras del joven Werther* de Goethe en 1774, que llegó a ser famoso por los casos de suicidios que se dijo provocó su lectura (266).¹⁰

Regresando a este lado del Atlántico, para el caso de Buenos Aires encontramos como un aporte pionero a la investigación de la mujer y la lectura el trabajo de Francine Masiello (1992), *Between Civilization & Barbarism. Women, Nation, and Literary Culture in Modern Argentina*, quien problematizó por primera vez *in extenso* la figura de la mujer escritora en Argentina, y sentó las bases de futuros estudios como aquellos

⁹ Todas las citas, textuales o referidas, propias de bibliografía citada en otro idioma diferente al español fueron traducidas por el autor.

¹⁰ Según Raymond Williams (2000), la conceptualización de la lectura asociada al entretenimiento y al placer como condenable tenía una historia aun más larga. El autor identifica que este criterio para determinar el mérito o falta del mismo de una lectura se remonta al siglo XIV, cuando la literatura era concebida como un método de aprendizaje cortés para la nobleza europea (202). Cuando durante el siglo XVIII emergió la definición actual del término, fuertemente asociada a la idea de literatura nacional de Johann Gottfried Herder, se cristalizó el criterio de mérito, alineado con el ideario de la “Ilustración” (204).

de Bernardo Subercaseaux (2000) y Graciela Batticuore (2005a; 2017). Estos trabajos citados establecen dos datos fundamentales, siendo el primero de ellos la potencial dimensión del público lector femenino. Según estimaciones de Masiello (1992) a partir de una encuesta periodística publicada en 1856, “por lo menos la mitad de la población femenina estaba alfabetizada, en proporciones similares a la de los hombres” pudiendo afirmarse que “la presencia de mujeres lectoras fue un factor determinante en la formación de una cultura impresa” local (55).¹¹ De allí que se puede interpretar que la decisión editorial de letrados, jefes de redacción e impresores que confeccionaron periódicos en busca de “seducir” a un público lector femenino fue realizada no solo en base a parámetros ideológicos, sino que también tuvo asidero material en la cantidad de mujeres alfabetizadas que existían contemporáneamente.

Estos trabajos encuadran la escritura y la lectura practicada por porteñas en las mismas coordenadas que vimos antes para Europa. Como lectoras, también se confinaba a las mujeres a una inflexión femenina de la práctica asociada a lo doméstico y lo sentimental (Masiello, 1992: 68). Como sintetiza Cecilia Rodríguez Lehmann en *Contrazos de seda. Escrituras banales en el siglo XIX* (2013), plegándose a su vez a la teorización sobre la historia de la moda de Susan Hallstead (2005), ese espacio “marcado por el consumo, la vanidad, el lujo, el capricho y la cultura material” en la lectura, por fuera del marco del discurso racional, contenido, útil”, “masculinizado –e ilustrado– que ordena el mundo y la letra”, era “asociado ineludiblemente al género femenino” (Rodríguez Lehmann, 2013: 12).

María Vicens (2014), quien propulsa la preocupación por las lectoras hacia 1880 deteniéndose en el estudio de *La Ondina del Plata*, *El Álbum del Hogar* (1878-1880) y *La Alborada* (1877-1878), condensa todos los elementos citados arriba para conceptualizar a la perfección como se importó el ideario europeo en Buenos Aires, y delinear los puntos que más nos interesan destacar acerca de la mujer lectora y la lectura como una práctica con sesgo femenino en nuestro análisis. Primero, precisa cómo la lectura realizada por mujeres era construida discursivamente como una práctica dual. Por un lado, se afirmaba que existía una faz “pedagógica” (92), proponiéndosela como un medio de educación o “ilustración” que tenía el potencial de promover su mejoramiento personal. Aún más, una mujer que leyera podía coadyuvar al bien de toda la nación, ya que esas jovencitas serían las madres que criarían las futuras generaciones

¹¹ Batticuore (2005a) confirma que desagregando los altos “índices de escolarización de la población de Buenos Aires”, las cifras se repartían “en manera muy pareja entre los hombres y las mujeres”, proporción “que resulta bastante alta comparada con otros centros capitalinos de América Latina e incluso Europa” (90).

de argentinos. Pero por otro, su lectura también podía ser un asunto “pasional”, y producir la “embriaguez” propia de las “ilusiones” perjudiciales que se pensaba contenidas en las novelas y otras lecturas licenciosas (94).

En segundo lugar, el temor a estas lecturas peligrosas provenía de su asociación con un espacio por fuera de los límites del discurso “racional” e “ilustrado” que se adentraba en lo sentimental, lo placentero, lo banal y lo frívolo. Un “mundo de bienes materiales, de ocio y de lujo” que se suponía lo suficientemente poderoso como para seducir con su promesa de placer a la mujer lectora y alejarla de sus ocupaciones primarias que eran cuidar de su marido, su padre, sus hijos (94), en un joven país donde al igual que en el Viejo Continente, se la excluía –al menos de manera formal- de la vida pública a partir de la división sexual del trabajo que consolidó la economía capitalista (Barrancos, 2010).

A partir de esta caracterización es nuestra hipótesis que su relevancia al concepto de lectura por entretenimiento va más allá de la construcción discursiva de la mujer como un público deseado de nuestras fuentes. Existió una superposición entre la lectura considerada femenina y aquella que se promocionaba como divertida o practicada por entretenimiento, porque como señalan las autoras citadas, en el imaginario de impresores y redactores, leer por placer era una actividad a la cual solo vería inclinada una lectora (mientras que un hombre lector lo rechazaría en el nombre de la razón como una actividad frívola e inútil). Siguiendo el mismo hilo argumentativo, se consideraba a la moda, los adornos, y al consumo y al ocio en general, como preocupaciones eminentemente de mujeres. Por ello, la prensa que refería en texto e imagen a ese mundo de la cultura material también fue pensada como una lectura “feminizada” o sin más, femenina. Tan potente fue la asociación entre lo considerado frívolo e irracional y ésta inflexión de la práctica lectora, que los periódicos que la propusieron aparecieron “feminizados” en los discursos contemporáneos sobre la prensa y su público (Catelli, 1995; Batticuore, 2005a; Vicens, 2014).

Reconocer la feminización en el discurso, y hasta en lo formal, implica estar atento en el análisis a no superponer completamente el público deseado con los lectores reales que compraban el semanario. Como argumenta Batticuore en *Lectoras del siglo XIX. Imaginarios y prácticas en la Argentina* (2017), las mujeres y otros lectores feminizados no necesariamente consumieron solo este tipo de lecturas. Por el contrario, como veremos en capítulos subsiguientes, donde la lectura por entretenimiento se mezcla con discursos asociados a la lectura “masculina” de noticias y debates políticos, indica que las lectoras contaron con amplias oportunidades para escapar las

restricciones e informarse sobre las novedades de la esfera pública y, recíprocamente, ofrecieron a los hombres la posibilidad de entretenerse con una novela.

La posición femenina frente a la lectura, así como la feminización de los semanarios, estuvo asociada también a otros consumos, igualmente peligrosos. Como señala Montaldo (2016), “la cultura” y sus objetos tuvieron vínculo “con lo público”, pero “también su desarrollo [estuvo] entramado con la vida del ocio en la sociedad de consumo” (78), haciéndose necesario atender a “la mediación del mercado y la figura del público como consumidor” (75), o en nuestro caso, como lector.

Por eso, antes de avanzar más sobre el concepto y las definiciones metodológicas, se hace necesaria, primero, una indagación que nos acerque a ese mundo de bienes materiales, de ocio y de lujo cuya seducción se temía tanto pudiera llevar a las mujeres lectoras por malos caminos. En el siguiente apartado comenzaremos por recuperar una historización del consumo y el entretenimiento urbano en las sociedades capitalistas europeas donde se gestó. Luego, recurriremos a diferentes autores en la bibliografía que estudiaron de qué forma estas ideas y prácticas cruzaron el océano, y las peculiaridades que un contexto diferente imprimió en la versión americana del consumo. Por último, avanzaremos someramente sobre el mundo del entretenimiento disponible en Buenos Aires.

1.1.3. Entretenimiento y sociabilidad urbana. Un emergente mundo de ocio, consumo y espectáculo

Según Norbert Elias y Eric Dunning (1992) existe una relación entre el nivel de desarrollo de una sociedad y el modo en que esta regula la búsqueda de sus integrantes de una “emoción en el ocio” orientada netamente al sentir “agradable” ¿Qué dice entonces de Buenos Aires que la empresa discursiva emprendida por Alberdi para promover la lectura por entretenimiento se perdiera tras un puñado de números en el “desierto” de la ausencia de lectores (*LM*, N° 17, 10 de marzo de 1838: 2)? ¿Qué significa luego el éxito de los periódicos ilustrados en la década de 1860? En otras palabras, ¿Qué transformaciones editoriales, sociales, económicas y culturales fueron necesarias para que la prensa porteña hiciera el tránsito desde el fracaso *La Moda* al auge de la “periódico-manía”?

Rosalind Williams, en su análisis histórico del surgimiento de una cultura del consumo capitalista en la Francia del siglo XIX, *Dream Worlds: Mass consumption in*

late nineteenth-century France (1982), establece una relación causal entre este proceso y el uso de tiempo ocioso en actividades placenteras. Superpone allí una serie de categorías novedosas que irrumpieron en la vida de los hombres y mujeres decimonónicos, tales como la experiencia individual del sujeto, la esfera privada, la resignificación del espacio urbano y la urgencia de un consumo ya no atado a las necesidades básicas sino a imperativos identitarios. Fue en ese cruce donde habría nacido el deseo de consumos placenteros, y entre ellos, el de leer por entretenimiento.

Siguiendo el camino abierto por Elias, Williams identifica el origen de la búsqueda del consumo por placer en las cortes nobles de las monarquías modernas europeas. Con la “envidia” como motor, los hábitos de consumo suntuario se difundieron a través de la sociedad francesa. Primero, entre la nobleza que imitaba al rey y, luego, entre la ascendente burguesía industrial y comercial que con su nuevo excedente de capital pudo imitar los costosos gustos aristocráticos de los nobles. Como resultado, para el siglo XVIII los estándares de comportamiento civilizado, etiqueta y consumo eran idénticos en las cortes y entre los ricos comerciantes urbanos (33).

Entre la serie de conductas de la burguesía francesa se destacó su inclinación por el ocio placentero, motivado por el deseo de imitar la capacidad de la nobleza de vivir de rentas atadas a derechos de sangre. Teniendo en cuenta las condiciones materiales que separaban a las dos clases, como la necesidad del trabajo y el imperativo de preservar cierta herencia para su familia, la burguesía se acercó todo lo posible a ese modelo de sociabilidad. Una vez que la casa familiar estuviese equipada con “confort y dignidad”, lo que la autora llama “un paquete estándar de bienes de consumo”, los burgueses siempre preferían “comprar tiempo antes que cosas” (34). Con él, podían disfrutar de la familia en su hogar, señalando su preferencia por el espacio privado. Quien tuviera la combinación preciada de tiempo y dinero, también podía utilizar ambos en la adquisición de mercancías por placer. Es decir que la emergencia de una sociabilidad con preferencia por el ocio y el consumo demandó una larga evolución histórica tanto material como mental (7).

Al final de ese proceso podemos encontrar en los sujetos un nuevo deseo de consumo, tan naturalizado en las sociedades capitalistas actuales. El deseo se convierte en parte integral de la economía y del consumo como práctica, al punto que estas dos dimensiones se imbrican en una unidad indistinguible. La mistificación frente a la mercancía es tal que sólo el verla, “soñarla”, se transforma en una actividad en sí misma. La aparición de las *grands magasins* en París hacia 1850 fue expresión de este

cambio de época. Espacios donde el consumidor trocó libertad de regateo por el silencio civilizado del intercambio con el vendedor de la tienda, la actitud proactiva del comprador en el mercado ambulante por el ensueño de la mercancía que podemos ver, pero no comprar (67). El acicate para ese deseo de consumo estaba justamente en la posibilidad de imaginar otras vidas y otros lugares, a partir del espectáculo montado por las tiendas en sus “vitricas” exóticas o elegantes que invitaban al deseo y la fantasía del transeúnte que las observaba.

En el mundo atlántico del siglo XIX, donde “las élites sudamericanas en el siglo XIX” experimentaron, como teoriza Juan Poblete (2000), el “acceso simultáneo a por lo menos dos temporalidades históricas diferentes (la europea y la americana)” (11), la sociabilidad propia de la burguesía de países como Francia o Estados Unidos se convirtió en un motivo de imitación tan poderoso como lo fue para los segundos los hábitos ociosos de la nobleza. Víctor Goldgel, quien estudia esta arista de la experiencia latinoamericana a partir de la prensa en *Cuando lo nuevo conquistó América. Prensa, moda y literatura en el siglo XIX* (2013), afirma que este “carácter transnacional de la cultura hispanoamericana” (28), el flujo transatlántico de ideas y objetos, hizo posible “una globalización de la cultura sin precedentes” (68). En capitales periféricas como Buenos Aires, sin embargo, esta vocación globalizadora encontraba límites en la precariedad técnica y la escasez de capital (84). Es decir, debemos atender en el análisis de las fuentes, en especial durante la primera mitad del siglo, que los discursos acerca del consumo de bienes importados o el relato del tránsito bohemio a través de Buenos Aires cual Baudelaire en París, pueden haber sido “expresiones de deseo” más que relatos testimoniales (145).

En la medida de lo materialmente posible, los miembros de la élite porteña, ansiosa por compartir la experiencia de la “civilización” cuyos objetos observaba en la circulación constante de mercancía que fluían desde Europa hacia América por vía marítima (Bauer, 2001: 139), aspiraron a viajar través del océano en búsqueda de negocios o simplemente por placer y ocio, e incluso enviar a sus hijos a escuelas de ultramar (Orlove y Bauer, 1997a: 5). Esta economía “de la imitación”, que hoy denominaríamos “aspiracional”, trajo aparejada hábitos de consumo individuales como la importación de comida, ropa, servicios arquitectónicos y objetos culturales, entre ellos obras de arte pictórico, artesanías y también impresos (Bauer, 2001: 12).

La misma “extranjería” del objeto importado se convirtió en una cualidad tan atractiva que como proponen los historiadores de la economía resultó en un factor

extraeconómico de peso en economías que soportaron el oneroso costo de importaciones sustanciosas tan temprano como 1830 (Orlove y Bauer, 1997b: 147). Los bienes suntuarios europeos funcionaron como un marcador de estatus para aquellos americanos que pudieron acceder a ellos, tanto hacia afuera, en relación con la burguesía de las economías capitalistas más desarrolladas, como hacia dentro, como un diferenciador con otras clases sociales (Orlove y Bauer, 1997a: 8).

Sin duda, los consumos culturales ofrecen un ámbito diferenciado y específico para este proceso; pero “ocio”, “lujo” –o más modestamente, consumo no inmediatamente utilitario- y procedencia extranjera fueron valores que comenzaban a combinarse para añadirse al entretenimiento. Gonzalo Aguilar (2003) describe los efectos del acceso simultáneo a productos culturales, lo que él llama “sincronicidad cultural”, para el caso de la ópera. En primer lugar, señala como lo hacen Orlove y Bauer, el prestigio que revestía a estos espectáculos, que incluso dentro del ya “privilegiado ambiente del teatro” representaban “formas intensas de relaciones sociales preocupadas con el deseo de distinción por parte de la élite”, como un factor inequívoco en su consumo y difusión. Segundo, identifica el rol que jugó una clase comerciante en ascenso como una “mediación” económica y hasta estética en el desembarco porteño de la ópera. Tercero y último, afirma que la difusión del género musical también se coló progresivamente en la vida urbana y hasta en el espacio privado del hogar burgués, musicalizando comercios, eventos y la vida diaria (84).

Esos tres problemas señalados por Aguilar pueden identificarse también en el caso de la prensa: primero, en el prestigio que informó los discursos acerca de su importación, distribución, imitación y consumo. Segundo, en el papel desempeñado por mediadores como letrados e impresores, pero también editoriales extranjeras que editaron en español para Hispanoamérica, comerciantes libreros, importadores de colecciones de libros, inversores en aventuras editoriales y, finalmente, auspiciantes que compraron publicidad en las páginas de los periódicos. Tercero, en la relación dialéctica entablada entre la práctica de la lectura de los periódicos que son nuestras fuentes y otras áreas de la sociabilidad urbana y la vida privada de los porteños.

El semanario de Alberdi y colaboradores, por ejemplo, muestra qué tan temprano estuvo presente el empuje en pos de “despertar deseos de consumo” y ocio característico a los “periódicos de inspiración ilustrada” en la prensa porteña (Goldgel, 2013: 118) y cómo su empresa discursiva encontró en el imaginario del consumo de la moda un avatar perfecto para la sed por lo nuevo e importado (53). Desde sus páginas,

así como en otros periódicos similares en ciudades como Santiago de Chile o Montevideo, la moda sirvió como eje de un discurso que proyectó en ella el ideal civilizatorio del consumo y la sociabilidad europeizante. En tanto tal, fue un tópico habitual que se prolongó en otras que sucedieron a *La Moda*, y por ello su presencia resulta un indicio textual que permite reconocer a estas publicaciones.

Es nuestra hipótesis que las fuentes analizadas en esta tesis funcionaron en parte como las “vitricas” de las grandes tiendas parisinas descritas por Rosalind Williams. Primero, “exhibiendo” discursos sobre moda, viajes a Europa, grandes invenciones, e incluso en las novelas por entregas. Después de 1860, también mediante la inclusión de litografías de vestidos exquisitos e imágenes de otros objetos de consumo muy diversos, entre ellos, metrópolis sofisticadas que compartían espacio de página con anuncios ilustrados de tiendas como “Sombreros Perissé” (*EM*, N° 469, 7 de enero de 1872: 4), donde ese deseo de consumo suscitado podía encontrar un módico alivio.

La introducción de publicidad gráfica, como veremos en el quinto y sexto capítulo, no fue sino la conclusión natural de una relación anticipada desde el comienzo, expandiendo el ensueño del consumo desde la práctica de la lectura a la incorporación de la posibilidad de ver. Aún más, los avisos ilustrados no fueron sino uno de los recursos nuevos que podemos encontrar en las fuentes durante la década de 1860, parte de un repertorio asociado a un emergente mundo de sociabilidad urbana que incluyó mercancías, espectáculos, paseos públicos, etc. Siguiendo a Peter Fritzsche (1996), interpretamos estas referencias discursivas e innovaciones formales como pasos dados hacia la configuración de un “inventario urbano” que aspiró a ordenar de manera “simbólica” lo que sucedía en las calles, los teatros, y las plazas de Buenos Aires (15). Sin dejar de lado su naturaleza aspiracional, estas novedades evidencian una incipiente industria que se consolidaba en torno al ocio durante el tiempo libre y el excedente de dinero de los porteños.

Esta emergencia, por supuesto, tuvo un correlato y un horizonte de posibilidad en el marco más general de los ya mencionados procesos económicos y sociales que transformaron a ritmo acelerado durante la segunda mitad del siglo XIX a todo el Río de la Plata, y a Buenos Aires en particular. Al igual en Europa, estos tendieron a la redefinición de las esferas de lo privado y lo público. El “patriciado porteño”, comenzó a dejar detrás a las pulperías de parroquia y las plazas-mercados que marcaban el ritmo de la vida en tiempos del Virreinato y comienzos del período independiente, para trasladar su “sociabilidad espontánea” al interior de los hogares y otros espacios

privados (González Bernaldo de Quirós, 1994: 466). Este éxodo puede leerse como producto de “una nueva sensibilidad y gusto por la privacidad”, pero también, y en particular durante el largo segundo mandato de Rosas al frente de la provincia, como un escape hacia lugares menos accesibles a una “plebe” que se apropiaba el espacio urbano (González Bernaldo de Quirós, 1999: 146).

Este repliegue, que mucho tuvo que ver con la puesta en escena del estatus y el privilegio de quienes lo poseían, encontró uno de sus ámbitos de expresión privilegiados en la práctica ya establecida de organizar reuniones conocidas como “tertulias”.¹² En las fuentes analizadas encontramos amplia evidencia de ello, siendo el relato de eventos sociales oficiados en el domicilio de notables una temática constante en la prensa de los 1860, e incluso apareciendo ocasionalmente en diarios políticos y mercantiles. Veremos en el sexto capítulo que la publicidad de tales reuniones privadas (o semi-privadas) fue una característica distintiva del *Correo de la Niñas* y, argumentamos, una de las razones de su éxito editorial, prolongando la relación entre lectura de entretenimiento y prácticas de entretenimiento.¹³

Sin embargo, la “europeización de las costumbres y el auge del consumo conspicuo” no transcurrió solo puertas adentro (Hora y Losada, 2011: 613). También se vio expresado en el espacio público, como lo dejan ver, por ejemplo, las abundantes descripciones acerca de paseos dominicales por los parques de la ciudad. En el *Correo de las Niñas*, la entusiasta respuesta de los lectores a estas crónicas fue expresada mediante recurrentes misivas firmadas por “señoritas” que pedían ser incluidas en la columna semanal del “Fray Capadocio”, o elevaban pedidos para que la banda militar tocara música en el parque también los días de semana (*CdIN*, I época, N° 8, 25 de octubre de 1868: 4; *CdIN*, N° 11, 15 de noviembre de 1867: 4).

Estos discursos sobre una nueva sociabilidad urbana desarrollada en el espacio público, que tan estrechamente se enlazan con la prensa de entretenimiento, son rastros

¹² En “*Diccionario usual* de la Real Academia Española en su edición de 1803”, se reconocían dos acepciones de la voz “tertulia”: “Por un lado, designaba a ‘la junta voluntaria, ó congreso de hombres discretos, para discurrir en alguna materia’, mostrando la tendencia a la especialización de las reuniones de un grupo. Por otro, aludía a ‘la junta de amigos y familiares para la conversación, juego y otras diversiones honestas’, marcando el anclaje doméstico de una modalidad que cubría las necesidades de ocio adecuado a los sectores sociales altos” (Molina, 2009: 184). Estos eventos tenían la particularidad de constituir “uno de los pocos ámbitos de sociabilidad que permitía la convivencia honesta de hombres y mujeres”, y por ello se configuraban como “el espacio por excelencia para una participación femenina” (186). En el período independiente conservaron su rol de “lugar de reunión de las élites modificando algunos rasgos”, “politizando ciertas prácticas y sus temas de conversación” y “especializando sus actividades, concluyendo en ciertos casos en la configuración de asociaciones” (189).

¹³ Como afirman Roy Hora y Leandro Losada (2011), el giro hacia el espacio de lo privado también puede pensarse como un factor coadyuvante a “la emergencia de una nueva sociabilidad ritmada por los rígidos códigos de la ‘etiqueta’” cultivada en clubes de membresía exclusiva (616). La más importante entre estas instituciones para nuestro período fue el Club del Progreso, que en tiempos de la “periódico-manía” actuó como el epicentro del entretenimiento de las élites porteñas con sus bailes y eventos anuales (Losada, 2006: 550).

textuales de la transformación en la fisonomía de la ciudad. El paisaje de Buenos Aires mostró un progreso material considerable producto del crecimiento económico (Hora, 2010: 154), y vio su trazado redibujado al ritmo de la inversión en infraestructura y la presión demográfica más que ninguna otra capital latinoamericana (Newland, 1998).¹⁴ El símbolo por excelencia de este proceso fue el ferrocarril, cuya primera línea se inauguró en 1857 y que, para 1865, ya sumaba tres más (Carretero, 2013 [2000]: 119 y 123). También se propició la iluminación de calles y parques a partir de la incorporación de faroles a gas (Carretero, 2013 [2000]: 15).¹⁵ Más allá de los motivos vinculados con el control de la población, una ciudad iluminada podría ser disfrutada en una mayor extensión, en la cual se podía transitar y consumir durante más horas del día. La modificación y demarcación del tiempo en el espacio urbano, una condición de posibilidad básica para el desarrollo de la sociedad capitalista y una demanda que devino de la integración a la división mundial del trabajo (Thompson, 1989: Caimari, 2015), tuvo sus hitos en el espacio urbano como la instalación del reloj inglés en la Torre del Cabildo en 1861 (Carretero, 2013 [2000]: 41). En sincronía con el momento de inflexión y expansión de la lectura de entretenimiento que proponemos en esta tesis, la instalación de un mecanismo público de demarcación y control precisos de la temporalidad sugiere también la invitación, igualmente pública, a reflexionar sobre los usos de ese tiempo socialmente compartimentado (y eventualmente, a decidir dedicar una parte a “perderlo” ociosamente).

Sin desconocer las iniciativas privadas, es evidente que estos cambios en el espacio público y, por ende, en la sociabilidad urbana fueron en buena medida producto de la consolidación del estado como un actor de peso sobre el territorio urbano. Ya desde el comienzo de nuestro período las calles porteñas eran patrulladas por las fuerzas rosistas que no distinguían entre “los transeúntes” o “vagos y mal entretenidos” a la hora de castigar “la disensión ideológica” (Salvatore, 1996: 52). Posteriormente a 1860, el tránsito a través de la ciudad y el ocio urbano fueron prenda del disciplinamiento social consagrado en las llamadas leyes de vagos (Ludmer, 2012: 46), aplicadas por un cuerpo de agentes estatales cada vez más profesionalizado. Si el lector de la prensa comenzó,

¹⁴ Según Carlos Newland (1998), el crecimiento urbano Buenos Aires se distinguió frente a otras capitales latinoamericanas: 2,4% anual contra 1,8% de Río de Janeiro y menos de 1% de México D.F. El grado de urbanización de Argentina en términos generales fue igual o superior a los de Canadá y Estados Unidos, donde el porcentaje no superaba el 25% en 1850 (213).

¹⁵ En 1830 se determinó un impuesto a la creación de una fábrica de velas expresamente dedicada a iluminar el parque, y en 1834 se aumentó el monto del mismo para solventar el sueldo de serenos en 1834. En 1856, la Compañía Primitiva de Gas, primera de su índole en el Río de la Plata, posibilitó que se iluminaran las calles de Buenos Aires “con los primeros 500 faroles de gas, que si bien alumbraban poco y mal, empezaron a despejar las profundas sombras callejeras” (Carretero, 2013 [2000]: 39).

entonces, a disfrutar de los paseos por los parques porteños, a caminar por las calles y consumir en alguna nueva tienda que formaba parte de la pujante economía porteña (Rocchi, 1999), esto también fue resultado de la tranquilidad que despertaba entre las “gentes decentes” este nuevo control estatal sobre el espacio público.

La regulación de las actividades asociadas al entretenimiento urbano redundó en el desplazamiento paulatino del eje de las mismas desde eventos con raigambre colonial como el carnaval, las celebraciones religiosas o las fiestas cívicas instituidas luego de 1810, hacia la oferta de una floreciente industria de “diversiones públicas”, por un lado, y más tarde y complementariamente, hacia su gestión en ámbitos privados o de ingreso restringido (como el desplazamiento de los bailes de carnaval a los “clubes” sociales, entre los que se destacaron el Club Del Progreso y más tarde, el Del Plata). Se constituyó así un incipiente circuito compuesto por teatros, salones, eventos deportivos, etc., que buscó capitalizar esta emergente inclinación por los “pasatiempos cosmopolitas y refinados” de los porteños (Hora y Losada, 2011: 615) y que, como veremos en el tercer capítulo y subsiguientes, fue objeto de interés por parte de las publicaciones orientadas a la lectura por entretenimiento, al tiempo que organizaba insensiblemente un circuito de ocio dentro y fuera de sus páginas.

Contiguo al Club del Progreso, por caso, se podía encontrar el “Salón del Recreo” (inaugurado en 1856), solo uno de los tantos establecimientos que ofrecían “espectáculos visuales” como “panoramas, juegos eléctricos, espejos deformantes” con gran repercusión en la década de 1850. Este se describía en anuncios en los diarios como “un punto de reunión”, donde el “pueblo culto” pudiera “pasar agradablemente las primeras horas de la noche”. Además del espacio en sí, se promocionaba que el mismo estaba decorado con “varios cuadros de gran mérito”, y “16 vistas ópticas que se cambian todas las semanas” (Telesca y Amigo, 1997: 33). El entretenimiento ofrecido no solo apelaba a la vista, siendo que la música en vivo “ocupaba un lugar destacadísimo” en la experiencia de este tipo de salones (34). Carmen Maturana (2009), por su parte, repone la existencia de un “teatro visual”, donde lo histriónico y la “linterna mágica”, un “aparato óptico cuyo principio consiste en la proyección invertida de imágenes desde el interior de una caja oscura”, se combinaban para crear “fantasmagorías y otras visiones macabras, que atraían y horrorizaban al mismo tiempo al público” (83). Según la autora, artistas europeos presentaron estos espectáculos en giras que recalaban por igual en Santiago, Río de Janeiro, Montevideo y Buenos Aires, tan temprano como la década de 1840 (94).

La música, que como veremos tuvo presencia constante en las publicaciones analizadas, fuera como tema de discusión, como eventos promocionados en los avisos, o incluso como partituras listas para ser interpretadas, fue un entretenimiento predilecto de los porteños. Los conciertos y funciones líricas, de desigual presencia en Buenos Aires luego que terminará el auspicio rivadaviano que los importó de Europa (Guillamón, 2016), comenzaron a destacarse nuevamente luego de 1848 con la llegada de elencos en gira al Teatro de la Victoria (Wolkowicz, 2010). El éxito de espacios como el mencionado motivó, a su vez, la construcción de nuevos teatros hacia mediados del siglo (Gesualdo, 1983). Además de espectáculos musicales pudieron verse allí comedias, “títeres”, “bailes”, “pantomimas” y otras “pruebas” atléticas en un espacio entre lo teatral y lo circense que aún no se terminaba de diferenciar (Seibel, 1993: 25).

En su estudio sobre la cultura y el entretenimiento de masas hacia el entresiglo, Montaldo (2016) reconoce que la pujanza que se vivió en esas décadas se debe en parte a la “trayectoria” anterior de “prácticas culturales ligadas al ocio” mencionada arriba. Sin embargo, como admite la autora, resulta difícil “precisar” quiénes consumían esta amplia oferta de eventos, o más específicamente, cuando “dejaron de ser exclusivamente de la elite y se extendieron a un público mayor” (82). Ciertas actividades propias de esta sociabilidad urbana emergente asociada al uso placentero del tiempo libre y el entretenimiento pueden atribuirse en nuestro período claramente a las élites, como pueden ser las escapadas veraniegas en propiedades ubicadas por fuera de la ciudad, o el por entonces exclusivo mundo del turf (Hora, 2014), dos ejemplos que aparecen representados en el *Correo de las Niñas*.

Para el caso de los espectáculos teatrales, visuales o circenses, autores como Carretero (2013) se animan a proponer que también apelaron a sectores medios, e incluso al “público masivo e inculto” (162). Telesca y Amigo (1997) proponen que existió una oferta diferenciada, con “algunas vistas ópticas [que] se dirigían a un público ilustrado, igual que los gabinetes de lectura”, y otras “salas de recreo” más accesibles que funcionaron “como un lugar de entrecruzamiento de los sectores sociales, en un momento de gran movilidad social y crecimiento urbano” (33). En este punto, cuyo desarrollo exhaustivo escapa al alcance de los objetivos planteados, consideramos pertinente seguir las hipótesis de Hora y Losada, quienes afirman que “la diversificación y ampliación de los consumos” de esta incipiente “clase media”, entre los que incluimos las “diversiones públicas”, fue un proceso progresivo que entró en foco hacia 1870 y que se reafirma gradualmente conforme nos acercamos al siglo XX (623);

formulaciones que respaldan nuestras hipótesis sobre la ampliación del público lector de periódicos de entretenimiento.

Resultaría así que la ampliación de la oferta de entretenimiento urbano no solo fue un tema recurrente en los textos publicados (que publicitaron, describieron y difundieron sus manifestaciones), sino que está en sincronía con ese despliegue de usos del tiempo libre y una emergente sociabilidad urbana que queda plasmada en periódicos que se proponen como un “inventario urbano” de actividades y recorridos. No sería sorprendente descubrir que está también en puja la captación de ese nuevo público ocioso, para el que la lectura empezaba a ser otro entretenimiento más en una serie de diversiones disponibles que crecía en abundancia y variedad. Sobre todo, si advertimos que esa lectura compartía con las otras fuentes de entretenimiento algunos de sus rasgos: la apelación visual pero no necesariamente letrada, el carácter de su circulación compartida y colectiva, y la aptitud para consumo de hombres y mujeres por igual.

1.2. Periódicos y lectura por entretenimiento: una propuesta metodológica

Hasta aquí hemos intentado establecer los parámetros que orientan el trabajo doctoral: presentamos nuestro problema, objeto y recorte cronológico; ubicamos nuestra investigación en el marco de la producción bibliográfica acerca del libro y la prensa en Argentina; definimos qué entendemos por lectura, y cómo se relaciona esta práctica con el periódico, sus productores y los lectores; y reconstruimos el contexto histórico en base al cual interrogamos la noción de entretenimiento. Queda entonces terminar de definir nuestro concepto de lectura por entretenimiento y describir cuáles de sus rasgos están presente en una serie de publicaciones periódicas de mediados del siglo XIX.

Según lo desarrollado hasta aquí, las fuentes analizadas en esta tesis articulan propuestas editoriales cuyo objetivo era ofrecer, en mayor o menor medida, una práctica de lectura en particular. Estos impresos se describieron a sí mismos, en su mayoría, como versados en los menesteres de lo frívolo, lo material y el ocio (*LM*, N° 1, 18 de octubre de 1837: 1; *CdD*, I época, N° 1, 1 de enero de 1864: 6; *CdIN*, I época, N° 35, 9 de mayo de 1869: 4), insertos discursiva y formalmente en esa sociabilidad urbana del entretenimiento que comenzó a entrar en foco en Buenos Aires hacia mediados del siglo XIX, y que se asociaba predominantemente con un lectorado joven y feminizado. Esta serie de recursos editoriales desplegados se presentaron a menudo como un atractivo

para “tentar” a ese público deseado al cual se buscó interpelar, y hasta crear, al mismo tiempo que se lo recelaba por apelar a una lectura “peligrosa” asociada a lo irracional.

El medievalista holandés Johan Huizinga (1980) subraya en *Homo Ludens. Study of the Play Element in Culture* lo difícil, o directamente imposible, que resulta definir teóricamente un concepto como “diversión” (4). Boris Lyon-Caen, en su trabajo específico incluido en la obra coordinada por Kalifa, *La civilisation du journal. Histoire culturelle et littéraire de la presse française au XIXe siècle* (2011), concuerda con el diagnóstico para el caso de la lectura, reconociendo que juzgar si cierta escritura impresa es o no es “divertida” resulta problemático. Como alude el autor, simplemente distinguir la lectura “divertida” como lo opuesto a la “seria”, entendida ella en la prensa como el discurso de la noticia, la política y el comercio, resulta a la vez ingenuo y tautológico, y no nos acerca a poder responder conceptualmente esta pregunta (793).

El análisis de las fuentes no ofrece elementos significativos para zanjar este debate de ribetes lingüísticos, antropológicos y hasta filosóficos, que por lo demás demandaría reponer una práctica de lectura de los consumidores de periódicos que, como hemos afirmado ya, se nos encuentra heurísticamente vedada. Es decir, no podemos afirmar que los lectores de *La Moda* o *El Mosquito* se divirtían, ni decir con certeza que los suscriptores del *Correo del Domingo* se entretenían mirando sus ilustraciones.

Lo que sí permiten las fuentes es identificar un repertorio de recursos discursivos y formales asociados a una lectura practicada por “ocio” que fue desplegado por diferentes actores (redactores, jefes de redacción e impresores) teniendo como objetivo, en muchas ocasiones explícito, entretener a sus lectores. Lo cual durante nuestro período puede interpretarse como un intento de redefinición del “pacto de lectura” vigente (Pas, 2016: 65), lo que sin dudas demandó cierta justificación. Tal repertorio de recursos muy plausiblemente (y quizá, inevitablemente) estuvo influido por las propias prácticas lectoras de estos productores y fue configurándose en varias temporalidades no siempre coincidentes: a medida que influyentes novedades editoriales llegaron desde ultramar, que el mercado de la prensa se consolidó, que las prácticas editoriales se adaptaron a la competencia y que ciertos avances técnicos habilitaron (o abarataron) el uso de ciertos recursos. Como veremos a lo largo de la tesis, estos recursos no fueron exclusivos al corpus aquí analizado, pudiendo contarse entre los cultores del cambio incluso diarios políticos y mercantiles. Pero sin duda fueron estas publicaciones las que supieron dosificarlos y combinarlos, y produjeron los grandes saltos en la confección de propuestas editoriales de entretenimiento.

En otras palabras, el análisis de los periódicos seleccionados nos permite identificar siquiera por extensión qué era lo considerado como lectura por entretenimiento, en especial a los ojos de los productores de la prensa porteña del siglo XIX. Para empezar, la asociación entre lectura por entretenimiento y lector feminizado, sobre la que ya nos detuvimos, se traducía en la identificación de la práctica con cierta zona temática del discurso considerado por los redactores como de interés a las mujeres.

Dos grandes ejes se pueden distinguir en este respecto: primero, el consumo conspicuo, a partir de que la moda era una preocupación femenina constante. Por “moda” se aludía primordialmente a la vestimenta y sus accesorios, pero también podía incluir el consumo de otros bienes suntuarios. En términos formales, la “moda” suponía variedad y velocidad, vale decir, renovación lo más frecuente posible de contenidos, un rasgo común a la prensa decimonónica (Pastormerlo, 2016), pero particularmente marcado en este tipo de publicaciones. El segundo eje, estrechamente relacionado con el primero, fue la sociabilidad urbana. Bajo el título de “costumbres”, estos textos abarcaron desde el chisme más sencillo a los reportes detallados sobre los paseos de domingo que caracterizaron al *Correo de las Niñas*, pasando por relatos de tertulias en la casa de personajes relevantes o diversiones urbanas de particular éxito.

La asociación también se extendía a géneros discursivos, aspectos formales o tipos de publicaciones por regla general cercanos a la prensa, como la “novelas por entregas”, los “folletines”, las “revistas populares y familiares”, los “*best-sellers* ficcionales”, entre otros (Huyssen, 2006: 98). Puede verificarse rápidamente que son los mismos que hacia mediados del siglo XIX empujaban, en los mercados editoriales más desarrollados, una expansión y diversificación del público mediante impresos destinados a lectores “hambriento de historias y géneros nuevos: horror, sensaciones e historias detectivescas” (Littau, 2008: 47). En *Making the News. Modernity and the Mass Press in Nineteenth-Century France* (1999), Dean de la Motte y Jeannene Przyblyski agregan al repertorio el rol que jugaron en la prensa parisina desde 1830 el uso de caricaturas y los avisos publicitarios.

Además de un repertorio temático, existió entonces una serie de rasgos discursivos propios, de recursos formales y hasta materiales que hacían a la confección de un periódico orientado a la lectura por entretenimiento. De hecho, esa *summa* práctica de recursos discursivos, formales, materiales y vinculados con la circulación se fue configurando a lo largo del período estudiado en un repertorio práctico al que

impresores, jefes de redacción, redactores y litógrafos podían recurrir al idear una publicación “entretenida”.

De la tipología esbozada por Lyon-Caen (2011) destacamos dos elementos que fueron relevantes a las publicaciones periódicas porteñas. Primero, el folletín, y especialmente las novelas por entregas que allí se publicaban, identificadas como “escrituras divertidas” puras. Segundo, el género de las llamadas “variedades”, “hechos diversos” o “*fait divers*”, que según el autor se encuentra un grado más lejos de lo “divertido” por incluir rasgos de la noticia (799).

La confluencia entre prensa y literatura en la que se encuentra el folletín y la novela seriada ha sido revisitada por los nuevos estudios críticos literarios, comenzando por los volúmenes de la *Historia Crítica de la Literatura Argentina* dirigidos por Julio Schvartzman (2003) y Alejandra Laera (2010) bajo la supervisión integral de Noé Jitrik. Tanto Laera, autora de *El tiempo vacío de la ficción: Las novelas argentinas de Eduardo Gutiérrez y Eugenio Cambaceres* (2003a), como Fabio Espósito, quien colaboró en la *Historia* de Jitrik y publicó *La emergencia de la novela en Argentina. La prensa, los lectores y la ciudad (1880-1890)* (2009), concuerdan en señalar el lugar cabal que tuvo la prensa y su folletín en la consolidación del género en Buenos Aires durante la década de 1880, tanto en el sentido literario como en el comercial. Ambos reconocen que esa “emergencia” no hubiese sido posible sin una “prehistoria que antecede al folletín nacional inaugurado por Gutiérrez” en 1879, durante la cual una “alternancia más o menos azarosa de [obras de] autores nacionales y extranjeros” poblaron los periódicos, presentándose al lectorado porteño con “modelos extranjeros ya instalados, como las novelas españolas de bandidos” (Espósito, 2009: 62). Como veremos en los capítulos que siguen, esa “prehistoria” se desarrolló en las fuentes analizadas en esta tesis.

Hebe Molina retrocede unas cuantas décadas más en su libro *Como crecen los hongos. La novela argentina entre 1838 y 1872* (2011), para revelar en los “suburbios de la ciudad letrada” un mundo poco explorado de literatura argentina publicada en periódicos. Al poner allí el foco, afirma dos puntos que nos interesan recuperar en nuestro análisis. Como también señaló Vicens (2014), Molina (2011) entiende que la novela llegó a América como “un género cuestionado” y recelado (24), pero que igualmente fue promocionado por “publicistas” que se animaron “a destacar el carácter de entretenimiento” y atrayente “a los más jóvenes” de dichas lecturas (30). Tan poderoso se consideraba su atractivo, que su estilo se desperdigó por fuera del folletín

en una verdadera “contaminación novelesca” del periodismo (61). Pero, además, la autora subraya la vitalidad del folletín de los periódicos porteños durante la Organización Nacional como un lugar de publicación y lectura del género literario. El “fenómeno”, asegura la autora, abarcó “no solo los textos prototípicos y ejemplares, sino también los de menor valor estético o histórico-literario, y tanto los escritos como los leídos” (16). Si resulta novedoso descubrir que “casi un centenar de novelas” producidas por autores nacionales fueron publicadas entre folletines, folletos y libros durante esas décadas, no necesariamente fue porque tuvieran poca circulación (54). Su invisibilización se debería buscar, apunta la autora, en la operatoria literaria y política de configurar un canon que excluyó estas obras por no ser producto de la pluma de “intelectuales” como Bartolomé Mitre, Vicente Fidel López, José Mármol, Juan Manso, ni haber sido editadas en publicaciones que no habían “alcanzado la hegemonía” (18).

Como veremos en los capítulos siguientes, nuestro estudio revela, sin embargo, que las novelas que Molina rescata del olvido no tuvieron un espacio predominante en el folletín de la prensa porteña. Allí encontramos, en cambio, un panorama mixto similar al descrito por Espósito (2009), donde convivía algo de literatura local con mucha extranjera en una diversidad integrada por novelas, poemas, relatos de viajes, etc. El lugar que ocuparon en la prensa las obras de Alexandre Dumas y Manuel Fernández y González, por ejemplo, es un punto poco explorado en la bibliografía. Solo muy recientemente Hernán Pas (2018a) ha publicado un avance al respecto, donde rastrea la recepción y edición de la obra de Eugène Sue en el Buenos Aires de 1840, destacando tanto la rápida (e ilegal) difusión de dicha literatura en los periódicos porteños, como la aparente buena recepción de la iniciativa por parte de los lectores.

En cuanto al segundo elemento, las “variedades”, vale la pena retomar algunas hipótesis ya clásicas junto a los avances recientes. Definidos por Roland Barthes (2003 [1964]) como “una información total” que no remite “a nada fuera de sí mismo”, los *fait divers*, según el original francés, fueron un segundo recurso integral a la propuesta editorial de nuestras fuentes (260). Nuevamente Pas (2016), con el capítulo “Variedades y escritura periódica. Notas para una historia del folletín en el Río de la Plata”, y Sergio Pastormerlo (2016) con “Sobre la primera modernización de los diarios en Buenos Aires. Avisos, noticias y literatura durante la Guerra Franco-Prusiana (1870)”, ambos incluidos en *Tiempos de papel: Publicaciones periódicas argentinas (siglos XIX-XX)* dirigido por Verónica Delgado y Geraldine Rogers, y Lila Caimari (2015) con “El

mundo al instante. Noticias y temporalidades en la era del cable submarino (1860-1900)”, delinear el problema.

El caso de los *fait divers* nos pone frente al proceso formal de creación de una discursividad imbuida con un encanto que apelara a los lectores (Angenot, 2010: 76). Afirmamos que a partir de esta búsqueda se fue depurando una prosa breve en la extensión, dispersa en la selección temática y fragmentaria en su edición, llevando a sus últimas consecuencias la “heterogeneidad constitutiva” que distinguía al género periodístico (Goldgel, 2010: 276). La definición de “escrituras banales” de Rodríguez Lehmann (2013), restringida a los efectos de esta tesis, aporta a su vez elementos interesantes al describirla como “fragmentada, incompleta, heterogénea, complaciente, mercantilizada”, “ligera” y diseñada para entablar un diálogo “con un público lector – anónimo– que necesitaba ser entretenido” (9).

Tanto Pas como Pastormerlo y Caimari destacan la importación de textos extranjeros y la contingencia material en su producción de la prensa como factores a tener en cuenta en el análisis. Caimari, en particular, detalla el circuito de los “paquetes” que cruzaban el Atlántico para alimentar con meses de retraso a periódicos porteños durante días y semanas, por lo menos hasta la llegada del primer cable submarino a América Latina, que conectó Lisboa con Pernambuco en 1874 (Caimari, 2015: 132).

Entendemos que tanto la novela por entregas como los *fait divers*, ambos analizados en detalle en el tercer capítulo, se distinguieron por proponer una lectura que podía ser disfrutada sin demasiado esfuerzo y en lapsos cortos de tiempo. O en todo caso, en lapsos que podían dosificarse, ponerse bajo control. Una lectura que no demandaba más información que aquella que estaba en la misma página, cuyas “instrucciones” no se encontraban ocultas dentro de otros textos, y por lo tanto promovía el acceso a lectores no eruditos (Baricco, 2013: 80). La misma caracterización puede extenderse, en términos generales, a otros géneros textuales que se vieron incluidos en menor medida y esporádicamente en el folletín, como poesías, fragmentos de obras teatrales o diarios de viajes que describían locaciones exóticas.

Es decir, además de privilegiar temáticas como la moda, lo frívolo, escándalos criminales, invenciones y novedades científicas, entre otras que se consideraba que apelaban al deseo y la curiosidad del lector, la inflexión formal propia de los periódicos orientados a la lectura por entretenimiento tendió a las escrituras “fáciles”, “rápidas”, y por sobre todo “legibles”, que siempre consideraban al “placer” de su consumo como una parte primordial de su composición (Sarlo, 1985: 14). Su fragmentariedad, por otro

lado, facilitaba parcelar la lectura sin mayores inconvenientes, pudiendo cesar y retomarla para entretenerse en cualquier tiempo libre, por más corto que este sea.

En este mismo sentido, para Lyon-Caen (2011), en la “gramática de lo divertido” también había lugar para la diversidad (804), sin mencionar que lo “entretenido” de una lectura también estaba sujeto al contexto del empleo del lenguaje y de la recepción lectora (794). Por eso, como veremos en los siguientes capítulos, esta diversidad pudo plasmarse en propuestas editoriales que sugerían al lector diferentes prácticas de lectura, desde los *fait divers*, sencillos, legibles y autocontenidos, a las novelas seriadas, que podían ser coleccionadas y consumidas de corrido en una lectura intensiva más similar al libro que a la prensa, pasando por ensayos sobre moda, diversiones públicas y hasta política. Como deja entender Pas (2010) en su crítica a trabajos que utilizan de manera esquemática los conceptos de Chartier (1994), la introducción de novedades no necesariamente redundó en una transición definitiva desde una lectura intensiva, asociada a los escritos religiosos, a otra extensiva, caracterizada por la variedad y la poca atención a cada texto. Más bien, ambas convivían en periódicos donde la única regla parece haber sido la heterogeneidad.

Identificamos un tercer recurso editorial central al éxito de la prensa durante la década de 1860 y que escapa a la tipología de Lyon-Caen (2011): la imagen impresa, y en particular, aquella producida por técnica litográfica. Al igual que el folletín, la ilustración solo recientemente ha sido delineada como un objeto de estudio con carnadura propia, en gran parte gracias a los dos libros compilados por Laura Malosetti Costa y Marcela Gené, *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires* (2009) y *Atrapados por la imagen. Arte y política en la cultura impresa argentina* (2013).

Una gran contribución a la teoría de la producción y consumo de la imagen en la prensa decimonónica ha sido hecha por Sandra Szir, autora de *Infancia y cultura visual. Los periódicos ilustrados para niños (1880-1910)* (2006) y compiladora de *Ilustrar e imprimir. Una historia de la cultura gráfica en Buenos Aires 1830-1930* (2017). La autora dota de dimensión histórica el uso de la imagen en los periódicos, y destaca estos últimos al proponerlos como “los primeros dispositivos que pusieron al alcance de buen número de personas representaciones visuales” (Szir, 2010: 1). Su circulación amplia y bajo precio en relación a otros impresos los convirtió en uno de los medios más accesibles mediante los cuales los lectores podían proporcionarse imágenes. Por la misma razón, la litografía se vio restringida por los mismos factores de mercado que

limitaban el alcance de todos los periódicos, o incluso más, ya que la técnica demandaba mayor desarrollo técnico y costo comercial (2).

Yendo más allá del análisis de los aspectos estrictamente materiales de su producción, Szir (2010) invita a pensar el consumo de imágenes impresas al indagar el “deseo de ver y poseer[la]” que existió entre los porteños, alimentado por el imaginario europeo del “empirismo del siglo XIX y la expansión del mundo capitalista industrial” que la instaló “en un lugar privilegiado en la adquisición y difusión de conocimientos...” (1). Esta es una tesis afín a la propuesta por Jonathan Crary (2001) en *Suspensions of perception: attention, spectacle, and modern culture*, quien analiza cómo se transformó la noción de la percepción y vista a partir de la “Ilustración”, proceso que decantó en dotar a la imagen impresa de un poder inédito para atrapar la atención del lector decimonónico.

Claudia Roman (2010; 2017), por su parte, quien también historiza la técnica y subraya el rol que los aspectos técnicos y comerciales jugaron a la hora del uso de la imagen impresa en la prensa, se concentra en sus trabajos en una modalidad específica de la misma que apareció asiduamente en los semanarios ilustrados de la década de 1860: la caricatura. Como Szir, Roman (2010) ofrece elementos teóricos para pensar su lectura. Más específicamente, ensaya un andamiaje teórico para pensar la “comicidad” del “trazo caricaturesco” (27), una característica semiótica que lo distingue de otros tipos de imagen impresa y que es clave a la hora de pensar su consumo.

Como exploraremos en la segunda mitad de la tesis, “leer” una ilustración de un vestido a la moda o un paisaje europeo no implicaba las mismas habilidades que interpretar una caricatura satírica, la cual demanda información contextual que no siempre explícita en su trazo. Pero aun cuando una imagen requería del consumidor el despliegue de ciertas capacidades interpretativas, el acto de ver detentaba una inmediatez que la lectura no tenía, interpelando también a espectadores iletrados o parcialmente letrados. Eso convirtió a la litografía en un recurso central en la aspiración de impresores y jefes de redacción que deseaban confeccionar un periódico que proporcionara “placer” con la cantidad mínima de esfuerzo a un público ampliado.

Las decisiones acerca de los aspectos formales del impreso no terminaron allí. Todos y cada uno de los aspectos de la propuesta editorial responden a decisiones editoriales, fueran estas tomadas de forma deliberada o por omisión. La legibilidad a la cual aspiraban los impresos podía ser respaldada u oscurecida por la selección de la tipografía, que era la forma concreta que tomaba el texto en la página (Colclough, 2007;

Chartier, 1994). Una tendencia que hemos identificado en las publicaciones orientadas a la lectura por entretenimiento fue la disposición de menos texto impreso por la página, lo que se hace evidente en la comparación con otros periódicos contemporáneos. Por ejemplo, diarios políticos que comprimían toda la información posible en cuantas columnas cupieran en cada carilla, mientras que los que ofrecen entretenimiento, buscan subrayar el blanco en la página: como corresponde al tiempo de ocio, para el ojo el espacio queda “libre”.

Los aspectos materiales y comerciales de la edición y circulación del impreso, como el precio de tapa, el mecanismo de venta, los puntos de distribución o la venta de espacio publicitario, también fueron variables moduladas en relación a la propuesta editorial que se deseaba ofrecer. No es posible afirmar que el lanzamiento durante el sábado o domingo de muchas de estas publicaciones tuviera la misma connotación que tendría hoy, precediendo por mucho a conquistas del movimiento obrero como el “sábado inglés”. Mas, como vimos, ya de por sí la periodicidad semanal funcionaba como una “contraprogramación” al diario, que era asociado con la noticia, el comercio y los menesteres públicos.

Ahora bien, suponiendo que efectivamente nuestra hipótesis puede probarse, y existió un conjunto de publicaciones que paulatinamente fue adueñándose del concepto de entretenimiento y afinando sus recursos materiales, de circulación, discursivos y formales para adquirir una identidad propia, ¿era viable económicamente sostener ese producto en el mercado? ¿En qué momento la evolución de los consumos culturales permitió que la prensa por entretenimiento, literalmente, existiera por sí? Lo restrictivo del mercado y la ausencia de liquidez imponía la necesidad de procurar el dinero de los lectores antes de entregarles el impreso para poder afrontar la publicación (Gentile, 2002: 111 y 112). Hasta 1867, cuando *La República: Diario de la mañana* se convirtió en el primer impreso que fue “vendido por canillitas que lo voceaban en las calles y a un precio popular de un peso” (Cavalero, 1996: 85), el circuito de la prensa porteña había adoptado como norma un sistema de suscripción adelantada que rigió la distribución de todas las demás publicaciones periódicas. Por ello, el método de venta se limitaba a la inversión inicial a la impresión del prospecto.¹⁶ Quienes se sintieran convencidos por la

¹⁶ Lo que se conocía como prospecto era una hoja suelta, sencilla y de circulación gratuita en la cual se describía al periódico que se proponía lanzar de la manera más atractiva posible para granjear suscriptores. Se supone que todas las publicaciones periódicas distribuidas mediante un sistema de suscripción adelantada contaron con su prospecto, en particular en la primera mitad del siglo XIX. Sin embargo, por su misma naturaleza material, son pocos los ejemplos conservados en los repositorios documentales.

promesa de los redactores, adelantaban la suscripción de un mes o más tiempo, y confiaban en que los repartidores tocaran su puerta con el periódico ya pagado.

¿Cuántos periódicos era necesario vender para poder solventar una empresa editorial a mediados de siglo XIX? Esta es una pregunta difícil de responder debido a la escasez de fuentes fidedignas, como listas de suscriptores o registros contables. No ayuda la poca confianza que inspiran los pocos números disponibles, por regla general publicados con fines propagandísticos por los mismos redactores e impresores en el contexto de avisos que buscaban posicionar su producto frente al resto de la oferta. Hernán Pas (2018b) intenta noblemente responder la pregunta, y compila las estimaciones más informadas con las que se cuenta en la bibliografía. Según sus cálculos, periódicos editados en Santiago de Chile y en Valparaíso como *El Mercurio*, *El Araucano* o *La Gaceta del Comercio* eran considerados exitosos con ventas de entre trescientos y quinientos ejemplares por número impreso. A estos números se deben sumar cien o doscientos ejemplares más, que correspondían a las suscripciones oficiales, una modalidad de subvención estatal (13).

La corta vida y abrupto final que experimentaron la inmensa mayoría de los periódicos durante las décadas centrales del siglo XIX solicitan atender al peso de esta dimensión a la hora de confeccionar dichos impresos. Pas (2010) conjetura que *La Moda* fue concebida atendiendo a lo que los productores del impreso suponían eran “las demandas de un público lector diversificado” que incluía “la figura de la mujer lectora, del público lector no ‘culto’ o ‘positivo’, etc.”, motivados por la necesidad de vender más ejemplares para hacer la iniciativa sustentable (6). En consonancia, Goldgel (2013) señala que los productores tenían la capacidad de diferenciar públicos identificando demandas disímiles (96). Es decir, se diseñaron periódicos apuntados a la lectura por entretenimiento con el fin explícito de diversificar el público, porque esperaban que una base de consumidores más amplia generaría ventas que hicieran viable la edición en el mercado aún en ciernes de Buenos Aires.

En función de estas decisiones conceptuales y metodológicas, ahora desarrolladas *in extenso*, la tesis se estructura tal como hemos expuesto al inicio y detallamos a continuación: siete capítulos, incluyendo este primero que oficia como introducción, estado de la cuestión y apartado metodológico, y un breve séptimo que oficia de

epílogo. Los cinco capítulos centrales se encuentran divididos en dos partes, una organización que responde a la periodización.

La primera parte de la tesis está compuesta por el segundo y tercer capítulo, y abarca cronológicamente desde 1837 hasta 1863. Como adelantamos, se ocupa de los primeros ensayos por presentar y difundir la lectura por entretenimiento y algunos de sus recursos discursivos y formales en diferentes periódicos, todos impresos en un Buenos Aires donde aún era imposible que una publicación con tal propuesta editorial alcanzara alguna medida de éxito, o si quiera pudiese garantizar su continuidad.

En el segundo capítulo nos centramos en *La Moda* (1837-1838). La publicación redactada por Alberdi y una serie de colaboradores se ubica al comienzo del análisis en tanto inaugura en la prensa porteña la vocación por entretener. Con todas sus limitaciones materiales, reflejadas en la corta vida editorial que gozó la publicación, ésta debe ser leída como la primera empresa discursiva en la prensa porteña dirigida a abrir los usos de los impresos en Buenos Aires y habilitar a la lectura por entretenimiento; Una promesa que queda trunca, y que solo sería realizada más de dos décadas después.

En el tercer capítulo nos detendremos en la prensa editada durante la década de 1840: en el *Diario de la Tarde* (1831-1852), y en menor medida, en *La Gaceta Mercantil* (1823-1852) y el *Diario de Avisos* (1849-1852). Esta selección difiere parcialmente del resto de las fuentes en cuanto se trata de diarios políticos y mercantiles destinados principalmente a la publicación de documentos oficiales y anuncios personales. Sin embargo, a contrapelo de la caracterización histórica que las ha definido hasta ahora, fue en sus páginas donde vieron prensa por primera vez en la ciudad tanto los *fait divers*, en cuanto una sección definida, como el folletín; y como parte de su desarrollo, el género más asociado con la lectura por entretenimiento: la novela por entregas (Sarlo, 1985; Littau, 2008). Estas innovaciones, como veremos, fueron irreversibles y marcaron el camino de la prensa porteña en la segunda mitad del siglo.

La segunda parte incluye los capítulos cuarto, quinto y sexto, que tratan sobre el *Correo del Domingo* (1864-1868), *El Mosquito* (1863-1893), y *Correo de las Niñas* (1868-1873) respectivamente. Es decir que cubre el decenio que va desde 1863 hacia 1874, desde la aparición del primer periódico ilustrado que logró repercusión y continuidad hasta el desenlace de la llamada “periódico-manía”. Allí detallaremos cómo construyó cada uno su propuesta editorial, así como los cambios y permanencias en un contexto económico, social y cultural en que fue posible su éxito. También destacaremos transversalmente el lugar central que pasó a ocupar la imagen impresa,

como estrategia utilizada para capitalizar una demanda por imágenes del público porteño (Szir, 2010), y como recurso novedoso que, veremos, abrió nuevas posibilidades comerciales para los periódicos (Roman, 2010). Como señala Pas (2018c), durante esa década la triangulación entre el folletín, la imagen impresa, y la venta de publicidad rompió con el “antiguo régimen tipográfico” porteño, insinuando una temprana “magazinización” de la prensa.

La lujosa propuesta editorial del *Correo del Domingo* es puesta al centro del análisis desarrollado en el cuarto capítulo, donde reconstruiremos cómo se tradujo el alto costo de suscripción en un uso generoso de la litografía y una oferta textual amplia que incluyó por igual ensayos morales, discursos sobre el ocio urbano, *fait divers*, adivinanzas y una plétora de géneros literarios, entre los cuales se destacó la novela por entregas. Sus páginas expresaron cuánto había cambiado y cuánto permanecido igual desde el fin de *La Moda*, realizando la promesa abierta por Alberdi tantos años atrás, pero presa aún de limitaciones temáticas y materiales.

En el quinto capítulo veremos cómo *El Mosquito* navegó esas mismas condiciones con mayor gracia, y quizás por eso logró prolongarse en el tiempo hasta convertirse en el semanario más longevo del siglo XIX. Destacado en la bibliografía por su sátira y caricatura política, argumentamos que desde el comienzo maridó discursos e ilustraciones sobre la actualidad con cuestiones del ocio urbano y la sociedad, haciéndolo accesible incluso a aquellos que no estaban al día en las últimas novedades de la política. Aún más, innovó en aspectos comerciales vitales, en particular con la venta de espacio publicitario, lo que se convirtió en una herramienta editorial recurrente de la prensa ilustrada para poder solventar sus operaciones.

El *Correo de las Niñas*, eje del sexto y último capítulo, fue una publicación que, por razones que se expondrán en el desarrollo del capítulo, se ha mantenido desconocida para la mayoría de la bibliografía especializada. Este semanario representó una síntesis de todos los ensayos propuestos por las publicaciones que la antecedieron, combinando discursos sobre el consumo y el ocio urbano con *fait divers* y litografía. Su análisis nos permitirá volver a poner en el centro la cuestión de la mujer lectora como público deseado de los periódicos que promovieron la lectura por entretenimiento. De hecho, como veremos, se ubicó en el centro de una red de publicaciones destinadas al “bello sexo” que prosperó en tiempos de la “periódico-manía”. También, allí podremos reflexionar acerca de una emergente sociabilidad urbana porteña, que aparece en el impreso de manera profusa.

En el análisis de esta fuente, pero especialmente en el epílogo que le sigue, reflexionamos sobre esos alcances y límites que marcaron el ritmo de edición de las publicaciones orientadas a la lectura por entretenimiento en el último cuarto del siglo. Ponderaremos los periódicos ilustrados de la década de 1860 como un punto de llegada para el proceso abierto por *La Moda* y reconstruido a lo largo de la tesis, y como un nuevo punto de partida editorial que se emparenta íntimamente con el diagnóstico adelantado por Hernández en la reedición de *El gaucho Martín Fierro*.

Como afirmamos en estas páginas pasadas, si siguiendo a Montaldo (2016) entendemos que el periódico orientado a la lectura por entretenimiento fue producto de una negociación asimétrica y limitada, pero negociación al fin, entre sus productores y sus consumidores, entonces la aparición de los citados tres semanarios ilustrados en la década de 1860, que gozaron de ventas y longevidad inimaginables cuarenta años antes, señaló un cambio sustantivo en el mercado editorial porteño y más allá. Correlativamente, si el debate sobre la lectura por entretenimiento en el que se inscribieron estas publicaciones refiere a las relaciones dominantes de poder, género y clase en la sociedad en que fueron producidas y leídas, entonces su éxito habla de un nuevo estado en la discusión mayor acerca del consumo, el ocio, la lectura, y acerca de quiénes tenían potestad para hacer uso y usufructo de ellos, en el Buenos Aires decimonónico.

Primera Parte: La introducción de la lectura por entretenimiento en la prensa porteña. De *La Moda* hasta el surgimiento de los semanarios ilustrados (1837-1863).

Los veinticinco años que separan 1863 de 1837 incluyen una pluralidad de protagonistas, signos políticos y procesos sociohistóricos. En términos de una cronología política trazada a grandes rasgos, quince años corresponden al largo segundo mandato de Juan Manuel de Rosas sobre la provincia de Buenos Aires, y la década siguiente abarca el comienzo del llamado período de Organización Nacional. No una sino tres batallas que torcieron el destino del país se libraron en ese lapso de tiempo, Caseros (1852), Cepeda (1859) y Pavón (1861). Como apuntamos en el estado de la cuestión, parte de la bibliografía sostiene que la serie política determinó la historia de la prensa, e invoca a Caseros como parteaguas que habría habilitado el “resurgimiento de la cultura liberal porteña”. Algunas cifras parecen apoyar este razonamiento: contra los trece periódicos aparecidos entre 1838 y 1851, se publicaron cincuenta y seis entre febrero de 1852 y septiembre de 1855 (Pas, 2010: 69).

Nuestra investigación demuestra, sin embargo, que sin desconocer las enormes consecuencias del reordenamiento de la esfera pública en su conjunto que supuso la caída del régimen rosista, la prensa en general y las publicaciones periódicas orientadas al entretenimiento que venían forjándose en el interior de ella, reconocen más continuidades que rupturas. Continuidades que, en el contexto de la intensa inestabilidad política que abre Caseros, se apoyan en una serie de recursos materiales, formales y discursivos que invitan a repensar los esfuerzos por sostener el consumo de impresos, al tiempo que se intentaba mostrar transformaciones en los valores que daban forma a esas publicaciones.

Incluso algunas miradas desde la historia política, como las de Fabio Wasserman (2008) y Alberto Lettieri (2006), prefieren destacar las continuidades sobre las rupturas, desestimando la presunta transformación profunda de la cultura editorial tras Caseros. Lettieri hace notar para ello que el gobierno de Vicente López y Planes derogó la legislación vigente para reemplazarla por otra Ley de Prensa, pero adoptó aquella sancionada en 1828 por el mismo Rosas, en una restauración “que al mismo tiempo le daba poder de control sobre la prensa” (26). Lo cual, a su vez, derivó en la censura de periódicos como *La Nueva Época*, *El Padre Castañeda*, *La Avispa* o *El Torito* bajo la

figura del “uso y el abuso de la Imprenta” (270), llegando las sentencias a disponer deportar redactores a Montevideo (275).

Aún más clara es la continuidad de las condiciones materiales para la circulación de prensa. De esa gran cantidad de títulos aparecidos luego de 1852, “la mayor parte no alcanzó el año de duración”, confirmando que el mercado porteño aún se encontraba en ciernes (252). Esta imposibilidad de los periódicos para mantenerse a flote por medios propios decantaba en la dependencia de fuentes de financiamiento ajenas, fueran privadas o públicas. Este límite fue una realidad constante que enfrentaron todos los periódicos, antes y después de Caseros.

Este estado de cosas no evitó que letrados e impresores continuaran intentado e innovando en vistas de dar con una propuesta editorial del agrado del público, que incentivara su consumo, aun en tiempos tan agitados como los del decenio que cubre Caseros, la secesión de Buenos Aires y su reunificación con la Confederación. La oferta creciente de una serie de elementos que produjeran, literalmente, la *di-versión* del tiempo —entendida aquí, siguiendo la etimología,¹⁷ como el surgimiento de una dimensión diferente de la institucional, de la facciosa, de los avatares de la vida política— encontró en esos tiempos intensos un espacio impensado, pero no del todo paradójico, para su desarrollo. Las publicaciones en las que nos concentraremos en esta primera parte de la tesis fueron seleccionadas para el análisis precisamente por haber introducido en la prensa porteña una orientación hacia la lectura por entretenimiento: algo que, sin necesariamente escaparse de la norma de la utilidad y el provecho, permitiera trasladarse por las páginas en un sentido que escapara de lo plenamente político y que empujara hacia otras zonas: una contenida y episódica *distracción*.

Esto es cierto tanto para *La Moda*, semanario atribuido a Juan Bautista Alberdi y un grupo de jóvenes letrados contemporáneos que declararon de manera pionera venir a entretener al lector, como para el *Diario de la Tarde*, en cuyas páginas tomaron forma los *fait divers* porteños y donde se publicó el primer folletín de Buenos Aires. Aunque ulteriormente fueron presa de su tiempo, desapareciendo ante las pobres ventas y a causa del cambio de coyuntura política respectivamente, ambos se destacan por haber introducido recursos que, como veremos, se convirtieron en parte integral del repertorio de los periódicos orientada a la lectura por entretenimiento.

¹⁷ Según el *Breve diccionario etimológico de la lengua española* de Joan Corominas (1987), el término “divertir” surgió hacia 1525 sobre la raíz latina “vertēre” (“girar, hacer girar, dar vuelta”, “derribar”, “cambiar, convertir”). De “divertere”, “apartarse”, derivó el sentido de “distrarse” y el término “diversión” (604, c. 1 y 2).

2. *La Moda* (1837-1838) y la introducción del concepto de lectura por entretenimiento en Buenos Aires

Cuando *La Moda* (1837-1838) irrumpió en Buenos Aires, a primera vista no debió parecer muy diferente de los periódicos “literarios” que habían circulado en la ciudad a partir del impulso rivadaviano que promovió la prensa de aspiraciones enciclopedistas e ilustradas (Myers, 2004; Di Pasquale, 2016). Esta relación apareció reforzada por el elenco que compuso su redacción, todos asiduos del “Salón Literario” fundado por el librero Marcos Sastre, ámbito predilecto en la ciudad para desarrollar una sociabilidad ilustrada y erudita (Weinberg, 1958: 90). Se le atribuyen contribuciones anónimas a Nicanor Albarelos, Carlos Tejedor, Juan María Gutiérrez, José Barros Pazos, entre otros (*El Diario*, 1933, edición extraordinaria, segunda sección: 15). Existe consenso bibliográfico en que, si bien Rafael Jorge Corvalán, “hijo del edecán de Rosas”, figuraba como editor responsable, el verdadero jefe de redacción fue Juan Bautista Alberdi (Weinberg, 1958: 87), quien utilizó el *nom de plume* “Figarillo” en honor al gacetero español Mariano José de Larra (Weinberg, 1958; Iglesia y Zuccotti, 1997).

Al igual que estos periódicos “literarios”, *La Moda* fue una publicación de cadencia semanal que debía adquirirse mediante una suscripción mensual abonada por adelantado. En sus cuatro páginas los textos se imprimían en tipografía simple a dos columnas, sin imagen alguna, ni tampoco espacio destinado para avisos comerciales, lo que limitaba los ingresos de la redacción al dinero de las suscripciones. También resultó similar a otros su corto recorrido, ya que alcanzó solo veintitrés números en los cinco meses comprendidos entre el 18 de noviembre de 1837 y el 21 de abril de 1838. En lo formal, solo la partitura musical incluida en cada ejemplar, delataba que había algo diferente: el solo antecedente era de ese mismo año 1837, cuando apareció *Boletín Musical*, poco antes de que el semanario de Alberdi comenzara su circulación (Guillamón, 2014: 136).

Sin embargo, una lectura más detallada develaba que había algo nuevo en ímpetu y discurso. Desde la primera línea impresa *La Moda* dejó en claro su intención de alejarse de los temas políticos que prodigaban en la prensa contemporánea para ofrecer “nociones claras y breves, sin metafísica” sobre literatura, poesías, música y, previsiblemente, moda (*LM*, N° 1, 18 de noviembre de 1837: 1). Con esta declaración inicial, *La Moda* se presentó como el primer impreso porteño en declarar que articularía

en torno a divertir a sus suscriptores. Es decir, su “empresa discursiva”, como la llama Marc Angenot (2010: 79), hizo de su norte el entretener.

Como señala la bibliografía, fue clave en esta apertura la exaltación de la “lectura libre” por parte de los jóvenes “románticos”, a la cual le atribuían combinar a la perfección “el mundo de las pasiones y el de la inteligencia, sin restringirse a la frecuentación exclusiva de un género literario” (Batticuore, 2005a: 22). Cultivada en ámbitos como el Salón, donde los letrados se reunían “con el simple objeto de pasar el tiempo libre, ocupándolo con actividades literarias, científicas y políticas” (Planas, 2017: 141), esta noción imbuía a la práctica de la lectura, fuese el texto que fuese, de potencial pedagógico. Vale señalar que el imperativo por utilizar la lectura como un medio para educar (y adoctrinar) no era para nada novedad, pudiendo rastrearse el mismo hasta el origen de la prensa nacional.¹⁸ En su búsqueda por convertir a los habitantes de Buenos Aires y todo el país en un “público” culto capaz de leer y opinar en la prensa, condición *sine qua non* para hacer de la Argentina una “nación moderna”, lo que distinguió el compromiso de la “nueva generación argentina” fue que estuvieron dispuestos a “renunciar” a su estilo y descender al nivel del gran público con el fin de hacer más accesibles sus ideas (Batticuore, 2005b: 27).

A diferencia de la generación anterior, cuyas ideas continuaban marcadas por la regulación eclesiástica (Poblete, 2016), los “románticos” contemplaron que el disfrute no impugnaba la utilidad de la lectura, pudiendo funcionar como “una escuela de aprendizajes para los lectores sensibles” y una educación para el “individuo inteligente, crítico atento a la realidad que lo rodea y comprometido con ella” (Batticuore, 2005b: 23). En busca de ejemplos de este ideario, Graciela Batticuore (2005b) recurre a las memorias del mismo Alberdi, *Mi vida privada (Autobiografía) que se pasa toda en la República Argentina*, quien detalla con afecto el tiempo pasado en sus años formativos con novelas varias (102).

Fue en el espíritu de fomentar esta noción más laxa de la lectura que un grupo de ellos, encabezado por Juan Bautista Alberdi, se dispuso publicar un periódico nuevo como un medio para “tentar el apetito” de los lectores (Goldgel, 2013: 88). En la búsqueda por expandir su atractivo, el semanario argumentó que daría a los lectores “lo que ellos [querían]” con el fin de promover el consumo entre quienes los redactores imaginaban reacios a leer como un acto de perfeccionamiento (*LM*, N° 1, 18 de octubre

¹⁸ Esta fue la justificación que arguyó Mariano Moreno tanto para fundar el primer periódico patrio, *Gazeta de Buenos Ayres*, como para editar una selección con prólogo propio del *Contrato Social* de Jean-Jacques Rousseau, ambos en 1810 (Moreno, 1943).

de 1837: 1). Más allá del éxito que haya conseguido en configurarse de tal manera, o del resultado comercial que haya tenido la iniciativa, en el simple acto de circular, *La Moda* se convirtió en un antes y después en la historia de la prensa porteña (Pas, 2010: 6).

Comenzando por un breve repaso de los análisis existentes sobre el semanario, en este capítulo exploraremos la forma concreta en que se intentó construir el primer periódico orientado a la lectura por entretenimiento de Buenos Aires. Para ello, nos detendremos en el discurso de los redactores sobre la lectura, el ocio y el entretenimiento, y exploraremos de qué manera se intentó configurar en el plano formal una propuesta editorial acorde, destacando las posibilidades y los límites que existían para hacerlo en la década de 1830.

2.1. *La Moda* como clásico de la prensa porteña. Lecturas críticas

Relata Vicente Fidel López que la “librería” de Marcos Sastre era “un lugar de visita diaria” para “no sólo estudiantes”, sino también “gentes de mayor entidad”, que concurrían por la “abundancia de mercancía”, y también por el buen clima intelectual del establecimiento (Citado en Buonocore, 1947: 23 y 24). Eran asiduos Esteban Echeverría, Juan Bautista Alberdi, Juan María Gutiérrez, Marco M. de Avellaneda, Vicente Fidel López, Félix Frías, los hermanos José y Luis Domínguez, Pastor J. Obligado (Weinberg, 1958), entre otros. Fue alentado por esta juventud que Sastre se dispuso fundar un gabinete de lectura. En la ceremonia de inauguración del “Salón Literario”, un domingo de junio de 1837, se designaron “númenes titulares” a López y Pedro De Ángelis, mientras que para la “colaboración juvenil” se escogió a Echeverría, Alberdi y Gutiérrez (Arrieta, 1955: 74). A posteriori, el hecho fue interpretado como un hito fundacional de la llamada “generación del 37”, compuesta por aquellos jóvenes letrados nacidos luego de la Revolución de Mayo que cerraron filas en torno a un ideario de inspiración romántica y opuesto al federalismo imperante (Myers, 2003; Alfón, 2013).

Subrayar la existencia de *La Moda* en la órbita de esta generación de letrados, quienes como vimos integraron buena parte de su redacción, no solo es una cuestión anecdótica. Se hace necesario remarcarlo en cuanto el hecho no solo motivó el interés de académicos en la publicación a lo largo de las décadas, sino porque informó su lectura de la fuente en clave eminentemente política. Hasta muy recientemente

permanecieron vigentes las hipótesis de estudios eruditos como aquellos de Carlos Galván Moreno (1944), Rafael Arrieta (1955) y Domingo Buonocore (1969), quienes combinaron en sus textos una mirada anacrónica sobre la autoría de Alberdi con el contexto histórico para fundamentar una interpretación que lee la explícita “frivolidad” del semanario como un engaño defensivo realizado ante la censura que esgrimía Juan Manuel de Rosas (Buonocore, 1969: 28).¹⁹

Estos autores hicieron del semanario una expresión de las inclinaciones políticas de la “juventud del Salón Literario”, también fundadora, a posteriori, del club antirrosista “Asociación de Mayo”. El impreso fue leído como “el disimulado fénix de esas cenizas nunca enfriadas” de rebelión, que ocultó sus verdaderos propósitos tras una prosa engañosamente anodina (Arrieta, 1955: 76). Ante “los nuevos riesgos emergentes de la indisimulada frialdad del gobierno ante las actividades juveniles”, imaginaron que Alberdi diseñó el “arbitrio más ingenioso”: “disfrazar sus propósitos renovadores con ese inofensivo nombre de *La Moda*” (Weinberg, 1958: 87).

En esta interpretación, la promesa explícita de escribir acerca las últimas tendencias en vestido y decoración fue solo una cubierta necesaria para poder insertar escritos subversivos de autores europeos como Mazzini, Larra, Saint-Simon o Lamartine. Es decir, lo más selecto del “romanticismo literario [...] filosófico, moralista, progresivo, militante, libertario- y las doctrinas humanitarias y sociales, particularmente el sansimonismo” (Weinberg, 1958: 87 y 88). Consecuentemente, el final prematuro de la publicación fue leído como resultado de este antagonismo ideológico y la persecución política promovida por Rosas (Arrieta, 1955: 76).

Esta lectura netamente política se convirtió en un lugar común con el correr de las décadas, y pueden encontrarse rastros de ella incluso en trabajos de producción reciente. Por ejemplo, en su texto sobre Juan Bautista Alberdi incluido en el segundo volumen de la *Historia Crítica de la Literatura Argentina*, Adriana Rodríguez Pérsico (2003) repite que la “frivolidad” de *La Moda* fue un “escudo” ante la censura (283).

Otra bibliografía contemporánea, sin embargo, disputa esta interpretación. Alejandro Parada (2008) se permite desconfiar de la relación entre la coyuntura y el final del Salón Literario, al tiempo que advierte que el cierre del establecimiento podría haber tenido menos que ver con una persecución política que con problemas

¹⁹ Domingo Buonocore (1969) cita al contemporáneo Xavier Marmier para establecer el contexto de censura, quien en *Buenos Aires y Montevideo en 1850* comparó como en “San Petersburgo, en Moscú, yo pude adquirir, mediante pocas formalidades, los libros más hostiles al gobierno del zar”, mientras que en Buenos Aires “apenas si puede pronunciarse en las librerías el nombre de un autor proscripto, o el título de una obra prohibida” (27).

comerciales debido a la falta de adherentes (71). De la misma manera, los seis meses de existencia que alcanzó *La Moda* estarían en línea con la corta vida media del periódico semanal porteño durante el período.

En particular, al trabajo de Cristina Iglesia y Liliana Zuccotti se le puede atribuir el abrir a nuevas lecturas del semanario a partir de su artículo “El estilo democrático: último grito de *La Moda*” (1997). Allí, las autoras interpretaron el humor del “Boletín Comico”, coto de caza discursivo de “Figarillo” y única constante a lo largo de los veintitrés números del semanario, ya no como un “escudo” sino como un medio discursivo mediante el cual se desplegó “la mirada escudriñadora de la sátira” con el fin de “desacralizar prácticas y convenciones sociales”. La pena de la trasgresión del buen “gusto” fue la pena del “ridículo” (65).

La fijación con la revisión de hábitos en la casa y fuera de ella, que puede analizarse como una “reacción” recortada “contra el avance inquietante de lo público/social” que incipientemente delineaba nuevos límites en la sociabilidad (Arfuch, 2002: 42), enriquece la lectura al describir una dimensión sociocultural al discurso de Alberdi, sin negar por ello su impronta política. Mediante estos discursos humorísticos se buscó demarcar discursivamente los límites entre lo público y lo privado, para luego fijarlo en la lectura con el uso del humor.²⁰ Nuevas reglas que debían regir las interacciones sociales en un Buenos Aires que estos letrados deseaban ver “civilizada” a imagen y semejanza de las capitales de los países industrializados. El periódico se propuso entonces como parte de un “movimiento cultural también emancipador” que complementara la “emancipación política” conseguida en 1810 (Iglesia y Zuccotti, 1997: 65).

Destacamos la lectura de *La Moda* realizada por Iglesia y Zuccotti porque introdujo una mirada innovadora que posibilitó nuevas interpretaciones sobre ella. Pero también porque en ella se señalan dos ejes clave en la empresa discursiva de Alberdi, los cuales no solo informaron nuestro análisis del periódico, sino también de toda la prensa

²⁰ Hay múltiples ejemplos del tipo de discurso satírico analizado por Iglesia y Zuccotti (1997), textos largos como “Da. Rita Material” (*LM*, N° 12, 3 de febrero de 1838: 2-4) o toda la serie de entradas breves titulada “Código de Civilidad”, entre los que se cuenta “Gente aparte” (*LM*, N° 1, 18 de noviembre de 1837: 3 y 4), “Civilidad” (*LM*, N° 9, 13 de enero de 1838: 2), “Aforismo” (*LM*, N° 11, 27 de enero de 1838: 4), “Tono” (*LM*, N° 13, 10 de febrero de 1838: 2), etc. La puesta del foco sobre la sociabilidad, así como el tono satírico utilizado, muestra una clara influencia de textos como “Vuelva Usted Mañana”, publicado en 1833 por el admirado español Mariano José de Larra o “Figaro” (1809-1827). Klaus-Dieter Ertler (2012) detalló la genealogía de esta prosa satírica sobre sociabilidad a través del estudio de los periódicos llamados “*Spectators*” (o “espectadores”), papeles que nacieron en Inglaterra en el siglo XVIII al calor de la Revolución Gloriosa. En esa primitiva prensa moral incluso se recurre al discurso con voz femenina como un método de alcanzar lectoras mujeres (4). Según Ertler hubo una línea clara entre los “*Spectators*” británicos, los “*Moralische Wochenschriften*” alemanes y los “Espectadores” españoles como *El Pensador* (1762-1767) o *El Censor* (1781-1788), y posteriormente, la prensa romántica de Larra.

trabajada en la tesis. Por un lado, se atribuye el “tono zumbón que caracterizó sobre todo a sus primeros números” al hecho que enfrente de la página se podía “inferir un público integrado por hombres y mujeres jóvenes y cultos con capacidad de participación en el juego retórico de sus páginas” (64). A partir de esta afirmación, las autoras establecen una fuerte relación entre las características del periódico y el público deseado por la redacción que, al suponerse integrado de tal forma, tiene mucho en común con ese lector feminizado presentado en el capítulo anterior. Por otro, se subraya que esta fue una publicación explícitamente creada para entretener a sus lectores, en cuanto buscó “reformatar divirtiendo en una ciudad donde la prensa se ocupaba diariamente de novedades comerciales y políticas” (66). Es decir, el semanario se propuso como una publicación periódica orientada a la lectura por entretenimiento, lo cual la hace de interés a nuestra investigación, y en su diferencia con el resto de la prensa contemporánea, la supone tentativamente un punto de quiebre en este respecto.

A continuación, nuestro análisis del semanario se encuentra articulado respectivamente por estos dos ejes: primero, en la novedosa vocación de entretener a un público lector compuesto por mujeres y jóvenes educados; y segundo, en el “espectro de materiales” referidos a la moda, la frivolidad que se ofrecían al lector (64). En ambos puntos, afirmamos que se encontró aquello que distinguió a *La Moda*, y permite proponerla como el puntapié del desarrollo de una prensa orientada a la lectura por entretenimiento en la ciudad de Buenos Aires.

2.2. Los beneficios y los peligros del entretenimiento en la construcción discursiva del público deseado

Aquello que Iglesia y Zuccotti (1997) afirmaron de manera pionera, y que una década después se convirtió en un consenso bibliográfico (Martino, 2008; Molina, 2009; Pas, 2010), había estado escrito en las páginas de *La Moda* desde un principio. El semanario era una publicación destinada a esa juventud que los redactores adjetivaron “fashionable”, compuesta por las jovencitas y los jóvenes de “espíritus inquietos que con nada están contentos” (*LM*, N° 3, 2 de diciembre de 1837: 1). Este fue el “público deseado” que pretendió seducir *La Moda* (Pas, 2010), compuesto por los “hombres y mujeres jóvenes y cultos” del Buenos Aires de finales de la década de 1830 (Iglesia y Zuccotti, 1997: 64).

Decir que este sector de la población era su público deseado, como definimos en el primer capítulo, significa afirmar que las decisiones editoriales tomadas por la redacción fueron guiadas por una serie de suposiciones, presunciones y prejuicios que recortaron en el impreso la figura de un(os) lector(es) implícitos. Esto no implica necesariamente que este lectorado existiera de forma objetiva por fuera del imaginario de los redactores e impresores que confeccionaron la publicación, como exploraremos más adelante. En ese sentido, la acción de configurar un público deseado implica de forma dialéctica a la vez producirlo, mediante la identificación que se proponía desde las páginas del semanario con ciertas temáticas, recursos formales y materiales.

Fue justamente porque apuntó a atraer un público lector compuesto primordialmente por jóvenes que *La Moda* se presentó como el primer periódico impreso en Buenos Aires dedicado expresamente al “adorno y [el] entretenimiento...” (*LM*, N° 1, 18 de noviembre de 1837: 4). Esto era “lo que ellos [querían]”, pues como lamentan Alberdi, “á los jóvenes” no les interesa la “literatura” importante y provechosa, sino “los objetos lijeros” con los que pudieren pasar el tiempo y divertirse (*LM*, N° 1, 18 de noviembre de 1837: 1).

Desde la primera página se deja en claro que esta definición significaba el alejamiento de la política, la economía, el comercio y todos esos temas que dominaban la prensa de Buenos Aires desde sus albores. Por ello esta no era una gaceta, sino un “gacetín” como rezaba cada portada, o una “gacetita” según adjetivaba el anuncio publicado en el *Diario de la Tarde* (*DdT*, N° 1.911, 10 de noviembre de 1837: 3). Los diminutivos venían a remarcar el carácter del impreso frente a publicaciones consideradas “serias”, o en este caso adultas, que podrían brindar mayor provecho al lector, pero también funcionaban como un acercamiento afectivo a los lectores que se consideraba ocupaban la misma categoría de minoridad.

En lugar de política y la cosa pública, *La Moda* se preocupó de cuestiones menos urgentes y más distendidas, como la “música”, la “poesía”, la “literatura”, las “costumbres” y las titulares “modas” (*LM*, N° 1, 18 de noviembre de 1837: 1). El semanario prometió enfocarse en los menesteres “frívolos” de la sociabilidad urbana y otras cuestiones que caían por “fuera” de lo que se consideraba el ámbito de los “discursos racionales” como remedio a esas cosas que dan “sueño” (*LM*, N° 18, 17 de marzo de 1838: 3). Al no poner ninguna “frivolidad” por debajo de sus intereses, fueran los ribetes de la moda, los divertimentos urbanos o hasta el cotilleo del chisme,

explícitamente se abrió a un mundo discursivo que nunca había sido invitado formalmente a la prensa de aspiraciones eruditas o ilustradas.

Johan Huizinga (1980) señala que esta apreciación cualitativa del tiempo, que separa el tiempo utilizado de forma provechosa y aquel en lo frívolo, proviene del siglo XIX europeo, cuando el ascenso de la burguesía “dejó poco lugar para el juego” y toda actividad que no se considerara productiva. La Revolución Industrial no hizo más que exacerbar el utilitarismo del siglo pasado, convirtiendo al trabajo, la eficiencia y la producción en el “ideal, y luego el ídolo, de la era” (192). En este contexto, los usos del tiempo ocioso, no vinculados al trabajo o actividades que no apuntaran a un fin productivo, particularmente el consumo no asociado a necesidades vitales, comenzaron a ser definidos de manera negativa como un “desperdicio” de energía que podría ser destinada a un fin provechoso.

A pesar que Buenos Aires se encontraba lejos, tanto espacial como materialmente, de esta Europa revolucionada, la particularidad de la experiencia americana, en el cruce entre dos temporalidades históricas diferentes a ambas orillas del Atlántico, dotó igualmente de urgencia al problema en ojos de los letrados (Poblete, 2000; Parada, 2007).²¹ En este sentido, si bien Víctor Goldgel (2013) destaca *El Recopilador*, y el esporádico “Observador de Modas” del mercantil *Diario de Anuncios* como antecesores directos (113), una genealogía de *La Moda* demanda prestar atención a la circulación de publicaciones europeas en Buenos Aires. Lo supieran los jóvenes “románticos” de Buenos Aires o no, *La Moda* se inscribía en una tradición de publicaciones sobre moda en pleno desarrollo en el Viejo Continente. Cincuenta años antes, “Friedrich Justin Bertuch, un editor de Weimar y amigo de Goethe”, en su *Journal des Luxus und der Moden* (Förster-Beuthan, 2010: 2), proponía desde “una perspectiva antropológica” que el “deseo humano de moldear su apariencia” era “un deseo natural y debía ser cultivado en una sociedad burguesa” (4). En Francia, el *Journal des dames et des modes* fue “una publicación precursora que apareció entre 1797 y 1837, presentaba grabados y descripciones de vestimentas tanto para el hombre como para la mujer” (Lyons, 2012: 301). Si bien no tenemos constancia que haya llegado a manos de los porteños este o el homónimo periódico parisino *La Mode* (1829-1831) de Émile de Girardin (Sanson,

²¹ No cabe dudas en ese punto que la cruzada discursiva de los jóvenes románticos se inspiró en ideas europeas (Myers, 2003; Poblete, 2000), y se propuso adoptar los valores industriales que asociaban con países de economías capitalistas desarrolladas como Francia o Inglaterra. De esta admiración, hay amplia evidencia en las mismas páginas de *La Moda*, sobre todo hacia el final de andada, donde se hacía de la cuestión un tema recurrente de reflexión en largos ensayos. Por ejemplo, “Mi nombre y mi plan” (*LM*, N° 5 16 de diciembre de 1837: 1-3); “Las cartas” (*LM*, N° 7, 3 de enero 1838: 3 y 4); “Dialogo sobre alguna cosa importante” (*LM*, N° 19, 24 de marzo de 1838: 1 y 2); y “Reaccion contra el españolismo” (*LM*, N° 22, 14 de abril de 1838: 1 y 2).

2011), sí es una certeza que durante el período rivadaviano circularon publicaciones ilustradas como *Variedades, o Mensajero de Londres* (1823-1825). De edición trimestral, en sus más de cien páginas impresas en Inglaterra para el mercado hispanoamericano por Rudolph Ackermann, este último incluyó fastuosas ilustraciones a todo color sobre vestidos, mobiliario y otros objetos de consumo suntuario europeo, que convivían en las páginas en tensión con las redacciones en español, políticas y críticas de la “frivolidad” del sacerdote y publicista peninsular José María Blanco White (Munilla Lacasa, 2018).

En la constatación de esta circulación de prensa importada podemos imaginar con fundamento un origen tanto para al repertorio temático del semanario de Alberdi, con su promoción de la moda y el consumo, como para la búsqueda editorial que utilizaba esta temática como un atractivo para el potencial lectorado. Estas mismas posiciones habían sido defendidas por Ackermann en sus cruces discursivos con el redactor Blanco White (Munilla Lacasa, 2018). Aún más, no puede dejar de ponderarse que la temprana adopción de esta zona temática “frívola” en un impreso porteño (pues imitar los recursos formales era materialmente imposible), impregnaba al periódico con el halo de prestigio que destilaba lo importado europeo y “civilizado”.

Como exploramos en el capítulo anterior, esta zona temática tuvo una carga de género particular, marcadamente femenina. La profunda transformación social, económica y cultural que representó el capitalismo tendió a definir en las sociedades industriales, los límites normativos de las esferas de lo público y lo privado, de manera tal que la mujer quedó aprisionada en la segunda: el reino de la familia, lo íntimo y la domesticidad. En el discurso racional (y masculino), esta división redundó en la caracterización de lo femenino como su antítesis: lo irracional, lo frívolo, lo ocioso, lo improductivo, lo poco sofisticado, lo masivo (Huyssen, 2006).

Salvando las claras distancias, Pilar González Bernaldo de Quirós (1999) constata que, durante los años en que vio prensa *La Moda*, y a lo largo de todo el siglo XIX, Buenos Aires atravesaba lentamente este mismo proceso ligado a “la instauración del espacio íntimo”. Sobre todo, en los sectores altos que comenzaban a desarrollar “una nueva sensibilidad y gusto por la privacidad” (146), que sabemos además tan importante para pensar la lectura practicada en forma interna, silente e individual (Chartier, 1992; Parada, 2007). En su búsqueda por “desacralizar prácticas y convenciones sociales” consideradas anticuadas (Iglesia y Zuccotti, 1997: 65), por criticar y modificar “las costumbres en diversos ámbitos de relación (tertulias, teatros, calle, iglesia,

conversación, correspondencia, vestido)” en el marco de “un proyecto de sociabilización y civilización” (Molina, 2005: 153), el mismo semanario promovía dicha nueva sensibilidad, llamando una vida íntima “libre del vecino que atisba del balcon” (*LM*, N° 9, 13 de enero de 1838: 2 y 3).

Precisamente por ello, para apelar a un lectorado compuesto por “mugeres”, la redacción despliega, como veremos, una operación compleja: recorriendo una fina pasarela entre concesión y reforma, criticando a las mujeres lectoras por mostrarse cansadas de la “política tan machorra” y de esas “cosas filosóficas tan aburridas”, mientras que se promocionó como el primer periódico que vino a ofrecer textos “de paseos, de personas, de tertulias, de cuentos, de peleas, de casamientos, de partos, de bautismos” y otras “cosas” que ellas entendían (*LM*, N° 18, 17 de marzo de 1838: 3).

La moda, en particular, se pensó como el encuentro entre la irracionalidad del deseo y el impulso libidinal por el consumo de las mujeres (Hallstead, 2005). Como escribió un redactor en el periódico, “no contraigo compromiso con la moda, sin ser esclavo de ella” (*LM*, N° 1, 18 de noviembre de 1837: 4). Desde el comienzo de la industria del vestido en términos masivos, considerada una cuestión femenina ya que solo la mujer podía interesarse por cuestiones triviales y superficiales como el estilo y el culto a la apariencia, la normativización de los roles fue una parte integral. Para la consumidora, bombardeada por publicidad que ponía exclusivamente la carga erótica en ella, esto significó dos cosas. Primero, ser presentada como un objeto de deseo en los anuncios destinados al público masculino. Segundo, y paradójicamente, en aquellos orientados a su propio consumo aparecía como una “princesa de cuentos de hadas que es fríamente hermosa y orgullosamente remota”, a la vez casta y pasiva pero capaz de despertar el deseo en su príncipe azul (Williams, 1982: 90).

El mundo de la moda era donde la mujer podía proyectar sus sueños, y también donde se encorsetaban sus deseos. De allí que la redacción escogió el concepto tanto como título y como eje temático del “prospecto”, presentándose al semanario como un “papel” comprometido con sus “noticias continuas del estado y movimientos de la moda (en Europa y entre nosotros)” para apelar a las “señoras” lectoras ansiosas por saber sobre “colores”, “peinados”, “muebles”, “calzado”, “puntos de concurrencia pública” y “asuntos de conversacion general” (*LM*, N° 1, 18 de noviembre de 1837: 1).

Encontramos en el periódico también a ciertos hombres asociados con la frivolidad de la moda y el consumo. En una epístola firmada por “Uno del pueblo”, pero sabemos escrita por José Barros (Iglesia y Zuccotti, 1997: 97), el redactor se pregunta si para ser

“una persona urbana” era “indispensable el gastar esos estilos estremados, esos gestos y contorsiones de femenil pulcritud, esas cortesias tiernas y sentimentales”. Una suerte de “imitacion de muger hipocondriaca”, que lo ponía al hombre a preocuparse por el “vestir mas cuidado y mas prolijo” cual “coqueta de mal tono”. Barros cierra la carta maldiciendo con “urbanidad” a sus “enemigos”, sus “esclavos” pero jamás para “sus compatriotas” (*LM*, N° 15, 24 de febrero de 1838: 1).

Este texto, que ha sido leído como una sátira a la oposición de federales frente a la “urbanidad” unitaria, establece en el semanario un tópico cuya recurrencia expresa una preocupación constante. En otro ejemplo, se denunció la “plaga” de los hombres “anfíbios” que conversaban “sobre la ultima moda de Paris” y la usaban en *composé* con su “pelo largo” (*LM*, N° 9, 13 de enero 1838: 1). “Figarillo” también se ocupa de señalar que jamás ha gustado de “andar de bracete con hombres; ni llevar, ni que me lleven”, implicando que era una actitud poco reputable para un individuo razonable (*LM*, N° 10, 20 de enero de 1838: 2).

En el temor a la “feminización” de la juventud porteña expresa en el periódico, la preocupación expresada por la “frivolidad” del consumo y los usos “ociosos” del tiempo en lo referido a los hombres, encontramos, por un lado, el planteo de una cuestión social. El deslizamiento hacia la irracionalidad de estos “inútiles a la patria y la filosofía” es un problema del primer orden para los redactores, el cual debía resolverse con urgencia, pues se afirmaba que solo “jóvenes virtuosos” serían capaces de construir una nación civilizada (*LM*, N° 10, 20 de enero 1838: 1).

Pero, al mismo tiempo, es justamente por esta razón que estos hombres “frívolos” fueron incluidos, al igual que las mujeres, dentro de los confines del público deseado del semanario. Fue a este lector feminizado que los redactores buscaron apelar con su propuesta editorial. Como un caballo de Troya, en *La Moda*, la lectura por entretenimiento se hizo un lugar con el fin de atraer más público, y una vez cautivo, ofrecerle otra lectura, de corte reformista y hasta pedagógico, que esparciera “los ‘conocimientos de las luces’ que aún no estaban del todo arraigados en la población” (Di Pasquale, 2016: 122).

Si *La Moda* pretendió ser una oferta de “objetos lijeros” para la lectura por entretenimiento, lo fue con condiciones explícitas. “Venga la habitud de léer, y despues la regla de esta habitud” (*LM*, N° 1, 18 de noviembre de 1837: 1). Alberdi confeccionó la propuesta editorial como un “pasatiempo” a ser consumido en las horas muertas de lectores que de otra manera no se hubiesen acercado (*LM*, N° 18, 17 de marzo 1838: 1).

Los textos sobre moda y costumbres se ofrecían entonces como incentivo para propiciar la tan mentada “habitud de léer” (*LM*, N° 10, 20 de enero 1838: 1). En particular de aquel lector feminizado que leía sin “luces” (Goldgel, 2013: 156), identificado como vimos en mayor medida, pero no exclusivamente, con la mujer.

De esta manera se explica el “tratamiento contradictorio” que, señalan Iglesia y Zuccotti (1997), recibieron los suscriptores en las páginas del semanario. Las “coqueterías” y “diversiones” con las que ocupan su tiempo libre son “objetos de sátira y ridículo”, pero “se dirige buena parte de los artículos” donde se los “alecciona para modificar su sociabilidad, su educación, sus elecciones matrimoniales, su prescindencia de las tareas patrióticas” (69). Esta tensión, cargada con un sesgo de género en los lectores, fue integral al discurso sobre el consumo, los usos del tiempo y la lectura dentro de un semanario que encarnaba una apuesta inédita orientada a promover la lectura por entretenimiento como un medio para atraer un público ampliado a la prensa con fines pedagógicos.

El riesgo de tal estrategia no era desconocido para los redactores. Como se desprende de nuestra caracterización del público deseado, fueron las mujeres en particular el mayor objeto de la preocupación ante los efectos del ocio, debido a la combinación de la “arbitrariedad” del consumo de bienes considerados “frívolos” con el “defecto” de su “irracionalidad” (Iglesia y Zuccotti, 1997: 67). Sarmiento, coincidió en las caracterizaciones sobre los peligros latentes. En *El Progreso*, periódico que fundó en 1841 durante su exilio chileno, se incluyeron “zonzeras” y “material para la conversacion de sobremesa i té” para apelar a la lectura del “desocupado” y “las señoritas”, pero se aconsejaba ante todo en el cuidado de las segundas, garantizando a madres y padres que en los periódicos destinados a ellas “no hai riesgo que el exceso enferme sus desganadas constituciones” (Sarmiento, 1885: 2 y 3).

En este sentido, una zona de *La Moda* no hacía más que continuar epigonalmente algunos juicios severos sobre el fenómeno de la moda y el consumo, en sintonía con lo escrito casi una década antes en *La Aljaba. Dedicada al bello séxo Argentino* (1830-1831),²² un verdadero “martirologio femenino en favor de los hombres y la patria” donde se condenaba todo ocio sin miramientos (Batticuore, 2005a: 119 y 120). En un

²² Este “primer semanario femenino” tan solo existió por dos meses entre finales de 1830 y comienzos de 1831, y constó de ejemplares de cuatro páginas que se distribuyeron desde la Imprenta del Estado todos los días martes y viernes. Estuvo redactado por una “autora escondida” (Batticuore, 2005a: 119) quien se refiere a sí misma como “la redactora” o “la editora”. En algunos textos se atribuye la dirección del semanario a Petrona Rosenda de Sierra, periodista y poeta nacida en Montevideo, la única mujer en formar parte del volumen *El Parnaso Oriental* editado por Luciano Lira en 1835 (Romiti, 2011: 20).

largo ensayo publicado en dos partes titulado “Al Bello Sexo”, por ejemplo, se incentivó a la mujer a alcanzar “su verdadera condición social” negando el ocio y el consumo. El autor anónimo condenó sin reservas a la “frivolidad” del “arte de vestir, de andar, de mirar, de fingir aun sus mas naturales é inocentes pensamientos”, así como a “la ociosidad mental” que demandaba la lectura por entretenimiento, ambas tentaciones que bajo ningún concepto resultaban favorables. Estos no eran sino obstáculos para el “verdadero camino de la virtud, con la instrucción se aprende á amar, á adorar a Dios, á bendecirlo en sí y en sus maravillosas obras” (todas las citas precedentes en *LM*, N° 5, 16 diciembre de 1837: 3).

Pero Alberdi como jefe de redacción del semanario supo diferenciarse de las posturas más duras. Si las “modas” era el único lenguaje que hablan las mujeres, entonces a través de la misma se intentaría “civilizar” a las lectoras (*LM*, N° 3, 2 de diciembre 1837: 2). Mientras el redactor de “Al Bello Sexo” obturó por completo esa posibilidad al considerar “la moda”, las “risas” y el entretenimiento como más que un obstáculo en el camino a la “virtud” del lector, el joven romántico defendió un lugar para ellos. Fiel a su objetivo de alcanzar un público lector compuesto por jovencitas y jóvenes, argumentó que podría haber un filón beneficioso a explorar estos temas.

En esta vocación podemos encontrar evidencia del modo en que, como señala Susan Hallstead en su tesis *Fashion Nation: The Politics of Dress and Gender in 19th Century Argentine Journalism (1829-1880)* (2005), los letrados porteños del período adherían a una “narrativa de la moda” en la cual el consumo de vestimenta y otros objetos como los relojes o la prensa era la medida en que el desarrollo de una nación se hacía visible (184). En *La Moda*, el consumo considerado como civilizado fue un medio por el cual se intentó regular y corregir en particular la sociabilidad de las mujeres lectoras, asociándolo con las “nociones simples y sanas de una urbanidad democrática y noble...” (*LM*, N° 1, 18 de noviembre de 1837: 1). Al discutir menesteres de la moda, un redactor concluyó que “el faro, digámoslo así, sobre el cual, deben clavar sus ojos, para escapar del caos de antítesis que nos envuelve, la legislación, la moralidad, la educación, la ciencia, el arte, lo mismo que la moda, es la democracia” (*LM*, N° 3, 2 de diciembre de 1837: 3).

En particular en los primeros números del semanario, existió un claro intento del semanario por establecer una relación discursiva entre la moda en sus múltiples encarnaciones y la emergencia de un nuevo orden en el mundo occidental. Cuando se sugirió que en París se estilaban los peinados “á la griega, y á la romana” como

consecuencia del republicanismo (*LM*, N°5, 16 de diciembre de 1837: 3), la búsqueda discursiva por establecer un lazo entre moda y civilización aparece como todo menos sutil. Detrás de la discusión sobre las “últimas modas francesas” se encontraba la convicción de que fomentando el consumo se promovían las transformaciones económicas (en la producción y en la circulación de bienes), o cuanto menos, el refinamiento de ideas, prácticas y gustos.

En la opinión de Alberdi, métodos más honestos hubiesen sido preferibles. Por ejemplo, ofreciendo directamente la “literatura” que una “aplicacion continua del pensamiento á las necesidades serias” de la nación demandaba. Pero, “una desgracia requerida por la condicion todavia joven de nuestra sociedad” (*LM*, N° 18, 17 de marzo de 1838: 1), se debía recurrir a recursos con visos de “seducción mercantil” para atraer al público deseado y brindar la “educacion [que] una persona jóven” requería para instruirse (*LM*, N° 1, 18 de noviembre de 1837: 1).

Domingo Faustino Sarmiento,²³ por entonces un joven letrado argentino contemporáneo a Alberdi, fue cáustico en su prescripción. En el editorial impreso el 10 de noviembre de 1842 en su periódico *El Progreso*, editado en Chile, declaró que con el fin de atraer la mayor cantidad de lectores posibles “...nuestro diario tendrá siempre alguna puntilla por donde granjearse la benevolencia de nuestros amables lectores”. A saber, publicar “el regalo del paladar” que es la lectura “amena”. Pero antes que puedan “llevarse a la boca” esos “postres”, el redactor preguntó a su público “¿qué hace usted? ¿trabaja? ¿estudia? ¿se desvive por complacer a sus compatriotas?”, dejando en claro sus intenciones (Sarmiento, 1885: 3)

Tanto Alberdi como Sarmiento fueron pragmáticos en su reconocimiento que esa literatura útil, por más patriótica que fuera el prospecto de su lectura, no tentaría a los suscriptores que pretendía alcanzar. Llegaron entonces a la conclusión que para utilizar la prensa como una herramienta civilizadora era necesario una propuesta editorial más sofisticada. Confeccionaron impresos que contemplaron, además de la instrucción mediante lecturas útiles, diversas maneras de ofrecer las “risas”, los “pasatiempos”, la lectura “amena” y de entretenimiento que, suponían ellos, demandaba.

²³ La larga carrera periodística de Domingo Faustino Sarmiento se había iniciado en su San Juan natal con *El Zonda* (1839) y continuó en Chile con colaboraciones dentro de *El Mercurio*, *El Heraldo Nacional*, *El Nacional*. Posteriormente funda *El Progreso* (1842-1853). Igual de fuerte fue su compromiso pedagógico. “¿Cuándo llegará el día”, arengaba a sus colegas periodistas, “que la prensa periódica sea solo un instrumento de moralidad, una cátedra de sanos principios i de instruccion, i un motor de civilizacion i de progresos?” (Sarmiento, 1886: 287). En Santiago de Chile, llega a editar su *Método de lectura gradual* como un manual de enseñanza y aprendizaje en 1849. Según Félix Weinberg (1987), sus constantes intervenciones sobre el tema en la prensa chilena durante su exilio de los 1840 y el comienzo de los 1850 lo convirtieron a su regreso en una reputada autoridad sobre la materia (8).

Fue en esta decisión que radicó la originalidad de la empresa discursiva de Alberdi, y la que nos permite proponer a *La Moda* como el punto de partida del desarrollo de una prensa orientada a la lectura por entretenimiento en Buenos Aires. Con el fin de alcanzar un público deseado compuesto por hombres jóvenes y mujeres, es decir feminizado, se confeccionó una publicación periódica que incluyó lectura pensadas como divertidas para atraerlos hacia una suscripción. Esta apertura a discursos asociados a la lectura por entretenimiento, como lo eran los discursos sobre moda, sociabilidad y otras temáticas consideradas frívolas, se apoyó una “narrativa” particular sobre el consumo civilizado, pero también en la vocación “romántica” de la “lectura libre”, que expandió los horizontes de lo que era considerado publicable en la prensa.

2.3. “Cómo darle a los lectores las ‘risas’ que ‘quieren’”: el diseño de una propuesta editorial orientada al entretenimiento

El desafío estuvo planteado de forma clara desde el inicio: lograr hacer suscriptores de ese público deseado por la redacción. “¿Para que la han de leer?”, se preguntó desde el semanario en un largo texto, si los “únicos medios” a los que obedece el público “son el palo, el oro y la risa” (*LM*, N° 17, 10 de marzo de 1838: 2). Figarillo vuelve a explicitar aquí la empresa discursiva que siempre rigió el esfuerzo editorial: los “pocos lectores” con que cuenta *La Moda* se atribuyen “á las pocas risas que se le escapan” (*LM*, N° 17, 10 de marzo de 1838: 2 y 3). El discurso puso en el centro la apuesta por entretener al lector. El poder de convocatoria de la “risa” era su carta de triunfo, la innovación que lo separaba de otros periódicos y cautivaría el interés de porteños indiferentes a la palabra impresa. “Nadie es sordo al susurro formidable de la risa”, insiste Alberdi (*LM*, N° 17, 10 de marzo de 1838: 2).

Regresando a la provocación inicial de Iglesia y Zuccotti (1997), no quedan dudas que se logró con éxito construir discursivamente a ese público deseado compuesto por “hombres y mujeres jóvenes y cultos” (64), mediante un despliegue de textos que ahondaron en esa zona temática cercana a lo irracional (moda, consumo, chisme). Sin embargo, como vimos en el primer capítulo, según nuestra definición, una publicación orientada a la promoción de la lectura por entretenimiento no agotaba los recursos empleados en lo discursivo o temático, sino que debía incluir todas las dimensiones de una propuesta editorial, incluyendo lo formal y material.

Dicho de otra manera, nos enfrentamos ante la pregunta por qué tan exitosa, al menos durante un breve período, fue la redacción de *La Moda* en crear una propuesta editorial capaz de redefinir el pacto de lectura, sin contar los grandes editoriales propositivos, cuán capaz fue de cumplir el compromiso de capturar en sus páginas el “susurro formidable de la risa” (*LM*, N° 17, 10 de marzo de 1838: 2). La vocación por entretener al lector se condensó en *La Moda* en el despliegue de dos recursos formales.²⁴ El primero de ellos fue complementar las temáticas asociadas al lectorado feminizado con una escritura que resultara “fácil”, “rápida” y “legible” en el consumo (Sarlo, 1985: 14), es decir, accesible a un público con competencias diversas. Si como señalaron McKenzie y Chartier, la práctica no solo es informada por el texto verbal, sino también mediante marcas tipográficas, tiene sentido que la propuesta editorial de un periódico que apostó a ser un pasatiempo ofrezca una lectura que demande la menor cantidad de dificultad de decodificación posible (Colclough, 2007: 10).

Desde la perspectiva de la puesta en página, *La Moda* claramente aspiró a respetar este objetivo.²⁵ Sobre cuatro carillas predominantemente blancas, dos columnas de texto bien distanciadas del margen y la una de la otra, presentaban una tipografía clara y accesible. Si bien durante la década de 1830 los periódicos aún no se imprimían con el nivel de compresión tipográfica que lo harían posteriormente, la disposición en el semanario resultaba abierta, aireada incluso en comparación con contemporáneos como *La Gaceta Mercantil* y *Diario de la Tarde*. Asimismo, el tamaño de la página permitía sostener cómodamente el impreso en las manos, sin hacer necesariamente una superficie amplia como un escritorio sobre el cual apoyarlo.

La distribución de los ejemplares nuevos los días sábados evidenció otro modo en que la redacción sedujo el tiempo de ocio del lector. Por un lado, se buscó evitar competir directamente con publicaciones políticas y mercantiles, que por entonces ya veían prensa a diario, pero no aparecían los domingos. Por otro, le permitió presentarse netamente como una lectura para el primer día de la semana, durante el cual se suponía el suscriptor dispondría de más tiempo para consumirlo. Estas características de circulación, formales y materiales señalan también hacia una pretendida diferenciación entre la propuesta editorial del semanario y del diario. Sin la premura de la actualidad de la opinión pública y el acontecimiento que le disputara tiempo de lectura durante la

²⁴ La inclusión de literatura narrativa queda en lo anecdótico, apareciendo solo una entrega de “Parisina. Cuento poetico de Lord Byron traducido en verso castellano por D. Enrique de Vedia y Gossens” ya sobre el final de la publicación (*LM*, N°21, 14 de abril de 1838: 3)

²⁵ Para todas las referencias específicas acerca de la confección de la página de una fuente dirigirse a Anexo B. Las fichas de fuente incluidas en el Anexo A detallan los aspectos formales.

semana, el impreso redactado por Alberdi aspiró a ser una alternativa menos urgente, con textos que no eran sensibles a la caducidad del paso del tiempo, como sí lo eran las novedades políticas o comerciales.

Las concisas críticas a las “Costumbres” de “Gente Aparte” son un buen ejemplo de una escritura sintética que buscó capturar la “risa” de lector de manera rápida y fácil, listando ejemplos de prácticas sociales consideradas negativas para luego satirizarlas. Nadie quedó exento de ser el remate del chiste en esos decálogos en contra de la pobre civilidad:

Aficionados y aficionadas (acibar de las tertulias) que desentonan mas que un gato en el *Desamor* y en la *Corina* – *gente aparte*.

Padres mui honrados que á la tierna inocente garganta de sus hijos dan garrote con un corbatin enorme: les aflijen los piecesillos con bota á doble zuela; y los envuelven en fraque ó levita de tal modo, que por detrás aparecen viejos enanos- *gente aparte*

[...]

El sombrero al lado; las mangas del vestido dobladas, el pañuelo flotando en la mano derecha; y aros en las orejas, solo lo usa la... *gente aparte*.

Oyentes de misa desde el pórtico... *gente aparte*.

Filarmónicos que en el Teatro marcan á patadas el compas, impregnando del polvo el aire y de tormento las orejas – *gente aparte* (*LM*, N° 1, 18 de noviembre de 1837: 3 y 4, *cursiva* del original).

Al desplegar este listado con intervenciones sobre la moda y la sociabilidad urbana, el semanario ingresa en ese terreno ya señalado por Iglesia y Zuccotti (1997), en el cual se utiliza la sátira como un medio para ridiculizar y corregir aquellas prácticas sociales que eran condenadas por el redactor. Gioconda Marún (1983) profundiza en su estudio sobre las aristas “reformistas” de este “costumbrismo” de la “generación del 37”, y específicamente Alberdi, destacando los “brevarios” sobre “reglas de urbanidad” y “civilidad” como un recurso privilegiado en su búsqueda por “modificar la realidad [ético-social] de acuerdo a los países más adelantados” (158). Incluso los hábitos del lector mismo fueron puestos bajo la lupa de la sátira, fastidiándose el redactor con aquellos que se empecinan en leer hasta la última letra. “Ha concluido V. con la Gaceta? – No señor, todavia no he leído los avisos de la última columna, ni sé quien es el editor responsable” (*LM*, N° 1, 18 de noviembre de 1837: 4).

Fiel a la declaración del prospecto inicial, en la cual la redacción prometió escribir “objetos lijeros” como un medio para educar a su público “deseado”, se intenta aquí hacer *útil* lo considerado *inútil*, utilizando un repertorio temático asociado a la frivolidad de la moda, de la música y la sociabilidad urbana que tenía más que ver con París que con Buenos Aires. En este sentido, en su utilidad ulterior, los decálogos sobre

las “reglas de urbanidad” no distaron en objetivo de los largos ensayos morales que abundaron en el semanario.

En contraste con la citada serie “Al Bello Sexo” (*LM*, N° 5, 16 de diciembre de 1837: 3; *LM*, N° 9, 13 de enero de 1838: 1 y 2), que se extendieran a través de páginas e incluso números, las instancias de sátira “costumbrista” se distinguían por cultivar la escritura accesible que asociamos a la lectura por entretenimiento. En su presentación sucinta y de rápido impacto, cada una de estas breves composiciones condensó una lectura que se propuso entretenida no solo desde lo temático, sino también desde lo formal. No requerían tiempo extenso, ni más información contextual que aquella que el lector ya obtenía en su propia sociabilidad (de porteño educado bien posicionado que va al teatro y otras funciones sociales). Tampoco eran sensibles al tiempo, manteniendo su sentido, aunque fueran leídos a destiempo de su fecha de publicación.

La utilización de una escritura accesible, en la relación entre costumbrismo y reformismo mediada por la comicidad de la sátira, imprime en el despliegue del recurso formal una característica extra que la descentra del fin puro del entretenimiento. Como señaló Coriolano Alberini (1966) en su lectura clásica sobre la historia de las ideas filosóficas en Argentina, los románticos, y en particular Alberdi, fueron románticos en sus medios, pero sus fines tuvieron una inspiración más cercana a la Ilustración, o incluso el clasicismo. En este sentido, se puede leer el despliegue temático y formal de discursos tendientes a propiciar el entretenimiento del lector según la dualidad horaciana immortalizada en su *Ars Poetica*: la finalidad de la poesía, o en este caso, la lectura de periódicos, podía servir para enseñar (“*docere*”), para disfrutar (“*delectare*”), o ambos a la vez (García Berrio, 1977). Esta última fue la aspiración de los redactores de *La Moda*, quienes, si buscaron deleitar, fue para hacer más atractiva la enseñanza.

Estas intervenciones sobre la “frivolidad” porteña aparecen entonces como una suerte de forma mixta, en la cual son maridados lo útil de la lectura erudita promovida por Alberdi, y la “inutilidad” de la lectura por entretenimiento. Lo que, es más, contrariamente a lo que podría intuirse del nombre de la publicación (y la promesa de los redactores en el prospecto), este tipo de textos terminarían siendo más bien excepciones, desapareciendo junto a otras secciones como “Moda de Señoras” (*LM*, N° 1, 18 de noviembre de 1837: 3; *LM*, N° 2, 25 de noviembre de 1837: 2; *LM*, N° 5, 16 de diciembre de 1837: 3), luego de alcanzarse los primeros seis ejemplares en prensa, ganando progresivamente espacio a partir del séptimo los ensayos sobre cultura, historia, filosofía y literatura europea.

Antes de presentar el segundo recurso formal que destacamos en la propuesta editorial de *La Moda*, debemos destacar que la música tuvo una presencia más constante que variable en las páginas del semanario. Fuera mediante una oda al genio de Paganini (*LM*, N° 10, 20 de enero de 1838: 3 y 4), consejos sobre un “Modo seguro de hacerse cantor” (*LM*, N° 6, 23 de diciembre: 3), o la comparativa de la composición lírica italiana “Bellini a la faz de Rossini” (*LM*, N° 16, 3 de marzo de 1838: 1 y 2), múltiples facetas del cuarto arte fueron impresas en la forma de largos y reflexivos ensayos monográficos temáticamente centrados en ella. Una explicación de esta afinidad la encontramos en los estudios de Guillermina Guillamón (2016), quien ha demostrado extensamente la relación entre “romanticismo” argentino y la difusión y práctica de la música, determinando que la segunda ocupó un lugar relevante en el imaginario de la “generación del 37” a partir de ciertos “tópicos románticos que erigieron a lo musical como una práctica social y artística fundamental en la constitución de un nuevo orden político” (3).

Guillamón afirma que sería un error reducir a la música al espacio “de ocio y recreación”, y llama la atención sobre la complejidad sociocultural y política del circuito en el Buenos Aires decimonónico. Durante la década de 1830 este ámbito se había configurado en “una de las esferas artísticas más activas en la ciudad” gracias al “impulso iniciado durante el período rivadaviano (1821 -1827)”, y contaba con “espacios de ejecución y educación musical” consolidados, y hasta una cierta profesionalización de “instrumentistas y cantantes” (3). Lo que, es más, el mismo gusto por la música “moderna”, enraizada en el estilo europeo contemporáneo instalado por el éxito de “la ópera *buffa* italiana”, fue politizado en cuanto se definió su “modernidad” por su calidad de un “arte nuevo y original, fundamentado en las particularidades y necesidades locales”, que oponía la novedad contra de “la influencia del neoclasicismo” como, en un sentido más general, lo europeo contra “un proyecto ya obsoleto, anclado en la tradición hispánica” (6 y 7).

En el periódico que analizamos se encuentra evidencia de la vitalidad de ese mundo incipiente. Allí se cruzaba la sociabilidad urbana del espectáculo público con la práctica realizada por músicos profesionales. Tanto en las pocas reseñas donde se elogia o critica una función lírica o teatral (*LM*, N° 2, 25 de noviembre: 2; *LM*, N° 7, 3 de enero de 1838: 1 y 2; *LM*, N° 11, 27 enero de 1838: 3 y 4), como en las ya mencionadas breves entradas satíricas donde se señala con saña las faltas a la etiqueta correcta en dichos eventos. El tratamiento de este espacio de la vida pública porteña permite ver, como

señala Guillamón, que esta fue una esfera pública donde se ponían en juego reputaciones. En futuros capítulos comprobaremos que los conciertos, las funciones líricas y otros espectáculos fueron una constante temática en los periódicos que componen el corpus de esta tesis, apareciendo de manera recurrente en la forma de crónicas, avisos publicitarios, y hasta ilustraciones.

Este mundo, vale señalar, no existió aislado de una sociabilidad urbana del entretenimiento más general, donde tenían lugar los cruces entre la literatura, la prensa y hasta las funciones privadas de particulares. La trayectoria del joven “romántico” por excelencia, Esteban Echeverría, reconstruida por Cristina Iglesia (2014), viene a probar este punto. Entre 1833 y 1838, mientras componía los “poemas elevados” por los que sería construido como el padre de la literatura argentina, también escribió otros menos conocidos, “de rima fácil destinados a convertirse en canciones gracias a su encuentro con Juan Pedro Esnaola”,²⁶ que se elevarían como un “repertorio de música popular urbana” elegido por los porteños “de diversas clases sociales” para animar “tertulias, veladas, bailes y serenatas” (362).

Fueron estas canciones las que hicieron conocido a Echeverría en Buenos Aires y Montevideo, una fama que “difícilmente hubiera logrado por sí solo su pequeño libro de poemas” (363). Es que este cancionero, que fue adjetivado en consonancia con nuestro objeto de estudio como “misceláneo y extranjerizante” por un crítico contemporáneo (364), se insertó en un “clima de verdadero entusiasmo por la música para cantar o bailar” (365). Sostenemos, entonces, que la música también fue una cuestión “de ocio y recreación” para los porteños que la oyeron, discutieron, la bailaron, la cantaron, la consumieron. Si en torno a este arte se pudo configurar un circuito profesional de espectáculos que convocaban una audiencia que pagaba entradas, o incluso un joven poeta como Echeverría pudo alcanzar reconocimiento gracias a la circulación de sus canciones, fue porque una gran cantidad de consumidores “de diversas clases sociales” consideraron la música no solo un espacio de sociabilidad en el cual construir una reputación, sino también un interés genuino, un entretenimiento, en el cual invertir su tiempo y dinero por placer.

La música tomó muchas formas en *La Moda*. Fue una actividad concebida dentro del semanario como una práctica “solo por adorno y entretenimiento”, un “interés muy

²⁶ Juan Pedro Esnaola es considerado hoy uno de los primeros músicos argentinos. Formado en Europa, regresa al país en 1822, y compuso música para poemas de varios jóvenes del 37. Participa activamente de la sociabilidad rosista, y hasta compone el “Himno Mazorquero”. Luego que Echeverría se exilia fuera de Buenos Aires, “Esnaola permanece en la ciudad participando cada vez más del círculo íntimo de Rosas y Manuelita” (Iglesia, 2014: 363).

secundario en comparación de estudios más importantes”, e incluso una “moda” de la cual ser “esclavo” (*LM*, N° 1, 18 de noviembre de 1837: 4). En calidad de tal, al igual que la moda, fue una cuestión aparentemente fútil o trivial a la que se intentó volver fructífera, como demostraron las reflexiones musicales publicadas asiduamente en el semanario por un supuesto suscriptor melómano que promovió la tradición europeizante de la “música secular y eclesíastica” italiana (*LM*, N° 1, 18 de noviembre de 1837: 4; *LM*, N° 3, 2 de diciembre de 1837: 4; *LM*, N° 12, 3 de febrero del 1838: 4; *LM*, N° 14, 17 de febrero de 1838: 3).

Siguiendo los lineamientos de la juventud “romántica”, la música publicada en el semanario, siempre al ritmo “de un Minué, ó de una Valsa, ó de una Cuadrilla, siempre nuevas, de aquellos nombres más conocidos y aceptados por el público” (*LM*, N° 1, 18 de noviembre de 1837: 2), fue moderna (y política) porque se propuso popular,²⁷ entendiendo aquí esto último como destinada al público más amplio posible. Como señala Guillamón (2016), de “la simplicidad de las composiciones se deduce la intención de que el diario funcionase” como un “difusor de la música local”, que no dejaba, de todos modos, de adaptar “obras de compositores italianos” (8 y 9). Es decir, al igual que los otros recursos editoriales introducidos para propiciar el entretenimiento de los suscriptores, lo “musical” en el impreso persiguió “la aceptación popular” (14). Poder alcanzar la mayor cantidad de gente posible de “diversas clases” con una práctica, un gusto, una costumbre que se proponía europeizante.

También es interesante destacar que la música protagonizó la mayor innovación formal incluida en la propuesta editorial del semanario: una partitura musical entregada con cada número, como aquellas que componían Echeverría con Esnaola. Al cierre de cada edición del periódico se incluyó un texto también llamado “Boletín Musical” – como el breve periódico que se publicó en 1837-, acompañando la composición musical de turno. Tal como fue descrita, la decisión editorial estuvo dirigida simultáneamente a inculcar el oído musical de los lectores, y a poner a su disposición un medio más por el cual este pudiera entretenerse durante sus tiempos de ocio mediante la ejecución propia o ajena de la pieza musical, amenizando tertulias o la intimidad familiar. En este sentido no se puede descartar el potencial de entretenimiento y pasatiempo contenido en el

²⁷ El problema de lo popular es un complejo, con diversas aristas (lo popular como lo consumido por muchos/lo popular como lo vulgar). y sobre el cual señalamos en el primer capítulo, no nos sumergiremos de lleno. Sobre este problema existe suficiente producción reciente como para llenar una biblioteca más o menos entera, destacándose entre los autores de referencia de Claude Guignon y Jean-Claude Passeron, con *Lo culto y lo popular: miserabilismo y populismo en sociología y en literatura* (1992), y Jacques Rancière, con *Breves viajes al país del pueblo* (1991), ambos publicados en nuestro país por la editorial Nueva Visión.

aspecto performático de la música, que siempre fue considerado como una actividad muy emparentada con el juego (Huizinga, 1980: 187).

Justamente por ello resulta fundamental la inclusión de piezas musicales cada semana en la propuesta editorial del periódico. *La Moda*, además de ser un “gacetín” que aspiró a divertir a sus lectores promoviendo escritos accesibles sobre temas frívolos, ofreció partituras musicales desmontables que habilitaban todo otro registro de prácticas diferentes a la lectura, pero igualmente asociadas al entretenimiento, como tocar un instrumento, escuchar melodías, bailar, e incluso una dimensión propia de la sociabilidad porteña bien establecida en la bibliografía, como organizar tertulias para compartir las canciones con terceros (González Bernaldo de Quirós, 1999; 2008).

En este sentido, la partitura expresó los alcances y las limitaciones de la propuesta editorial confeccionada por Alberdi y sus colegas en toda su potencialidad y contradicción, en sintonía con la tensión presente en el semanario señalada por Iglesia y Zuccotti (1997), quienes encuentra al concepto de pueblo entendido como lo “moderno” y lo “representativo” de Europa, por un lado, y “masa” y “multitud”, por otro (73). La partitura impresa representó acaso el medio más cabal mediante el cual un lector podía pasar el tiempo en la práctica de una actividad que pretendió ser divertida, común a las casas pudientes y completamente inútil (a la vez que socializadora, moderna y europeizante). También marcó tajantemente las exigencias socioculturales y materiales que el periódico demandó de sus suscriptores. Para poder hacer uso completo del impreso no solo alcanzaba con estar (semi)alfabetizado y disponer del excedente de dinero y tiempo necesarios, sino que había que saber música o tener gusto por ella, además de los modales necesarios para realizar la escucha silenciosa y paciente o ser invitado a una tertulia en una casa decente. El ofrecido era entonces un entretenimiento que aspiraba ser lo más popular posible, pero entendiendo esto como puesto al alcance de la mayor cantidad de porteños lectores e ilustrados posibles, no para la multitud.

2.3.1. Por “un pedazo de papel en blanco”. Los límites materiales de un periódico que pretendía divertir en el desierto

Ningún aspecto de *La Moda* ejemplifica mejor los límites materiales impuestos a una propuesta editorial que pretendía ser lo más formalmente atractiva posible como el episodio de “las tapas”. Al final del quinto número, los suscriptores a quienes se dirige el aviso se vieron anoticiados de lo siguiente:

Hemos suprimido las tapas que nunca prometimos para todos los números, y que voluntariamente habíamos puesto toda la primera suscripción, por haber achicado el tipo y aumentado el material. Esperemos de la ilustración de nuestros suscriptores que preferirán tener sesenta líneas más, en vez un pedazo de papel que á nada conduce en una hoja destinada á perecer tan pronto como es leída (*LM*, N° 5, 16 de diciembre de 1837: 4).

Este anuncio editorial nos permite correr el telón para ver el detrás de escena de las decisiones que pesaban en la factura del semanario. Ante la necesidad, o posibilidad de aumentar la cantidad de texto impreso en página para darle lugar a más escritos, la redacción se vio obligada a tomar una decisión: disponer de algún recurso del periódico que resultara prescindible a fines de reducir la inversión por cada edición, o desistir con la idea de agregar más texto. Se privilegió lo escrito por sobre el papel sacrificando “las tapas que nunca prometimos para todos los números”, y de las cuales no quedan rastros en las fuentes consultadas en depósitos documentales o versiones facsimilares.

En primer lugar, esta decisión afirma que más texto verbal para lectura era preferible sobre cualquier otro tipo de característica formal que hiciera a la presentación del impreso. Como se confiaba que “la ilustración de nuestros suscriptores” les permitiera juzgar, resultaba evidente que la reducción de los tipos que permitió agregar “sesenta líneas más” era una acción editorial que reportaba más sustancia que “un pedazo de papel que á nada conduce”. Como ya hemos mencionado, esta ansia de las redacciones e imprentas por incluir más texto fue una constante visible en la prensa porteña decimonónica, en particular para el periódico diario. Podemos verla como una tendencia generalizada que empujó a las redacciones, siempre que fuera posible y dentro del marco de su propuesta editorial, a multiplicar la superficie impresa de la página, incluso cuando eso pudiera atentar contra su legibilidad.

Pero más importante, la disyuntiva desnuda los límites formales y materiales que restringían la confección de la propuesta editorial de *La Moda*. La simple existencia del cambio de planes delata que una realidad técnica y comercial inesperada había coartado a la concepción inicial de los productores acerca de cómo se vería y leería al semanario. De allí se puede inferir que, si la propuesta editorial aparece como modesta o austera frente al despliegue visual de otros periódicos que versaron sobre el mismo tema, como *La Mode* de París o la misma *Variedades* importada por Ackermann a Buenos Aires una década antes con sus grabados coloreados, no fueron necesariamente producto de una visión taxativa de redactores e impresores acerca de cómo debía ser una publicación. En cambio, pueden entenderse, como lo fue en el caso de “las tapas”, como el resultado de

decisiones tomadas en el contexto de una coyuntura histórica dada, donde proyectos e ideas se debían mediar con los medios disponibles.

Que inmediatamente al siguiente número Alberdi le dedicara a la cuestión un defensivo “Boletín Cómico”, donde un “táctico viejo” regaña a “Figarillo” por su decisión, precisando que “la tapa es el periódico” a los ojos de lectores “solo quieren los colores” y conocen a “los escritos sino por las tapas” (*LM*, N° 6, 23 de diciembre de 1837: 4), delata que existió cierta repercusión entre los suscriptores y allegados a la redacción ante la supresión de las tapas. Antes que nada, el texto responde a la necesidad de contestar a los críticos, utilizando nuevamente la sátira para ridiculizarlos por adoptar la superficial y poco ilustrada posición de preferir “un pedazo de papel” a mayor material de lectura.

Pero a pesar de funcionar en este primer nivel más urgente, el diálogo ficticio entre “Figarillo” y el “táctico viejo” puso en evidencia una sagaz lectura del mercado editorial y de la demanda de los suscriptores por parte de Alberdi, que reconoce el peso de lo formal, y particularmente de la imagen, en su concepción de público deseado. También vuelve a subrayar la distancia que se abría entre el conocimiento editorial de quienes producen el periódico y el repertorio disponible de recursos formales y materiales con los cuales confeccionar la propuesta editorial. Poco importa que la redacción de *La Moda* sepa que sus suscriptores solo quieren “colores” si no cuentan con los medios técnicos ni económicos para proveerlos.

Con el correr de los números, otros cambios fueron dejando también sus marcas en la propuesta editorial del semanario, síntomas de una infructuosa búsqueda por la supervivencia.²⁸ Esto es particularmente evidente en el número dieciocho, donde se llevó la cantidad de páginas al doble, de cuatro a ocho. Esta fue una jugada fuerte de la redacción, porque no se aumentó correspondientemente el valor del ejemplar. *La Moda* se vendió desde el comienzo en cuatro pesos por la suscripción mensual y doce reales por el número suelto, precios usuales de un semanario de esas características durante esa década (*LM*, N° 18, 17 de marzo de 1838).²⁹ Al no trasladarse el mayor costo de producción a cada suscriptor, que siguió pagando cuatro pesos mensuales por el doble de lectura, la apuesta comercial fue confiar en que la inversión superior en insumos

²⁸ Sin instrumentos para una contextualización más productiva a los fines del análisis, los cambios de imprenta quedan en lo anecdótico. Los redactores no hicieron mención alguna sobre el cambio promediando la vida en prensa del periódico, siendo solo evidente gracias al pie de página que la impresión del semanario se mudó desde Imprenta de la Libertad, asentada en calle de la Paz 55 por Imprenta de la Independencia, en Chacabuco 19 (*LM*, N° 9, 13 de enero de 1838: 4).

²⁹ Ver Anexo A.

como papel y servicios de impresión se podría recuperar a través de una ampliación de la base de consumidores que compensaría el saldo en el volumen de ventas.

Es interesante notar que esta apuesta material se dio solo un número después que Alberdi se lamentará de “predicar en desiertos” (*LM*, N° 17, 10 de marzo de 1838: 2). Es decir, inmediatamente luego de reconocer de manera oblicua y mediante un diálogo satírico que pocos lectores, o por lo menos no los suficientes, compraban el periódico. La lógica detrás de tal decisión editorial sería coherente con el prospecto publicado en el primer número. Si darles lo que “ellos quieren” no había logrado seducirlos lo suficiente, quizás la respuesta esté en darles más de eso para hacer imposible resistir a la tentación. Sin embargo, solo tres números más tarde, el periódico regresó a sus cuatro páginas originales (*LM*, N° 21, 7 de abril de 1838: 4).

A la luz de las diferentes evidencias presentadas aquí, resulta difícil interpretar los replanteos de la propuesta editorial de *La Moda* como la expansión de una publicación exitosa que quiere extender su base firme de consumidores. En su conjunto, la crónica de problemas editoriales y reacciones adversas de los suscriptores indica que los cambios fueron síntoma de la lucha ímproba de un periódico por mantenerse a flote material y comercialmente. La apuesta formal fue el último intento para lograr la continuidad en prensa atrayendo nuevos clientes ante la imposibilidad de solventarla por los medios disponibles.

¿Cuántos ejemplares debía vender *La Moda* para solventar el costo de mantenerse en prensa? Si precisar el umbral de una suscripción exitosa, o si quiera las ventas totales de los periódicos, es un prospecto difícil, más lo es intentar evaluar la cantidad de potenciales compradores del semanario que existían por entonces en la ciudad. Como vimos en el capítulo anterior, en este respecto Buenos Aires tenía a favor un crecimiento demográfico de marcada tendencia en alza y una tasa de alfabetización elevada.³⁰ Pero también era un factor importante la capacidad de los porteños de comprar el semanario.

Si bien Alberdi declaró que este era “un papel popular”, no para “las gentes ilustradas”, sino “la generalidad [de] la sociedad” (*LM*, N° 18, 17 de marzo de 1838: 3), la realidad material de la circulación del impreso señala otra cosa. La suscripción mensual a una publicación como *La Moda*, que por lo demás tenía un precio similar a otros periódicos semanales contemporáneos, “correspondía a 4 ½ veces el sueldo diario de un jornalero de oficio, a casi el 40% del salario mensual de un cabo del ejército, y a

³⁰ En 1837 los habitantes se contaban entre los 45.000 censados en 1810 y los más de 90.000 que arrojó las estadísticas de 1855 (Newland, 1992: 20), reconociéndose casi la mitad de ellos como capaces de leer (181).

casi un 30% del salario de un peón mensualizado o a un capataz de estancia” (Pas, 2018b: 17).

Es decir, el precio de la suscripción mensual quedaba muy por fuera del alcance de una persona que no se contara entre los sectores altos y medios altos de la ciudad, reduciendo notablemente la cantidad de prospectivos compradores con los que se contaba. Incluso entre el selecto, por no decir reducido, grupo de porteños que concentraran todas las características descritas (capacidad de leer, disponibilidad de dinero y tiempo), todavía era necesario que los sujetos desearan invertir su excedente de capital y tiempo en un periódico. Además, *La Moda* no era cualquier publicación, sino una que se propuso, a contrapelo de la prensa contemporánea, entretener a un público pocas veces apelado directamente, como lo eran los jóvenes y las mujeres.

Incluso si la publicación no había “sido establecida con mira de un lucro pecuniario” (*LM*, N° 18, 17 de marzo de 1838: 1), la inclemente naturaleza de la imprenta demandaba que se generara lo suficiente para, por lo menos, solventar su continua existencia en otra tirada más. Sin financiación externa y sin otros recursos formales o materiales aún a su disposición,³¹ la publicidad era aún una estrategia comercial sin desarrollarse,³² el semanario seguiría el camino de tantos otros periódicos antes y después de él.

El saldo, como la breve historia del semanario atestigua, es que no alcanzó la cantidad de “jóvenes inútiles a la patria y la filosofía” a los cuales tentar con “objetos lijeros”, “aficionados a la música” a los cuales ofrecer “adorno y entretenimiento”, o “mugeres” en búsqueda de las novedades de la moda y los últimos chismes. Simplemente no existían en el Buenos Aires de 1838 suficientes lectores para hacer de un periódico de estas características un proyecto comercialmente viable, desapareciendo *La Moda* en abril de ese año, tan solo seis meses luego de su lanzamiento.³³

³¹ A la luz de esta realidad pueden ser interpretados los intentos de *La Moda* por congraciarse con el régimen federal de Juan Manuel de Rosas que tanto desorientaron a la bibliografía clásica (Arrieta, 1955; Weinberg, 1958; Buonocore, 1969). Por ejemplo, su defensa del uso del color punzó como una “moda” construida por las mismas “manos del espíritu público” (*LM*, N° 3, 2 de diciembre de 1837: 4). Eugenia Molina (2009) abona a esta hipótesis, examinando las varias oberturas hechas desde la redacción como intentos de acercamiento al único actor en el mundo editorial porteño del momento capaz de solventar la existencia continuada del periódico.

³² Hacia el final *La Moda* misma encontramos una aislada chispa de dicha innovación. En el número dieciséis se promociona discretamente en un breve texto que Mr. Gorse, en calle Perú 6, “ha enriquecido su gran peluquería con un surtido completo, y como nunca se ha introducido en la plaza, de peinado, pelo, flores y aderesos de la mejor construcción y calidad, y á la última moda” (*LM*, N°16, 3 de marzo 1838: 4). Probablemente atraído por el público deseado del periódico, compuesto por jóvenes y mujeres interesados por la moda europea, el comerciante decidió tentar esa potencial clientela que encerraban las páginas de *La Moda*. La publicación fue descontinuada sin que se encuentre otro ejemplo similar.

³³ *El Iniciador*, una especie de continuación de *La Moda* editada en Montevideo por Andrés Lamas y Miguel Cané, a la cual en su exilio se sumará Alberdi, durará similarmente ocho meses y dieciséis números ya completamente volcados a la diatriba política en 1838.

Nos interesa detenernos en este desenlace en cuanto fue el límite que encontró la primera apuesta local para sostener una propuesta editorial que promoviera la lectura por entretenimiento. La desaparición, reiteradamente considerada como “prematura” de *La Moda* evidenció la distancia abierta entre las expresiones de deseo proyectadas por la élite letrada que ideó el periódico, exploradas a lo largo de este capítulo, y la realidad de la sociedad porteña en 1837, que impuso límites con los que no se podía debatir. El *affaire* de “las tapas”, donde claramente los medios disponibles a la redacción no fueron suficientes para cumplir con promesas editoriales, es un buen ejemplo de cómo esta distancia entre deseo y realidad efectivamente restringió el repertorio de recursos formales y materiales disponibles para la confección del impreso. También lo fue la última media docena de números, que reflejan abiertamente una búsqueda caótica por configurar una nueva propuesta editorial viable ante el estado de crisis declarado en “Predicando en desiertos” (*LM*, N° 17, 10 de marzo 1838: 2-4).

Pero esta misma distancia puede ser leída también como una vara con la cual medir la innovación de la empresa discursiva del semanario. Hernán Pas (2016) propone comprender la “innovación genérica” del periódico ya no solo como producto directo de causales tecnológicos o sociales, sino también contemplar el peso de la evolución de la labor editorial a partir de nuevas concepciones del público lector, influencias de las novedades europeas y el mismo ritmo competitivo de la práctica editorial en Buenos Aires (64). Desde la perspectiva podríamos resignificar esas afirmaciones para aventurar que, por todas las limitaciones materiales que hemos explorado, y que seguirán siendo un factor de peso en capítulos siguientes, *La Moda* representó un salto cualitativo en cuanto abrió a la posibilidad de ya no solo informar e instruir al lector, sino también entretenerlo.

Ante la perspectiva de innovar formalmente, la redacción no introdujo ninguno de los recursos que posteriormente identificaremos con la propuesta editorial de un periódico orientado al entretenimiento, limitado por la materialidad del mercado editorial en que fue producido. Pero al establecer una relación unívoca entre dicha lectura con el consumo de la moda, el ocio como una característica compleja (y problemática) de la vida privada, y una manera particular de habitar y disfrutar del espacio público marcadamente influido por la sociabilidad europea, impuso un repertorio que permanecería vigente en las décadas y publicaciones por venir. Con su discurso no solo consolidó la zona temática pertinente al acto de leer por entretenimiento, sino que aún más importante, configuró asociada a ella a un público

deseado feminizado que se imaginaba simultáneamente atraído y puesto en peligro por esa práctica.

Por la naturaleza declarativa que caracterizó sus editoriales, el semanario de Alberdi funcionó como un prospecto puesto a circular en una hoja suelta, una promesa de una futura prensa confeccionada para entretener a los lectores porteños. Este es el lugar que ocupa en el arco del proceso propuesto en esta tesis: una publicación señera que al momento de su lanzamiento aparece fuera de lugar en el panorama editorial contemporáneo, pero cuya empresa discursiva cobra relevancia y nuevo sentido a la luz de posteriores desarrollos de la prensa porteña.

Como veremos a continuación, serán los periódicos “serios” dedicados a las “cosas de los hombres” los que tomen la posta en los 1840 (Sarmiento, 1885: 75). Abrazando el propósito de que ofrecer una lectura entretenida fomenta la ampliación y diversificación del lectorado, y en circunstancias particulares para la industria editorial porteña, publicaciones como *Diario de la Tarde* (1831-1852) introdujeron los *fait divers* y el folletín. En ese proceso, las hicieron una parte integral de la prensa de Buenos Aires de allí en más.

3. No todo es noticia. El *Diario de la Tarde* (1842-1852) y la lectura por entretenimiento en la prensa diaria durante la década de 1840

Sergio Pastormerlo (2016) precisa que, alrededor de 1870, se produjo “lo que podríamos llamar la primera modernización de los diarios en Buenos Aires”, entendiendo por ello la consolidación de una prensa más comercial que renovó la “confección” de sus páginas, redujo su precio de tapa y adoptó el “sistema de venta por número suelto” para alcanzar la autosuficiencia económica (y consecuentemente lograr ser “independiente” de la financiación externa, a menudo política) (13). Es cierto, como veremos en la segunda parte de la tesis, que algunos de estos hitos “modernos” del desarrollo del periódico porteño se deben buscar hacia el último cuarto del siglo XIX, y que esa década fue particularmente importante, teniendo como correlato la aparición de publicaciones que resignificaron lo que se pensaba por impreso exitoso, como *La Nación* (1870-).

Sin embargo, esto no significa que no hubiese habido “modernizaciones” previas, en lo que es mejor comprender como un proceso pausado pero continuo de transformación en las propuestas editoriales de los títulos en circulación. *La Gaceta Mercantil* (1823-1852), el *Diario de Avisos* (1849-1852), y en particular el objeto de estudio de este capítulo, el *Diario de la Tarde* (1831-1852), son todas fuentes poco exploradas exhaustivamente hasta ahora, y consideramos que iluminan productivamente el itinerario de la mencionada “modernización” de la prensa local, a pesar de presentarse originalmente como políticos y mercantiles. Argumentamos aquí que estos periódicos editados durante 1840 encarnaron un importante momento anterior del mismo proceso, una verdadera renovación formal en la que la lectura por entretenimiento funcionó como impulsor privilegiado, durante un decenio que solo muy recientemente se ha comenzado a reevaluar desde la historia de la prensa porteña (Pas, 2016; 2018b).

Exploraremos aquí cómo la lectura por entretenimiento no se desarrolló bajo un único soporte, ni de manera progresiva, ni lineal. La segunda década en prensa del *Diario de la Tarde* es un ejemplo de cómo esa práctica fue avanzando discursiva, formal y materialmente de manera irregular, y en zonas en principio impensadas de ciertos impresos; en este caso, en diarios comerciales y políticos, en contraste de los semanarios que componen el resto del corpus. La consolidación del *fait divers* o “noticias diversas”, así como la inclusión de novelas de folletín muestran, por un lado,

el avance del uso de recursos específicamente orientados a entretener al lector a lo largo de un período que las actividades destinadas a las “diversiones públicas” y privadas se desplegaban también en la ciudad. Por otro, permiten pensar en el ensayo y error de estos recursos específicos en la evolución de la lectura por entretenimiento en la prensa.

Comenzaremos el capítulo presentando al *Diario de la Tarde* y estableciendo una cronología que ayude a contextualizar tanto las singularidades como los rasgos persistentes en la trayectoria del periódico a lo largo del segundo gobierno de Juan Manuel de Rosas en la provincia de Buenos Aires y, en particular, durante la década de 1840. Luego, nos enfocaremos en la integración del repertorio de la lectura por entretenimiento a la propuesta editorial del diario en dos apartados: en el primero nos detendremos en los *fait divers* que, con una escritura breve, dispersa y fragmentaria, ofrecían una lectura que aspiró a ser tan ágil como capaz de capturar la atención del suscriptor al apelar a su curiosidad e imaginación. En el segundo, exploraremos la integración del folletín y la novela por entregas, proceso que, con excepción al trabajo de Hebe Molina (2011), se ha asociado al último cuarto de siglo y que, como se verifica aquí, fue introducido décadas antes.

3.1. La “locura mas moderna” de leer de manera “ociosa” los diarios

El *Diario de la Tarde* fue fundado como una publicación comercial el 16 de mayo de 1831 por Pedro Ponce,³⁴ quien se desempeñó como jefe de redacción durante buena parte de su larga andada (Galván Moreno, 1944: 160; Buonocore, 1969: 55 y 56).³⁵ Fue finalmente discontinuado en 1852, es decir veintiún años después de su aparición original, convirtiéndose en uno de los periódicos más longevos del siglo XIX, y uno de los pocos en superar un lustro en prensa. Fue distribuido todos los días de semana, salvo el domingo, convirtiéndolo junto con *El Lucero* (1829-1832) de Pedro de Ángelis, en

³⁴ Pedro Ponce es principalmente conocido por su rol de jefe de redacción durante buena parte de la existencia del *Diario de la Tarde*. Luego de ser arrendatario del “establecimiento de los Expósitos”, fundó en 1825 la Imprenta Argentina, en la cual se produjo tanto el diario como otros impresos (Ares, 2012: 21). Carlos Casavalle, uno de los impresores más importantes de la ciudad en la segunda mitad del siglo XIX, trabajó previamente como tipógrafo para Ponce (23).

³⁵ Precisar una nómina de los jefes de redacción del *Diario de la Tarde* resulta una tarea difícil debido a que este dato no es referido en cada ejemplar del periódico. La bibliografía lista entre ellos a Simón Méndez, Lázaro Almada y al “periodista profesional” Federico de la Barra, “futuro colaborador de *La Tribuna*, *El Nacional* y *El Siglo*” (Galván Moreno, 1944: 160; Buonocore, 1969: 55 y 56). Méndez habría asumido el mando de la redacción en algún momento entre finales de enero y comienzos de febrero de 1846 (*DdIT*, N°4.310, 28 de enero de 1846: 4; *DdIT*, N° 4.314, 3 de febrero de 1846: 4). Almada, en algún momento de 1849 (*DdIT*, N°5.279, 2 de mayo de 1849: 4). Si bien no se especifica en la fuente, todo indica que Federico de la Barra pasó a desempeñarse como jefe de redacción en el contexto del cambio de firma a comienzos de 1851 (*DdIT*, N° 5.786, 3 de enero 1851: 1),

uno de las primeras publicaciones porteñas capaces de mantener una frecuencia (prácticamente) diaria.

Con sus cuatro páginas de texto abigarrado en cuatro columnas separadas por líneas negras impresas,³⁶ estando las últimas dos carillas reservadas a la inclusión de avisos emitidos por comercios o personas privadas, su diseño tipográfico se ajustó a lo que se esperaba de un periódico “comercial, político y literario” durante la década de 1830. La disposición a cuatro columnas representaba una mayor compresión del texto en relación a las tres del ya citado *El Lucero*, pero una lectura más aireada contra las seis que alcanzó el contemporáneo *La Gaceta Mercantil* (1823-1852).³⁷

La bibliografía coincide en señalar al 1837 como la fecha más determinante en su larga historia, año en que se convirtió en un periódico dentro de la esfera del gobierno federal de la provincia de Buenos Aires, encabezado por Juan Manuel de Rosas (*El Diario. edición extraordinaria*, 1933; Galván Moreno, 1944; Buonocore, 1969; Molina, 2009).³⁸ Estas pocas lecturas de la fuente, entradas breves realizadas en el contexto de un recorrido cronológico sobre toda la prensa decimonónica de Buenos Aires, se preocupan mayormente por subrayar la conexión con el gobierno como fundamento para explicar tanto para sus similitudes como sus peculiaridades. Siempre se destaca su carácter oficial, ya al señalar la inclusión obligatoria para todo impreso editado en la ciudad del encabezado “¡Viva la confederación argentina! ¡Mueran los salvajes unitarios!” (Molina, 2009: 87), como otras expresiones de “adicción” ministerial, como el publicar canciones en honor de doña Encarnación Ezcurra de Rosas o versos dedicados a Manuelita con motivo de su cumpleaños (Chávez, 1972). El final del impreso es explicado a través de esta misma conexión, estableciéndose una relación

³⁶ Inicialmente el *Diario de la Tarde* fue distribuido como una hoja suelta impresa al anverso y al reverso. En el número inaugural, Ponce se disculpa por editar el diario “en pliego menor”, y anuncia “que acaso muy pronto será publicado con doble extensión”. Siempre y cuando fueran “favorecidos por suficiente número de subscriptores” (*DdlT*, N° 1, 16 de mayo de 1831: 1). Las cuatro páginas solo fueron alcanzadas más de un año después (*DdlT*, N° 332, 4 de julio de 1832).

³⁷ Proclamado como el “más importante de los periódicos de la tiranía” (Galván Moreno, 1944: 70), *La Gaceta Mercantil* apareció mucho antes el 1° de octubre de 1823, durante el gobierno de Martín Rodríguez. Sus fundadores fueron Stephen Hallet y Santiago Kiernan. A lo largo de los años contó entre sus redactores a “José Rivera Indarte, Manuel Irigoyen [quien según Galván Moreno sabía firmar como “El Observador”], Pedro de Ángelis, Nicolás Mariño, Benjamín Gorostiaga, Bernardo de Irigoyen y Avelino Sierra. Entre sus traductores se encontraban Sierra, Mariano Larsen, Carlos Carballo, Benjamín Llorente y Antonio Zinny. “Completaban la redacción varios ‘corresponsales’ que con diversos seudónimos intervenían en los asuntos de interés político o personal” (*El Diario*, 1933, edición extraordinaria, segunda sección: 14). Entró en la órbita estatal en la década de 1830, lo que fue reflejado en el cambio de subtítulo a *Diario comercial, político y literario* (Buonocore, 1969).

³⁸ Eugenia Molina (2009) afirma que, a pesar de ser editados en tres imprentas diferentes, tanto *La Gaceta Mercantil* (Imprenta de la Gaceta), *Diario de la Tarde* (Imprenta Argentina), y el *Archivo Americano* de De Ángelis (Imprenta de la Independencia) se encontraban bajo la órbita de las finanzas provinciales en una u otra capacidad. La edición en establecimientos separados sólo se respetaba para generar la impresión de independencia, “no sólo en el exterior sin también dentro de la Confederación” (87).

directa entre la desaparición y la derrota de Rosas en la batalla de Caseros, librada el mismo 1852.³⁹

Aislar este hilo común, por supuesto, no significa negar el peso que tuvo la relación con el gobierno federal en el desarrollo del *Diario de la Tarde*. La trama de la financiación estatal está bien documentada para la prensa decimonónica en general (Lettieri, 2006; Molina 2009) y, si bien no existe un estudio que desmenuce particularmente el caso de la publicación de Ponce, en términos generales resulta verosímil que este lazo le habilitara una serie de ventajas a cambio de ser sostenido lo que Buonocore (1969) adjetiva como “actitud mercenaria” (55). En efecto, solo a través de este hecho es posible explicar la excepcional estabilidad y longevidad que distinguieron al diario, así como al órgano oficial *La Gaceta Mercantil*, únicos que vieron prensa a lo largo de toda la década de 1840.⁴⁰

Lo que sí puede cuestionarse es la valoración moral negativa de la cita, presente también en otros textos de la bibliografía clásica (Galván Moreno, 1944; Arrieta, 1955), que parte de imponer un juicio con un prisma político e ideológico a una decisión que también se puede inteligir como económica.⁴¹ En el contexto de un mercado editorial aún no consolidado, y especialmente bajo las reglas de juego más restringidas impuestas por el gobierno federal hacia 1838,⁴² no existían virtualmente otras opciones posibles para mantener a flote un periódico más que aceptar un apoyo del aparato estatal, que parece incluso haber jugado un rol diferencial en la distribución de los impresos.⁴³

³⁹ Galván Moreno (1944) sostiene, sin aportar una fecha exacta ni número de ejemplar, que el *Diario de la Tarde* dejó de editarse en octubre de 1852 (160). Nuestro trabajo no logró aportar mayor precisión, debido a que las colecciones conservadas en las hemerotecas de la Biblioteca Central de la Universidad Nacional de La Plata y la Biblioteca Nacional “Mariano Moreno” se encuentran incompletas. El último ejemplar consultado fue el N° 6.132, con fecha del 25 de febrero de 1852. Sin embargo, la relación certera entre el fin del impreso y la batalla de Caseros, acontecida el 3 de febrero de 1852, así como la aparición del diario *El Nacional* el primer día de mayo 1852, continuación en la práctica del *Diario de la Tarde*, sugiere que la desaparición del periódico fue más cercana a febrero que a octubre de 1852.

⁴⁰ El apoyo estatal no implicó, claro está, que el periódico no experimentara las limitaciones materiales propias del período. La escasez del papel, por ejemplo, dejó sus marcas, reduciendo en ocasiones la cantidad de páginas (*DdIT*, N° 2.671, 12 de junio de 1840), o su tamaño (*DdIT*, N° 5.279, 2 de mayo de 1849). También fue un problema el “proceso inflacionario” sostenido que azotó Buenos Aires entre las décadas de 1820 a 1850 (Hora, 2010), que se hizo sentir en un precio de suscripción en alza: de doce pesos mensuales en 1840 (*DdIT*, N° 2.813, 4 de diciembre 1840: 1), se saltó a quince en 1844 (*DdIT*, N° 3.753, 12 de marzo 1844: 1), y veinte en 1848 (*DdIT*, N° 5.092, 18 de septiembre de 1848: 1).

⁴¹ El contemporáneo Benito Hortelano (1936), en unas memorias que resultan excepcionales para el caso de editor y redactor que se desempeñó en el Buenos Aires de la primera mitad del siglo XIX, nos presenta un modelo de conducta editorial contemporáneo al argumentar que nada costaba redactar algunas loas al “Restaurador de las Leyes” si eso garantizaba el tan preciado permiso de impresión, e incluso podía resultar en un aumento en las ventas (207 y 208).

⁴² Si bien no se sancionó nueva legislación que regulara las prensas en 1838, estando entonces todavía vigente la ley de 1828 con algunas modificaciones posteriores en 1833 (Galván Moreno, 1944: 176 y ss.), ese fue el año en que se contrajo dramáticamente la cantidad de publicaciones en circulación en la ciudad: mientras se habían editado 89 títulos entre 1830 y 1838, solo aparecieron 13 entre 1838 y 1852 (Pas, 2010: 69).

⁴³ Existen indicios aislados que sugieren que el estado de Buenos Aires habría dispuesto que ambos diarios circularan en la campaña y entre los soldados movilizados. Eugenia Molina (2009) recupera a partir de epístolas que Manuel

De hecho, una lectura desanclada del sesgo político presente en la acotada bibliografía indica que no se ha agotado aun la complejidad del periódico, el cual no solo cumplió un rol fundamental en la difusión de ciertos recursos formales que en esta tesis consideramos instrumentales a la lectura por entretenimiento, como exploraremos en este capítulo, sino que ofrece evidencia del proceso sociocultural de tiempos más difusos que refiere a la sociabilidad urbana y el entretenimiento como consumo cultural en general.

El impreso, aquí no como “dispositivo” (Pas, 2013), sino como fuente, nos habla de este estado de cosas en la ciudad cuando en ocasión de una despedida a comienzos de 1851 el jefe de redacción reconoce que:

Cuenta para esto, á mas de su contraccion, con los elementos necesarios para su empresa; con buenas suscripciones de periódicos extranjeros; con fuentes seguras que le ministren datos, y con corresponsales activos y puntuales en el exterior.- Su seccion literaria será siempre escogida y digna del interés con que una parte de nuestra sociedad busca en ella un delicado recreo para su espíritu; y todos nuestros lectores serán informados con puntualidad y extension, de todas las novedades diarias, de los espectáculos públicos, de los paseos y de todas las ocurrencias que puedan juzgarse interesantes (*DdIT*, N° 5.786, 3 de enero de 1851: 1).

El texto obliga a correr la mirada, por un momento, del análisis predominantemente político de los eventos sociales y culturales,⁴⁴ para ponderar la pervivencia y vitalidad de un mundo de espectáculos líricos, musicales y dramáticos del cual suele escribirse con más énfasis para las décadas anteriores (Guillamón, 2014; Iglesia, 2014). Ya los letrados exiliados denunciaban que, en aquel país que habían dejado atrás, Rosas se divertía en la ausencia de las “luces”, pero ¿qué tal si, en lugar de pensar en ese juego salvaje de los matarifes de El Matadero (Echeverría, (2000 [1839, 1871]), o el divertimento barbarizante que fomentaban los caudillos según Sarmiento (2007 [1845]), la estabilidad política del rosismo durante la década de 1840 hubiera abierto un espacio para el entretenimiento urbano? Efectivamente, en torno a 1845 prosperaron las instancias de sociabilidad urbana asociada al entretenimiento, desde el juego de la lotería,⁴⁵ hasta espectáculos líricos, dramáticos y circenses desarrollados por compañías

López le enviaba a su hijo desde el frente de batalla entre 1847 y 1850 relatos acerca de cómo “tanto el *Diario de la Tarde* como la *Gaceta Mercantil* y el *Archivo Americano* fueron estratégicamente distribuidos” bajo la orden siguiente: “que fueran leídos a la población rural y la tropa” (84). La ausencia de información de suscripción o precio en *La Gaceta Mercantil* a partir de diciembre de 1839 abre incluso a especular acerca de la gratuidad de la misma en la ciudad de Buenos Aires.

⁴⁴ La legitimación política y simbólica ejercida por Rosas durante las fiestas federales y otras instancias de agasajos públicos populares es un tópico muy recorrido en la bibliografía (González Bernaldo de Quirós, 1994; Salvatore, 1996; Lanteri, 2011; Munilla Lacasa, 2013).

⁴⁵ La lotería ocupó un espacio permanente en *La Gaceta Mercantil* desde 1848 (*LGM*, N° 7411, 22 de julio de 1848: 4; *LGM*, N° 8315, 28 de julio de 1851: 4). Los sorteos se realizaban mediante números impresos o escritos a mano en cartones vendidos por “loteros” callejeros a razón de “diez centavos por número”. Este valor subraya que este fue un

europeas en lugares como el Teatro Argentino o el Teatro de la Victoria, ambos epicentros del mundo cultural del Buenos Aires federal (Gesualdo, 1983: 34).⁴⁶

Más allá del crecimiento general de esta oferta, un tema interesante y poco estudiado que llama a ser objeto de una investigación propia, la cita del jefe de redacción del *Diario de la Tarde* invita a preguntarnos por la articulación entre ese efervescente mundo de sociabilidad urbana del entretenimiento y el que ofrecía el periódico. Al listar entre los “elementos” requeridos para la empresa del diario como igualmente “necesarios” instrumentos inherentes a la materialidad de la práctica del periodismo (“buenas suscripciones a periódicos extranjeros”, “fuentes” fidedignas), pero también “las novedades diarias de los espectáculos públicos, de los paseos” y todas esas “ocurrencias” que pudieran “juzgarse interesantes”, se destacó qué tan importante eran en la vida del lector de prensa esos temas y actividades. El redactor subrayó, sobre todo, la relevancia del rol del impreso en llamar la atención sobre ese conjunto que se presentaba ahora como amplio y abigarrado. El entretenimiento se había convertido indudablemente en objeto de interés social, y cabía al periódico comentarlo.

En primer lugar, si como teoriza Peter Fritzsche (1996), existió durante el siglo XIX una dependencia mutua entre la “ciudad moderna” de “crecimiento inabarcable”, donde “la gente, los bienes y la información” fluían cada vez más rápido, y el mundo impreso de las “publicidades urbanas” y los “periódicos” (15), de esa dependencia derivaba tal tematización. Sin la “guía de los periódicos”, el lector/ciudadano no podía navegar la ciudad (18): la hipótesis que Fritzsche esboza para las metrópolis de fines del siglo XIX y, sobre todo, de principios del XX, bien podría considerarse a escala si se atiende a los efectos que se verifican en esa tematización del entretenimiento urbano en los periódicos.

Más aún, considerando que en el *Diario de la Tarde* los anuncios de espectáculos musicales, líricos o teatrales, que desde su introducción en los periódicos de la época

pasatiempo accesible y atractivo para un público amplio, más teniendo en cuenta que los premios podían ascender a “trescientos pesos y varios segundos de cien cada uno” (Carretero, 2013 [2000]: 183).

⁴⁶ Durante esos años se destacó la ópera como un espectáculo particularmente atractivo, a partir del arribo en 1848, luego de dos décadas de ausencia, de una “compañía lírica” administrada por “el empresario italiano Antonio Pestalardo”, quien garantizó las presentaciones por cuatro años (Wolkowicz, 2010: 124). En los mismos recintos también se podía pagar para ver “comedias y dramas”, así como números de “music-hall”, pruebas de habilidad (Gesualdo, 1983: 37), y espectáculos circenses completos como, por ejemplo, el “Circo Olímpico” de Eugenio Hénault y Giovanni Lippolis, que desembarcó en el Teatro Argentino en 1852 como parte de su gira transatlántica (Seibel, 1993: 27 y 28). Las opiniones se encuentran divididas en cuanto a que público asistió a estos eventos. Andrés Carretero (2013 [2000]) señala el período rosista como el momento en el cual el teatro registra un cambio en la composición de su concurrencia, diversificándose con respecto al público de clase alta que lo había frecuentado anteriormente (162). Por su parte, Vera Wolkowicz (2010) afirma que los asistentes continuaban proviniendo mayormente de la “aristocracia federal”, y en particular las mujeres, destacándose durante las funciones Manuelita Rosas en su palco personal (125).

rivadaviana (Guillamón, 2014) habían aparecido dispersos entre los clasificados particulares y los policiales, comenzaron a aparecer agrupados de manera innovadora en una columna específica, bajo el título de “Diversiones Públicas”, en 1851 (*DdlT*, N° 5.786, 3 de enero de 1851: 1). Reunidos allí cobraban una mayor visibilidad, obtenían cohesión en su variedad y, podemos inferir, iban construyendo el imaginario de ese sintagma, con toda su carga política, colectiva, social: las “diversiones” eran o se leían, ahora, “públicas”. La configuración de esta columna propia puede leerse como la consolidación del lugar reservado para esa sociabilidad del entretenimiento y el ocio, novedosamente atada al consumo en el mercado del espectáculo, en el “inventario urbano” de la ciudad que era el periódico fundado por Ponce (Fritzsche, 1996: 18).

En segundo lugar, el diario “necesitó” adaptar su propuesta editorial en torno al concepto del entretenimiento porque, en ese entonces, coexistía con esta creciente oferta del mundo del consumo y ocio urbano, con la cual competía por el tiempo y el dinero del potencial suscriptor. Para ser “siempre escogida y digna del interés” del lector sabía que debía ofrecerle “un delicado recreo para su espíritu” (*DdlT*, N° 5.786, 3 de enero de 1851: 1). El impreso contenía temáticamente textos e información sobre entretenimiento, y a su vez, aspiró a entretener por sí mismo. En esta empresa el *Diario de la Tarde* debió disputar su lugar en la atención del consumidor con una oferta editorial que, si bien configuraba un módico mercado, experimentó, como veremos enseguida, un cambio de ritmo durante la década de 1840 ante el desembarco de nuevos textos y formatos. Así, compañías europeas de ópera y circo que dinamizaban la oferta y la sociabilidad del consumo de entretenimiento urbano (Aguilar, 2003), la creciente influencia (e importación) de novelas de folletín y la prensa “contaminada” por ella (Pas, 2016: 54; Molina, 2011: 60), motivaron dentro del periódico la innovación en lo referente a dos recursos formales asociados a la lectura por entretenimiento: los *fait divers* y el folletín, con su plétora de novelas por entregas.

3.2. La propuesta editorial del *Diario de la Tarde*

La relación entre los *fait divers*, el folletín y las novelas por entregas va mucho más allá que las páginas del *Diario de la Tarde*. El nacimiento de todos estos recursos puede ser rastreado hasta las páginas de dos periódicos parisinos fundados en 1836, *La Presse* y *Le Siècle* (Feyel, 2005: 28). Creados respectivamente por Émile de Girardin y Armand Dutacq, ambos fueron concebidos con una estrategia comercial novedosa que apostaba a

generar rentabilidad aumentando el volumen de ventas (Weill, 1962: 144).⁴⁷ Tal como describió Louis Desnoyers, sucesor de Dutacq en *Le Siècle*, la clave estuvo en apelar al “gusto general” de un público lector cada vez más expandido y menos preocupado por las urgencias políticas (Citado en Pas, 2016: 54). Un diagnóstico, este, con muchas similitudes al que Alberdi infirió a la hora de confeccionar su “papel frívolo y de pasatiempo” para un público deseado compuesto por jovencitas y jóvenes. Con este fin se orientó la escritura hacia una zona de “contaminación novelesca” y literaria (Molina, 2011: 60), “un espacio para la experimentación, la reapropiación discursiva y, en consecuencia, la invención escrituraria” (Pas, 2016: 55), donde “variedades (*varietés*), misceláneas (*mélanges*) y folletín (*feuilleton*)” fueron términos intercambiables (54).

La historia compartida refuerza nuestra hipótesis, que presenta a estos recursos como parte de un repertorio específicamente concebido para introducir la lectura por entretenimiento en la propuesta editorial de la prensa. Se exploró una escritura que tomo elementos de la “narración novelesca” como el “ritmo narrativo ameno”, el uso de “diálogos” y la administración de “expectación dosificada”, todo en la aspiración de seducir a la mayor cantidad de público posible con la promesa de diversión (Molina, 2011: 60). El origen común, sin embargo, también dificulta las precisiones, y por ende las cronologías, porque la separación entre uno y otro era “característicamente ambivalente”, incluso derramándose como vimos la “contaminación” a todo rincón del diario (Pas, 2016: 54).

La dificultad prueba ser cierta en el caso del *Diario de la Tarde*, ante la indefinición que ofrecen sus páginas para puntualizar fechas precisas al estudiar la consolidación de recursos formales que atraviesan un desarrollo errático e irregular dentro de una serie muy larga (y, por demás, llena de huecos).⁴⁸ Primero, los *fait divers* recorrieron una trayectoria sutil, de avance y retroceso dentro del periódico, donde los títulos engañan y las características que se le asocian alternativamente divergen y se encuentran sin grandes anuncios editoriales ni transformaciones tipográficas. El resultado de nuestro análisis es la reconstrucción de un largo proceso que, adelantamos aquí, solo fue

⁴⁷ Émile de Girardin, descrito por Georges Weill (1962) como “un periodista avisado, inteligente, que sabía adivinar los gustos del público, y un consumado hombre de negocios, sin grandes escrúpulos”, había concebido un plan de negocios novedoso: bajar el precio de la suscripción a la mitad, para facilitar que pudiese comprarlo la “burguesía media”, mediante una “tirada más grande, [mientras que] los comerciantes, comprendiendo las ventajas de una publicidad tan extensa, aportarían sus anuncios”. Esto fue “una verdadera revolución” (144).

⁴⁸ La colección conservada en papel en la hemeroteca de la Biblioteca Central de la Universidad Nacional de La Plata no solo reporta múltiples números dañados e ilegibles (mayormente por el uso y por la disposición del entomado, que tiende a destruir los primeros ejemplares de cada tomo), sino que algunos lapsos de tiempo faltan por completo. En la Biblioteca Nacional “Mariano Moreno”, el estado de los impresos ha llevado a que los retire de consulta para restaurarlos.

consolidado en el último año de la publicación (*DdlT*, N° 5.786, 3 de enero de 1851: 1). Segundo, a pesar de que el desarrollo del folletín también implicó una deriva similar, al elegir trabajar en base a una definición que lo demarca tipográficamente como un lugar particular dentro de la página (Pas, 2018b), resulta más sencillo establecer una cronología precisa. La introducción de la novela seriada en el impreso se dio en marzo de 1846 (*DdlT*, N° 4.349, 16 de marzo de 1846: 1), si bien habitualmente se asoció este recurso con el último cuarto del siglo XIX (Pas, 2016: 65).⁴⁹ Hasta 1849, cuando el *Diario de Avisos* comenzó a incluir su propio folletín con literatura seriada (*DdA*, N° 224, 27 de octubre de 1849: 3), la publicación mantuvo un monopolio en la prensa porteña.

3.2.1. Los *fait divers* en la prensa diaria porteña

El título *fait divers* apareció por primera vez como expresión de “noticia” en la “vieja prensa diaria” francesa a finales de 1833. Lo que hoy entendemos por ese recurso editorial, sin embargo, tomo forma unos años más tarde en los mencionados los periódicos comerciales y masivos de París, *La Presse* y *Le Siècle* (Feyel, 2005: 28). Fue en sus páginas que adquirieron características particulares, que lo distinguieron de otros tipos de textos de la prensa, a partir de la ya citada “contaminación novelesca” y literaria. En su clásico estudio, Roland Barthes (2003 [1964]) los define como “una información total, o, más exactamente, inmanente; [que] contiene en sí todo su saber” (260). La información es “del mundo”, no deja de estar sujeta al contexto de donde fue extraída, pero “se trata de un mundo cuyo conocimiento siempre es sólo intelectual, analítico, elaborado en segundo grado por el que habla del suceso, no por el que se lo consume” (261). Cada entrada aspira así a ser entonces una “información total”, que para ser consumida por el lector no demanda de él ningún conocimiento adicional (no requiere de competencia enciclopédica ulterior) ni de la lectura de otros textos que lo acompañen.

Partiendo del repertorio temático de lo singular y extraño, centrado en el crimen, las catástrofes y lo “extravagante” (264), el “suceso” se construye en una disparidad donde “todo se da al nivel de la lectura”, “sus circunstancias, sus causas, su pasado, su

⁴⁹ No fue solo en el Río de la Plata que la década de 1840 trajo consigo al folletín y la novela por entregas. En Santiago de Chile, *El Progreso* de Sarmiento había innovado con un folletín cuatro años antes, en noviembre de 1842 (Sarmiento, 1885: 3). En Brasil, el *Jornal do Commercio* publicó “Los Misterios de París” de Sue entre el 1 de septiembre de 1844 y el 20 de enero de 1845, mientras que el periódico *El Siglo Diez y Nueve* lo hizo a partir del 16 de septiembre de 1845 en México (Pas, 2018a: 200 y 201).

desenlace; sin duración y sin contexto”. El *fait divers* constituye así “un ser inmediato, total, que no remite, al menos formalmente, a nada implícito”, cual “novela corta” o un “cuento” (261). Este efecto se logra, justamente, mediante su carácter narrativo, que no establece una causalidad temporal (ni histórica, ni cronológica), ni argumentativa (no propia del discurso político) ni lógica, sino cercana a la “causalidad” de lo “aberrante” o la “coincidencia”. Como en la literatura –y particularmente, como en las narraciones breves- esa causalidad “aberrante” establece en la sucesión misma de la narración de relaciones “que se sale de lo esperado, de lo común, y por eso asombra” (265 y ss.).

Por lo demás, habría que pensar en la agrupación de estos pequeños *fait divers*, de los “suelos” graciosos, o aberrantes, o sorprendentes sin más, acumulados en un sector del periódico (generalmente, en el espacio que dejaba libre la necesidad más inmediata de publicar documentos oficiales, informaciones comerciales u otras publicaciones solicitadas). Peter Fritzsche (1996) recurre como metáfora a la imagen de una bodega de las grandes tiendas que surgían contemporáneamente como espacio de deseo y consumo al desarrollo de la prensa. Era poco y nada lo que tenían en común los cientos de objetos dispuestos allí en cada estante, salvo por la posibilidad del transeúnte de seleccionarlos, comprarlos y consumirlos (134). De la misma manera, nada relacionaba entre sí las “variedades” dispersas publicadas en los periódicos más que el hecho de haber sido redactadas para atraer al lector a consumirlas. Según Benedict Anderson (2006 [1982]), la gramática propia de un periódico decimonónico tenía como eje dominante lo arbitrario del criterio de inclusión y yuxtaposición de fragmentos discursivos. El *fait divers* condensa tales rasgos a escala genérica.

Ahora, nos apeguemos a una o todas las características propuestas arriba para definir los *fait divers*, lo acotado de la bibliografía actual sobre este tema en la prensa decimonónica local nos obliga comenzar a pensar su desarrollo con pocas certezas, siendo acaso la única de ellas que estos no fueron introducidos en los periódicos porteños por el *Diario de la Tarde*. Para empezar, Víctor Goldgel (2010) identifica el uso del título “Variedades” tan temprano como 1826, en *El Mensajero Argentino* (1825-1827), y sugiere que el principio de diversidad temática detrás de estas se podría rastrear hasta el fundacional *El Telégrafo Mercantil* (277). Por su parte, Hernán Pas (2016), señala como una “primera incursión” de la “novelización” de noticias en las publicaciones rioplatenses una crónica judicial publicada en *El Defensor de las Leyes* de Montevideo en septiembre de 1836 (56). Por último, Julio Schvartzman (2013) atribuye correctamente a Estanislao Del Campo la autoría de la primera columna de “Hechos

diversos” escrita íntegramente para una publicación de Buenos Aires, aparecida en *Los Debates* de Bartolomé Mitre desde agosto de 1857 (266).⁵⁰

Ante este difuso panorama, la novedad que proponemos distingue al diario de Ponce durante la década de 1840 fue que en sus páginas el despliegue de los *fait divers* se encontró en un momento consolidatorio. De hecho, se ubica entre la exploratoria “contaminación novelesca” de largos textos noticiosos que Pas distingue en los periódicos de los 1830, y la producción de “hechos diversos” divertidos o sorprendentes, pero siempre sucintos, que Schwartzman encuentra en los 1850. Hablamos de consolidación por dos razones, relacionadas entre sí: primero, su recurrencia, mediante la cual se convirtió en parte permanente de la propuesta editorial; y segundo, al afianzamiento de la causalidad aberrante y autonomía narrativa como características de los textos a partir de su configuración como entradas breves, diversas y fragmentarias.

Mas el recurso no apareció completamente formado en el *Diario de la Tarde*, sino que de la misma manera en que fue desarrollándose paulatina e irregularmente en la prensa porteña, se desenvolvió en el impreso a lo largo de la década. Así queda ilustrado en una serie de hitos que no agotan el proceso, pero nos permiten pensarlo: a partir de 1838 se comenzaron a publicar ocasionalmente largos textos importados afines a un espíritu “novelesco” propio de la prensa contemporánea europea, mayormente en la sección “Extracto de periodicos extranjeros”; en 1841, dichos escritos comenzaron a ser agrupados bajo las etiquetas alternativas de “Miscelanea” (*DdIT*, N° 2.960, 9 de junio de 1841: 2) o “Noticias diversas” (*DdIT*, N° 3.007, 7 de agosto de 1841: 2); continuaron apareciendo de este modo durante los siguientes años, de manera errática e imprevista, bajo el título de “Misceláneas” (*DdIT*, N° 3.168, 1 de marzo de 1842: 1), “Noticias diversas” (*DdIT*, N° 4.700, 24 de mayo de 1847: 1), “Variedades” (*DdIT*, N° 4.942, 14 de marzo de 1848: 1), o “Noticias Varias” (*DdIT*, N° 5.164, 14 de diciembre de 1848: 1), aunque lo publicado solo de manera ocasional, difería formalmente de lo que podía leerse en las extensas entradas de “Extractos de Diarios Extrangeros”; finalmente, en 1851, el recurso comenzó a ser utilizado de manera regular y recurrente, además de terminar de encontrar su forma.

⁵⁰ Allí se mezclaron textos extraídos de publicaciones extranjeras con otros propios, recorriendo temáticamente un abanico centrado en la sociabilidad urbana, que iba desde precisar sobre una “inundación en Barracas” a destacar la puesta del “drama romántico” llamado “Simon el Veterano”, el cual “hizo humedecer los ojos de muchos de sus espectadores” (*LD*, segunda época, N° 300, 28 de mayo de 1858: 3). Siempre y cuando, claro está, “la correspondencia de Europa” y la extensión de demás artículos no obligaran a Del Campo a morderse “la lengua” y pedir “paciencia” por la ausencia de la sección en el presente número a su lectorado “feminizado” compuesto por “queridas lectoras” (*LD*, segunda época, N° 299, 23 de mayo de 1858: 3).

Fragmento de página extraído de *DdIT*, N° 5.915, 6 de junio 1851: 1.

En su último año en prensa, según fuentes secundarias y en el marco de la venta del periódico por parte de Ponce a otro propietario (*DdIT*, N° 5.786, 3 de enero de 1851: 1), se puso al “periodista profesional” Federico de La Barra a la cabeza de la redacción (Galván Moreno, 1944: 160; Buonocore, 1969: 55 y 56). En este contexto, las “Noticias Diversas” (*DdIT*, N° 5.872, 15 de abril de 1851: 1), y ocasionalmente las “Variedades” (*DdIT*, N° 5.905, 26 de mayo de 1851: 1) se convirtieron en una parte integral de la propuesta editorial. Allí, en columnas con varias entradas, de nunca más que un puñado de párrafos, el lector podía entretenerse leyendo en un solo ejemplar acerca de cuestiones tan diversas como la “invención extraña” de una “casa ambulante” por un ingeniero norteamericano; un breve perfil del ejército chino con sus “trages pintorescos en rostros de color de cera, [que] forman una vista salvage y extravagante”, y la reproducción de una nota del *New York Herald* donde se explora la idea de Mr. Wise y Mr. Tagget de “nadar en los aires” mediante un globo aerostático (*DdIT*, N° 5.821, 13 de febrero de 1851: 1).

Estos ejemplos traslucen que la mayoría, aunque no todos, los textos publicados entre las “Noticias Diversas” podrían clasificarse dentro del universo temático que Barthes (2003) atribuye a los *fait divers*. Historias sobre la asombrosa capacidad de la ciencia para inventar nuevos artefactos como “telégrafos” que permiten comunicarse “entre un sordo mudo y un ciego” (*DdlT*, N° 5.947, 15 de julio 1851: 1), relatos sobre tragedias como “Horrible naufragio del Atlantic” (*DdlT*, N° 4.748, 24 de julio de 1847: 1), o crímenes horrendos como “Infanticidios múltiples” (*DdlT*, N° 4.846, 28 de diciembre de 1847: 1).⁵¹ Textos como aquel del “ahorcado mal ahorcado” (*DdlT*, N° 5.905, 26 de mayo de 1851: 1 y 2), cuya narración entre el terror y el humor negro sobre las desventuras del “doctor Faust-Werther, de Stuttgart” combinó elementos de los tres anteriores, también subrayaron hasta qué punto el contacto con lo literario de estos textos se mantuvo intacto en el viaje trasatlántico al narrar.⁵² Lo que podríamos llamar, con ciertos recaudos, una “contaminación novelesca” de segunda mano de la prensa porteña.

La proliferación de escritos importados, antes que interpretarse como una decisión editorial tomada con el fin de atraer un público ampliado de lectores como vimos fue el caso en París, debe leerse, por lo menos en principio, como una progresiva “extranjerización” de los contenidos como resultado de un contexto específico. Si bien las “valijas de información miscelánea” que arribaban al puerto en vapores transatlánticos siempre había sido una parte importante de los periódicos porteños, única fuente de noticias extranjeras antes del tendido del “ansiado cable transatlántico Lisboa-Pernambuco” en 1874 (Caimari, 2015: 128),⁵³ en el caso específico del diario de Ponce parece haber jugado un rol excepcional ante las circunstancias específicas de la coyuntura. A partir de 1838, el éxodo político de buena parte de los letrados que hasta esa fecha escribían en la prensa, el mismo en que Alberdi huyó a Montevideo, más la

⁵¹ El repertorio temático de los *fait divers* en el *Diario de la Tarde* y otros periódicos de la década de 1840 anticipan la mucho más trabajada presencia del imaginario de lo científico, tanto en la prensa como en la literatura de fantasía científica, que emergió posteriormente a 1880 (Quereilhac, 2016; Buret, 2017). Lo mismo puede decirse acerca de las historias de muerte y fechorías, que delatan una temprana fascinación con el mundo del crimen que prefiguró el lugar protagónico de las “páginas rojas” en la prensa de fines del siglo XIX (Lyons, 1997).

⁵² Artículos como “El asesinato de la Duquesa de Praslin, en París” (*DdlT*, N° 4.883, 7 de enero de 1848: 1) ameritaron un seguimiento de varios ejemplares, manteniendo en vilo al público con el poder del “continuará...”. Tres años después se publicó en el folletín una versión novelada anónima del mismo caso bajo el título “Fanny ó la Duquesa de Praslin. Historia-Novela, traducida del francés” (*DdlT*, N° 5.896, 15 de mayo de 1851: 1; *DdlT*, N° 5.908, 29 de mayo de 1851: 1).

⁵³ Al interior de las “valijas” de ultramar “las noticias se disponían juntas”, “en bloque”, ordenada según el criterio cronológico de “una línea retrospectiva incierta cuyo límite estaba marcado por la fecha más próxima”. En las economías informativas escasas del período, una “valija” podía alimentar al diario durante días o semanas (132).

vigilancia certera de Rosas sobre todo lo publicado, redujo las opciones editoriales de los jefes de redacción.⁵⁴

Debe quedar claro que subrayar la importancia del “paquete”, así como el pragmatismo de las redacciones a la hora de configurar el periódico con lo que tuvieran a su disposición, no significa negar la agencia de los actores porteños de la prensa, fueran redactores o impresores. Eran ellos los últimos árbitros de lo que terminaba impreso en la página, como lo explicita el responsable del *Diario de la Tarde* al informar en cierta edición que los lectores no encontrarían textos propios de los “periódicos de París”, pues entre lo recibido que “alcanz[ó] al 12 de Junio” no hubo nada de “interes” (*DdIT*, N° 3.024, 27 de agosto de 1841: 2). Sin embargo, incluso cuando fuera un porteño quien ejerciera el criterio final de selección lo que era impreso, o dejaba de serlo, el aumento de la importancia cuantitativa y cualitativa dentro de la propuesta editorial del material de las “valijas” provenientes de diarios contemporáneos de Francia, Inglaterra y Estados Unidos necesariamente redundó en cierto grado de “contaminación novelesca” importada.

A lo largo de toda la década de 1840, los textos publicados bajo el titular de “Extracto de Periódicos Extranjeros”, y más a menudo como “Miscelanea” luego de 1841 (*DdIT*, N° 2.960, 9 de junio de 1841: 2), tuvieron varios rasgos que los acercaron a la ficción literaria.⁵⁵ La similitud provenía de un sentido de la narración que buscó capturar el interés del lector, mas no sea mediante la descripción detallada del horror de la sociedad decimonónica. “Denis ha sido una de tantas víctimas inmoladas á la codicia, á la brutalidad y á la perfidia”, argumentó el abogado defensor del criminal que mato a sus hijos, “El perdió su casa, su hogar, su hermano su madre, su padre, sus hermanas fueron brutalmente violadas, su libertad aprisionada, ¿qué extraño es que su padre al echarle los brazos de despedida, le hiciese jurar odio y venganza por tantos ultrajes recibidos?” (*DdIT*, N° 4.846, 28 de diciembre de 1847: 1). El alegato no solo tiene vocación de defensa, sino que abre la imaginación del lector a una historia tan impactante como entretenida. En el caso de un periódico de Buenos Aires, lo foráneo

⁵⁴ Lo mismo puede observarse en *La Gaceta Mercantil* durante el período que va desde 1838 a 1844, donde se dio un *crescendo* en la impresión de textos de aspiraciones literaria extraídos de la prensa europea bajo titulares como “Variedades” (*LGM*, N° 5.657, 22 de julio de 1842: 2) o “Literatura” (*LGM*, N° 5.770, 14 de diciembre de 1842: 2). Sin embargo, a partir de una reforma en la propuesta editorial en mayo de 1844 (*LGM*, N° 6.253, 25 de mayo de 1844) desaparecieron de sus páginas las “Variedades” hasta por lo menos 1850, cuando asumió la gestión Esteban Hallet tras la muerte de su socio e histórico director Santiago Kiernan (*LGM*, N° 8.016, 5 de agosto de 1850: 1).

⁵⁵ Ese mismo 1841 ve a la “Revista de Diarios Extranjeros” publicar largos ensayos sobre temas tan dispares como “El Arbol de la Pimienta” (*DdIT*, N° 3.007, 7 de agosto de 1841: 1), la “Horrible catástrofe” del “buque americano *William Brown*” (*DdIT*, N° 3.008, 9 de agosto de 1841: 2), la historia del “perro doméstico” (*DdIT*, N° 2.953, 1° de junio de 1841: 1) y “una aventura” propia de “los cuentos arabes” (*DdIT*, N° 2.857, 20 de enero de 1841: 2).

del relato, que desgaja, al menos parcialmente en ocasiones, sus nombres y locaciones de un referente identificable, podía incluso distanciar más al lector de lo que lía, y reforzar su interés no informativo, sino “puramente” literario.

Sin embargo, como vimos arriba, solo podemos hablar estrictamente de *fait divers* posteriormente a 1851, cuando a la dispersión temática y narrativa de aspiración literaria que había caracterizado hasta entonces a las “Revista de Diarios Extranjeros” y “Noticias Diversas” por igual, las segundas le sumaron dos características importantes: la recurrencia del recurso, y brevedad de las entradas. A partir de esa transformación, se redujeron sistemáticamente cada una a un puñado de renglones en la angosta columna, escritas de manera tan concisa como atractiva: lo suficiente para capturar la atención del lector, sin retenerla excesivamente (es decir, sin exigirle detenerse en explicaciones ulteriores, o en la necesidad de rememorar información adicional). Además, esta condensación permitió que múltiples entradas convivieran en una columna.

La brevedad fue una característica en flujo en estas “Noticias Diversas” a lo largo de ese último año del diario, comenzando con textos que se extendían a lo largo de cuatro o cinco párrafos, como en el caso de la citada columna sobre la “casa ambulante” y los “trages pintorescos”, y llegando a otros que se restringían a uno solo. Para mediados de 1851, la redacción solo necesitaba apenas más de cien palabras para contar la historia de “un viage aéreo” realizado en “globo aerostático” por el “duque de Brunswick” desde “los jardines de Vauxhall” en Inglaterra hasta París, una “barca de vapor á elice (sic) de 700 toneladas y una fuerza de 130 caballos” construida “en el rio de Glasgow”, o un sorprendente “perro repartidor” en Albany, New York (*DdlT*, N° 5.915, 6 de junio 1851: 1):

Este animal, que pertenece á un repartidor del diario, acompaña todos días á su mamo en el reparto de la mañana para el servicio de seiscientos subscriptores. Habiendo tenido el repartidor que hacerse reemplazar momentáneamente á causa de una indisposición, el perro ha servido de guia al suplenete, deteniéndose en cada puerta con el orden acostumbrado, sin olvidar una sola. Delante de cada una meneaba la cola con un aire significativo, y cosa notable, labraba delante de la habitación de los suscriptores que estaban desde algún tiempo en retardo para el pagamento del diario (*DdlT*, N° 5.915, 6 de junio 1851: 1)

Condensadas en un párrafo, y separadas por un espacio en blanco, cada entrada logró conservar la dimensión literaria descrita por Barthes y Pas, y en ella se condensa como una “información total” que no demandaba más para ser leída, pero al mismo tiempo fue reducida a su menor expresión posible, para agilizar su consumo. En la combinación dentro de cada columna de una diversidad de temas inconexos, desde la

maravilla técnica de los “globos aerostáticos” y las “casas ambulantes” hasta el costumbrismo de los “trajes pintorescos” chinos, el asombro entendido como diversión en la lectura solo se multiplican en el contraste, alimentándose uno del otro.

Nos interesa particularmente destacar el aspecto del recurso formal como textos autosuficientes, “autónomos”, porque a través de ellos se ofreció una lectura que rompía con la frondosa “interdiscursiva” del debate político (Angenot, 2010), que era la norma de la prensa diarística, y que obligaba para su intelección a sumergirse en la red de opiniones que trazaba cada periódico por sí y en diálogo con los contemporáneos. En contraste, en las columnas misceláneas se ofreció información provista por “causalidad aleatoria, coincidencia ordenada”, emparentada al “estatuto” de la literatura (Barthes, 2003: 271). Las “noticias diversas” aparecen, entonces, como el epítome de la “legibilidad” (Sarlo, 1985: 14), la accesibilidad a la que aspiraba una propuesta editorial orientada a la lectura por entretenimiento según la definimos en esta investigación. A la prosa argumentativa que hacía fluir los debates de la opinión pública a través de páginas y páginas de editorialismo, estas oponen una escritura breve, punteada, sintética, fragmentaria. Textos que aspiraban a proporcionar un consumo fácil, que proveyera satisfacción inmediata en lo autocontenido de su sentido, y entretuviera lo suficiente para producir el deseo de seguir leyendo. Sumando la atemporalidad que redundaba de su carácter de “información total”, opuesta a la actualidad de la noticia, estas se convertían también en objeto perfecto para la relectura o la conversación en eventos sociales (Batticuore, 2005a).

Este giro hacia lo conciso y fragmentario de los *fait divers* también ayudó a que estos se distinguieran de otros textos o recursos tocados por la “contaminación novelesca”. Tal diferenciación ayudó a asentar un lugar para el recurso dentro de la propuesta editorial en la que avanzaba otro producto de aquella “contaminación”: la novela de folletín.

3.2.2. El folletín desembarca en Buenos Aires

Para pensar la consolidación del folletín y con él, de la novela serializada, en la publicación fundada por Ponce, debemos establecer dos hechos que apuntalan el análisis, y destacan el lugar central del diario. Primero, que durante la segunda mitad de la década de 1840 la difusión de la novela europea de folletín en Buenos Aires fue

promovida tanto por la importación de impresos producidos del otro lado del Atlántico específicamente para venderse en Hispanoamérica, como por imprentas locales que replicaron dichos productos (Pas, 2018a). Segundo, que con la citada aparición de la entrega inaugural del “El Judío Errante” de Eugène Sue el 16 de marzo de 1846, el *Diario de la Tarde* se convirtió en el primer diario porteño en incluirlos dentro de su propuesta editorial (*DdlT*, N° 4.349, 16 de marzo de 1846: 1). Entre ambos puntos encontramos la clave de nuestra lectura: la novedad en las páginas del periódico no fue un desarrollo generado *ex nihilo*, sino que se insertó en un contexto de promoción de la novela de folletín en el mercado editorial porteño. Sin embargo, al introducir en la prensa de mayor circulación y producción local a la novela por entregas, no solo modificó los modos en que los lectores porteños consumían esta literatura, sino también el lugar que tenía la lectura por entretenimiento dentro de las publicaciones periódicas, particularmente las diarias.

El folletín y la novela por entregas tuvieron en la prensa europea, como comentamos, el mismo origen que los *fait divers*: la zona indiferenciada de la “contaminación novelesca” (Pas, 2016; Molina, 2011). Pero a diferencia de estos últimos, el *roman-feuilleton* se configuró como un espacio con entidad tipográfica propia dentro de la página, separado del resto de los textos por medios tipográficos: líneas negras, cuerpo o tipo de letra distintivos, u otros. Es decir, fue “un lugar preciso del periódico”; ese “zócalo” que se ubicó en la parte inferior de la página, y como toda novedad significativa, generó una serie de palabras nuevas. Aquello que los franceses llamaron “*rez-de-chausée*” cuando Dutacq lo inventó junto con Alexandre Dumas, padre, en *Le Siècle*, y que los españoles tradujeron como “rodapié”. También conllevó una temporalidad específica, una aparición semi-regular obligatoria de la serialización (Pas, 2016: 55).

La salva inicial fue de Alexandre Dumas, padre, quien publicó “Le Capitaine Paul” en el folletín de *Le Siècle* entre el 30 de mayo y el 23 de junio de 1838 (Pas, 2016: 55). Los clásicos no se hicieron esperar: en seguida aparecieron “Los Misterios de París” de Eugène Sue en el *Journal des Débats* entre junio de 1842 y octubre de 1843, y “El Judío Errante” del mismo autor en *Le Constitutionnel* en 1844. El mismo año Dumas publicó “Los Tres Mosqueteros” en *Le Siècle* y “El Conde de Montecristo” en el *Journal des Débats*. Mientras tanto, Honoré de Balzac hizo lo mismo en *La Presse*, a ritmo de una novela por año (Pas, 2018a: 194). El éxito de la iniciativa fue tan grande que estas obras comenzaron a publicarse velozmente en toda Europa y sus colonias. Según la definición

del contemporáneo Ballanche, novelas como “El Judío Errante” eran devoradas por “toda la Tierra”, viajando “más rápidamente que el cólera” (Weill, 1962: 146).

En Buenos Aires, fue hacia 1845, el principal vehículo de difusión de las novelas francesas fue el *Correo de Ultramar* fundado tres años antes por Xavier de Lasalle en París como un emprendimiento comercial con miras a toda la América hispanoparlante (Pas, 2018a: 198).⁵⁶ Estas fueron parte del folletín de dicha publicación, pero también se las vendió por separado en diferentes modalidades como folletos por entrega, promocionándose la serialización de *El Judío Errante*, *Los Misterios de París* del mismo Sue o *Los Misterios de Londres* de Paul Féval (201).

A partir de allí, durante la década de 1840 se fue delineando un circuito de la novela de folletín en Buenos Aires. Una obra que tenía en su origen alguna edición europea, como las realizadas por la imprenta del Lasalle, gozaba de una relación directa con traductores y editores españoles, al punto de establecer contratos exclusivos con ellos para la comercialización de sus ediciones en América entera (202). Llegados al Nuevo Mundo, los impresos eran distribuidos en cada ciudad cabecera a través de una red de agentes, “en su mayoría burgueses ilustrados, librereros, militares reconocidos, diplomáticos o periodistas” (207). Desde ese ingreso por vía transatlántica, la literatura folletinesca francesa se difundía mediante “aventuras editoriales privadas” emprendidas por las imprentas porteñas que poco distaban de la “piratería” (202). El resultado fue un verdadero “boom editorial”, como lo adjetiva Pas, que avivó “la especulación comercial de las imprentas locales de un modo que hasta entonces no lo había hecho ni siquiera la aparición de las *Rimas* de Esteban Echeverría” (210). Un ejemplo fue la primera edición local de los “Misterios de París”, por la imprenta de la Librería y Litografía Argentina de Gregorio Ibarra, aparecida solo diez días después que fueran impresos los avisos del *Correo de Ultramar*, y que se reconoció “reimpresa y corregida” de las “traducciones

⁵⁶ Esto no significa que no existieran con anterioridad en Buenos Aires experimentos con publicación de narrativa por entregas. Un ejemplo temprano es la aparición las *Memorias del General Miller*, biografía de un oficial británico que participó en la campaña emancipadora liderada por José de San Martín. Editada originalmente en inglés en 1828, fue publicada en *El Lucero* de Pedro de Ángelis solo dos años después (*EL*, N° 123, 8 de febrero de 1830: 1), aunque quedó finalmente incompleta (*EL*, N° 308, 5 de octubre de 1830: 1). Entre sus “Extracto de Periódicos Extranjeros”, *La Gaceta Mercantil* comenzó a publicar de manera esporádica textos serializado la década siguiente, con los anónimos “Recuerdos de la Suiza”, publicado como anónimo entre 1841 y 1842 (*LGM*, N° 5496, 23 de diciembre de 1841: 2 y 3; *LGM*, N° 5514, 17 enero de 1842: 2 y 3). En el *Diario de la Tarde* también se experimentó con serialización, siendo un ejemplo los “Viages de Fray Gerundio”, una bitácora del periplo por Francia realizado por un escritor oculto detrás del pseudónimo, y enviada a la redacción por carta. La serie apareció erráticamente durante varios meses, entre abril (*DdIT*, N° 4.664, 10 de abril de 1847: 1) a julio de 1847 (*DdIT*, N° 4.746, 22 de julio de 1847: 1).

españolas que ya circulaban en Buenos Aires”, probablemente un plagio de la edición de la imprenta Saurí de Barcelona (203).⁵⁷

Debido a la distancia que separaba a Buenos Aires del Viejo Mundo, la reproducción de estas obras se hizo de forma ilegal y gratuita (Pas, 2018b: 203 y 204). Si en el capítulo anterior describimos como la noción de la lectura por entretenimiento entró casi de contrabando en la propuesta editorial de *La Moda*, excusada como un mal necesario a fines de atraer ese público deseado que más necesitaba instrucción, en el caso de la novela de folletín esa táctica –que allí era cuestión de reformismo y estrategia política y social- se volvió estrategia económica y táctica material en la ilegalidad de las ediciones vernáculas.

Es en este punto donde la relevancia de la conexión que ofrecía el *Correo de Ultramar* queda explicitada. No casualmente cuando los impresores porteños decidieron publicar novelas de folletín se volcaron por los mismos títulos importados por esta publicación y editorial que, además, en la mayoría de los casos fueron impresos con pocos meses de diferencia a la aparición original. Fue a partir de este desembarco en la ciudad que se hizo presente la circulación de ediciones autóctonas en folleto o fascículo, vendidas por suscripción, siendo la citada edición de “Los Misterios de París” de Ibarra solo un ejemplo entre muchos.⁵⁸ En buena hipótesis, fue el mismo hecho el que impulsó la aparición de novelas por entrega en el folletín del *Diario de la Tarde*. Solo entonces se configuró el *feuilleton* en el periódico local, como un lugar preciso y habitual en la propuesta editorial.

En lo más inmediato, la introducción del “rodapié” en 1846 representó una transformación desde lo tipográfico en la prensa diaria porteña. Delimitaba un espacio nuevo, demarcado por una línea en la parte inferior de la primera página, que ocupaba aproximadamente un tercio de la misma y continuaba la organización de texto en cuatro

⁵⁷ Las ediciones porteñas, en particular la publicación de las novelas dentro de los periódicos diarios, reportaron ventajas con respecto a las ediciones europeas que venían circulando en Buenos Aires desde 1810 y que inundarían la ciudad tras el “boom”. Para empezar, podemos señalar la cuestión del precio. Al no contar con el coste de transporte transatlántico, ser publicados sin pagar derechos de autor o regalías y circular mayormente en formatos editoriales más modestos como folletos o folletines, los impresos vernáculos resultaban mucho más accesibles que aquellos importados, incluso cuando estos fueron de factura sencilla en lugar de lujosas y encuadernadas. En el caso del folletín, tampoco se debe descontar el atractivo que podía haber reportado a ciertos lectores la capacidad de combinar la lectura de una entrega de una novela francesa con escritos de otros géneros, los cuales además referían a la realidad política y social inmediata en la que vivía.

⁵⁸ Diez días después de comenzar su serialización en el *Diario de la Tarde*, Arzac publicó “El Judío Errante” en la modalidad de suscripción a razón de un cuaderno semanal compuesto por cinco pliegos, o cuarenta páginas, por veinte pesos mensuales (*LGM*, N° 6.740, 27 de marzo de 1846: 4). La Imprenta Argentina de Ponce ofreció por su parte “Los siete pecados capitales” de “Eugenio Sue” en “pliegos de á ocho páginas” cada sábado (*DdIT*, N° 4.930, 29 de febrero de 1848: 2). Hasta el órgano oficial, *La Gaceta Mercantil*, entró en el juego al ofrecer una edición en dos tomos de “La Dama de Monsoreau”, de Alexandre Dumas (*LGM*, N° 7.631, 28 de abril de 1849: 4), continuación de “La Reina Margarita” publicada en el *Diario de la Tarde*.

columnas. Además, el aspecto de la serialización demandó de la redacción un compromiso de regularidad y estabilidad en la propuesta editorial, un prospecto difícil de mantener en el inestable mundo editorial del siglo XIX.

Fragmento de página extraído de *DdIT*, N° 4.491, 10 de septiembre de 1846: 1.

A los fines de nuestro análisis, lo central es que con la consolidación en la prensa de la novela-folletín —como espacio tipográfico diferenciado— definió su contenido, y se consagró como un espacio de lectura por entretenimiento. Si bien es cierto que el interior del folletín como espacio en el periódico se asocia a “toda clase de textos literarios”, como “poemas, dramas, relatos de viajes y ensayos” (Molina, 2011: 28), la novela por entregas fue el único contenido impreso en el zócalo del *Diario de la Tarde*, y probablemente una de las razones de su éxito. La aparición en menos de quince días luego de un segundo folletín, “Album Universal”, esta vez ocupando la mitad inferior de las páginas posteriores a ambos lados de la hoja y listo para recortar, puede interpretarse como un indicador de la buena recepción que tuvo la iniciativa por parte de los suscriptores (*DdIT*, N° 4.359, 28 de marzo de 1846: 3 y 4). Más todavía teniendo en cuenta que debutó como un complemento del día sábado, para luego aparecer también de manera irregular el resto de los días de la semana (*DdIT*, N° 4.372, 15 de abril de 1846: 3 y 4).⁵⁹

⁵⁹ A lo largo de los años el folletín fue cambiando de formato y ubicación. A fines de 1846 abandonó el zócalo de la primera plana para trasladarse al interior, en la segunda página, y creciendo hasta ocupar la mitad carilla (*DdIT*, N° 4.536, 2 de noviembre de 1846: 1). Dos años después regresó a su lugar original y desapareció el folletín para recortar (*DdIT*, N° 5.104, 2 de octubre de 1848: 1), aunque irregularmente se publicó un segundo folletín (*DdIT*, N° 5.160, 9 de diciembre de 1848: 3 y 4; *DdIT*, N° 5.163, 13 de diciembre de 1848: 3 y 4). A fines de 1848 desaparecieron ambos folletines, según el redactor en jefe, siendo trasladados a un suplemento del cual no quedan rastros materiales (*DdIT*,

Impresores y jefes de redacción porteños utilizaron discrecionalmente el término “novela” (Molina, 2011: 56), menos interesados en el acto de clasificar una producción literaria que por conjurar el poder de atracción que ejercía sobre el potencial suscriptor las lecturas consideradas más “amenas” o “ligeras” (Pas, 2016: 56). Es decir, a diferencia del resto del periódico (salvo los *fait divers*), donde se pugnaba por opinar, informar, discutir y conquistar, según se expresa, la racionalidad de los lectores con doctrinas e ideologías, fue claro tanto para los productores como para los consumidores que dentro del folletín las reglas eran diferentes. La prensa y concretamente, el diario, albergaría así un doble régimen de apelación, distinguido en su puesta en página.

En la intersección entre los títulos importados desde ultramar y la bien documentada afinidad de los letrados de Buenos Aires por la producción europea, particularmente la novela histórica francesa (Parada, 2007; Laera, 2003a; Esposito, 2009), encontramos las razones detrás de la selección de obras publicadas en el *Diario de la Tarde*.⁶⁰ El mismo Pedro Ponce reconoció que el gusto europeizado y la fama que ya gozaban estos escritores en Buenos Aires fue un factor de peso en sus decisiones editoriales (*DdlT*, N° 4.930, 28 de febrero de 1848: 2). Entre los autores más difundidos encontramos a Eugène Sue. Sus novelas no solo inauguraron el folletín del *Diario de la Tarde*, sino que también se contaron entre las primeras importadas por *Correo de Ultramar*. Simétricamente, la última obra de la que hallamos rastro antes de la desaparición del diario es “Los Hijos del Amor” del mismo autor (*DdlT*, N° 6.132, 25 de febrero de 1852: 1). Sus “Misterios”, que hasta donde sabemos no fueron publicados en ningún folletín, circularon profusamente en otras modalidades como parte de la “gran expansión global del consumo literario popular” que lo tuvo como protagonista (Pas, 2018a: 195). Acaso el escritor más publicado fue Alexandre Dumas,⁶¹ cuyas obras siempre fueron destacadas como trabajos del célebre escritor francés, cuando no traducidas desde ese idioma y como integrantes del género histórico. La popularidad de la prosa de Dumas incluso excedió los confines del folletín, apareciendo en más de una

N° 5.164, 14 de diciembre de 1848: 1). El zócalo delantero regresó al cuerpo del periódico un mes después con el anónimo “El Aniversario A Eduardo” (*DdlT*, N° 5.199, 27 de enero de 1849: 1) y el folletín para recortar, lo hizo todavía más tarde (*DdlT*, N° 5.389, 10 de septiembre de 1849: 3 y 4).

⁶⁰ Ver Anexo D.

⁶¹ Entre los títulos de Dumas publicados en el *Diario de la Tarde* contamos “La Reina Margarita” (*DdlT*, N° 5.234, 8 de marzo de 1849: 1), “El Collar de la Reina” (*DdlT*, N° 5.449, 20 de noviembre de 1849: 1), “Elena de Orleans” (*DdlT*, N° 5.752, 22 de noviembre de 1850: 1), “El Balcón de Aversa” (*DdlT*, N° 5.910, 31 de mayo de 1851: 1), “El vizconde de Brangelonne” (*DdlT*, N° 5.951, 19 de julio de 1851: 3) y “El Caballero de Harmental” (*DdlT*, N° 5.952, 21 de julio de 1851: 1). En el *Diario de Avisos Periódico Comercial y Literario* (1849-1852) de José María Arzac, que como hemos señalado ya, fue la única otra publicación que incluyó un folletín antes de Caseros, apareció también “La Guerra de las Mugerres. Novela histórica escrita en francés por el celebre Alejandro Dumas” (*DdA*, N° 224, 27 de octubre de 1849: 3).

ocasión textos suyos en otras secciones del periódico como “El Asalto de Constantina” (*DdIT*, N° 5.898, 17 de mayo de 1851: 1), o “Árabes y Franceses” (*DdIT*, N° 5.915, 6 de junio de 1851: 1).

El caso de la publicación de la novela “Dos Dianas” de Dumas ejemplifica concretamente la importancia que revistió al folletín en el *Diario de la Tarde*. Al parecer la ausencia de la novela en el zócalo delantero, así como del folletín de la página trasera, a fines de 1848 resultaba un hecho lo suficientemente grave en la apreciación de la redacción, que interpela a sus suscriptores con un mensaje solemne:

Saldrá la próxima publicación que tenemos el gusto de anunciarles bajo el nombre de DOÑA BLANCA DE NAVARRA, que nos ha llegado últimamente de Madrid, escrita en nuestro idioma originario por el célebre D.F. NAVARRO VILLOSLADA, publicada en España. El entusiasmo con que ha sido recibida y reimpresa en Europa, sale garante de su mérito; pues la fluidez de lenguaje y dulzura de su estilo, la ponen al nivel de las mas celebradas obras de literatura de que hemos tenido conocimiento en esta ultima serie; seguros de que los SS. Suscriptores á las DOS DIANAS sabrán apreciar y distinguir lo mismo á DOÑA BLANCA DE NAVARRA, en la que tenemos la ventaja de no sufrir el desmerecimiento ó los deslices de una versión, porque rara vez se expresan las ideas de un autor, ni el selecto lenguaje de la inspiracion original, en la traduccion de un idioma (*DdIT*, N° 5.164, 14 de diciembre de 1848: 1).

En primer lugar, la intención del escritor por resaltar el carácter importado, extranjero de la obra queda clara en la reiteración del origen en el lapso de dos oraciones como oriunda de “Madrid”, de “España” y de “Europa” también. En la igual de insistente vocación por destacar “la fluidez de lenguaje y dulzura de [un] estilo” que provenía directamente de la pluma del autor y no de la “traduccion de un idioma”, lo que puede interpretarse como una defensa preventiva de la publicación de una novela ibérica en lugar de francesa, que había sido exclusivamente el caso de las “mas celebradas obras de literatura” que componían la “serie” del diario.

En segundo lugar, la rápida respuesta de la redacción a esta contingencia, la obligación que sintió para, primero, publicar un aviso aclaratorio y, después, solucionar el conflicto al solventar un suplemento creado expresamente para hacer llegar las entregas a los lectores, a quienes no se les cobró un real de más, indica la importancia que había alcanzado la novela en el periódico. El editorial donde el responsable del diario se excusaba por el cambio y, además, promocionaba la próxima aparición “Doña Blanca de Navarra” de D.F. Navarro Villoslada, publicada en España” (*DdIT*, N° 5.164, 14 de diciembre de 1848: 1), funciona como un reconocimiento tácito de cuánto los productores y los consumidores hacían ya del folletín una pieza insoslayable de la propuesta editorial. Solo bajo la hipótesis de que la ausencia de la novela reportaría un daño económico significativo a los productores, es decir, que un gran número de sus

suscriptores dejaría de comprar el diario en la ausencia de las “Dos Dianas”, se justificaba absorber completamente el costo de continuar publicando la obra al ritmo de “ocho páginas diarias” adicionales “separadamente del Diario”, cuando la publicación constaba de solo cuatro.⁶²

La modalidad de la publicación por entregas, además de obedecer a obvias imposiciones materiales que hacían imposible insertar una novela entera en una publicación de cuatro páginas, tuvo como efecto colateral adaptar su lectura a la propuesta editorial de un periódico que aspiraba, entre otras funciones, a entretener. Al parcelar la obra, que usualmente acumulaba decenas sino cientos de páginas, se disponía su consumo más inmediato, menos demandante de tiempo, y se predisponía a una lectura extensiva que podía alternar entre varios textos a la vez (Chartier, 1994).

Sin embargo, la naturaleza serializada de la novela por entregas también contenía en sí la posibilidad de una lectura más pendiente y podía atrapar al lector con cada “continuará...”, manteniéndolo cautivo hasta la próxima entrega.⁶³ Es esta lectura más intensiva la que fue materializada en el acto de recortar, guardar y perpetuar las obras literarias como un volumen completo y acabado al alcance del consumidor. Si bien la ausencia de evidencia de tales colecciones en nuestro país nos impide afirmar que lectores compilaran las entregas, si se han conservado en las hemerotecas los ejemplares del *Diario de la Tarde* y el *Diario de Avisos* con las entregas de los folletines recortadas. La aparición de fuentes alteradas es la única intervención de los consumidores de la que tenemos fehaciente evidencia, y por lo tanto nos ofrece la posibilidad de pensar la lectura como práctica sobre una base firme.⁶⁴

⁶² Lamentablemente, en los repositorios documentales transitados durante esta investigación no hallamos evidencia de aquel suplemento de ocho páginas de las “Dos Dianas”. Probablemente, esta ausencia pueda explicarse en conjunto con otra práctica lectora que hemos identificado en las fuentes originales, y cuya evidencia fehaciente es el hecho que los folletines aparezcan sistemáticamente recortados, presumiblemente por el suscriptor original al diario

⁶³ Una dimensión de seguro supo ser apreciada por los diferentes actores involucrados en la producción de periódicos, quienes medían el éxito de su emprendimiento acorde a la fidelidad de sus suscriptores. En Europa, cobrar por línea escrita motivó a los autores a concebir obras de “interminable longitud” (Lyons, 2012: 286), influyendo así la modalidad de edición al contenido literaria.

⁶⁴ Recortar el zócalo era común en todo lugar donde se publicaron periódicos con folletín, como señala Martin Lyons (1997) de las lectoras francesas que “cortaban los episodios a medida que se publicaban, y los pegaban o encuadernaban” (485). Jean-Yves Mollier (2013) agrega que esta acción estuvo concebida, en el caso de “la población urbana más carenciada y aquella del campo” como una “manera original de armar en sus viviendas, una biblioteca que no les costaría nada ni ocasionaría, por consiguiente, ningún gasto imputable al presupuesto familiar” (42). Sin embargo, en las limitadas interacciones discursivas de los redactores del *Diario de la Tarde* y *Diario de Avisos* no se evidencia que se construyera deliberadamente como público deseado a un lector “feminizado” o de sectores carenciados, en contraste con un consumidor masculino letrado que se asumió leía el resto del impreso. Esta característica de las fuentes también dificulta reconstruir un listado de obras publicadas del *Diario de la Tarde*. De hecho, la aparición inaugural de “El Judío Errante” debió ser deducida a partir de un número posterior (*DdIT*, N° 4.491, 10 de septiembre de 1846: 1), debido a que la entrega inaugural falta en el ejemplar. Una serie de números íntegros de febrero de 1847 nos permitieron descubrir asimismo que en el espacio del folletín trasero se publicó un libro para encuadernar titulado “Album Universal”, como citamos anteriormente. En él se encuentra un surtido variopinto que fue desde ensayos de Mariano José de Larra (*DdIT*, N° 4.626, 22 de febrero de 1847: 3) a una historia

Ensamblar las entregas sueltas en una obra reunida no solo destruía el periódico, el cual de todos modos era producido y comprado en concepto de consumo descartable, sino que también potencialmente transmutaba una serie de lecturas breves y fragmentadas en otra igual de entretenida pero que demandaba un consumo cualitativamente diferente. Esto fue tan cierto para los folletines dispuestos a tal fin, ubicados en la parte trasera del diario con un diseño que imitaba los pliegos de un libro, como para el zócalo de la primera página que, a pesar de no estar acondicionado para ello, era igualmente recortado. Esta hipótesis es reforzada por el hecho de que, como señala Pas (2018c), las entregas para encuadernar incluidas en la tercera y cuarta página fueron, en muchos casos, impresas desordenadas, sin seguir un orden ascendente en la serialización. Esto redundaba en que el lector que deseara consumir la novela en el orden correcto debía aguardar hasta que la publicación estuviese completa para poder ensamblar la obra.

Calibrar el impacto de la novela de folletín y las nuevas formas de leer por entretenimiento que ofreció en Buenos Aires, particularmente en lo material, nos enfrenta ante una tarea difícil. Es claro que las condiciones económicas, sociales y culturales de la ciudad distaban de aquellas de las capitales europeas, donde las obras de Sue y Dumas eran un éxito sin precedente. La prensa porteña tampoco podía si quiera soñar con replicar los números de ventas alcanzados por *La Presse* y *Le Siècle* en París. Sin embargo, difícilmente esta actividad editorial se hubiese difundido con la premura que reflejan los avisos publicitarios de no existir una respuesta favorable del público.⁶⁵ Con seguridad puede aseverarse que este auge desestima la imagen de la década de 1840 como un “período sombrío” que habría ahogado el mundo del impreso hasta Caseros presente en la bibliografía clásica (Buonocore, 1969: 10) y, en su lugar, ofrece el retrato de un vivaz circuito editorial articulado en torno a la novela de folletín.

contemporánea de la Plazuela de Santa Ana por Serafín Calderón (*DdIT*, N° 4.627, 23 de febrero de 1847: 3), pasando por “Estudios sobre las costumbres españolas” firmados por Patricio de la Escosura (*DdIT*, N° 4.641, 11 de marzo de 1847: 3).

⁶⁵ Un ejemplo concreto lo encontramos en las *Memorias* de Benito Hortelano (1836). Siempre emprendedor, el peninsular se dispuso en 1851 a importar desde Madrid una “Biblioteca Universal” que prometió setenta y ocho tomos por sólo ciento cincuenta y seis pesos pagos mediante una suscripción. La popularidad del recurso formal en los diarios fue un factor en la decisión comercial, evidenciado por una selección que incluyó *Los Misterios de París* y otros títulos de Sue, *El Conde de Montecristo* de Dumas, así como diversas obras de Charles Dickens, Walter Scott, Paul de Kock y Victor Hugo (*DdIT*, N° 5.806, 27 de enero de 1851: 3). Su relato también revela las dificultades logísticas y comerciales propias de gestionar un emprendimiento de tal envergadura, en tanto el negocio dependía de los posibles imprevistos del viaje transatlántico y de la buena voluntad de los suscriptores, quienes avanzaban una buena suma de dinero para financiar la importación. En su caso, la demora en la entrega, producto de problemas logísticos (222), produjo tanto alboroto que derivó incluso en ataques desde la “prensa” y reembolsos para “los mas exigentes” (221). Así y todo, el negocio era tan próspero que según el impresor la “suscripción a la Biblioteca Universal” le llegó a reportar unos “1.000 diarios” (220). Aunque la cifra pueda ser una clara exageración, es sin dudas un posible índice de su éxito.

La pluralidad de modalidades de venta (libro, fascículo por suscripción, folletín del periódico) ofrecía a los lectores una variedad de opciones de consumo, al tiempo que incentivaba la retroalimentación y la competencia entre los distintos formatos de la novela. En periódicos contemporáneos es posible ver un anuncio de la venta del final de una obra que apenas había comenzado a serializarse en el periódico (*LGM*, N° 6.764, 27 de abril de 1846: 3), la secuela de una obra que tuvo éxito en el folletín (*LGM*, N° 7.631, 28 de abril de 1849: 4), e incluso, el remate de una edición debido a que la competencia la había editado en una modalidad más accesible. Es decir, la proliferación en la oferta demuestra que la venta de novelas, aun a mínima escala, se convirtió rápidamente en un negocio redituable, pero también competitivo. Eso mismo explicitó Pedro Ponce al especificar en un aviso que la publicación de “Los Siete Pecados Capitales” dependía de alcanzar una suscripción que “subvenga á los gastos de impresión” (*DdIT*, N° 4930, 28 de febrero de 1848: 2).

Tampoco se puede restar importancia al impacto en este mercado de la oferta ampliada del folletín del diario, que permitió el acceso a otra modalidad de entrega para la novela con precio más bajo. Los impresores mismos no perdieron oportunidad de resaltar este ánimo lector, siendo un lugar común en los avisos atribuir cada edición a la demanda popular. En Francia, los “periódicos para tenderos” fueron artífices de una expansión y diversificación del público lector mediante la invención del folletín (Rivera, 1971: 6). Si bien estos diagnósticos deben ser atemperados en el caso del *Diario de la Tarde* y el *Diario de Avisos*, la difusión de la novela indica que, cuanto menos, nos encontramos en los albores de la conformación de un “público mesocrático” y ampliado (Poblete, 2016: 84). Todo denota que algo había cambiado en el pacto de lectura, y ya no había vuelta atrás.

En las páginas del *Diario de la Tarde*, la consolidación de la novela por entregas dentro del folletín, así como la inclusión de los *fait divers*, modificaron sensiblemente que se pensaba por la propuesta editorial de un diario político y mercantil. Haciendo eco de un contexto de transformaciones en la sociabilidad urbana con respecto al consumo de entretenimiento, dentro de las cuales podemos incluir el “boom” de la novela europea propiciado por la importación de impresos transatlánticos, estos recursos formales abrieron camino a la resignificación del lugar de la lectura por entretenimiento en la prensa diaria. Fuera dentro de los límites del zócalo del folletín, o en la incipiente “contaminación novelesca” que propiciaba la “extranjerización” de las “Noticias Varias” y “Variedades”.

A modo de epílogo se puede referir un episodio posterior, reflejado por el diario *El Orden* (1855-1858), que prueba hasta qué punto este estatus del folletín y de los recursos asociados a la lectura por entretenimiento no fue una excepción propia de la fuente analizada, sino más bien, la punta de un cambio en la prensa porteña que se consolidaría luego de Caseros. Félix Frías y Luis Domínguez, directores de la publicación, se resistieron a publicar “novelas y folletines en general” debido las preocupaciones morales e ideológicas que les generaban (Molina, 2011: 45 y ss.). Expresaron preocupación, mediante ensayos propios y traducidos impresos en su publicación, por el efecto que esta literatura perniciosa podría tener sobre los jóvenes y las jovencitas que no contaran con la capacidad de discernir con nitidez entre el bien y el mal. Desde el periódico contemporáneo *El Nacional*, Sarmiento le respondió reeditando la defensa del folletín que ya había expresado en la prensa chilena más de una década antes, citada en el capítulo anterior. Mitre se alineó con Sarmiento, reconociendo expresamente, en el muy citado editorial inaugural del diario *Los Debates* titulado “Profesión de fe”, que lo que el público porteño quería leer eran novelas (Mitre, 1956). Para los lectores, la cuestión fue menos ambigua: primero, la presión de los compradores obligó a Frías y Domínguez a dar explicaciones por la ausencia de estos textos en el periódico y, luego, la demanda fue tal que terminó por imponerse. En ese mismo año comenzaron a publicarse novelas de folletín (Molina, 2011: 45).

Este episodio evidencia la influencia de la propuesta editorial del *Diario de la Tarde* en la prensa de Buenos Aires. Todos los diarios de nota editados posteriormente lucieron un folletín con novelas por entrega, revelando que se había convertido en una parte insoslayable de la propuesta editorial (aunque por supuesto, no todos ellos tuvieron continuidad, por lo cual no fue extraño que muchas obras serializadas quedaran inconclusas).⁶⁶ En la segunda mitad del siglo XIX, los periódicos diarios debían ya incluir “un delicado recreo para [el] espíritu” del lector en su propuesta editorial, con el fin de responder a una demanda de lectura por entretenimiento articulada en un público

⁶⁶ Explicitando la continuidad de manera elocuente, los dos diarios más importantes de la década de 1850 continuaron con la serialización que habían comenzado publicaciones de la década anterior. *El Nacional*, inicialmente impreso por Cayetano Casanova y redactado por Dalmacio Vélez Sarsfield, fue la continuación del *Diario de la Tarde*, ambos productos de la Imprenta Argentina. Desde su primer número incluyó las dos novelas que en el último habían quedado inconclusas: “Los hijos del amor” de Eugène Sue (*EN*, N° 1, 1° de mayo de 1852: 1) y “El vizconde de Bragelonne” de Alexandre Dumas (*EN*, N° 1, 1° de mayo de 1852: 3-4), tercera y última de las historias de D’Artagnan. Por su parte, *La Tribuna* reanudó la serialización de “Esaú, el leproso. Historia del tiempo de Duguesclia” de Manuel Fernández y González, obra que informa había empezado “en el número 258 del ‘Progreso’” (*LT*, N° 2, 9 de agosto de 1853: 1). *El Progreso*, a su vez, había sido el periódico oficial del gobierno de Vicente López y Planes que vio prensa entre 1852 y 1853 en calidad de reemplazo de *La Gaceta Mercantil* (Lettieri, 2006: 281).

deseado que, conforme se avanza hacia el siglo XX, más se concebía como amplio y diverso.

Como veremos en la segunda parte, estas fuerzas no actuaron solo sobre el diario, sino que también serían un factor en la formación de semanarios ilustrados dedicados a la lectura por entretenimiento que definiría el mercado editorial de periódicos durante la década consolidatoria de 1860.

Segunda Parte: Hacia la “periódico-manía” y el éxito comercial de la lectura por entretenimiento. Entre *El Mosquito* y el primer *best-seller* argentino (1863-1874)

Quien se sumerja en los repositorios documentales que conservan la prensa periódica editada en Buenos Aires durante el siglo XIX notará que algo cambia cuando se ingresa en los tomos correspondientes a la década de 1860. Salta a la vista una “presencia creciente” de imágenes impresas en el “cúmulo de publicaciones” (Roman, 2010: 6). A diferencia de los costosos periódicos producidos en Europa para circular en América antes de 1830, se ofrecieron tanto precios más accesibles como un aspecto material más en línea con el resto de la prensa local. Los nuevos impresos ilustrados también se distanciaron de los limitados experimentos con sencillos clisés importados aparecidos después de 1850 al incluir litografías originales de página completa, lujosas y ornamentales, que en el contexto de un periódico orientado a la lectura por entretenimiento, pedían ser contempladas por la simple diversión de hacerlo. Esta innovación técnica, pero también editorial, es el primer criterio según el cual elegimos aquí dar inicio a la segunda parte.

El intento de introducir imágenes en la propuesta editorial estuvo en el origen del fracaso de muchas publicaciones porteñas durante los primeros sesenta años del siglo XIX. Si el prospecto de un impreso de salida periódica era ya de por sí un proyecto oneroso y arriesgado que rara vez llegaba a buen puerto, incluir ilustraciones no podía sino amplificar el desafío técnico, su costo material y el riesgo comercial que los hacedores asumían. Por esta razón, el éxito casi simultáneo que disfrutaron *El Mosquito*, lanzado en 1863, y el *Correo del Domingo*, puesto en circulación al año siguiente, ambos agraciados con el expresivo y detallado trabajo del litógrafo francés Henri Meyer, representa una novedad.

El suceso de estos títulos, reflejado principalmente en su longevidad, no solo redefinió las expectativas para los periódicos ilustrados, sino que vino a probar por primera vez que impresos con propuestas editoriales orientadas a la lectura por entretenimiento podían ser comercialmente viables. Este hecho delinea un segundo criterio según el cual dividir nuestra periodización en dos. Después de 1863 se entró en una nueva etapa en la historia de la prensa porteña, un cambio cuantitativo y cualitativo de significativas proporciones que ha sido señalado en pocas ocasiones (Megías, 1998; Roman, 2010), y menos veces explorado en profundidad.

Las fechas hacen evidente la incidencia de la coyuntura histórica, emplazándose este quiebre en la cronología luego de la batalla de Pavón y durante las presidencias de Bartolomé Mitre (1862-1868) y Domingo Sarmiento (1868-1874), durante las cuales se experimentó mayor estabilidad política y desarrollo económico (Hora, 2010), así como una mayor inserción en la economía mundial y su circulación de bienes de capital y consumo (Orlove y Bauer, 1997). La mayor disponibilidad de tiempo y dinero fueron factores de peso en un contexto propicio, como veremos en más detalle durante los siguientes capítulos, para que emergieran diversas instancias de sociabilidad articuladas en un “fervor asociativo”, prodigando desde asociaciones letradas como el “Círculo Científico Literario” de 1864 (Bruno, 2009) a instituciones como el “Club del Progreso”, que a lo largo de la década de 1860 promovieron actividades de ocio europeizantes (Losada 2006: 556). Las condiciones también fueron favorables para el crecimiento del mundo del entretenimiento urbano, que no paró de ampliarse y diversificarse. Durante estos años a las puestas en escena líricas, dramáticas, musicales y circenses, extranjeras y locales, fueron sumándose nuevas atracciones como, por ejemplo, espectáculos visuales (Telesca y Amigo, 1997; Maturana, 2009).

El mismo contexto coadyuvó al quiebre con el “antiguo régimen tipográfico” porteño. Nuevos periódicos presentaron propuestas editoriales donde confluyeron la apertura a la lectura por entretenimiento que vimos en *La Moda* y las novedades formales que debutaron en las páginas de *Diario de la Tarde* con el despliegue de recursos formales como la imagen impresa y la sofisticación de estrategias comerciales como la venta de espacio publicitario. Una verdadera confluencia “entre la tecnología, las fuerzas del mercado y la estética” (Littau, 2008: 47), este salto cualitativo de la prensa aparece como parte integral de otro, cuantitativo, que desembocó en lo que un redactor del *Correo de las Niñas* bautizó como “periódico-manía” que alcanzó a tanto jóvenes y viejos, hombres y mujeres (*CdIN*, III época, N° 1, 9 de julio de 1876: 1). Esa perspectiva sugiere la hipótesis de que esta coyuntura representó, a los ojos de impresores y redactores, un salto imprevisto en el proceso de consolidación y diversificación del público lector que había desencadenado al comienzo de nuestro período de análisis.

A lo largo de los próximos tres capítulos exploraremos cómo esta serie factores confluyeron en una estabilización del mercado de la prensa orientada a la lectura por entretenimiento durante la década 1860 y después. El desarrollo será presentado en la reconstrucción de la trayectoria de tres de publicaciones significativas: el *Correo del*

Domingo (1864-1868), *El Mosquito* (1863-1893), y el *Correo de las Niñas* (1868-1873). Como queda dicho, no fueron estas las únicas que surgieron en y de este proceso; no obstante, las elegimos porque cada una permite visualizar aspectos diferentes y complementarios al mismo. Mediante el análisis y contextualización de sus propuestas editoriales, con sus avances y retrocesos, sus alcances y sus límites, intentaremos dar con las razones del éxito: una alquimia que combinó el repertorio discursivo y formal introducido por los periódicos pioneros en décadas pasadas con nuevos recursos y condiciones contextuales que favorecieron la ampliación, estabilización y despliegue de la lectura por entretenimiento en Buenos Aires.

4. El entretenimiento ahora es ilustrado. La primera época *Correo del Domingo* (1864-1868)

Si bien *El Mosquito* (1863-1893) se anticipó con sus caricaturas políticas cinco meses al lanzamiento del *Correo del Domingo* (1864-1868), es difícil no acordar en que fue el segundo quien hizo el mayor esfuerzo por convertir la novedad de la imagen impresa, no solo caricaturesca, en su atractivo central, desde su portada hasta las páginas interiores. En este cuarto capítulo exploraremos cómo el semanario aunó recursos introducidos con anterioridad con otros propios, para ofrecer una propuesta editorial que no dejó de tener puntos de contacto con el pasado, pero fue más ambiciosa que ninguna otra hasta el momento en Buenos Aires en la cantidad y variedad de recursos editoriales desplegados. Gracias a ella, durante un período limitado de tiempo, alcanzó un gran éxito de ventas que garantizó su propia supervivencia. Este éxito, además, funcionó como señal de la apertura de una nueva era para los periódicos dedicados a procurar la lectura por entretenimiento.

Comenzaremos reconstruyendo el mundo editorial en que fue lanzado el impreso, deteniéndonos en el estado de la litografía como recurso formal. Luego, indagaremos cómo se confeccionó su propuesta editorial. Para ello pondremos en discusión, antes que nada, los cambios y continuidades en el discurso sobre la lectura de entretenimiento. Luego indagaremos en los elementos específicos desplegados: primero, nos detendremos en la contratapa como lugar de lectura amena y miscelánea mediante la apelación a los *fait divers* y un espectro de recursos lúdicos, así como una amplia oferta de novelas por entregas, que se despegaron de las restricciones tipográficas del zócalo para ocupar buena parte de las dieciséis páginas semanales que se ofrecían por la suscripción. Segundo, destacaremos el uso protagónico del recurso gráfico, la litografía, que excedió lo que nosotros hemos considerado hasta aquí como “entretenido”. Finalmente, contextualizaremos la propuesta editorial en el marco de los todavía vigentes límites materiales y comerciales que regían el circuito de distribución y consumo de las publicaciones periódicas.

4.1. El devenir de la imagen impresa en los periódicos porteños

Para 1830, en Europa los periódicos ilustrados no eran una novedad (Lyons, 2012; Mollier, 2013), y vendían hasta cien mil ejemplares por número (Pas, 2014: 68).

Tampoco era extraño que los mismos impresos que se vendían allí circularan de este lado del Atlántico, o incluso que desde capitales de la impresión como París o Londres se produjeran otros, destinados específicamente a Hispanoamérica. Un ejemplo temprano, como vimos, fue el caso de *Variedades o mensajero de Londres*, creado y distribuido por Rudolph Ackermann entre 1823 y 1825 (Munilla Lacasa, 2018). El éxito y difusión de publicaciones europeas con ilustraciones no pudo sino incentivar el deseo de letrados y actores del mundo editorial local por introducir la técnica en Buenos Aires, quienes importaron tempranamente desde el Viejo Continente “clisés”, o pequeñas “ilustraciones estandarizadas”, que adornaron a los periódicos (Szir, 2010: 7).

No tardó en instalarse, en 1826, el primer establecimiento con imprenta litográfica de la ciudad (Szir, 2010; Pas, 2011). La diferencia contextual entre el mercado editorial europeo y el americano, sin embargo, se traducían en desafíos para los impresores y redactores porteños. Como destaca Pas, Domingo Faustino Sarmiento (1885) ejemplificó satíricamente en el editorial “Las ilustraciones del *Progreso*”, publicada originalmente en 1842 en las páginas de su periódico chileno, que la precariedad de las suscripciones y los costos de impresión litográfica hacían una combinación imposible a la hora de intentar introducir imágenes impresas en la prensa (20).

El apoyo estatal tampoco fue una fuente de financiamiento confiable para los emprendimientos gráficos, como ejemplifican las historias de los dos primeros litógrafos de Buenos Aires, Jean-Baptiste Douville y César Hipólito Bacle. El primero llegó seducido desde Francia por una oferta elevada desde el gobierno de Bernardino Rivadavia, mientras que el segundo, quien compró la maquinaria que Douville dejó tras su partida, se convirtió en el director de la *Imprenta Litográfica del Estado* fundada durante el primer mandato de Rosas. Más allá de las promesas, sin embargo, ambos acabaron siendo desfinanciados y abandonados a la inclemencia de ese páramo que era el mercado editorial porteño, en el cual una iniciativa comercial de ese tipo simplemente no podía aún sobrevivir (Szir, 2010; Pas, 2011; 2014).⁶⁷

⁶⁷ El francés Jean-Baptiste Douville, junto a quien sería su esposa Pillaut Laboissiere, instaló a comienzos de 1826 el primer establecimiento de su tipo en el país. A pesar de arribar con el auspicio de Rivadavia, la experiencia fue breve y fallida. Tras el fracaso comercial, Douville y su mujer abandonaron Buenos Aires (Pas, 2014: 68). Otro litógrafo europeo que decidió probar suerte en Buenos Aires compró entonces al estado el equipamiento litográfico, César Hipólito Bacle (Trostiné, 1953: 22). Su trágica trayectoria es bien conocida, y fue relatada tempranamente por autores como el citado Trostiné, debido a que produjo los impresos ilustrados más importantes de la primera mitad del siglo XIX: *La Colección de Trages y Costumbres de la Provincia de Buenos-Aires* (1833), el *Museo Americano o de Todo el Mundo* (1835-1836) y *El Recopilador* (1836-1837). Bacle debió luchar constantemente por asegurar contratos con el estado, y una vez obtenidos, la pelea fue cobrar por esos trabajos ya realizados (Trostiné, 1953: 101). Tanto el proyecto de Bacle como sus trabajos han sido revisitados en análisis recientes y reveladores (Pas, 2009; 2014; Gluzman y Munilla Lacasa, 2017) que ratifican la densidad de su aporte para la construcción de una visualidad local.

Posteriormente a Caseros, el clima político estuvo signado por la urgencia de reemplazar la “omnipresente imagen de Rosas” y la iconografía federal por otra centrada en “una patria colectiva y republicana desde los orígenes” (Roman, 2010: 157), pero las mismas limitaciones técnicas y materiales de la primera mitad del siglo seguían pesando sobre la edición de periódicos ilustrados. Entre ellas, la principal era que la producción de litografía y xilografía requería de una escala mucho más grande a la posible en el Buenos Aires contemporáneo para poder ser redituable, o incluso asequible (Szir, 2010; Pas, 2011).

Por todo esto veremos a lo largo de década seguir desfilando títulos que aspiraban cautivar suscriptores con la inclusión de imágenes y que terminaron sucumbiendo a las condiciones del sistema financiero y comercial. Entre los periódicos con ilustraciones de esa época se cuentan *Revista del Plata: periódico consagrado a los intereses materiales del Río de la Plata* (1853-1855/1860-1816), mensual de índole científico redactado e ilustrado por Carlos E. Pellegrini que tuvo dos “épocas”; el similarmente erudito *El Plata Científico y Literario* (1854-1855) de Miguel Navarro Viola; el semanario *La Ilustración Argentina. Semanario crítico literario* (1853-1854), fundado por Benito Hortelano y José María Buter; *La Cencerrada. Diario cómico al uso de los hombres serios* (1855), que se propuso como el primer periódico satírico ilustrado de la ciudad, pero solo sobrevivió “durante algunos meses” (Roman, 2010: 176); y *La Bruja. Periódico Crítico Serio Ilustrado* (1860), editado en la Imprenta de Pedro Gautier con menos repercusión aún, y de la cual solo se conserva el número cuatro.

Además de ejemplificar la dificultad propia a lanzar un impreso de estas características durante la década de 1850, esta lista a su vez funciona como muestrario de la diversidad de la imagen en la prensa. Entre sus páginas encontramos desde ilustraciones científicas a caricaturas políticas, pasando por retratos de figuras públicas, postales urbanas y escenas de literatura de ficción, lo que evidencia el interés que debió suscitar —o en todo caso, que debió preverse— en la posibilidad de incluirlas. Es decir, el período no solo vio una multiplicación en la cantidad de publicaciones con litografía, sino la ampliación de los usos que hacían de ellas: estas podían informar sobre la actualidad, ilustrar un argumento científico, funcionar como una réplica satírica en un debate político, adornar una entrega de una novela y, también, divertir por sí misma en el marco de un periódico orientada a la lectura por entretenimiento

Por ello señalamos como el antecedente más importante del *Correo del Domingo* a *La Ilustración Argentina*, en cuanto introdujo la imagen impresa en una propuesta

editorial que aspiró a hacer más ameno el tiempo libre de sus lectores. Inspirada por modelos como *The Illustrated London News* de 1842, y la revista francesa *L'Illustration* de 1843 (Szir, 2010: 13), el semanario combinó lecturas que se presentaron como amenas con tres o cuatro imágenes entre las ocho páginas de cada entrega, seleccionadas entre los “300 clisés y algunas colecciones de lindas letras de encabezamiento [importados] de las fundiciones francesas” (Hortelano, 1936: 237).

Lamentablemente, la iniciativa no generó la respuesta esperada. Luego de trece números iniciales, se relanzó la publicación bajo el subtítulo *Museo de Familias* y con el doble de páginas (*LIA*, II época, N° 1, 11 de diciembre de 1853), pero aun así las ventas no eran suficientes. Con el fin de la “segunda época” en ciernes, Hortelano (1936) accedió a una oferta hecha por “varios amigos, entre ellos el teniente coronel D. Carlos Terrada y el canónigo Pinero”, y convirtió el semanario en un “diario político” con la condición “de no aparecer yo en nada, ni como redactor ni como editor, a lo que se convinieron, buscando al pobre D. José María Buter para editor responsable” (238), lo que se concretó en el número once (*LIA*, II época, N° 11, 19 de febrero de 1854: 170). Incluso realizando estas concesiones, la publicación fue discontinuada ocho meses más tarde (*LIA*, II época, N° 17, 2 de abril de 1854).

El fracaso del emprendimiento ilustrado de Hortelano es ejemplar en tanto permite advertir en qué manera el desarrollo de la publicación orientada a la lectura por entretenimiento no fue lineal ni teleológico, sino zigzagueante y atado a las contingencias del contexto sociocultural y económico. Su semanario ofreció una propuesta editorial como nunca se había visto en la ciudad, incluyendo recursos que harían parte fundamental del éxito de publicaciones como las estudiadas en esta segunda parte: incluyó, por ejemplo, las primeras adivinanzas, o “charadas”, de los que tenemos registro en la prensa porteña, y complementó a las novelas con grabados. También incluyó instrucciones para juegos infantiles, con el concepto, poco habitual para su tiempo, de que un impreso destinado al “bello sexo” lo era para las “madres” y, por ende, también para las “familias” (*LIA*, II época, N° 1, 11 de diciembre de 1853: 12).

Su final, por otra parte, refuerza la idea de que un semanario ilustrado fue material y comercialmente inviable antes de 1863, incluso teniendo en cuenta todas estas innovaciones. Los entre trecientos cincuenta y cuatrocientos subscriptores que atribuye Hortelano (1936: 238) a *La Ilustración Argentina* simplemente no eran suficientes para solventar los costos de edición. El derrotero de la publicación ofrece así una instantánea de lo que sucedía cuando una propuesta editorial diseñada para florecer en un mercado

apuntado al lector-consumidor chocaba con un régimen tipográfico aún antiguo, en tanto no respondía a la misma lógica. Según declara en sus *Memorias*, la moraleja que aprendió el impresor peninsular fue que solo un diario político con financiación de terceros interesados en promover cierto discurso en el debate público podía sobrevivir en el mercado editorial porteño inmediatamente posterior a Caseros (238).

Pero la perseverancia y la insistencia en lanzar periódicos ilustrados en un contexto adverso demuestra también que ya estaba lo suficientemente desarrollado entre los porteños lo que Sandra Szir (2010) llama la “curiosidad y deseo de ver y poseer imágenes” (1). De ese modo lo expresaba un redactor del importante diario contemporáneo *El Nacional*: “así como Paris tiene su *Illustracion*, y Londres la suya, nosotros podemos decir otro tanto del interesante periódico *Correo del Domingo* que se publica en esta ciudad”. A su juicio, solo por este hecho el esfuerzo gráfico merecía “la proteccion de la sociedad de Buenos Aires” que el nuevo medio pedía encarecidamente a sus lectores (*EN*, N° 6.091, 5 de noviembre de 1866: 2).

Otros testimonios de este creciente “deseo” de los porteños pueden hallarse en la sociabilidad urbana del entretenimiento contemporánea, que como describimos en el capítulo anterior, ya durante los 1840 comenzó a consolidarse en una diversa oferta de “diversiones públicas”. A la continuada centralidad del mundo del teatro y de la lírica, la década de 1850 sumó la proliferación de salones dedicados a “espectáculos visuales”, que exponían desde “cuadros de gran mérito” a “panoramas”, “juegos eléctricos” y “espejos deformantes” (Telesca y Amigo, 1997: 33), así como de compañías europeas en gira americana que combinaban en su “teatro visual” lo histriónico con las “fantasmagorías” producidas con la “linterna mágica” (Maturana, 2009: 83). Todo esto en el contexto de “un indiscutido auge” de la sociabilidad asociativa (Bruno, 2014:16), que generó, entre otros, ámbitos como “Club del Progreso”,⁶⁸ propicios para la reproducción del gusto de las élites porteñas por emular la sociabilidad y el consumo

⁶⁸ El “Club del Progreso” fue fundado el 25 de marzo de 1852 por las “fuerzas triunfantes en Caseros”. El nombre condensó la invocación a la “razón secular” y la emulación de la “burguesía” europea que motivó la iniciativa (Iñigo Carrera, 1972: 71 y 72). A contrapelo del asociacionismo de décadas posteriores, fue concebido como una institución exclusiva y cerrada, consagrando un tope máximo de doscientos diez socios simultáneos (Losada, 2006: 563). La sociabilidad que se desarrolló entre sus cuatro muros fue diversa e incluso contradictoria, correspondiente a los tiempos de cambio que se transitaban. Desde su fundación existió una tensión entre dos posibles modelos: el francés, más orientado a lo cívico-político, o el inglés, que ponía al ocio y las actividades amenas en el centro de su agenda (González Bernaldo de Quirós, 2008: 263 y 264). Leandro Losada (2006) afirma que el segundo ganó preeminencia con la mudanza de la sede al Palacio Muñoa en 1856 y a lo largo de los 1860. Sus bailes “se convirtieron en eventos impostergables de la alta vida social”, abrió el abanico de servicios ofrecidos al incluir una biblioteca y “salas de juego” que ofreció “billar, naipes, ajedrez”. Además, en su salón se comercializaban objetos de “consumo suntuario” como “vinos y cigarros importados” (556). Su lugar como el eje de la sociabilidad urbana de las “gentes decentes” fue indiscutido durante las siguientes tres décadas (547), como se vio reflejado en *La gran aldea* de Lucio López de 1884, o en las novelas de Eugenio Cambaceres (550).

que identificaban con la burguesía europea como consumir productos importados, leer casualmente en la biblioteca de la institución, y también, “ver imágenes”.⁶⁹

El *Correo del Domingo* se insertó en el contexto social y cultural de su tiempo, con el cual debió dialogar, pugnar y eventualmente negociar su propia pericia y su propio lugar como generador de entretenimiento en relación a otras ofertas contemporáneas para el uso del tiempo libre. Fue en este marco propicio y competitivo, en el cual no puede dejar de destacarse el salto “técnico-industrial de la cultura tipográfica del siglo XIX” que permitió la “gran expansión de la edición ilustrada” hacia 1860 (Szir, 2010: 5), que su jefe de redacción concibió una propuesta editorial que alcanzó gran éxito.

4.2. La propuesta editorial del *Correo del Domingo*

El semanario *Correo del Domingo. Periódico literario ilustrado* fue fundado el primer día de 1864 por José María Cantilo, quien se mantuvo al frente de la redacción durante toda su primera época.⁷⁰ Entre los redactores estables encontramos al mismo Cantilo, y a tres figuras intelectuales importantes: el médico y poeta –autor de *La fibra salvaje* de 1860- Ricardo Gutiérrez, el más joven pero ya muy notorio literato y promotor del pensamiento católico José Manuel Estada –quien poco antes había dirigido su propio periódico, *La Guirnalda*- y una figura central de la “generación del 37”, Juan María Gutiérrez –a quien el presidente Mitre había encomendado la dirección de la Universidad de Buenos Aires en 1861, cargo que ejercería hasta 1874-. La diversidad etaria, ideológica y experiencial de estos tres perfiles evidencia la decisión de Cantilo de prestigiar su semanario ofreciéndolo como espacio amplio y diverso para intervenciones de plumas ya prestigiosas. La participación de José Mármol, Bartolomé Mitre, Nicolás

⁶⁹ Un ejemplo claro de todas estas funciones fue el “Bazar Filantrópico” organizado en el Club del Progreso con ocasión de una colecta de caridad que llevó adelante la primera semana de noviembre de 1867, y del cual el *Correo del Domingo* realizó una amplia cobertura que incluyó promoción y reportaje gráfico (*CdD*, N° 98, 12 de noviembre de 1865: 729-744). Si se ha de creer en la prosa hiperbólica de “Bruno”, Buenos Aires entero claudicó ante el bazar: “Hace muchos días que por pensar en una sola cosa se ha dado al olvido en esta ciudad todo lo que ha sido asunto de preocupación para grandes y chicos desde el mes de abril acá” (*CdD*, N° 98, 12 de noviembre de 1865: 730). Los números dados a publicidad por la prensa tendieron a corroborar el entusiasta relato realizado por el semanario. Se reportó una recaudación en la entrada de veintiséis mil quinientos cincuenta y un pesos, que dividida por el monto de diez pesos que costaba la admisión, se tradujo en la gran suma de dos mil setecientos cincuenta y cinco asistentes. Una vez dentro, esas decenas de miles de asistentes se dispusieron a consumir variadas mercancías “á precios bastante bajos”, colectando la suma total de seiscientos mil pesos. Según el desglose, en el largo del evento la confitería recaudó cincuenta mil pesos (*LT*, N° 3.546, 12, 23 y 14 noviembre de 1865: 2), y en la florería, donde los asistentes pudieron descansar disfrutando de algún “manjar exquisito”, o comprando las “flores deliciosas” que adornaban el espacio verde (*CdD*, N° 98, 12 de noviembre de 1865: 730), otro tanto.

⁷⁰ Más de diez años después, será lanzada una segunda época desde la imprenta de Pedro E. Coni, con el nuevo subtítulo de “periódico semanal de literatura, ciencias y literatura”. En la dirección encontraremos a José María Cantilo (hijo). El relanzamiento será incapaz de repetir la repercusión de la original, desapareciendo tras tan solo trece números editados entre el 7 de diciembre de 1879 y el 29 de febrero de 1880.

Avellaneda, Félix Frías, Domingo Sarmiento, José Barros Pazos y Santiago Estrada, entre otros colaboradores esporádicos, ratifica esa vocación. Como hemos dicho, el dibujante y litógrafo principal fue Henri Meyer, hasta su partida a París en junio 1867 (Roman, 2010: 286). Lo reemplazaron, entre otros, Juan Camaña, Juan Schleisinger y, en la impresión de los grabados, el taller litográfico de Jules Pelvilain (Szir, 2010: 17).

Con un diseño a dos columnas espaciadas entre sí sobre una carilla predominantemente blanca, Cantilo dejó en claro desde lo tipográfico que el periódico articulaba su propuesta editorial en torno a la lectura por entretenimiento. Como su título indicó, fue distribuido el primer día de la semana. Sus dieciséis páginas con portadas litografiadas, por otro lado, buscaban exhibir su factura visualmente ambiciosa y de calidad, al alimentar el deseo de que fuera coleccionado, conservado, encuadernado y, en el mejor de los casos, releído. A este fin, el paginado siguió una lógica de numeración continua –una previsión habitual en otros impresos seriados a lo largo del XIX-, con la intención de mantener el sentido de lectura una vez ensamblado cada volumen, que recopilaba aproximadamente seis meses de ejemplares. Con el último número de cada semestre se incluía un índice analítico, que listaba lo publicado bajo el criterio de las secciones del semanario. Quien hubiese completado la colección terminó por ser dueño de una suerte de enciclopedia ilustrada de la actualidad con sello porteño tanto en las colaboraciones como en las imágenes, consistente en doscientos diez ejemplares compilados en ocho volúmenes, a razón de veintiséis números por tomo. Estas características repercutieron en el precio de suscripción, más elevado que el de otros periódicos contemporáneos, incluso aquellos ilustrados como *El Mosquito*.⁷¹

En su interior, el semanario ofreció una gran variedad de recursos discursivos y formales. Se publicaron textos sobre “Estadísticas”, “Historia Americana”, “Revista social”, “Relijiosa”, “Educación”, “Estudios históricos”, y otros escritos que, sin ubicarse en una sección fija, ofrecían un amplio abanico de temáticas. La serialización de “Elementos de Historia Literaria Greco-latina por Don Juan Mariano Larsen” (*CdD*, I época, N° 142, 16 de septiembre de 1866: 164-165), por ejemplo, fue botón de prueba de la vocación pedagógica que se continuaba atribuyendo a la lectura, y que operó como

⁷¹ El *Correo del Domingo* fue lanzado con un precio de treinta pesos por mes por dieciséis páginas semanales, con las cualidades que ya hemos descrito. Este precio será sostenido a lo largo de los cuatro años de su edición. En 1863, *El Nacional* ofrecía por el precio de suscripción de treinta pesos mensuales unas veinticuatro páginas semanales. O sea, treinta pesos mensuales por sesenta y cuatro páginas ilustradas contra el mismo monto por noventa y seis páginas sin ilustración. En proporción, la página ilustrada del *Correo del Domingo* tenía un valor apenas por debajo de la mitad de un peso. Este valor es menor al promedio de precio por página de *La Ilustración Argentina* durante la década anterior. También se debe tener en cuenta que *El Mosquito*, aunque ofrecía solo cuatro páginas semanales, se vendía por veinte pesos la suscripción mensual e incluía una caricatura por número.

un factor en la confección de la propuesta editorial. Lo mismo puede decirse acerca de los extensos ensayos de autores ya por entonces considerados “autoridades”, como Sarmiento y Echeverría, sobre educación (*CdD*, I época, N° 178, 26 de mayo de 1867: 396-398; *CdD*, I época, N° 179, 2 de junio de 1867: 411-412; *CdD*, I época, N° 180, 9 de junio de 1867: 429-432).

La única sección fija del semanario fue la columna editorial “La Semana” (posteriormente, “Revista de la semana” y, más tarde, “Crónica”), donde Cantilo, bajo el seudónimo “Bruno” (Roman, 2010: 286), rumiaba sobre el evento más destacado durante los pasados siete días en la ciudad. Al hacer de su tema la actualidad, la sección se caracterizó por la diversidad de sus reflexiones, que fue desde tópicos “frívolos” ya consolidados por publicaciones anteriores como *La Moda* y *La Ilustración Argentina* (*CdD*, I época, N° 106, 6 de enero de 1866: 18; *CdD*, I época, N° 89, 10 de septiembre de 1865: 586-587), a las noticias desde el frente de la Guerra del Paraguay, por lejos el asunto más tratado por Cantilo.⁷²

En la bibliografía, el autodescrito “periódico literario ilustrado” es catalogado como un semanario “cultural, de literatura, ciencia, artes y actualidad” (Szir, 2010: 16). Se destaca en particular su relación con los círculos letrados porteños, y su existencia, según se cita, “dentro de una serie de iniciativas vinculadas con la promoción de la literatura nacional y de los escritores noveles” (Roman, 2010: 286). Resulta interesante subrayar que, en el contexto de una vida cultural porteña que se diversificaba de manera notable en la década de 1860, el *Correo del Domingo* fue una publicación con un marcado sesgo transgeneracional y en el que confluían letrados políticamente activos de distintos ámbitos culturales y grupos en pugna. Ejemplo de ello fue la colaboración del católico José Manuel Estrada, quien junto al liberal Lucio V. Mansilla fundaría en 1864 el citado “Círculo Literario” (Bruno, 2009: 347).

Haciendo eco de esta conexión con la sociabilidad letrada, en las páginas del *Correo del Domingo* se publicarían (aunque de manera incompleta), a lo largo de 1865, estudios historiográficos como la “Historia de Belgrano” de Bartolomé Mitre –entonces presidente– o los “Recuerdos de D. Bernardo Monteagudo”, del autonomista Bernardo de Irigoyen, reunidos por su parejo prestigio. En particular la sección “Poesía Americana”, dirigida por Juan María Gutiérrez (*EN*, N° 3.989, 3 de noviembre de 1865:

⁷² Entre las muchísimas referencias a la Guerra del Paraguay en la sección editorial del semanario contamos: *CdD*, I época, N° 68, 16 de abril de 1865: 250; *CdD*, I época, N° 71, 7 de mayo de 1865: 298; *CdD*, I época, N° 77, 18 de junio de 1865: 394; *CdD*, I época, N° 92, 12 de octubre de 1865: 634; *CdD*, I época, N° 122, 29 de abril de 1866: 273; *CdD*, I época, N° 124, 13 de mayo de 1866: 305; y muchas más.

4), funcionó como una marquesina para autores autóctonos incluyéndose composiciones del mismo director, Esteban Echeverría, Vicente López, José Indarte, entre otros poetas hispanoamericanos.

Sin embargo, nuestro análisis arroja que esta descripción, más que nacer a partir de una revisión de la propuesta editorial, parece refleja la apreciación que propios y terceros promovían contemporáneamente de la publicación. En el primer número, Cantilo promocionó su impreso como una plataforma para “nuestra literatura”, que serviría para “que los literatos de algun nombre tuviesen el gusto en dar á luz producciones que conservan ignoradas y que ofreciesen nuevos é interesantes trabajos” (*CdD*, I época, N° 1, 1 de enero de 1864: 6). Años después, se lo describiría como una “gran coleccion” que dio publicidad a “muchos y notables trabajos de los primeros escritores del Rio de la Plata” (*EN*, N° 6.091, 5 de noviembre de 1866: 2). Ambos juicios distan de ser erróneos, habiendo debutado en sus páginas, como vimos, varias de las obras de literatura e historiografía más importantes de la década. Sin embargo, no terminan de dar cuenta del alcance y diversidad de esta propuesta editorial. Pensar al semanario como “ilustrado cultural, de literatura, ciencia, artes y actualidad” lo pone en serie con publicaciones eruditas como las citadas *La Revista del Plata* o *El Plata Científico y Literario*, lo cual invisibiliza el amplio lugar que ocupó el repertorio de recursos orientados a la lectura por entretenimiento en sus páginas.

Si bien el *Correo del Domingo* fue concebido, redactado y probablemente leído por porteños que pertenecieron a ese mismo circuito, el impreso de Cantilo no se plegó únicamente a esa función intelectual o enciclopédica en sentido estrictamente “utilitario”. Entre las muchas presentaciones y preámbulos que incluye el primer número, el más interesante es el que abre un canal de diálogo directo con “los lectores”, y donde explicita esta misión editorial que se atribuye:

Mucho recelaremos que al no hallarse en él [vg., *Correo del Domingo*] un fin político, no alcance favor entre muchas personas. Será empero un ensayo que permitirá saber si entre nosotros puede ó no subsistir una publicación de esta clase, es decir, principalmente literaria. Es indudable que mucha parte de nuestra sociedad inteligente se muestra ávida de lecturas amenas, y que la novela tiene mucho favor. Pero mas indudable que esto, es que no se llenará un fin social, noble y directo, sino uniendo á esa medida la instrucción y difundiendo las ideas morales, de caridad, de religión que son las bases firmes de toda sociedad civilizada y progresista. También publicará novelas el *Correo del Domingo*, pero no lo hará sino teniendo en vista esas condiciones indispensables. Este periódico ofrecerá pues á la madre de familia la seguridad de que no irá á las manos de sus hijas, un papel cuya lectura haya podido infiltrar en sus corazones sentimientos contrarios á los que ellas han inculcado con su cariñoso afán (*CdD*, I época, N° 1, 1 de enero de 1864: 6).

Al asegurar a Buenos Aires que podría con este periódico satisfacer su demanda de “lecturas amenas” sin ningún tipo de “fin político”, Cantilo buscaba reclamar ese espacio estrictamente “literario” de la prensa, que abría de hecho en base a recursos vinculados con la lectura por entretenimiento. “Entretener” aparece como un rasgo prestigiado y programático en este mismo texto: la enunciada convicción del jefe de redacción respecto de que aquellas lecturas de las cuales la “sociedad inteligente” se mostraba “ávida” eran “principalmente literaria[s]”.

Esto fue sobre todo cierto con respecto de las “novelas”, señaladas particularmente en el fragmento citado, que en los quince años desde la aparición del folletín del *Diario de la Tarde* se habían convertido en una parte imprescindible del repertorio editorial de los periódicos. Pero si nos interesa destacar el *Correo del Domingo* en la serie de periódicos presentada en esta tesis es porque, proponemos, este articuló una oferta cuantiosa y variada en recursos formales, donde la novela por entregas fue acompañada de otras “literarias”, así como escrituras misceláneas lúdicas y un amplio despliegue de imágenes litográficas, que podía ser hallada desde la tapa y la contratapa hasta las páginas interiores. Ninguno de estos elementos fue introducido aquí de manera inédita, pero al reunirlos en una propuesta editorial cohesiva, y de remate, exitosa, abrió a una nueva era para las publicaciones orientadas primordialmente a la lectura por entretenimiento, ahora en el marco de un semanario cuya línea editorial se presentaba prestigiada por intervenciones intelectuales locales, aunadas en ese carácter cultural y letrado más allá de divisiones partidarias, etarias o de especializaciones. Un indicador del éxito de esta propuesta editorial fue la constancia que presentó. Su puesta en página permaneció sin cambios hasta su último año, e incluso entonces solo se incorporó una tercera columna a fines de aumentar la cantidad de texto impreso (*CdD*, I época, N° 176, 12 de mayo de 1867). Esta estabilidad es única en nuestro corpus y destacable para el período, cuando incluso los impresos que se consideraba tenían buenas ventas se veían sometidos a regulares cambios formales y mudanzas de imprenta.

Con más fuerza aún que las fuentes analizadas en capítulos anteriores, el público deseado aparece en el despliegue de estos recursos formales como feminizado. Por esta razón Cantilo advierte que prometer novelas de folletín implicaba asegurar que no se corría riesgo de violentar “las ideas morales [...] que son las bases firmes de toda sociedad civilizada y progresista”; es decir, extender una garantía sobre su publicación, asegurando en particular “á la madre de familia” que la moral “de sus hijas” estaría bien guardada. En este “papel” no había textos que pudieran “infiltrar” los “corazones [con]

sentimientos contrarios” a los inculcados por las madres. Por el contrario, como debía ser el caso para toda “publicacion de esta clase”, se velaría por inspirar “el sentimiento del progreso intelectual y del adelanto moral de nuestra sociedad”.

Tales afirmaciones no eran, como es evidente, novedosas. Muestran en cambio que después de Caseros (y de Cepeda y de Pavón) persistía un mismo juicio receloso con respecto al ocio, y más específicamente, de ciertos elementos básicos vinculados con la lectura por entretenimiento. Como ya hemos establecido en capítulos anteriores, esa desconfianza tenía raíces profundas que llegaban hasta la Europa moderna, e imaginaba en dicha práctica una peligrosa entrada a los excesos pasionales. Por la misma razón, indicamos, se la asoció con las mujeres, en particular las jóvenes, debido a la percepción que ellas contaban con más tiempo libre que los hombres y a su supuesta propensión a las pasiones irracionales. Efectivamente, los discursos más hostiles hacia la “frivolidad” femenina fueron de la autoría de dos extranjeros, cuyos ensayos fueron reproducidos asiduamente en el semanario: el español Adolfo Llanos y Alcaraz⁷³ y el francés Jean-Baptiste Alphonse Karr.⁷⁴ El particular objeto de la preocupación de ambos fue la moda, aunque también cargaron contra el ocio y la lectura por entretenimiento (*CdD*, I época, N° 92, 12 de octubre de 1865: 634; *CdD*, I época, N°98, 12 de noviembre: 732).

Llanos y Alcaraz describió en tono precautorio a “Enriqueta”, una hipotética lectora que “entre media docena de bordados” tenía “otra media docena de volúmenes”. En esas páginas se contaba un verdadero “mosáico de amantes de todos calibres, miraras ardientes, fracs arrebatadores, promesas, juramentos, despedidas” que la hacían “delira[r]”. La ficcional joven empapaba “su imaginacion en esas relaciones fantásticas”, y se convertía de este modo en presa de “sus ideas juveniles [...] ante las deliciosas perspectivas que ofrecen los poetas”. ““Cuánta ventura! Si yo encontrára un amante como éste”” se entusiasmaba “Enriqueta” (*CdD*, I época, N° 92, 12 de octubre de 1865: 634). El problema, juzgaba el autor, era que esta imaginación acalorada se derramase en los juicios y acciones en la realidad. “La pobrecilla cree ver á su amante en todos los jóvenes que le gustan. Se recrea con la esperanza de futuros días de felicidad, y levanta

⁷³ Adolfo Llanos y Alcaraz nació en 1841, fue un militar de carrera español con gusto por las letras. Entre 1863 y 1873 fue redactor de la prensa madrileña en publicaciones como *El Reino*, *El Mosquito*, *La Farsa*, *El Noticiero de España* y *El Correo Militar*. Dirigió en 1869 el periódico *¡A la una! ¡A las dos!* Fue el autor de *La mujer en el siglo diez y nueve. Hojas de un libro*, publicado en Madrid por la Librería De San Martín en 1864 y probable fuente del material reimpreso en el semanario (Ossorio y Bernard, 1904: 242).

⁷⁴ Bajo la firma, en el semanario de “Alfonso Karr”, se publicaron textos del escritor y periodista profesional parisino Jean-Baptiste Alphonse Karr. Fue autor de una serie de novelas descritas como “romances autobiográficos” y publicadas lo largo de las décadas de 1830 y 1840. Su labor periodística, de filo satírico, se destacó en *Le Figaro*, *Les Guêpes*, y *Le Journal*, el cual fundó en 1848 (Chisholm, 1911).

y derriba á todas horas millones de castillos en el aire” (*CdD*, I época, N° 92, 12 de octubre de 1865: 635).

El artículo sintetiza los lugares comunes respecto de los miedos que se reservaban con respecto a la práctica de la lectura de entretenimiento por parte de las mujeres. Se alegaba que distraía a las señoritas de su instrucción en actividades provechosas como el bordado, que quedaba relegado entre “media docena de volúmenes”. En el peor de los escenarios, un exceso de imaginación incentivado por la lectura de novelas “de amantes” podía nublar el juicio de la lectora, y guiarla por un mal camino.

Apegándose a ideas editoriales contemporáneas, que en el segundo capítulo vimos expresadas en textos de Alberdi y Sarmiento, se prometió a los varones y las “madres” que la propuesta editorial respondería a la autoproclamada cruzada de Cantilo por el “progreso intelectual” de la sociedad siempre encontró lugar en el semanario. “[L]ejos de reprobar que se enamore á las niñas y aun á las casadas por la prensa, pues conoce[mos] que en esto hay un visible progreso en nuestras costumbres”, argumentó el jefe de redacción (*CdD*, I época, N° 36, 4 de septiembre de 1864: 562). Ejemplo de ello fue la ya mencionada preocupación constante que apareció en esta publicación por la educación como cuestión de estado, así como de la inclusión de perfiles biográficos de mujeres escritoras como figuras modélicas.⁷⁵

No obstante, la publicación se caracterizó por tener una postura editorial más bien “permisiva” para con la lectura de entretenimiento ofrecida a este público feminizado. No es difícil encontrar algunos editoriales donde se explicita esta vocación, afirmándose que el semanario evitaba deliberadamente “meterse á censor huraño”, ofreciendo “figurines” y rindiéndose “á la moda. “[A]l fin y al cabo”, se pregunta irónicamente Cantilo, “¿Qué hacer si las niñas quieren llevar un parque en la cabeza?” (*CdD*, I época, N° 89, 10 de septiembre de 1865: 586). Con ese fin, se reseñaron “los últimos periódicos de modas de Paris”, los “peinados”, “los bailes”, “las reuniones” y otras “frivolidades” (*CdD*, I época, N° 116, 18 de marzo de 1866: 183 y 184; *CdD*, I época, N° 122, 29 de abril de 1866: 276-277).

En su discurso y, aún más importante, en su propuesta editorial, el *Correo del Domingo* se presentó como una publicación abierta a las mujeres como lectoras, y

⁷⁵ Por ejemplo, Sor Juana Inés de la Cruz, quien fue objeto una portada ilustrada y un ensayo biográfico escrito en cuatro partes por Juan María Gutiérrez (*CdD*, I época, N° 61, 26 de febrero de 1865: 129; *CdD*, I época, N° 62, 5 de marzo de 1865: 149-152; N° 63, 12 de marzo de 1865: 167-172; N° 64, 19 de marzo: 188-190). Asimismo, el número ochenta y seis fue dedicado en conjunto a las “arjentinas célebres”, con un artículo escrito por Doña Clara Álvarez Condarce que ocupa casi todo el ejemplar y cuyo retrato adorna la tapa (*CdD*, I época, N° 86, 20 de agosto de 1865: 539 y ss.).

confirma la idea de la prensa como espacio para un público etario y genéricamente mixto (Prieto, 2006 [1988]; Poblete, 2000). Más que ningún otro impreso en nuestro corpus, fue un dispositivo nivelador y homogeneizador de competencias culturales y alfabéticas diversas, lo que se evidencia aquí en un uso del periódico como lectura compartida, al incluir textos políticos de actualidad, discursos reservados para la prensa diaria orientada a varones ilustrados y recursos formales que invitaban la lectura de un público feminizado, identificado mayormente con las “niñas” y jóvenes, que -se estimaba- solo leían para entretenerse.

4.2.1. La contratapa como espacio de lectura por entretenimiento y la novela por entregas

Un primer eje de la propuesta de lectura por entretenimiento del *Correo del Domingo* fue la inclusión de los recursos formales importados que, vimos en el capítulo anterior, tuvieron un gran impacto en la prensa diaria porteña durante la década de 1840: los *fait divers* y las novelas por entregas.

Se podría argumentar que la escritura propia de los *fait divers* debutó en el semanario hacia mediados de 1865 (por ejemplo, en *CdD*, I época, N° 73, 21 de mayo de 1865: 343). Sin embargo, esta introducción no vino a señalar un salto de esta forma discursiva particular en las páginas del semanario con respecto a lo ya analizado, que por lo demás se había convertido en un elemento más en el arsenal editorial de las publicaciones contemporáneas.⁷⁶ Lo que sí anunció esta introducción fue la paulatina consolidación de la última página del periódico como un espacio dedicado exclusivamente a una lectura amena, ligera, y por sobre todo miscelánea. En el celebratorio número cien, un título hizo explícito lo que venía desarrollándose desde hacía algunos meses atrás: la contratapa del periódico se había convertido en el reino de las “Variedades” (*CdD*, I época, N° 100, 26 de noviembre de 1865: 776).

Además de “Noticias diversas”, allí podían encontrarse, de manera esporádica y aleatoria, espacios breves como las citadas “Variedades”, “Consejos” (*CdD*, I época, N° 106, 7 de enero de 1866: 32), “Frioleras” (*CdD*, I época, N° 116, 18 de marzo de 1866: 206), “Querellas” (*CdD*, I época, N° 117, 25 de marzo de 1866: 224), “Crónica” (*CdD*, I

⁷⁶ Para la década de 1860, los *fait divers* eran una parte integral de los diarios de gran circulación como *La Tribuna* o *Los Debates* (*LD*, segunda época, N° 300, 28 de mayo de 1858: 3), que incluso producían sus propios textos, en lugar de copiarlos desde los “paquetes”. Periódicos contemporáneos incluso las destacaban en su título, como dejan ver *La Guirnalda. Periódico literario de variedades y modas* (1858-1859) de Santiago y José Manuel Estrada, o *El Correo de Buenos Aires. Revista quincenal de historia, literatura, artes, industriales, teatros, modas y variedades* (1863).

época, N° 124, 13 de mayo de 1866: 321), o “Máximas y pensamientos” (*CdD*, I época, N° 140, 2 de septiembre de 1866: 132). Los sueltos publicados recorrieron un amplio espectro formal, desde la lógica aberrante y autonomía narrativa de *fait divers* como “Manzano Histórico”, donde se relató que “en todas las vidrieras de joyerías en Estados Unidos pueden verse en exhibición brazaletes y otras alhajas hechas de manera adornada con plata oro ó marfil, espresándose que son pedazos del manzado bajo el cual se rindió el jeneral Lee” (*CdD*, I época, N° 116, 18 de marzo de 1866: 206); a la aspiración aforística de consejos como “Desconfiad de los que se empeñan en pasar por sábios, porque alimentan una enfermedad eterna; y despreciad á los sábios á grande orquesta, porque son fanfarrones é hipócritas” (*CdD*, I época, N° 116, 18 de marzo de 1866: 206). Pero todos tuvieron en común haber cultivado una prosa breve, fragmentaria y diversa, que invitaba a una lectura directa y propuestamente entretenida.

CdD, I época, N° 106, 7 de enero de 1866: 32.

Lo que en el *Diario de la Tarde* había aparecido de manera intermitente hasta su último año de edición, probablemente siguiendo la lógica dictada por las necesidades cotidianas (los *fait divers* como material para completar con contenido verbal el resultado de diversas contingencias: un hueco a llenar por la falta de avisos, una

columna incómoda que sobró tras publicar un documento oficial, el retraso en la llegada del nuevo un paquete de ultramar), aquí se convirtió en un espacio regular para una oferta sostenida de lectura que se pretendía amena y entretenida, con lugar propio: la contratapa. Desde el punto de vista de la propuesta editorial, este era un espacio idóneo por su misma posición en la confección de una publicación periódica, ya que brindaba acceso inmediato a la lectura, encontrándose disponible con solo sostener el semanario y sin necesidad de abrirlo.

Víctor Goldgel (2010) señala la diversidad a la adscribían desde sus nombres las “variedades” o “misceláneas” como la expresión más clara de la “heterogeneidad constitutiva” que distinguía al género periodístico (276). Entonces, si se corporizaba ese principio general en una sección específica, propone, fue para saciar cierto “deseo de variedad” que “los escritores le atribuyen constantemente a su público”. Incluso en la falta de “variedad de estas Variedades”, que como vimos en el capítulo anterior podían incluir un solo texto largo, el autor encuentra “un indicador de su popularidad”: “aun periodistas que redactaban en base a otras lógicas se valieron del nombre ‘Variedades’ debido al atractivo que éste ejercía sobre ellos o sobre el público” (278).

Lo que más nos interesa de la exploración de Goldgel, es que atribuye esta “popularidad” de las “variedades” entre los lectores a que se identificaba el “espacio” con “textos cortos y coloridos” (278). “En ese sentido, estos textos eran hasta cierto punto ajenos a los ‘intereses’ de aquéllos; si se los leía, era justamente para distender los límites del propio interés –para renovarlo o, simplemente, para distraerse” (279). Es decir, estos escritos que referían a lugares remotos y situaciones sorprendentes eran impresos específicamente para ser disfrutados en cualquier momento, una lectura entretenida que no perdía cualitativamente nada con el paso del tiempo debido a su naturaleza poco sensible a la actualidad. Cada entrada buscaba generar una reacción rápida mediante un párrafo sucinto, sin requerir una inmersión en el “mundo intertextual” de las “las cuestiones del día” que si demandaban muchos “diarios políticos y mercantiles” (Goldgel, 2013: 28). Una lectura menos movida por “por el afán de educarse” o informarse “que por el de divertirse” (Goldgel, 2010: 280).

En este sentido, si hemos de singularizar una novedad en la contratapa del semanario de Cantilo, más allá de su recurrencia, fue el desarrollo de los textos con rol lúdico. Bajo diferentes títulos como “Epigramas”, “Charadas”, “Jeroglíficos”, “Enigmas” o “Adivinanzas”, se publicaron breves juegos de palabras o imágenes, sin falta en cada número desde su aparición a fines de 1865 (*CdD*, I época, N° 103, 17 de diciembre de

1865: 824). Existieron algunos acertijos que hicieron uso de códigos gráficos, como el “Jeroglífico” de “E.F.” (*CdD*, I época, N° 106, 7 de enero de 1866: 32) o el “Logogrifo” de “H.V.” (*CdD*, I época, N° 134, 22 de julio de 1866: 32), ambos escondiendo las pistas para su resolución en una combinación de letras con otros elementos visuales. Sin embargo, las adivinanzas más comunes fueron las puramente verbales, escritas.

En cuanto a las “Charadas”, que –señalamos- ya habían sido parte de *La Ilustración Argentina*, se integraron sin problema a la página final como otra instancia más de lectura amena que recurría a lo humorístico y el juego de la adivinanza, y desafiaron al lector a descubrir el término a partir de una serie de versos. Debajo de cada adivinanza se podía leer la resolución al desafío publicado del número anterior. Cortas, variadas, con un consumo no requería referencias externas, estas intervenciones lúdicas sintetizaban el rol de las misceláneas de la contratapa, ofreciendo una lectura por entretenimiento accesible, atemporal e inmediata que puede encuadrarse en cualquier momento de tiempo libre.

Es fácil conjeturar que este tipo de diversiones podían proyectarse fuera de las páginas del semanario y convertir así al *Correo del Domingo* en instrumento de entretenimiento familiar o social. Es que esta zona lúdica era particularmente apta para el intercambio –real o ficcional- entre redactores y lectores.⁷⁷ Fue usual, por ejemplo, que se imprimieran en la contratapa, como un reconocimiento, las iniciales de quienes hubiesen acertado la solución correcta del acertijo, y lo comunicaran a la redacción en el lapso de la semana (*CdD*, I época, N° 117, 25 de marzo de 1866: 224; *CdD*, I época, N° 131, 7 de julio de 1866: 32). Estos rastros impresos de los lectores bajo la forma de respuestas a los juegos pueden ser interpretados como evidencia de un consumo involucrado, intenso. O, al menos, del deseo de alentarlos. De hecho, la buena recepción parece haber un factor que llevó a la redacción a sumar un “Enigma” adicional para satisfacer la demanda de adivinanzas, con su correspondiente solución al número siguiente (*CdD*, I época, N° 139, 26 de agosto de 1866: 116; *CdD*, I época, N° 140, 2 de septiembre de 1866: 132; *CdD*, I época, N° 153, 2 de diciembre de 1866: 348).

⁷⁷ En la contratapa del número ciento diecisiete del *Correo del Domingo* se publicó una carta de la “Srta. T.”, donde la firmante señaló un error en la adivinanza de la edición anterior. Según ella, no existía un pueblo llamado “Areta”, como lo sugería una de las pistas provistas a los lectores, y que por lo tanto debía tratarse de un “Areco” mal impreso. Esta intervención evidencia las competencias de una lectora particular para resolver el juego propuesto, así como el nivel de involucramiento con la publicación para enviar la carta señalando el furcio. Inmediatamente debajo de la carta, el redactor reprodujo el acertijo del número anterior con la fe de errata, reconociendo que “la charada salió equivocada en esta parte”. Sin embargo, la solución “Anacoreta” demandaba que la palabra en cuestión fuera “Areta”, pues el verso anterior reza sobre la “primera cuarta y quinta” sílabas del vocablo. Es decir, la lectora señaló la inexistencia de la ciudad por interpretar los términos de la adivinanza de manera literal, y el redactor reconoce un error que no existe para no dar mayores explicaciones (*CdD*, I época, N° 117, 25 de marzo de 1866: 224).

A través de los recursos descriptos que, veremos, se intensificarán en el *Correo de las Niñas*, la redacción del *Correo del Domingo* parece haber encontrado además un mecanismo para procurar la fidelidad del lector, logrando mantenerlo en vilo hasta la semana siguiente, y tentativamente hasta la próxima suscripción, con el suspenso de la resolución de la “charada”. Un mecanismo aún más poderoso para lograr este mismo efecto era el “continuará...” de las novelas por entregas, que desde el comienzo prodigaron en el semanario.

En el editorial inaugural, Cantilo había definido que “una publicacion de esta clase” debía ser “principalmente literaria” (*CdD*, I época, N° 1, 1 de enero de 1864: 6), y se apegó a esta fórmula. Como vimos más arriba, esta adhesión a lo “literario” significó en un comienzo la inclusión de un variado repertorio de textos, fueran estos ficcionales, poéticos, historiográficos y otros de orden bibliográfico, escritos por las plumas de los letrados más destacados de Buenos Aires. Sin embargo, con el correr de los ejemplares, lo “literario” pasó ser sinónimo de novela, un género que pasó a dominar las páginas del periódico por sobre todos los demás, empujando todo otro texto fuera de sus márgenes.

En una carta publicada en el semanario dirigida a Santiago Estrada, ya por entonces baluarte de los valores conservadores católicos, Ricardo Gutiérrez comentó satíricamente acerca del espíritu de época. Para satisfacer “el delicado paladar de la sociedad moderna” porteña se debía escribir “á lo Dumas, á lo Fernandez Gonzalez, á lo Eguilaz, á lo Pigault- Lebrun”, es decir, como autor de novela de folletín. La pluma debía procurar entretener y evitar los “sermonazos”, pues “cuando uno quiere dormirse con ellos, se entra á cualquier iglesia”. Esta es, reflexiona, la única manera de sostener el interés del público de Buenos Aires, para quienes “todo lo demas es fiambre” (*CdD*, I época, N° 134, 22 de julio de 1866: 18).

Como ya citamos, esta demanda de novela por entregas ya había sido reconocido por el mismo Cantilo, quien además de publicar la epístola de Gutiérrez, afirmó desde un principio que entre las “lecturas amenas” que desea “nuestra sociedad inteligente”, la “novela tiene mucho favor” (*CdD*, I época, N°1, 1 de enero de 1864: 6). Este conocimiento fue fundamental en la confección de la propuesta editorial del semanario, donde se desplegó generosamente en entregas de diferentes obras de literatura seriada. Incluso se polemizó sobre el tema siempre que se pudo, en pos de hacer valer este poder de convocatoria que se le atribuía entre los lectores.⁷⁸

⁷⁸ Tal fue el fervor que incluso se publicaron artículos de controversia como “Contra la novela”, donde el ensayista más reproducido por Cantilo, Jean-Baptiste Alphonse Karr, despotrica contra la lectura de la literatura caballeresca y

A comienzos de 1867, su cuarto y último año de edición, se llegaron a publicar entregas simultáneas de cuatro títulos diferentes: “Dos Destinos”, “traducida del frances para el CORREO DEL DOMINGO por la señorita J. M. y dedicada á su padre”; “La felicidad doméstica” de Antonio Trueba; “Esperanza” de Nicolás Granada; y “De Madrid a Nápoles. Viaje de recreo” de Pedro Antonio de Alarcón (*CdD*, I época, N°165, 24 de febrero de 1867). El uso del recurso llega a tal grado en ese ejemplar, que solo queda lugar para la columna semanal de “Bruno” y un breve poema. La novela aquí no fue un complemento, sino un eje sobre el cual se articulaba todo el impreso. Un recorrido a lo largo de los más de doscientos números, así como de los índices recuperados en los volúmenes encuadernados, sugieren que las obras de este género ocuparon consistentemente la mitad del espacio disponible, ocho páginas semanales.

La introducción de la novela por entregas en el folletín de los periódicos diarios en la década de 1840 y el “boom” editorial casi simultáneo de folletos tanto importados como “pirateados” (Pas, 2018b), así como la posterior expansión a lo largo de los 1850 en toda la prensa, sugieren que la propuesta editorial del *Correo del Domingo* respondió a lo que ya se había convertido en una convención dentro del mundo de la prensa porteña. No había vuelta atrás: primero, porque ese público deseado que los redactores construyeron en editoriales y avisos a los suscriptores había adoptado cabalmente la noción de que debía ser entretenido en su lectura; y segundo, porque la novela de folletín se había instalado como el principal recurso mediante el cual ese entretenimiento podía ser alcanzado.

Ante la indefinición formal del género literario en sus años formativos (Molina, 2011; Pas, 2016), que podría llevar a confundir la serialización asociada al “folletín” con la “novela”, que como vimos ocupaba casi exclusivamente los zócalos de los diarios, y de seguro con una cuota saludable de vocación comercial, casi todo texto de ficción narrativa fue adjetivado como tal. Si bien es cierto que este género se caracteriza por ser proteico, el que una narración breve como “Su destino”, publicada en toda su extensión en cinco páginas de un solo ejemplar, fuera llamada “novela” nos habla precisamente de ello (*CdD*, I época, N° 203, 17 de noviembre de 1867: 295-300).

Encontramos otro ejemplo de este poder publicitario en la publicación del ya citado “De Madrid a Napoles” del granadino Pedro Antonio Alarcón, autor de muchas

gótica por los valores vetustos que inculcaba en jóvenes y jovencitas. “¡Oh! sí, vuestra señora tía tiene muchas razon, no leais novelas”, advertía el francés de las mismas obras que se agolpaban en las páginas del *Correo del Domingo* (*CdD*, I época, N°98, 12 de noviembre: 732).

“novelas” publicadas en el *Correo del Domingo*.⁷⁹ Esta, en particular, fue una gran apuesta de la redacción, teniendo en cuenta que fue la obra más larga que se incluyó en el periódico, acumulando un total de sesenta y una entregas lujosamente ilustradas con postales de las ciudades europeas mencionadas en la trama.⁸⁰ Cantilo puso a funcionar activamente este diario de viaje llamado “novela” para atraer nuevos suscriptores a su semanario, mediante un sistema de avisos publicitarios en otros medios (por ej., *LR*, No. 37, 13 de febrero de 1873: 3) a lo largo de los dos años que llevó su edición.

En cuanto al catálogo de lo publicado, prácticamente el total de las obras fueron de origen extranjero.⁸¹ Los primeros dos años del periódico vieron el foco puesto sobre la producción chilena, con diversos trabajos de Alberto Blest Gana y José Victorino Lastarria. Mientras que del segundo se aparecieron siempre textos completos en dos o tres entregas (“El alférez Alonso Díaz de Guzman”, “El mendigo”, “El manuscrito del Diablo”), del primero se reprodujeron tanto narraciones cortas (“La venganza”) como dos de sus grandes novelas completas: *Aritmética en el amor* de 1860 y *Martín Rivas* de 1862. Ambas habían causado gran sensación en Chile, valiéndole al autor tanto el reconocimiento de la académica como el éxito comercial (Pas, 2010: 4).

Detrás de la publicación del trabajo de Blest Gana, reconocido como “primer novelista chileno”, es posible imaginar un incentivo en la línea ideológica promovida por el literato. Su proyecto novelístico, mucho más acabado que cualquier otro producido de este lado de la cordillera, disponía de la literatura como una herramienta de instrucción de buenas costumbres y “civilización” para la juventud (Pas, 2010: 4). Esto lo cuadraba, recordemos, con la declaración de principios enarbolada por Cantilo en el primer número, y con toda la tradición argumentativa acerca de los beneficios de la lectura por entretenimiento que se retrotraía a Alberdi y Sarmiento, siendo el segundo un gran apologista de la obra de Blest Gana.⁸² En resumen, estas eran las lecturas de las

⁷⁹ Una serie de textos suyos fueron publicados durante los primeros seis meses del semanario, como refleja el índice del primer volumen encuadernado del mismo. Entre ellos se contaron “El clavo”, “Los ojos negros”, “Los seis velos”, “El afrancesado”, “El extranjero”, “Dos retratos”, “El asistente”, “Buena pesca”, “Dos ángeles caídos”, y “La belleza ideal”. Todos ellos fueron reunidos en su España original en calidad de cuentos en los libros *Cuentos amorios* (1881), *Historietas nacionales* (1881) y *Narraciones inverosímiles* (1882).

⁸⁰ La obra “De Madrid a Napoles” de Pedro Antonio Alarcón fue publicada en el *Correo del Domingo* entre el número ciento cuarenta y nueve (*CdD*, I época, N° 149, 4 de noviembre de 1866) y el último número del semanario, el doscientos diez (*CdD*, I época, N° 210, 5 de enero de 1868).

⁸¹ La única novela nacional de la que tenemos registro en las páginas del *Correo del Domingo* fue la citada “Esperanza” de Nicolás Granada, aparecida a lo largo de doce entregas entre 1866 y 1867 (*CdD*, I época, N° 153, 2 de diciembre de 1866; *CdD*, I época, N° 165, 24 de febrero de 1867). Otros textos literarios cortos, entre ellos las tres entregas de “El capitán de patricios” de Juan María Gutiérrez, o la entrega única de “Laura [fragmento]” de Miguel Cané y “El falso artista” de Granada, fueron adjetivados como “Novelas” en el índice del primer volumen del periódico, aunque no lo son estrictamente no lo sean.

⁸² Otro chileno preferido por el *Correo del Domingo* fue Francisco Bilbao, redactor de periódicos que emigró a Buenos Aires y se convirtió en un referente de los jóvenes redactores de la prensa orientada al “bello sexo”. Sobre su

cuales las madres no debían temer, aquellas hasta contribuirían a cimentar “las ideas morales [...] que son las bases firmes de toda sociedad civilizada y progresista”.

Luego de este “impasse chileno”, que se podría circunscribir a 1865, el origen predominante de las novelas fue europeo, y particularmente peninsular. Todos los españoles preferidos de los folletines de la prensa porteña fueron de la partida, como Fernán Caballero, Manuel Fernández y González, y Enrique Pérez Escrich, de quien se incluyeron dos largas novelas.⁸³ El autor más reproducido fue el mencionado Pedro Antonio Alarcón, presente con múltiples narraciones cortas y su “novela”.

Este giro peninsular representó una novedad. Como vimos en el capítulo anterior, los franceses como Alexandre Dumas, Eugène Sue y Paul Féval habían dominado los folletines de los 1840. En cambio, Fernández y González y Pérez Escrich, seguidos de cerca por José Selgas y Fernán Caballero, seudónimo de Cecilia Francisca Josefa Böhl de Faber, se convirtieron a lo largo de los 1850 en los autores más publicados dentro de los folletines de la prensa porteña.⁸⁴ La novela histórica, que compuso mayormente la obra de estos autores, era -como señalamos- preferida de los letrados porteños por encontrarle el beneficio de combinar la enseñanza del pasado con una lectura amena, que habitaba un imaginario similar a literatura de probado éxito como “Los Tres Mosqueteros” de Dumas. Yendo más lejos, la crítica peninsular directamente la tildó de lectura libre de bondades pedagógicas, solo producida por la industria editorial para atraer al lector con entretenimiento. Tanto fue así, que cuando se desató una controversia en la revista *Hispano-Americana de Madrid* sobre los “malos novelistas españoles”, poniendo en el centro a Fernández y González y Pérez Escrich, Luis Carreras (1867) los culpó de contaminar las mentes de los jóvenes peninsulares con “obras no dan ninguna enseñanza” (4), que solo buscaban divertir con “mamarrachos

figura se imprimió una semblanza (*CdD*, I época, N° 61, 26 de febrero de 1865: 133). También fueron editados escritos de Guillermo Matta, Rosario Orrego de Uribe, y Andrés Bello. Los letrados chilenos dominaron los números correspondientes al cuarto volumen, es decir la segunda mitad de 1865, y las portadas ilustradas de dichos ejemplares. Como sugiere esta conexión, y otras figuras como el siempre mencionado Sarmiento, el tránsito de obras chilenas y sus autores en la prensa no fue un fenómeno restringido a este semanario. La afinidad ideológica y los proyectos civilizatorios comunes hicieron del intercambio a ambos lados de la cordillera un mecanismo bien aceitado en la prensa a ambos lados de la cordillera. Este circuito ha sido estudiado por Hernán Pas en su tesis doctoral *Literatura, prensa periódica y público lector en los procesos de nacionalización de la cultura en Argentina y en Chile (1828-1863)* (2010).

⁸³ Fernán Caballero estuvo presente con una entrega única de “La suegra del diablo”. Manuel Fernández y González, el más famoso entre los folletinistas de España, también fue publicado con el breve “La Sombra del gato (carta de una viuda)”. La obra de Enrique Pérez Escrich fue mucho más recorrida, apareciendo “Los hijos de la fe” en treinta y cinco entregas (*CdD*, I época, N° 167, 10 de marzo de 1867; *CdD*, I época, N° 202, 10 de noviembre de 1867), y “El frac azul” en trece (*CdD*, I época, N° 135, 29 de julio de 1866; *CdD*, I época, N° 148, 28 de octubre de 1866).

⁸⁴ Esto lo atestiguan los zócalos de los diarios más importantes, primero haciéndose lugar en *El Nacional*, dirigido durante los 1850 por Sarmiento (Lettieri, 2006: 287), y luego en *La Tribuna*, *La República*, entre otros diarios menos relevantes. Ver Anexo E para mayor precisión acerca de la dominación en los folletines de la prensa diaria de Buenos Aires por autores españoles de novela de folletín.

románticos”, personajes “imposibles, “pasiones absurdas”, “sucesos extravagantes”, todo escrito en un lenguaje llano como el que se hablaba en la calle (8).

La aparición de esta literatura de folletín en español, que contó con la ventaja de no necesitar de una traducción para poder editarla, no significó sin embargo que desaparecieran por completo las obras producidas originalmente en otros idiomas.⁸⁵ La publicación en el *Correo del Domingo* de “La Palma del Martirio”, anónima y titulada “Novela traducida del frances” (*CdD*, I época, N° 63, 12 de marzo de 1865: 177), delata hasta qué punto la procedencia del país de Dumas y Sue continuaba siendo un apelativo, tanto porque compartía patria con esas luminarias de la literatura, como porque era producto de aquella sociedad “civilizada” que los letrados porteños tanto admiraban. Coincidentemente, estas novelas traducidas lidiaron con temáticas más truculentas, como vimos en el caso de “Margarita Pusterla” de Cesare Cantú y “El Asesino de Albertina Renouf” de Henrique Riviere, cuyos asesinatos u otros hechos sórdidos narrados fueron destacados en sendas ilustraciones. Es decir, en el caso de “malos novelistas españoles” y sus colegas franceses e italianos, la motivación para su inclusión en la propuesta editorial del periódico parece haber tenido menos que ver con una vocación pedagógica que con el deseo de ofrecer una lectura que asegurara entretenimiento a los suscriptores.

El carácter dominante de la novela en la propuesta editorial, por supuesto, no significó que desaparecieran por completo las otras zonas de lo “literario”, ni que ellas estuviesen desconectadas de la lectura por entretenimiento. En este respecto, el ejemplo más importante (y que lo sería a más largo plazo) en el campo literario porteño se dio a fines del septiembre de 1866, cuando Cantilo consagró un número completo a la publicación íntegra del inédito poema gauchesco *Fausto, Impresiones del gauchito Anastasio el Pollo en la representación de esta ópera* de Estanislao del Campo. Fue ilustrado delicadamente por Meyer, y circuló allí, antes de editarse como folleto (*CdD*, I época, N° 144, 30 de septiembre de 1866: 185-191 y 194-196). El *Fausto criollo*, como se lo conoció rápidamente, se convirtió en una pieza que hilaba varias zonas del entretenimiento porteño: la ópera (que inspiró el poema), la tradición de la literatura gauchesca (que le dio forma), las alusiones a la gran narrativa europea (que dan buena

⁸⁵ Entre las destacadas se cuentan “Margarita Pusterla” del italiano Cesare Cantú (*CdD*, I época, N° 114, 3 de marzo de 1866; *CdD*, I época, N° 131, 1° de julio de 1866); “Diva. Perfil de mujer”, traducida del original portugués escrito por “G.M.” (*CdD*, I época, N° 139, 26 de agosto de 1866; *CdD*, I época, N° 147, 21 de octubre de 1866); “Dos Destinos”, traducida del original francés escrito por A. Labutte (*CdD*, I época, N° 157, 1° de enero de 1867; *CdD*, I época, N° 165, 24 de febrero de 1867); “El Asesino de Albertina Renouf” de Henrique Riviere (*CdD*, I época, N° 83, 30 de junio de 1865: 504); y “Madama Roland”, un fragmento de la “*Histoire des Girondins*” de Alphonse Lamartine (*CdD*, I época, N° 152, 25 de noviembre de 1866; *CdD*, I época, N° 155, 16 de diciembre de 1866).

parte del efecto paródico, dislocado, en el contraste entre las diferentes versiones). Incluso las imágenes que inspiró se difundieron y reversionaron en otros medios y soportes desde las páginas del *Correo del Domingo*. Su destino posterior en la literatura argentina invita a preguntarse si ese marco inicial no fue decisivo en el efecto singular y revulsivo que aún hoy puede reconocerse en el poema (Lamborghini 2003).

En su conjunto, el despliegue generoso y el desarrollo de estos recursos formales orientados a la lectura por entretenimiento representó, como afirmamos al comienzo, una novedad dentro de la prensa porteña. Nunca antes se había consolidado una propuesta editorial tan sólida con este fin, con un repertorio reunido de varios elementos, que ya tenían una trayectoria en la prensa local. La última página se consolidó en un espacio perenne de misceláneas para la lectura breve, diversa y fragmentada, donde no solo se recurrió a los *fait divers*, un recurso transitado de manera irregular por la prensa diaria y semanal desde hacía unas décadas, sino que se sumó de manera recurrente los textos lúdicos de las “Charadas” y los “Enigmas”. Lo mismo se puede decir de la novela por entregas, que libre de la construcción del folletín, se multiplicó al punto de ocupar hasta dos tercios de las páginas del periódico. Es decir, si el *Correo del Domingo* representó una ruptura no fue tanto por introducir uno u otro recurso a la prensa porteña, sino porque a partir de un repertorio disponible construyó una propuesta editorial donde dichos recursos formales fueron expandidos y desarrollados en sus generosas dieciséis páginas.

Sobre esta firme base, anclada en el despliegue de probados recursos orientados a la lectura de entretenimiento, se inyectó un uso intensivo de impresiones litográficas que, si bien como vimos, distó de ser un aporte inédito, se desarrolló como nunca antes en la prensa periódica impresa en Buenos Aires. Tanto fue así que esta oferta de imágenes impresas fue recibida con entusiasmo porque fue interpretada como el mayor esfuerzo realizado en la ciudad hasta el momento por satisfacer el “deseo de ver y poseer imágenes” (Szir, 2010: 1).

4.2.2. Ilustración y lectura por entretenimiento

El “huracán en el bosque de Palermo” no solo sacudió la ciudad en 1866, sino que también tomó por asalto el número ciento diecisiete del *Correo del Domingo*, que incluyó una crónica acerca de cómo el viento “sorprendió á los paseantes sin darles tiempo de tomar precauciones” (*CdD*, I época, N° 117, 25 de marzo de 1866: 192). El

escrito fue complementado con una lujosa ilustración del fenómeno meteorológico a doble página firmada por Henri Meyer, “Vista de una parte del Bosque de Palermo, al disiparse la oscuridad de la tarde del 19 de marzo de 1866” (*CdD*, I época, N° 117, 25 de marzo de 1866: 199-200).⁸⁶

“Vista de una parte del Bosque de Palermo, al disiparse la oscuridad de la tarde del 19 de marzo de 1866” en *CdD*, I época, N° 117, 25 de marzo de 1866: 199 y 200.

Como se aprecia en la litografía reproducida arriba, con tramas densas y luces estilizadas, la panorámica de un parque azotado por una tormenta eléctrica que tuerce con sus vientos a hombres y árboles por igual, nuevamente pone en relieve el poder de la imagen en el semanario ¿Qué habrá generado en el lector la posibilidad de vislumbrar por primera vez la representación, entre noticiosa y estilizada, de ese fenómeno natural, un acontecimiento concreto que se había ocurrido pocos días antes, desde la comodidad de su hogar y la seguridad de la lectura?

La pregunta invita a reflexionar sobre el impacto de la imagen impresa y su “exceso” que funciona como estímulo emocional en el consumo visual, que atrae al lector a mirirlas y a disfrutarlas (Littau, 2008: 70). Como señala Pas (2014), desde “la litografía y lo grabados a la fotografía, y de ésta al cine y la televisión” a la imagen se le ha atribuido poderosas propiedades, atribuyéndole contradictoriamente la capacidad del empirismo más puro y libre de interferencias y un temible poder seductor y corruptor del espectador (66). Si el ascenso de la novela a consumo popular demandó cuidado por parte de los letrados, por temor a que distrajera de sus obligaciones y confundiera con

⁸⁶ Si bien algunas de las litografías mencionadas son reproducidas en el cuerpo de la tesis, tanto estas como aquellas que solo aparecen mencionadas pueden encontrarse en el Anexo D.

sus acabadas representaciones de realidades ficticias a los menos preparados, lo mismo podía esperarle a la litografía. Infinitamente más accesible, al no demandar alfabetización para ser consumida, esta era capaz de comandar con mayor autoridad la economía de la atención de un lector decimonónico (Crary, 2001).⁸⁷

Esto no quiere decir que, por supuesto, que la imagen impresa, al ser más accesible en la inmediatez de su faz visual, fuese menos compleja que el texto escrito, o no requiriese de ciertas competencias para ser consumida en todas sus dimensiones. Como señaló Roland Barthes (1986), la imagen es inherentemente polisémica, concentrando diferentes niveles de lectura que, dependiendo quien la vea, aparecen como evidentes o implícitos. Esta naturaleza podía escapárseles a los letrados contemporáneos, o también presentárseles como contenciosa en la dificultad por asir como los lectores la interpretaban, en el contexto de una década -la de 1860- en el cual la “cultura de lo visible” se expandía de manera exponencial. Al ofrecer un gran repertorio con el cual los suscriptores podían complementar su lectura, o simplemente admirar en el detalle sin contextualización de la expresión visual de sus deseos, el semanario de Cantilo jugó un rol importante en este proceso al introducir un “cambio profundo en los modos de percibir y de leer” un periódico (Pas, 2014: 67).

Desatada por su reproductibilidad técnica, que alcanzó un grado fundamentalmente nuevo con la impresión litográfica, la imagen no solo fue capaz de multiplicarse para alcanzar un público masivo (Benjamin, 1989: 19), sino que también pudo viajar grandes distancias, para luego ser reproducida en publicaciones autóctonas en lugares lejanos donde la tecnología todavía era difícil de adquirir, o donde no se dominaban sus matices expresivos con la experticia de aquellos países donde se había creado y perfeccionado. Fue en el marco de este proceso de circulación, lo que Sandra Szir (2017) llama la “interculturalidad global de la imagen” que, como vimos al comienzo de este capítulo, la ilustración fue introducida en las publicaciones periódicas porteñas. Esto fue tan cierto para el primer periódico ilustrado *El Museo Americano* (1835-1836), que contó con escasa producción original de contenidos y cuyas litografías provenían principalmente de *Le Magasin Pittoresque* o *Penny Magazine* (Szir, 2017), como para el caso ya citado de los 300 clises importados por Hortelano para abastecer visualmente a su semanario *La Ilustración Argentina*.

⁸⁷ Los datos ya citados del alto índice de alfabetización de la ciudad (*Primer Censo de la República Argentina*, 1869: 27), y un nivel educativo estaba fuertemente asociado al escalafón social (Newland, 1992: 54 y ss.), hace improbable, aunque no imposible, que quien pudiera pagar el *Correo del Domingo* no pudiera también leerlo.

En las páginas del *Correo del Domingo* podemos encontrar algunos casos de esta circulación transatlántica de imágenes. Un ejemplo claro de ello son las ilustraciones que acompañaron la publicación de algunas entregas “De Madrid a Nápoles. Viaje de recreo” (*CdD*, I época, N° 165, 24 de febrero de 1867: 152-153), que reprodujeron grabados presentes en la edición española del texto que data de comienzos de la misma década (Alarcón, 1861).⁸⁸

“La catedral de Milan (De Madrid a Nápoles)” (*CdD*, I época, N° 165, 24 de febrero de 1867: 153) (izq.) y “Catedral de Milán” en la edición española de *De Madrid a Nápoles...* (Alarcón, 1861: 224) (der.).

Como señala Szir (2017), y es posible ver arriba, el acto de la traducción y reconfiguración fue una operatoria que no solo reproducía el “original”, sino que también producía nuevas interpretaciones.⁸⁹ Además, el jefe de redacción ejerció un poder sobre la litografía en la selección de que se imprimía y que no, privilegiando unos retratos o paisajes sobre otros. Por ejemplo, escogiendo la vista de la catedral a otras postales milanesas como el “Arco de la Paz” (Alarcón, 1861: 225). La elección del mismo título a serializar pudo haber estado informada por la imagen, siendo un punto a favor el hecho que la obra contaba con un nutrido repertorio de ilustraciones que podían ser reproducidas a la par que el texto. En este sentido, si bien como señala Roman (2010) es cierto que el semanario ofreció “un espectro muy diverso de imágenes” que no siempre se correspondió con lo escrito en la página contigua (286), no puede negarse

⁸⁸ Las tres imágenes correspondientes a “De Madrid a Nápoles” que aparecieron en el número ciento sesenta y cinco del *Correo del Domingo* (*CdD*, I época, N° 165, 24 de febrero de 1867: 152-153), están presentes en la edición española original del texto. Respectivamente, estas son “La catedral de Milán” (Alarcón, 1861: 224), el retrato de “Rafael de Urbino” (264), y “Vista de [los canales] de Venecia” (273).

⁸⁹ Otro ejemplo de la circulación e interpretación de imágenes e imaginarios visuales lo podemos encontrar en la similitud entre la tapa del número ciento cuarenta y ocho del *Correo de las Niñas* (*CdIN*, I época, N° 148, 26 de agosto de 1871: 1) y dos portadas contemporáneas de *El Mosquito* (*EM*, N° 388, 26 de junio 1870: 1; *EM*, N° 428, 4 de junio 1871: 1) (ver Anexo B, p. 274, p. 284 y p. 285, respectivamente). En todas ellas podemos ver repetida la idea de representar a la ciudad, en este caso Buenos Aires, mediante la caricatura de una mujer de vestido y corona, la cual además era común en la prensa ilustrada parisina (Roman, 2010).

que existió una vocación de ilustrar los textos publicados, de dar a “ver” lo que los textos podían dar a leer (Szir, 2017).⁹⁰

En la selección, como en el caso de los *fait divers* y las novelas por entregas, podemos identificar en igual medida la incidencia de lo contingente, propio de la materialidad de la producción de un periódico decimonónico, que llevaba a recurrir a lo que se encontrase al alcance de la mano en un contexto de recursos limitados. Pero también un criterio deliberado que operaba sobre eso disponible, en el cual pesaban las ideas epocales -que hemos descrito en capítulos anteriores-, y que nos permite leer en la publicación serializada de un diario de viaje a través de Europa occidental la puesta en juego del imaginario de los letrados porteños del Viejo Continente como un lugar “civilizado” al que se deseaba emular en todo en cuanto sea posible. Un deseo por el consumo de lo extranjero “civilizado” que, en el caso de un impreso con litografías como este, no solo se relacionaba con la selección del tema de las ilustraciones, sino también en el mismo acto de consumir imágenes, tal como hacían los lectores de prensa del otro lado del océano.

La apropiación de las imágenes impresas que circulaban globalmente, sin embargo, no implicaba la “simetría” entre los diferentes actores involucrados en la travesía, desnudando, a su vez, las diferencias en las condiciones materiales de producción (Szir, 2017). En el contexto de un circuito que tenía una sola dirección, de Europa hacia Buenos Aires, la reproducción de las ilustraciones importadas despojaba a la técnica litográfica de una inmediatez que sí poseían en ciudades como París, donde había capacitado “al dibujo para acompañar, ilustrándola, [a] la vida diaria” (Benjamin, 1989: 19). Mientras que en las metrópolis industrializadas el “periódico ilustrado” proveía a las “casas” de “imágenes” cotidianas con la misma pericia técnica que las cañerías y cables las abastecían del “agua, el gas y la corriente eléctrica” (20), los porteños consumían en las publicaciones disponibles reproducciones que versaban, en general, sobre personajes y parajes foráneos. Lo cual, a su vez, no hizo sino subrayar la relación

⁹⁰ La correlación entre la tapa y contenido interior, así como las litografías al interior del periódico con los textos publicados, señalan a una propuesta editorial donde se privilegió la interacción entre el consumo de texto e imagen. Fueron comunes las series entre las portadas, destacando temáticas que la redacción deseara animar en el imaginario público. Un ejemplo entre tantos, durante la segunda mitad de 1865, cuando se puso el foco en la producción de escritores chilenos como José Victorino Larrañaga, Guillermo Blest Gana o Andrés Bello, se hizo agracio las portadas con sus retratos (*CdD*, I época, N° 72, 14 de mayo de 1865: 313; *CdD*, I época, N° 78, 25 de junio de 1865: 409; *CdD*, I época, N° 91, 24 de septiembre de 1865: 617; *CdD*, I época, N° 99, 19 de noviembre de 1865: 745). Esta correspondencia entre tapa y contenido habilita a pensar en el pedido expreso al litógrafo de imágenes que respondieran a los textos que iban a publicar, o bien a la inversa, a la redacción de material nuevo que se ajustara a las ilustraciones con las que ya se contaba.

arriba delineada, que hacía de la imagen impresa un vehículo de ese deseo de lo extranjero, civilizado, lejano.

Es en este punto donde termina por dimensionarse la publicación de una litografía sobre el “huracán” que azotó “el bosque de Palermo” en marzo de 1866. Con el *Correo del Domingo*, por primera vez un periódico semanal ofreció a los lectores no solo la posibilidad de saciar su deseo de imágenes, sino de hacerlo con un reportaje visual de la realidad más próxima. Un despliegue técnico inédito que fue, a su vez, síntoma de cambios cualitativos en los aspectos materiales del mercado de la prensa porteña. Esto fue cierto tanto en lo técnico, con el establecimiento de la Imprenta Litográfica de Henri Meyer, que también proveía las caricaturas del otro periódico contemporáneo con imágenes, *El Mosquito*, como entre el público consumidor, que había crecido lo suficiente para poder hacer factible la edición de un impreso de estas características de manera periódica durante cuatro años completos.

La incursión en la imagen tomada “del natural” llevó al *Correo del Domingo* a ocuparse del reportaje gráfico de los principales acontecimientos de la coyuntura, particularmente la Guerra de la Triple Alianza, compuesta por Argentina, Brasil y Uruguay, contra Paraguay (1865-1870). Un conflicto que, según Roman (2016), fue clave en todos los países involucrados para “la circulación de palabras e imágenes impresas contribuyera al examen y redefinición de identidades nacionales” (132).⁹¹ Además, no puede dejar de considerarse que esta temática, que acaparó la atención de los litógrafos del impreso durante momentos específicos de 1865 y 1876,⁹² permitía, como pocas otras contemporáneas, el despliegue de lujos visuales en las detalladas representaciones de los combates, armamentos, paisajes de batalla, etc.

⁹¹ En los años recientes, la bibliografía ha avanzado de forma sostenida sobre la producción y circulación de imágenes en Buenos Aires en el último cuarto del siglo XIX en relación con lo político (Malosetti Costa y Gené, 2009; Roman, 2010; 2017; Tell, 2011; 2011/2012; Szir, 2017). El reportaje gráfico de la guerra, así como la profusión de retratos ilustrados de personajes de la vida pública, como abundan en el *Correo del Domingo* (*CdD*, I época, N° 35, 28 de agosto de 1864: 549; *CdD*, I época, N° 37, 11 de septiembre de 1864: 577; *CdD*, I época, N° 73, 21 de mayo de 1865: 329), son interpretados por Roman (2010) como la construcción de un “marco consagratorio y de reconocimiento social” para los hombres de poder allí mostrados, que se encontraba y retroalimentaba con el deseo de ver de los consumidores (265). El lugar de las publicaciones periódicas ilustradas, como el *Correo del Domingo* o *El Mosquito*, fue central en este proceso durante la década de 1860, ya que, si bien contemporáneamente la aparición de los negativos de vidrio permitió las copias múltiples sobre papel de las fotografías, abaratando los costos (Tell, 2011), la combinación de prensa e impresión litográfica continuaba siendo el medio por el cual la difusión de imágenes tenía mayor alcance. Como sentencia Verónica Tell en su artículo “Políticos en campaña, imágenes en acción: la disputa por los votos de Buenos Aires en 1877” (2011/2012), la profusa relación entre ambos medios gráficos se debió entonces a la capacidad de la imagen impresa de ser “una herramienta de comunicación y propaganda que, por su reproductibilidad, alcanzaba al número, elemento clave [...] para formar un ejército con un mensaje”, que la fotografía aún no era capaz de ser (60).

⁹² Ejemplo de la ilustración centrada en la temática de la Guerra de la Triple Alianza contra Paraguay puede encontrarse en: *CdD*, N° 71, 7 de mayo de 1865: 297; *CdD*, N° 92, 1° de octubre de 1865: 640 y 641; *CdD*, N° 96, 29 de octubre de 1865: 697; *CdD*, N° 149, 4 de noviembre de 1867: 276 y 277; *CdD*, N° 166, 3 de marzo de 1867: 168 y 169; *CdD*, N° 168, 17 de marzo de 1867: 197; y muchos otros.

La Guerra se tornó asunto ineludible, incluso para los semanarios. El lugar que ocupó la actualidad de la noticia en esos ejemplares no se limitó a las ilustraciones, sino que también acaparó la atención de la columna semanal de “Bruno”. Este avance, naturalmente, tensionó la autodefinición inicial del periódico como impreso que se presentaba primordialmente como proveedor de “lecturas amenas” y “literarias” para un público “niñas”. Al mismo tiempo, al detenerse en la actualidad, más propias de los “diarios políticos y mercantiles”, permitió evidenciar la ambivalencia de una publicación que construyó, como señalamos antes, un público feminizado en el discurso, pero definitivamente mixto en términos de género en la propuesta editorial. Este se convirtió así en un “asunto” ideal para tramar un espacio de lectura compartida, transitado por jóvenes y “niñas” en igual medida.

Yendo más lejos, la variedad entre las imágenes publicadas insertó de lleno a la publicación como protagonista porteña de un proceso propio a los periódicos ilustrados del siglo XIX, donde géneros visuales que nacieron contemporáneamente “bajo la instrumentalidad científica” de las novedosas técnicas fotográficas, como el retrato o el “fotoperiodismo de guerra”, eran promovidos como “espectáculo de fin de semana para toda la familia” (Guerra, 2010: 5). En el marco de ese desarrollo comenzaron a desdibujarse los límites que separaban dichas imágenes como instancias discursivas autónomas, con mecanismos de recepción diferenciados, para tender a la indiferenciación en el consumo. Ante la pluralidad de lo disímil, el simple acto de ver se convertía en un entretenimiento.

Inspirado en la variedad del repertorio visual de la prensa ilustrada extranjera contemporánea, donde se combinaban imágenes científicas con ilustraciones literarias, vistas arquitectónicas con litografías sobre costumbres (Szir, 2017), la litografía en el semanario de Cantilo se ocupó por igual de ilustrar los reportajes del conflicto bélico, los retratos de personajes relevantes a la política local o el ocasional comentario gráfico sobre la noticia del día,⁹³ así como de proveer un surtido de litografías temáticamente desancladas de la urgente actualidad. Esta combinación consolidó la oferta del *Correo del Domingo* como única en su diversidad, y ofreció una respuesta a la demanda de un

⁹³ Excepcionalmente, el *Correo del Domingo* publicó caricaturas. Este fue un género que el mismo Henri Meyer cultivó asiduamente en su publicación, *El Mosquito*, y probablemente el origen de estas aisladas viñetas tuviera alguna conexión con el periódico satírico ilustrado. Solo se registran dos ocasiones en los más de doscientos números: la primera presenta cuatro recuadros que refieren a “noticias varias”, desde la denuncia de la holgazanería de los empleados del “Registro Civil”, el trono mexicano, el capricho de una “niña” de compras y el ferrocarril (*CdD*, I época, N° 95, 22 de octubre de 1865: 696). Cien números más tarde encontramos otra página similar donde conviven humoradas a costas de las mujeres “seductoras”, a la pobre moda de quienes visitan la Feria de Lujan y la triste suerte de los “gauchos libres” (*CdD*, I época, N° 206, 8 de diciembre de 1867: 352).

público deseado ampliado y mixto, al mismo tiempo que articulaba a la imagen impresa como parte íntegra de una propuesta editorial orientada a la lectura por entretenimiento.

“El verdugo, asiéndola por su negra cabellera, presentó a la muchedumbre una cabeza ensangrentada.
Margarita Pusterla, paj. 430, col. 1^o” en *CdD*, I época, N° 131, 1° de julio de 1867: 32.

Fue común, por ejemplo, que Meyer ilustraran un personaje o un pasaje de alguna de las entregas de las novelas publicadas en el número.⁹⁴ En estas ocasiones, una estrategia recurrente fue ilustrar los –ya señalados– momentos violentos como, por ejemplo, el instante en que el marido de Albertina Renouf se acercó a su mujer para encontrar un puñal clavado en el pecho de un “cadáver mas ríjdo aun y arrojando un penetrante olor de sangre” en la obra de Henrique Riviere (*CdD*, I época, N° 83, 30 de junio de 1865: 504). Más gráfica fue la escena de “Margarita Pusterla”, donde el artista nos enseñó al “verdugo” presentado “a la muchedumbre una cabeza ensangrentada”, como reza el fragmento reproducido debajo (*CdD*, I época, N° 131, 1° de julio de 1867: 32). Estas imágenes invitan a abrir un mundo de interpretaciones semióticas (particularmente el degüello tenía una carga simbólica poderosa en Buenos Aires asociada al federalismo de Rosas), y podrían incluso relacionarse con la consolidación en la década siguiente de la fotografía criminalística (Guerra, 2010), o con el desarrollo del atractivo escandaloso de las futuras “páginas rojas” (Lyons, 1997). Pero en un nivel fundamental, se podría argumentar que su aspiración fue a atrapar la atención de lector y generar intriga que lo dirigieran hacia la entrega de la novela de folletín, cuya ubicación dentro del semanario se encontraba debidamente indicada de forma contigua.

⁹⁴ Encontramos muchos ejemplos de ilustraciones de escenas o paisajes narrados en las novelas por entregas: *CdD*, N° 33, 14 de agosto de 1864: 513; *CdD*, N° 72, 14 de mayo de 1865: 328; *CdD*, N° 83, 30 de junio de 1865: 489; *CdD*, N° 131, 1° de julio de 1867: 17; *CdD*, N° 134, 22 de julio de 1867: 17.

Nos interesa también destacar que, además de la cobertura de la guerra, el reportaje visual de Meyer también se detuvo en diversos aspectos de las “diversiones públicas” y del consumo, haciendo parte del Buenos Aires “visible” en las páginas *Correo del Domingo* al mundo de la sociabilidad urbana. Esta fue una preocupación primigenia del semanario que se expresó, por ejemplo, en su primera docena de números, que lucieron portadas adornadas con retratos de cantantes como Carolina Briol, quien “se estrenó en 1857 á los 18 años de edad en diversos teatros, donde siempre fué aplaudida” (*CdD*, I época, N° 2, 10 de enero de 1864: 17) y don Antonio María Celestino “Baritono de la Compañía Lírica que Funciona en el Colón” (*CdD*, I época, N° 4, 24 enero de 1864: 49), o de estrellas de la compañía teatral del Teatro de la Victoria como García Delgado, “primer actor y director de la Compañía Dramática” (*CdD*, I época, N° 3, 17 de enero de 1864: 33) y doña Rita Carbajo, “primera actriz de la Compañía Dramática” (*CdD*, I época, N° 5, 31 de enero de 1864: 65).

Detalle de “Última moda trajes de fantasia” en *CdD*, I época, N° 37, 11 de septiembre de 1864: 592.

También fue muy desarrollada la ilustración de moda, que ofrecía “imágenes-servicio” que visualizaron para lectoras y modistas las tendencias presentes y prontas a importarse (Hallstead, 2010). En la mayoría de estos casos pareció confiarse exclusivamente en el poder de convocatoria de los “trajes de fantasia” a la “última moda” para capturar la atención, no acompañando las litografías texto alguno (*CdD*, I época, N° 37, 11 de septiembre de 1864: 592). Con conciencia de ello, el trazo del ilustrador cargó de tantos detalles y texturas los vestidos, como de solemnidad y elegancia los perfiles de las mujeres bidimensionales. Inmensos y llenos de adornos, estos vestidos, aptos para un “paseo á las carreras” (*CdD*, I época, N° 89, 10 de

septiembre de 1865: 600), existían en la página como modelos en los cuales clientes y comerciantes se inspiraron para confeccionar, comprar y lucir moda.⁹⁵

El mejor ejemplo de esta visibilización de la sociabilidad y el consumo porteño por parte del *Correo del Domingo* se dio en el extenso reportaje gráfico que realizó la publicación sobre el “Bazar Filantrópico”, que convirtió mediante una “feliz iniciativa del bello sexo” a “los salones del Club” y sus jardines durante los días 8, 9, 10 y 11 de noviembre de 1865 en una tienda donde se vendieron objetos aportados por ellas y terceros con el fin de donar lo recaudado (*CdD*, N° 97, 5 de noviembre de 1865: 728). El número noventa y ocho fue literalmente tomado por asalto por el asunto del “bazar”, incluyendo no solo una detallada crónica de lo acontecido ese fin de semana, sino también luciendo una portada y contratapa ilustrada dedicadas al evento. Estas, se podría argumentar, fueron las más sofisticadas litografías producidas por Meyer para el periódico, que retrataron respectivamente el “jardín del bazar” (*CdD*, N° 98, 12 de noviembre de 1865: 729) y el “salon de las tiendas” (*CdD*, N° 98, 12 de noviembre de 1865: 744). También se incluyó un plano de las instalaciones (*CdD*, N° 98, 12 de noviembre de 1865: 731).

Las ilustraciones, como la reproducida aquí debajo, permiten vislumbrar lo elaborado de la apuesta, que ofreció un paseo destacado y aún atípico en una Buenos Aires que estaba a un par de décadas de la era de las grandes tiendas como Gath y Chaves o Harrod’s (Rocchi, 2006). Pero también funcionaron, en el despliegue de su preciosista detalle, como una intervención visual que aspiró a poner al ocio y el consumo de los sectores altos y medios de la ciudad en el mismo nivel de paseo y consumo conspicuo como las que ofrecían las *grand magasins* del Viejo Mundo. Todo con el auspicio del Club del Progreso, ya mencionado como gran promotor de la sociabilidad europeizante (Losada, 2006). Como explicitó el presidente del club “don Miguel J. Ascuénaga”, quien gastó de propio su bolsillo “veinte mil pesos” en las “diversas tiendas”, la realización del evento buscó promover una sociabilidad civilizada para las “gentes decentes” (*LT*, N° 3.546, 12, 13 y 14 noviembre de 1865: 2).

⁹⁵ Los ejemplos son muchos y diversos. Incluimos aquí una limitada lista de ellos (*CdD*, I época, N° 37, 11 de septiembre de 1864, 592; *CdD*, I época, N° 68, 16 de abril de 1865: 264; *CdD*, I época, N° 71, 7 de mayo de 1865: 312; *CdD*, I época, N° 76, 11 de junio de 1865: 392; *CdD*, I época, N° 89, 10 de septiembre de 1865: 600; *CdD*, I época, N° 96, 29 de octubre de 1865: 712; *CdD*, I época, N° 153, 2 de diciembre de 1866: 348; etc.). Estas imágenes pueden consultarse en el Anexo D de esta tesis.

“Salon de las tiendas del Bazar Filantrópico” en *CdD*, N° 98, 12 de noviembre de 1865: 744.

En estos casos es importante recordar, como mencionamos en el primer capítulo, que la imagen impresa tuvo un rol central en la construcción del consumidor (Williams, 1982), y este parece ser el caso de la ilustración sobre modas y sociabilidad urbana reproducida en el *Correo del Domingo*. En la misma clave se puede interpretar la ilusión de movimiento hacia lugares tan lejanos como deseables a la que invitaban las postales litografiadas de elegantes ciudades europeas, que ofrecieron una figuración visual de los mismos deseos y fantasías expresados en las novelas por entregas. Por un lado, las imágenes atraían en la presumida universalidad de su atractivo y apelaban al público lector a entretenerse en la ensoñación de destinos y objetos deseados, que se anhelaba consumir. Por otro, se presentaban más cercanos que nunca en la combinación indistinta, de página a página, de ilustraciones de París, Londres y Buenos Aires.

Las dos características constitutivas de la oferta del *Correo del Domingo* que hemos explorado hasta aquí, es decir, la producción de imágenes propias y la variedad temática de un repertorio que fue tanto importado como autóctono, e incluyó tanto reportaje gráfico de guerra como crónica visual de la sociabilidad y consumo, se combinaron con una ya destacada tercera variable: la cantidad de imágenes publicadas. De manera fija se ofrecían en la tapa,⁹⁶ la contratapa y las dos páginas centrales, reproducciones de página

⁹⁶ El *Correo del Domingo* fue el primer periódico porteño en lucir una tapa ilustrada para cada ejemplar. La portada comenzó a adornar al semanario a partir de su segundo número (*CdD*, I época, N° 2, 10 de enero de 1864: 17), y dejó de ser la regla en agosto de 1866. Posteriormente a esa fecha las portadas ilustradas aparecieron irregularmente, ocupando directamente la primera página el editorial de “Bruno”.

El Museo Americano, libro de todo el mundo (1835-1836) y su continuación *El Recopilador. Museo Americano* (1836-1837), ambos impresos por la litográfica de César Bacle, incluyeron una primera página ilustrada, pero esta no era una portada sino una página más del fascículo destinado a ser encuadernado en un tomo único. También era una

completa o casi, a las que se agregaba una cantidad irregular de grabados más pequeños dispersos a través del resto de la publicación.

Mientras *El Mosquito* o el *Correo de las Niñas* mayormente publicaron una página con litografía por ejemplar, hasta por lo menos entrada la década de 1870, la propuesta editorial del semanario de Cantilo, más generosa, permitió un despliegue más amplio. La vasta suma de litografías publicadas convirtieron al periódico en la expresión de la prensa ilustrada contemporánea, un título que no fue disputado hasta por lo menos los 1881, con la aparición de la nueva *Ilustración Argentina* (1881-1888) fundada por Carlos M. de Egozcue e ilustrada por Carlos Clérice. Quien deseara ver imágenes durante la década de 1860, y pudiera costear el precio de suscripción, encontraría en el *Correo del Domingo* la mejor manera de saciar su anhelo visual.

En el despliegue de una propuesta editorial que, más que en ninguna otra publicación contemporánea se recostó en el poder de la litografía, el *Correo del Domingo* fue parte integral de la educación visual del lectorado porteño, y en aún otra redefinición del pacto de lectura. Al construir su base de suscriptores, que lo consumió durante cuatro años ininterrumpidos, no solo corroboró potencial del atractivo de la imagen impresa en una propuesta editorial, sino también las posibilidades formales que se abrían tanto con producción de la litografía realizada localmente con referencias propias y actuales, como la diversidad del abanico visual disponible. Mirar se volvió una parte inseparable de la práctica de leer, lo cual fue particularmente cierto para la lectura por entretenimiento.

Como veremos a continuación, ciertos indicios de cambio en la sociabilidad porteña sugirieron que, por primera vez en la década de 1860, este prospectivo público deseado con la capacidad de leer, y más aún, de invertir su tiempo para entretenerse, estaba consolidándose en Buenos Aires. Finalmente, exploraremos cómo una apuesta editorial tan suntuosa como la del *Correo del Domingo* eventualmente resultó ser un proyecto demasiado ambicioso en términos de mercado editorial.

práctica habitual incluir en el último número que formaba parte del “volumen” una página ilustrada para que hiciera las veces de portada del mismo. En cambio, la primera página del *Correo del Domingo* cumple con todos los requisitos de lo que hoy entendemos por la tapa de una publicación: nombre del periódico, datos de venta, datos editoriales, y una imagen que ilustra el contenido para atraer al lector.

4.3.2. Las dificultades de la “parte ilustrada”, o el fin del *Correo del Domingo*

El éxito de las iniciativas que se han analizado en este capítulo, con eje en el *Correo del Domingo*, permiten considerar que hacia la década de 1860 la ciudad estaba lista para hacer un éxito de un periódico semanal ilustrado consagrado a la lectura por entretenimiento. Lo mismo habían pensado antes los fundadores de *El Pica-Flor. Semanario de literatura* (1855), *El Recuerdo. Semanario de literatura y variedades* (1856), *El Estímulo* (1858), el *Museo Literario* (1859) y *La Primavera* (1863), entre muchas otras publicaciones que no pudieron o supieron capitalizar los nuevos vientos editoriales que comenzaban a soplar.

Como hemos afirmado, lo que diferenció al *Correo del Domingo* fue lo innovador, diverso y suntuoso de su propuesta editorial. Mientras los demás semanarios podrían compararse con mayor o menor justicia a *La Moda*, este tomó el espíritu de esa prensa de aspiración “romántica” y realizó su promesa de un “objeto ligero” incorporando y expandiendo el despliegue de recursos formales como las variedades y la novela por entregas, así como los más nuevos avances la técnica litográfica. Esa síntesis era necesaria si se pensaba competir con la otra prensa exitosa de la época, como *La Tribuna* y *El Nacional*, que publicaban folletín a diario, o *El Mosquito*, que incluía ilustraciones por una suscripción que costaba la mitad.

Cantilo utilizó la capacidad de su *Imprenta del Orden* para hacer circular una publicación ambiciosa que combinó la *summa* del repertorio de recursos disponibles para el entretenimiento, lo que probó ser una fórmula ganadora. Tanto así que transformó al semanario en uno de los primeros que logró hacer funcionar el sistema de venta por suscripción adelantada, que venía ahogando redacciones e imprentas desde los albores de la prensa porteña. En ocasión del número cien, él mismo dio cuenta de la propia sorpresa en un breve texto donde se enorgulleció de ser una de las “pocas publicaciones de este jénero logran vencer las dificultades con que tienen que luchar los periódicos literarios”, y adscribió a una “voluntad decidida” poder campear “los quebrantos experimentados” en la labor editorial, pudiendo “concebir esperanzas de una vida propia para mas adelante” (*CdD*, I época, N° 100, 26 de noviembre de 1865: 761).

Sin embargo, a pesar de todos los indicios de cambio y renovación que hemos explorado a lo largo de este capítulo, el mercado editorial en Buenos Aires no era aún como el de París, donde ese mismo 1864 se fundó el famoso *Le Journal Illustrée*, que incluía en sus páginas novelas de Dumas y los grabados de Doré (Lyons, 2012: 308),

dos artistas cuyos trabajos supieron ser reproducidos en el semanario porteño de Cantilo. Como ya hemos afirmado, la circulación y reproducción de imágenes a nivel global no implicó una simetría entre los diversos contextos. Existían aún condiciones estructurales desiguales que generaban a su vez diferentes capacidades de apropiación cultural y, remarcamos aquí, material.

La estrategia comercial estaba invariablemente atada a la suscripción. Según los dichos del jefe de redacción no se vendieron “números sueltos, por cuanto eso dejaría truncas las colecciones y no permitiría encuadernar las novelas que ocupen varios números”, demostrando una actitud rígida para encarar la venta del impreso. Lógicamente, una propuesta editorial tan ambiciosa necesariamente dependía del dinero adelantado por las suscripciones para poder solventar las posteriores (Gentile, 2002). Esa posición pretendió ser balanceado con entusiasmo, prometiendo que el primer número sería “distribuido profusamente” (*CdD, I época*, N° 1, 1 de enero de 1864: 6).

No contamos con el dato de cifras de ventas más que las ponderadas o imaginadas en los números iniciales. Así, en el editorial inaugural se habló oblicuamente de “mil quinientas bocas” que preguntaban “¿Qué venis á traernos?”, permitiendo especular con hipotéticos mil quinientos suscriptores iniciales (*CdD, I época*, N° 1, 1 de enero de 1864: 6). Esta base de consumidores representaría un gran avance desde los treientos cincuenta o cuatrocientos suscriptores que vimos atribuyó Hortelano a su *La Ilustración Argentina*, y eran aparentemente suficientes para hacer del lanzamiento un éxito y financiar los siguientes números.

Las condiciones favorables, sin embargo, no significaron que los problemas materiales que había enfrentado la prensa porteña hasta entonces hubiesen desaparecido. Desde el primer número la Redacción advirtió “las dificultades con que tienen que luchar los periódicos literarios”. Así, en, ese mismo ejemplar se pide disculpas por la ausencia de más “grabados en madera”, atribuida a que “al inteligente artista le ha faltado el tiempo necesario esta vez” (*CdD, I época*, N° 1, 1 de enero de 1864: 6). Cuando en el primero, y último número, de 1868 se ofrecieron explicaciones por “suspender” el periódico con su “8° volumen, cuyo índice y caratula se entregarán á los suscriptores en estos días”, el redactor nuevamente aduce como causal las “dificultades que se tocan respecto de la parte ilustrada”. Con optimismo, se espera reanudar la colección más adelante, tras “haber allando” los obstáculos (*CdD, I época*, N° 210, 5 de enero de 1868), lo que nunca sucedería.

Estas intervenciones esporádicas de Cantilo, quien no gustó de hacer excesivamente públicas las vicisitudes de la redacción, invitan a deducir que incluso un semanario exitoso como lo fue *Correo del Domingo* sufría de limitaciones impuestas por la realidad material. La asociación del semanario con la litografía funcionó a favor como un punto atractivo al lectorado, pero al mismo tiempo condicionó al impreso a una técnica compleja y costosa que elevaba exponencialmente los costos. Simultáneamente, que el único medio de ingresos del periódico fueran las suscripciones mensuales ató la liquidez de la empresa al número de consumidores, sin otro respaldo.

Esta ecuación comercial, con los volúmenes de ventas posibles para un periódico tan exitoso como el *Correo del Domingo* en un mercado creciente pero aún restringido como Buenos Aires, terminó por ceder luego de cuatro años de suceso y complicaciones. Si algo presagió este final, además de la aceptación de la prensa ilustrada orientada a la lectura por entretenimiento por parte del público lector, fueron los límites que la distribución por suscripción imponía a los emprendimientos editoriales porteños en un momento de expansión lectora. Como veremos a continuación, quedaría en manos de otros impresores y jefes de redacción contemporáneos encontrar la solución al problema.

5. No solo la política hace reír. La primera década de *El Mosquito* (1863-1874)

El Mosquito. Periódico satírico-burlesco (1863-1893) es considerada una de las publicaciones de humor político más importantes del siglo XIX. Este lugar destacado en la historia de la prensa porteña ha sido actualizado recientemente por el trabajo de Claudia Roman, cuyo *Prensa, política y cultura visual. El Mosquito (1863-1893)* (2017) lo repone como el primer gran periódico satírico ilustrado de Buenos Aires. Sosteniendo que éste recuperó los desarrollos de los más modestos intentos que lo precedieron, y abrió camino a los muchos más que vinieron después, Roman (2010) ubica de forma categórica a la publicación en la genealogía de la prensa satírica. Un “corpus específico del siglo XIX”, que se configuró de manera paralela a los grandes diarios, transitando los mismos discursos sobre lo político y lo público, pero creando relatos “complementarios” con el valor agregado de lo cómico. “Fugaces y explosivos, satíricos, joco-serios o burlescos”, esos impresos habrían buscado activamente intervenir con recursos formales como la litografía, construyendo en el proceso el lenguaje de la caricatura satírica en “la articulación entre palabra e imagen” (9).

En estos términos, *El Mosquito* no puede ser considerado un semanario ilustrado del mismo modo que el *Correo del Domingo*, pues sus textos y litografías buscaron predominantemente una lectura intertextual de acontecimientos propios a la esfera pública y política contemporánea, de manera similar a *La Tribuna*, *El Nacional* y el resto de los diarios políticos y mercantiles del momento. Sin embargo, creemos que es posible ensayar una interpretación alternativa, proponiendo resaltar otros aspectos de la propuesta editorial, diferentes de la sátira política. Intentaremos aquí pensarlo como parte del trío de impresos que más hicieron por abonar a la lectura por entretenimiento durante la década de 1860. Una serie con la cual el periódico fundado y dirigido por Henri Meyer, el mismo que ilustró el semanario de José María Cantilo, compartió más de un rasgo, y a la cual aportó una pieza clave en su desarrollo, tan importante como otras mencionadas hasta aquí: la publicidad ilustrada.

Por estas razones, el análisis en este capítulo estará articulado en dos apartados. En el primero, analizaremos en qué medida los recursos formales desplegados en la propuesta editorial tuvieron puntos de contacto con la prensa contemporánea orientada a la lectura por entretenimiento. Indagaremos también una faceta discursiva y visual menos reconocida pero igual de presente, vinculada a la sociabilidad urbana y el ocio. Finalmente, en un segundo apartado, haremos foco en las innovaciones publicitarias que

introdujo el sucesor de Meyer, Henri Stein. Estas no sólo fueron un factor de peso en la consagración de *El Mosquito* como el semanario ilustrado más longevo del siglo XIX, sino que abrieron todo un nuevo mundo de posibilidades comerciales para los periódicos ilustrados porteños.

5.1. ¿Se leyó *El Mosquito* por entretenimiento?

Desde los pasquines anónimos escritos contra las autoridades virreinales y distribuidos en la vía pública a fines del siglo XVIII hasta el censurado *El Padre Castañeta* (1852), pasando por los “periódicos inmundos” del francés Jean Laserre en la década de 1830, existía una larga tradición satírica en Buenos Aires que antecedió la aparición de *El Mosquito*. Claudia Roman (2010) destaca como antecedente directo en esta genealogía al ya mencionado *La Cencerrada. Diario cómico al uso de los hombres serios* de 1855, de corta vida y menor trascendencia, pues se trata de la primera publicación satírica ilustrada que apareció en la ciudad (176).

Para entonces, los adjetivos “satírico”, “joco-serio”, “cómico” o “burlesco” cargaban en el imaginario editorial con la potencia de atraer lectores mediante “la promesa de la sátira”. De manera similar al caso de “novela”, estos vocablos contenían tanto valor simbólico que incluso publicaciones que no cuadraban en la definición las utilizaron esperando recibir el beneficio comercial de la etiqueta (21).⁹⁷ Mas, a pesar de esa aparente aptitud mercantil, los impresos que incurrían en este género periodístico no escapaban a las mismas limitaciones materiales impuestas por la coyuntura. En el caso específico de las publicaciones satíricas, el carácter antagónico y confrontativo que practicaron, por regla general, agregaba una dificultad adicional a la hora de garantizar el financiamiento externo necesario para sobrevivir en el poco desarrollado mercado editorial de Buenos Aires (Molina, 2009; Roman, 2010).⁹⁸

Como vimos en el capítulo anterior, esta trama comenzó a cambiar hacia 1860, con el desarrollo de condiciones nuevas y propicias a partir de las cuales un semanario ilustrado podía prosperar. En este contexto, el domingo 24 de mayo de 1863, apareció por primera vez *El Mosquito. Periódico satírico-burlesco*. La empresa fue fundada por

⁹⁷ Los subtítulos de la prensa de aspiración satírica en la década de 1860 también reflejaron una lucha interna al género periodístico por resaltar en el mercado entre antecesores y contemporáneos. El cenit de esta competencia por llamar la atención del lector es alcanzado con el paródicamente nombrado y rápidamente discontinuado *El Murciélago. Periódico literario, satírico, burlesco, gracioso, disparatado, epigramático, anecdótico, chistoso, descabellado, chismoso divertido, vocinglero, cismático, enfistiotico* (1868).

⁹⁸ Como demuestran el arriba citado caso del *El Padre Castañeta* o la contemporánea *La Avispa* (1852) granjear la enemistad del gobierno podía incluso llevar al decreto de clausura (Lettieri, 2006: 270).

tres primos, Henri Meyer, J. Carlos Paz, y “un grabador en metales de apellido Auerbach”, pero fue solo el primero quien tomó el mando del impreso. Un año después, probablemente a raíz de haber aceptado el puesto de litógrafo en el *Correo del Domingo*, Meyer contactó al también francés Lucien Choquet para ofrecerle la jefatura de la redacción. Este aceptó el cargo, aunque en colaboración con Eduardo Wilde, debido a su poco conocimiento del idioma español (Roman, 2010: 196 y 197).

El Mosquito se vendió inicialmente por suscripción adelantada. Su propuesta editorial fue menos formal y materialmente ambiciosa que la del semanario de Cantilo, con cuatro páginas a tres columnas de texto, de las cuales sólo una estaba litografiada. De esta manera, pudo ofrecerse a un precio más competitivo -recordemos que costaba la mitad de la suscripción mensual al *Correo del Domingo* o de un diario como *El Nacional*. La sencilla confección y la falta de paginado indican que no se buscó, por lo menos inicialmente, incentivar a la colección o la encuadernación, subrayando su carácter como lectura placentera pero efímera, sin valor atesorable. El número suelto se vendió a cinco pesos, es decir, al mismo valor que dentro de la suscripción mensual. Para incentivar aún más la compra del ejemplar único, se ofreció la facilidad de una puntos de suscripción y/o venta mucho mayor a la acostumbrada.⁹⁹ Éste bien pudo ser otro de los factores de sus buenas cifras, al hacerse disponible a una mayor cantidad de consumidores mediante tal distribución de su oferta.

Dentro de nuestro recorte cronológico, y en base a la periodización establecida por Claudia Roman (2010) para la publicación, se pueden identificar dos etapas distintas de *El Mosquito*. La primera abarcó entre 1863 y 1870, siendo el factor común la dirección de Meyer y Choquet. Los primeros cuatro años forman una unidad de análisis homogénea, por lo menos en cuanto a lo formal, manteniéndose constante la confección del impreso. A partir de 1867, aún bajo las riendas de esa dupla, se nota un cambio en de la redacción, abriéndose a tres años de prueba y error: se intentó, sin éxito, lanzar un complemento diario al periódico semanal (*EM* [diario], N° 1, 2 de abril de 1867: 1); Inmediatamente después se ensayó, nuevamente sin buena repercusión, duplicar la periodicidad a dos veces por semana (*EM*, N° 215, 1° de septiembre de 1867: 1); finalmente, a comienzos de 1870, se relanzó *El Mosquito* como un “periódico literario ilustrado” mensual en la misma vena que el *Correo del Domingo* (*EM*, N° 364, 9 de

⁹⁹ En Buenos Aires se contaban cuatro (“en la oficina de *El Mosquito*., S. Martín 67. Imprenta Coni, Perú 107. Librería Lucien, Victoria 119. Librería Española, esquina Bolívar y Moreno”), y diecisiete en el interior y exterior (San Fernando, Las Conchas, Montevideo, Rosario, Paraná, Santa Fé, Corrientes, Mercedes, Goya, Concordia, Gualeguaychú, Chivilcoy, Chascomús, Villa de Mercedes, Córdoba, Gualeguay, Salto) (*EM*, N° 31, 19 de diciembre de 1863: 1).

enero de 1870: 1). Esta primera etapa podría definirse, por lo menos en parte, como marcada por una experimentación formal que estuvo motivada por la búsqueda de una identidad propia (y, probablemente, también por las dificultades materiales que enfrentaba un impreso ilustrado en un mercado en crecimiento, pero aún limitado). Estas múltiples variantes nos devuelven también la imagen de Meyer y Choquet como dos consumados productores de periódicos, capaces de recurrir a un vasto repertorio de recursos discursivos, formales y materiales para modular la propuesta editorial de su publicación, y de este modo, el público deseado de la misma.

Con el ingreso a la gerencia de quien ya era por entonces su “dibujante estrella”, Henri Stein, se puede señalar el inicio de una larga segunda etapa (*EM*, N° 383, 21 de mayo de 1870). Tras el fin del experimento “literario ilustrado”, Stein alcanzó en junio de 1871 un punto de equilibrio para el diseño del periódico, conservando la tapa y contratapa ilustradas, pero regresando al tamaño más amplio y confección de página anterior. El rebautizado *Periódico satírico y burlesco de caricaturas* ensayó también una reducción del precio del ejemplar (*EM*, N° 433, 5 de julio de 1871), aunque rápidamente aumentó de nuevo a tres pesos, y se confirmó la continuidad de la suscripción por adelantado como el método más conveniente para comprarlo (*EM*, N° 455, 1° de octubre de 1871: 1). Bajo la tutela de Stein se abrió una “edad de oro de la sátira”, de la cual *El Mosquito* fue protagonista (Roman, 2010: 277). Gracias a la combinación de “capacidad artística y empresarial”, el nuevo director empujó el impreso a encontrar el balance justo entre “sátira y seducción” que trajo tanto éxito durante los siguientes veinte años (279). En particular, nos interesa aquí destacar su postura comercial, y cómo ella revolucionó el futuro de la prensa ilustrada local.

Como adelantamos, destacaremos dos momentos a los fines del análisis de la orientación a la lectura por entretenimiento en estos primeros diez años de *El Mosquito*. Primero, nos detendremos en cómo su presentación formal original lo configuró como una parodia de un diario político “serio”, y específicamente, en verificar hasta dónde los procedimientos paródicos sobre las variedades y sobre el folletín imprimieron en el periódico una práctica de lectura diferente y entretenida. Luego, examinaremos en el semanario la tematización verbal y visual de la sociabilidad urbana; tematización que permitió a la redacción tanto distanciarse de la actualidad política como incorporar la figura del lector “feminizado” que hemos identificado a lo largo de la tesis.

5.1.1. Entre la sátira política y la lectura por entretenimiento

El Mosquito fue diseñado originalmente con una propuesta editorial compleja. Un lector desprevenido que no atendiera al subtítulo, el cual advertía que se encontraba ante un impreso “satírico-burlesca”, podría haberlo confundido, en una mirada rápida, con un diario “serio”, político y mercantil. Marcas tipográficas horizontales guiaban la lectura en columnas compactas, debajo de títulos como “Correspondencia” o el editorial que llevaba el nombre de publicación (*EM*, N° 60, 9 de julio de 1864: 1). En un gran zócalo ubicado en las páginas interiores, el folletín contenía –por ejemplo- un texto en verso firmado por “S.J. Polo de Medina” (*EM*, N° 60, 9 de julio de 1864: 2). En la contratapa, las “Noticias Generales” compartían la página con la columna de las “Diversiones Públicas” (*EM*, N° 60, 9 de julio de 1864: 4). Solo la litografía, que ocupaba entera la tercera carilla (*EM*, N° 60, 9 de julio de 1864: 3), y quizás el tamaño de la página en cuarto, cuando ya era común el formato “sábana”, delataban “a primera vista”, sin detenerse en el contenido, que éste no era un diario como los demás.

La lectura de los diferentes textos, así como la periodicidad semanal, terminaban por corroborar la sospecha. En la “Correspondencia” no se encontraba una misiva enviada desde el frente del conflicto bélico o una esquila firmada por un legislador, sino una “carta trascendental” y satírica firmada por un tal “Juan Lanas” dirigida a “Dr. D. Pepe Marica Mosqueta”. De la misma manera, la promesa de un relato pormenorizado de las “Sesiones Parlamentarias” decantaba en una descripción detallada de funcionarios públicos comportándose como “animales parlantes” (*EM*, N° 41, 27 de febrero de 1864: 1). En las “Noticias Generales” se informaba que en 1864 el tradicional *Te Deum* por la independencia nacional sería reemplazado por un “Té Bartolus”, donde se cantaría “en honor de la feliz *situacion que atravesamos*” en la “Iglesia de Nuestra Señora de la Adulación” (*EM*, N° 60, 9 de julio de 1864: 4).

Si como definió Umberto Eco (1984), el efecto de lo cómico es producido por la subversión de la norma (2), entonces la decisión de Meyer de publicar las redacciones satíricas enmarcadas en una confección de página que replicaba a un periódico diario político no hizo más que potenciar la comicidad. Mientras que el remate, así como la carga política específica, estaban codificados en el texto, el respeto de la propuesta editorial original proveyó un contraste y una sorpresa en la lectura que realzó no solo el impacto humorístico, sino también el ideológico.

La parodia del diario también se deslizó a la contratapa, al zócalo inferior, y todos esos rincones de la página que eran asociados con la lectura por entretenimiento. Entre las “Diversiones Públicas” no encontramos una cartelera veraz de los próximos espectáculos a llevarse a cabo sobre el escenario del Teatro de la Victoria. En su lugar, se publicitaba el ficticio “Teatro del Servilismo”, una plataforma recurrente desde la cual se montaron simulacros de obras paródicas dirigidas como crítica hacia el mandato del “rey Bartolo” (*EM*, N° 60, 9 de julio de 1864: 4). Ni los avisos fúnebres quedaron exceptuados del tratamiento satírico, reemplazando los deseos de paz por un llamado a velar el “voto popular”, que se informa “falleció el 14 de febrero de 1864”, muerto “asesinado á espada y sable en esta ciudad...” (*EM*, N° 41, 27 de febrero de 1864: 4).

Por su parte, los “Picotones”, de inclusión permanente, señalizada por el grabado de un diablillo, remedaron la escritura breve y diversa de las misceláneas, pero cargada ante todo de actualidad política. Los hechos de “Actualidad” y las “Noticias Diversas”, donde se parodiaban los *fait divers* presentaron, por ejemplo, entradas sobre una “Maquinitas de votar”, o una “ristra de salchichas” ofrecida como recompensa para quién hallara la “legalidad electoral” que se encontraba “perdida” (*EM*, N° 42, 5 marzo de 1864: 4).¹⁰⁰ En menor medida, en las mismas columnas también se podían leer párrafos que se adentraban en otras zonas temáticas más familiares a los objetos que ocupan esta tesis, como la descripción satírica de la moda con que vestía “Marianito”, quien usaba “un saquitin que ‘il a juste reçu de Paris” y “una melenita ultra chascosa” (*EM*, N° 31, 19 de diciembre de 1864: 2). En comparación con los analizados en el *Diario de la Tarde* o el *Correo del Domingo*, estos escritos se distinguieron por referir casi invariablemente a sucesos locales y, por tanto, ser escritos especialmente para el periódico (lo cual, como ya citamos en el tercer capítulo, comenzó a suceder en la prensa diaria hacia finales de los 1850).

La escritura en todos estos textos aspiró a ser, como ya puntualizamos en más de una oportunidad, lo más legible posible mediante una lectura rápida, sencilla y fácil de fragmentar para retomar luego. Mas al “intervenir”, a través de su parodia, la especificidad de los *fait divers* con el fin de provocar una distancia satírica sobre las

¹⁰⁰ Se publicó también un “Folletín del Mosquito”, aunque fue de irregular y errática aparición. Éste incurrió en géneros discursivos y preocupaciones temáticas propias del zócalo de un diario contemporáneo. En “Un Capricho de Buena Moza” se convidó a los lectores a un breve libreto sobre dos hermanas jovencitas preocupadas por el teatro, el baile y ganar el amor de “Don Luis” (*EM*, N° 210, 16 de mayo de 1867: 1, 2 y 4). En “Silva. A una dama muy flaca que siempre juraba por el alma que tengo en estas carnes”, el firmante S. J. Polo de Medio compuso rimas de tono humorísticas que agotaron todas las formas posibles en que se puede señalar la flacura de “Dinarda”. El mismo firmante reincidió en el folletín y en la temática dos números después, esta vez agraviando con su poesía a “una vieja fea y muy melindrosa” (*EM*, N° 62, 23 de julio de 1864: 2).

noticias políticas, se produce un efecto singular: se pierde su carácter autocontenido y autosuficiente. Una sátira de estas características exigía, para poder ser disfrutada en todas sus dimensiones, una lectura reflexiva desde las mismas convenciones editoriales que ridiculizaba. En lugar de un consumo directo y sin mayores exigencias que atender a lo impreso en la página, se demanda del lector un conocimiento extra sobre el contexto y la coyuntura; pero, sobre todo, de los textos fuente de esas parodias, es decir, de los discursos y documentación públicos, así como de lo que los diarios políticos publicaban. Esto convertía a *El Mosquito* en una suerte de dispositivo multiplicador del consumo de diarios, ya que su lectura solicitaba muy especialmente la del resto de la prensa local. Esta actitud editorial requirió no solo un planteo editorial, sino formal, y no se limitó al recurso de la caricatura, sino al periódico en su conjunto.

La aparición y, especialmente, el éxito de una publicación de estas características podría ser interpretada como un momento de madurez de la prensa porteña, así como del mismo lectorado que la compró. Solo si el diario como objeto se había convertido en un promotor, difusor y creador de cierto “sentido común”, o más generalmente, de una zona de opinión e información aceptados y extendidos en la sociedad local, era posible que lograra repercusión un semanario que reflexivamente los presupuso, subvirtiendo de manera satírica su propuesta editorial en la búsqueda del efecto humorístico.

Hacer entretenido el consumo de la prensa ilustrada, incluso de la prensa política, fue una propuesta novedosa, y la redacción esperaba que alimentara su consumo sostenido. Esta visión fue confirmada por el escritor quien, reflexionando en ocasión del lanzamiento de aquella versión diaria del *El Mosquito* acerca de los miles de lectores que los hermanos Varela atribuían en 1867 a *La Tribuna*, especuló sobre del tenor de su práctica lectora, y especialmente, sobre las motivaciones que tendrían para comprar o dejar de adquirir un periódico:

No hay cosa mas aburrida que leer historias sobre fondos públicos cuando la mayoría no los tiene ni privados. De los cuatro mil suscritores de la *Tribuna* apostarí que tres mil ochocientos ochenta y siete dicen al ver un artículo sobre fondos públicos, acribillado de cifras. ‘Si, debe ser cierto, lo que debe decirse aquí, pero yo no lo leo, antes que leer concedo todo’. No se dé al público jamás artículos de diario que necesiten para ser entendidos que el lector tome un lapis y calcule, ha dicho mi condicípulo y querido amigo Emilio Girardin, pero la *Tribuna* tiene *cuatro mil suscritores* y se rie del consejo (*EM* [diario], N° 1, 2 de abril de 1867: 1).

Lo que el autor buscó, obviamente, fue burlarse del carácter útil o doctrinario de los diarios políticos “serios” y de los letrados porteños que los producían, y para ello invocó la figura de Girardin como inventor de la prensa “moderna” -entendida como comercial

y actual- y, en definitiva, del conocedor de lo que los lectores efectivamente consumen. A pesar de la evidente ironía, se puede interpretar en el fragmento los principios a partir de los cuales se entendía a la prensa y a su público lector. Una abrumadora mayoría entre los suscriptores (“tres mil ochocientos ochenta y siete” sobre “cuatro mil”) prefería una lectura ligera, sin más mediaciones que la vista. Si el texto demandaba que el suscriptor “tome el lapis y calcule”, un esfuerzo que iba más allá del simple leer, el resultado sería que éste simplemente lo ignoraría. De allí que el entretenimiento, con sus aparentes “facilidades” de lectura, se legitimará como premisa. Incluso cuando se leía acerca de la actualidad política. El solo descubrimiento de este punto, que era el de la activación de la parodia de la prensa tal como se la conocía, reordenaría en el acto todo el campo periodístico.

Esto implicó pensar un modo diferente del entretenimiento. Ya no solo como temática, es decir, como algo que ocurría por fuera de la lectura de la prensa, y que la prensa relevaba, comentaba, informaba; no como lo que la publicación podía ofrecer de por sí, mediante recursos relativamente autónomos como el folletín; no ya únicamente pensando al material de lectura para ser usado en entretenimientos extratextuales, como las “charadas” y acertijos del *Correo del Domingo*. *El Mosquito* había descubierto, en cambio, que se podía proponer la lectura desde una perspectiva diferente: divertida. Abrir la posibilidad de que toda la prensa pudiera ser leída así, es decir, que cualquier periódico fuera pasible de una lectura no literal sino desviada, diversa, que pudiera ser “entretenido”, era una apuesta riesgosa. Desde nuestro punto de vista, sugiere una línea de fuga en el contexto sociocultural que empieza a considerar la lectura por entretenimiento como una perspectiva aprehensible, como un instrumento de percepción y conocimiento atractivo y, sobre todo, factible de imponerse.

De hecho, como insinuamos arriba y exploraremos a continuación, fue probablemente en respuesta a un cambiante panorama del mundo de la prensa, que en esta tesis denominamos como “periódico-manía”, que la redacción de *El Mosquito* comenzó a dejar cada vez más lugar en sus páginas a discursos y secciones propios de la lectura por entretenimiento. Particularmente, en la faz gráfica de la publicación.

5.1.2. Sociabilidad urbana, ocio y consumo en las caricaturas

La metáfora utilizada por Simón Pitanchard para sintetizar como pensaba la redacción la relación entre imagen impresa y lector deja poco lugar para la duda:

Y sobre todo nada de escrúpulos ni de niñeras: piense amigo mio, que su paleta mas nuevo tiene ya siete años; en cuanto á mi le confesaré que mis botas principian á entreabrirse como la boca de un suscriptor al Mosquito al echar la primera ojeada á la caricatura (*EM*, N° 234, 8 de agosto de 1867: 2).

Con la certeza de que al “suscriptor” (y todo el público deseado que este personificaba), a “la primera ojeada” se le entreabría la boca con el deseo por ver imágenes impresas, *El Mosquito* propuso a la litografía como su “principal estrategia comercial” (Roman, 2010: 221). Tiende a corroborar este hecho que dos dibujantes se desempeñaran sucesivamente al frente de la redacción: Meyer, junto a Choquet, entre 1863 y 1867, y Stein desde 1870.

El principal insumo temático para las caricaturas fue la política nacional contemporánea, lo cual fue cierto desde los tiempos de Meyer (Roman 2010, 2017). Fuese en la serie “Actualidad” (*EM*, N° 31, 19 de diciembre de 1863: 3; *EM*, N° 34, 9 de enero de 1864: 4; *EM*, N° 41, 27 de febrero de 1865: 5; *EM*, N° 363, 2 de enero de 1870: 3; entre decenas de otros), o en ilustraciones con nombre propio como “El bombo desfondado” (*EM*, *EM*, N° 42, 5 de marzo de 1864: 3) y “Revolución oriental” (*EM*, N° 60, 9 de julio de 1864: 3), el humor gráfico estuvo fuertemente orientado a comentar satíricamente las novedades más resonantes de la semana en el “Teatro de la Opinión” pública porteña. Una consecuencia de esta exposición visual, como señalamos en el capítulo anterior,¹⁰¹ fue la “nacionalización” de las imágenes de celebridades políticas y culturales como Bartolomé Mitre o Domingo Sarmiento, aunque su semejanza apareciese deformada por el estilo caricaturesco (Roman, 2010: 10).

No fue hasta finales de la década de 1860 que las caricaturas que retrataban “escenas costumbristas y realistas” comenzaron a ser más frecuentes, al punto de ponerse “a la par de las políticas”. Claudia Roman (2010) atribuye este desplazamiento visual del semanario a dos razones. Primero, la necesidad de “producir aún más ilustraciones” debido a cambios formales dentro de la propuesta editorial del periódico, que en coyunturas concretas duplicaron la cantidad de superficie litografiada (289). Como señaló oportunamente el jefe de redacción Lucien Choquet, ésta fue una iniciativa tomada directamente en respuesta “á las indicaciones del público” que quería ver más de ellas (*EM* [diario], N° 21, 2 de mayo de 1867: 1).¹⁰²

¹⁰¹ Ver Capítulo 4, nota 25.

¹⁰² Más allá de la ocasional página doble ilustrada que se podía encontrar a lo largo del primer lustro del periódico, la promesa de duplicar la cantidad de litografías apareció cuando *El Mosquito* discontinuó el formato diario y se lanzó como bisemanario (*EM* [diario], N°21, 2 de mayo de 1867: 1). Nuevamente se ensayó aumentar la superficie ilustrada en 1869 (*EM*, N° 318 [erróneamente numerado 138], 21 de febrero de 1869: 2 y 3), sosteniendo el esfuerzo hasta aproximadamente inicios del 1870. En ninguna de las dos ocasiones este aumento de la cantidad de imágenes se

Segundo, la incorporación de Henri Stein como litógrafo en 1868.¹⁰³ Su arribo terminó por marcar dentro del semanario “el definitivo predominio de la imagen sobre la palabra” (Roman, 2010: 279), promoviendo la innovación gráfica, la multiplicación de páginas litografiadas e iniciativas suplementarias como el “Almanaque del Mosquito”, que incluyó “cien dibujos litográficos por Henri Stein” por la modesta suma de cinco pesos (*EM*, N° 350, 3 de octubre de 1869: 4). En su trabajo, el artista desplegó una mayor afección por “las imágenes ‘costumbristas’ o de una suave sátira social”, que comenzó a ser incluida de manera regular y sistemática en el semanario (Roman, 2010: 289). A la par de la “comparsa política”, otras ilustraciones reflejaron “la vida social atravesada por la moda, los paseos, la lectura de periódicos, y los bailes, en cuyos ‘tipos’ podrían reconocerse lectores y lectoras ‘comunes’” (237). Subrayemos de paso que esta zona temática era, incidentalmente, la misma en la cual incursionaban los periódicos orientados a la lectura por entretenimiento.

Pero, queremos proponer, existieron también factores contextuales adicionales que motivaron la deriva temática y la innovación en las páginas de *El Mosquito*. A la vacancia generada por la desaparición del *Correo del Domingo* a principios de 1868 se le puede agregar el hecho que el *Correo de las Niñas* comenzó a publicar irregularmente ilustraciones con temáticas costumbristas en 1869. Como veremos en el capítulo siguiente, la iniciativa de este último periódico fue continuada por toda una serie de publicaciones dedicadas “al bello sexo”, algunas de ellas también ilustradas. No es una hipótesis descabellada suponer que esta tendencia editorial, que reconocemos como el desencadenante de la “periódico-manía”, podría haber planteado a la redacción un problema en la forma de nuevos impresos que competían por capturar el mismo deseo por ver de los lectores porteños.

Estos factores confluyeron a comienzos de 1869, cuando el regreso de una segunda página con imágenes litografiadas garantizó durante un año completo la inclusión de por lo menos una caricatura acerca de la sociabilidad urbana en cada ejemplar, usualmente acompañada por otra de cariz político (*EM*, N° 138 [sic], 21 de febrero de 1869: 2 y 3). El nuevo interés de la redacción también se vio reflejado en textos satíricos que

trasladó al precio de la suscripción. Finalmente, durante la década siguiente, las dos páginas con imágenes se convirtieron en norma. Por último, se las trasladó de las páginas internas a la tapa y contratapa, probablemente para maximizar su visibilidad.

¹⁰³ Pueden ofrecerse ejemplos de viñetas creadas por Henri Meyer donde se buscó comicidad en la sociabilidad urbana de los porteños (*EM*, N° 62, 23 de julio de 1864: 3; *EM*, N° 204, 14 de abril de 1867: 3). Mas estas ilustraciones, temática y estilísticamente similares a su trabajo publicado contemporáneamente en el *Correo del Domingo*, fueron también en *El Mosquito* una excepción a la caricatura política.

versaron sobre la misma área temática, particularmente fiestas y bailes públicos (*EM*, N° 464, 3 de diciembre de 1871: 3; *EM*, N° 469, 7 de enero de 1872: 3; *EM*, N° 521, 29 de diciembre 1872: 3; entre otros.). Una serie de viñetas ilustradas sobre el turf, publicadas durante los meses de noviembre y diciembre vienen a ejemplificar el tratamiento de las diversiones públicas y la sociabilidad urbana por parte de Stein (*EM*, N° 355, 3 de noviembre de 1869: 3; *EM*, N° 356, 14 de noviembre de 1869: 2; *EM*, N° 360, 12 de diciembre de 1869: 2).¹⁰⁴

De izquierda a derecha: “Mejoramiento de [ilegible]”, “Mejoramiento de fortuna”, “-¿Y ahora como te hallas muchacho majadero? -Muy mejorado papa”, “Mejó mucho desde que monta á caballo todos los dias”, “Está muy mejorada desde que no monta á caballo”. Detalle de litografía “Relación de las carreras del Jockey-Club, para mejorar los caballos y los ginetes” impresa en *EM*, N° 356, 14 de noviembre de 1869: 2.

Dado el carácter visual de la caricatura, el artista inmediatamente recurre a los aspectos del deporte más aptos para estimular ese sentido. Los caballos en movimiento –todo un desafío y un tópico tanto para la pintura académica, como lo serían para la fotografía y los modernos “juguetes ópticos” precursores del cine (Oubiña 2009)-, imponentes y violentos, permitían demostrar además la destreza del dibujante y la

¹⁰⁴ La fecha de publicación de las imágenes a fines de la década de 1860 concuerda con la periodización propuesta por Roy Hora (2014) para el desarrollo del deporte en Buenos Aires, que fue tardío en relación a otras ciudades latinoamericanas. Paradójicamente, fue el exceso de caballos en la región, que facilitaba que las carreras fueran un entretenimiento popular disponible en las orillas, lo cual a su vez enfriaba el interés de las élites en el turf (309). Hacia 1860, sin embargo, el esfuerzo asociativo promovido en especial por inmigrantes británicos, quienes crearon la *Foreign Amateur Racing Society* en 1849 (310), y la importación en volumen de caballos purasangre (311), contribuyeron a consolidar las carreras “a la inglesa”. Desarrolladas en Belgrano, y rodeadas de un halo de respetabilidad, los caballos comenzaron a ser un pasatiempo propio de los sectores altos de la sociedad.

calidad de las impresiones litográficas en el marco de esa competencia editorial creciente entre las publicaciones ilustradas.

Sin embargo, la filosa mirada de caricaturista no se limitaba a observar dentro de la pista. Como podemos ver en el ejemplo incluido arriba, Stein estaba igual o más interesado por lo que pasaba en las gradas que por la carrera en sí. A la par que se reproducía con fines cómicos la tozudez del animal y la caída de un jinete al agua, se trabajaba con fines cómicos sobre escenas presentadas como típicas del hipódromo –una diversión prestigiosa y prestigiada–, como ser el hurto de billeteras a los aficionados despistados, o la relación entre hijos caprichosos y padres que ceden a los mismos.

Fuera de cuadro quedan otras viñetas sobre el “drama” cotidiano de las apuestas, con sus ganadores, perdedores y adictos, así como un pase de revista de los mejor y peor vestidos en un lugar tan distinguido. Al igual que en su trabajo político, Stein utilizó aquí la caricatura para señalar lo llamativo y lo contradictorio en la búsqueda de la comicidad en servicio el lector. También desplegó, incluso cuando no fuera su objetivo principal, esa cualidad disciplinadora propia de “la mirada escudriñadora de la sátira” que señalaron Iglesia y Zuccotti (1997) para el caso de la prosa de “Figarillo”, penalizando “a través del ridículo” actitudes y prácticas que Stein consideraba dignas de burla (65). No sorprende que esto fuera así, pues como vimos en el segundo capítulo, el humor “costumbrista”, ampliamente cultivado en *La Moda* y otros periódicos orientados a la lectura por entretenimiento, era un género de aspiraciones “reformistas”, que buscaba imponer a su lectorado ciertas “reglas de urbanidad” y “civilidad” afines a los países considerados avanzados (Marún, 1983). Lo que fue nuevo, no en el marco del estudio sino en las páginas de *El Mosquito*, fue el protagonismo de los tipos y personajes femeninos en estas caricaturas sobre la sociabilidad urbana y el ocio de los porteños. Por motivos más o menos evidentes, hasta ese momento, niñas y matronas habían sido figura escasamente cultivadas por la sátira gráfica, esencialmente política.

“¿A donde ire [a pasar el verano]?”, piensa en voz alta una señorita tan preocupada por el lugar de destino como por quiénes eran los caballeros que la habían invitado a veranear (*EM*, N° 360, 12 de diciembre de 1869: 3). Con estos diálogos ilustrados, Stein ensayó una puesta en escena gráfica del pulso de la ciudad, producida a partir de su experiencia en ella, de lo que imaginaba preocupaba y llamaba la atención de su público deseado, ampliado y feminizado (o, quizá, intertextualmente, de lo que los periódicos ilustrados importados, franceses sobre todo, marcaban como temáticas de interés para ese público ampliado). La preocupación por la actualidad “de temporada”, por lo demás,

se articulaba cómodamente con las renovaciones de la moda, ese tópico de la diversión femenina que hemos mencionado reiteradamente ya.

“¿A donde ire? Adolfo fue á Las Lomas, Eugenio a San Fernando, Luis a Flores, y Carlos a Quilmes! No sé ni que partido ni que ferro-carril tomar”. Detalle de litografía “Estacion de Verano” impresa en *EM*, N° 360, 12 de diciembre de 1869: 3

Que en esta ilustración el artista haya tomado la decisión plástica de dibujar a la dubitativa jovencita de espaldas y sin rostro, siendo que por otro lado dedicó tanto esfuerzo en capturar las diferentes texturas de su voluptuoso vestido, insinúa que ella no supone ser ninguna mujer joven porteña, sino todas ellas: un tipo, y más precisamente, una figura modélica, un tipo dispuesto para la identificación. Es decir, una imagen en el cual una hipotética lectora pudiera identificarse, ver representados los intereses, los deseos y las urgencias que informaban sus prácticas de sociabilidad y entretenimiento, a través del refinamiento sutil de los pliegues de la moda. Ataviadas con sus mejores vestidos, fuera a punto de salir hacia un retiro veraniego o al borde del palco del Teatro Colón (*EM*, N° 428, 4 de junio de 1871: 5), los personajes femeninos en la caricatura de *El Mosquito* dibujados por Stein siempre dejaban correr desbocadas sus pulsiones pasionales irracionales.¹⁰⁵

¹⁰⁵ La caricatura de la percibida irracionalidad de la mujer lectora y sus intereses frívolos no tenía límite ni siquiera en la muerte. En una pequeña ilustración titulada “MATRIMONIO ESPECIAL”, se puede ver un pequeño retrato de un hombre y una mujer paseando del brazo, vestidos elegantemente, la viñeta fue rematada con la leyenda “Ella ya no tiene susto de la epidemia, sino de que el marido se porte mal”. En “ENTRE VIUDAS”, publicado en la misma página, discuten los beneficios de la epidemia a la hora de poder elegir “novio”. Incluso cuando la fiebre amarilla

“Ese que habla es Sabini ¿Qué bien formado no? Dicen que es mas fuerte aun como hombre que como trágico -¿A ver? A ver?... -DIOS MIO!! QUE HOMBRE!!”. Detalle de litografía “Recuerdos de Colon” en *EM*, N° 428, 4 de junio de 1871: 5.

El nuevo protagonismo que adquirió la mujer en el trabajo de Stein aparece como una consolidación del “lector feminizado” en cuanto público relevante en la prensa porteña, particularmente si tenemos en cuenta que estas imágenes fueron incluidas dentro de un periódico satírico político que notablemente había hecho del “bello sexo” su interlocutor desde el comienzo (Roman, 2010; 2017). En el contexto de la “periódico-manía” de fines de los 1860 y comienzos de los 1870, los responsables del semanario se dispusieron a ampliar y diversificar al lectorado que buscaban entretener con sus caricaturas. Al desplazar el foco desde los menesteres y conflictos de la política actual a la sociabilidad urbana, y darles relevancia a los personajes femeninos, se intentó facilitar la identificación con las mujeres.¹⁰⁶

A una escala mayor, las caricaturas de Stein, tanto como imágenes y como parte de una apuesta editorial, refieren a transformaciones socioculturales de fondo, en el marco de las cuales Buenos Aires vio crecer la cantidad de espacios de sociabilidad y entretenimiento mixtos. Fuera que el ocio transcurriera en el ámbito de lo de lo público, como un espectáculo teatral o una competencia hípica, o de lo privado, como durante el veraneo en una estancia al norte ciudad (*EM*, N° 357, 21 de noviembre de 1869: 2; *EM*,

doblegaba a Buenos Aires con una mortalidad exorbitante, la mujer seguía preocupada por el vestido para el paseo dominguero y la caza de un buen marido (*EM*, N° 428, 4 de junio de 1871: 5).

¹⁰⁶ Refuerza esta interpretación de las decisiones editoriales detrás de la edición de *El Mosquito* que fue justamente durante esta coyuntura que se ensayó el ya citado relanzamiento de *El Mosquito* como un “periódico literario ilustrado” mensual en la misma vena que el *Correo del Domingo* (*EM*, N° 364, 9 de enero de 1870: 1).

Nº 360, 12 de diciembre de 1869: 3; *EM*, Nº 361, 19 de diciembre de 1869: 3),¹⁰⁷ el semanario dio imagen (caricaturizó) y evaluó (eligió qué caricaturizar) episodios típicos de la sociabilidad urbana, donde se tematizaron los vínculos entre los géneros sexuales, y se ilustraron prácticas y espacios propios del ocio de los porteños.

Esto ejemplificó, una vez más, la relación estrecha entre las transformaciones de la ciudad y sus periódicos (Fritzsche, 1996). En las imágenes se hacía visible la configuración de una experiencia urbana compartida por todos los lectores, donde se consolidaba el “tiempo vacío” de la “modernidad” (Anderson, 2006 [1982]: 24 y 25), donde el consumo y las “diversiones públicas” se convertían en actividades desarrolladas durante los momentos de ocio. En este sentido, se podría hipotetizar que la información que estas caricaturas que demandaron para el goce reflexivo de lo cómico sobre los paseos, los espectáculos, las vacaciones, la moda, el consumo, etc., provenía de un lugar diferente a la sátira política. Así, para disfrutar su lectura no se requería ya conocer la actualidad política ni la suscripción complementaria a los diarios políticos y mercantiles sino, en cambio, un repertorio de situaciones e imágenes típicas asociadas a la sociabilidad urbana común al público deseado del semanario (y a su vez, deseadas por ese público). Las competencias lectoras para entretenerse en el tiempo libre viendo estas litografías impresas en *El Mosquito* provendrían entonces de una competencia cultural más amplia, y más concretamente, de la experiencia de haberse entretenido anteriormente y transitar asiduamente los espacios públicos y privados en la ciudad.

Extrapolando las palabras que Beatriz Sarlo (1985) dedica a los avisos, y aplicamos aquí a las caricaturas sociales: “hablan al público, pero también de él” (46). No debemos olvidar además que la tipicidad de las situaciones y del vocabulario visual de las caricaturas las hacía inteligibles a un consumidor que hubiese leído y mirado imágenes similares, probablemente en publicaciones prestigiosas, importadas. En este caso, el placer de ver la imagen impresa no se encontraría en el reconocimiento del lector en las escenas representadas, sino por el contrario, en la aprehensión de situaciones que no experimentó e imagina le serían gratas. En este sentido se debe subrayar que a pesar que estos trabajos de Stein pretendieron ser tomados “del natural” porteño, la tradición

¹⁰⁷ Si bien por su misma naturaleza la sociabilidad urbana no estuvo igual de atada a la caducidad de su consumo como la noticia política, podemos afirmar que el mayor insumo para el trabajo de Stein sobre ese primer tópico siguió siendo la actualidad. Al igual que la columna de “Bruno” en el *Correo del Domingo*, el calendario de los grandes festejos públicos atrajo la mirada del litógrafo, quien no perdió la oportunidad de comentar sobre el comportamiento de los porteños en situaciones excepcionales como el carnaval (*EM*, Nº 318, 21 de febrero de 1869: 4), la celebración del año nuevo (*EM*, Nº 363, 2 de enero de 1870: 6), los estrenos de las temporadas “mayas” y “julias” del Colón o las grandes fiestas de los clubes porteños.

gráfica de la prensa ilustrada local continuaba teniendo raíces en los periódicos europeos que circulaban en la ciudad desde hacía por lo menos medio siglo atrás.

La puesta en página de momentos de ocio y consumo ofrecía un modelo identificador de prestigio, en términos culturales, ideológicos y materiales. Estas actividades, que vimos aparecían fuertemente feminizadas, además eran consideradas europeizantes y, por ende, una marca de distinción y “civilización”. Si, como propuso contemporáneamente Charles Baudelaire (1988 [1863]), las caricaturas componían un diccionario de la vida moderna, entonces los bellos grabados sobre objetos de consumo y ocio capturaban algo de la moral y estética de la época, que en Buenos Aires era importada desde el extranjero. Cual “dandy” parisino, cuyo privilegio le permite invertir su tiempo corriendo “tras la pista de la felicidad”, las litografías que encontramos en el semanario dan imagen una sociabilidad urbana donde “el ocio es distinción” (Baudelaire, 1995 [1863]: 113 y 114).

Por esto mismo, la moda y el consumo fueron tan grandes inspiraciones para Stein como para las ilustraciones publicadas en el *Correo del Domingo*, que analizamos en el capítulo pasado. No hace falta buscar más ejemplo que la detallada caracterización de la joven veraneante, retratada vistiendo un elaborado vestido con moños y múltiples accesorios (un complejo peinado de rodete y rulos coronado por un sombrero emplumado, y hasta un paraguas o sombrilla).¹⁰⁸ Las imágenes creadas para *El Mosquito* contenían un elemento aspiracional, que provocaba placer en un lector que se proyectara en ellas, el ensueño de un consumo que se deseaba e imaginaba (Williams, 1982).

Pero en este caso, la relación del periódico, y particularmente de la imagen, con el consumo y la sociabilidad urbana entretenida funcionó, además, como una plataforma desde la cual el salto hacia la ilustración comercial fue posible. La sinergia entre litografía y venta de espacio publicitario fue expresión del buen enlace que resultaba de unir el lenguaje visual de la caricatura sobre la sociabilidad urbana y la necesidad de propiciar la llegada del dinero de auspiciantes mediante el uso de técnicas que atrajeran con mayor eficacia la atención de los lectores (y potenciales consumidores de los productos). La introducción de lo publicitario en la caricatura fue, entonces, indicio de otro aspecto de las transformaciones socioeconómicas que experimentaba Buenos Aires

¹⁰⁸ Desde los elaborados “trajes de verano” con que caballeros y señoritas se engalanaban para atraer pretendientes (*EM*, N° 350, 3 de octubre de 1869: 3; *EM*, N° 360, 12 de diciembre de 1869: 3; *EM*, N° 428, 4 de junio de 1871: 12), al percibido exceso y deformaciones de la moda (*EM*, N° 428, 4 de junio de 1871: 5; *EM*, N° 469, 7 de enero de 1872: 4), la articulación entre moda y sociabilidad siempre estuvo presente en *El Mosquito*, sobre todo cuando se trató de personajes femeninos.

en la década de 1860: en particular, la consolidación de un mercado de bienes de consumo, que pujaba por ampliar su alcance y la cantidad de consumidores (Rocchi, 1999; 2006; Pastormerlo, 2018). Como veremos a continuación, este factor tuvo gran impacto en el modelo de la prensa, siendo *El Mosquito*, una vez más, un impreso pionero en la creación y explotación de recursos novedosos en este sentido.

5.2. Páginas como “escaparates impresos”. Publicidad gráfica, consumo y sus efectos en la prensa ilustrada porteña

La publicidad en la prensa porteña, que hasta entonces se había encontrado en una suerte de “prehistoria” (Alonso Piñeiro, 1974: 9), comenzó a cambiar cuantitativa y cualitativamente durante la década de 1860.¹⁰⁹ Se pueden señalar dos razones para ello. La primera es específica: el crecimiento de la prensa, tanto diaria -con *El Nacional* y *La Tribuna* entrando en una segunda década de existencia- como semanal. A lo largo de ese período fueron apareciendo diversas publicaciones exitosas y que, además, habían incorporado la litografía de manera definitiva a sus propuestas editoriales. La segunda es más general: la expansión de la economía argentina, cuyos términos favorables habilitaron el alza del consumo minorista en grandes ciudades de Buenos Aires. Esto generó un nuevo elenco de personajes interesados en hacer conocer sus establecimientos, servicios y productos al cada vez más nutrido público porteño (Hora, 2010; Rocchi, 1999; 2006).

Según Sergio Pastormerlo (2018), el salto cualitativo en las páginas de avisos de los periódicos de Buenos Aires puede señalarse con toda la precisión: fue en la cuarta página del diario *La Nación Argentina* con fecha del 27 y 28 de abril de 1863. Fue allí que irrumpieron definitivamente lo que él llama grandes avisos, pequeños carteles que obedecían a una lógica visual diferente a los discretos anuncios personales de un puñado de caracteres a los que se había limitado hasta entonces la vocación de transmitir

¹⁰⁹ La “prehistoria de la publicidad” en Buenos Aires había iniciado simultáneamente con la historia de la prensa. El primer aviso apareció en el primer ejemplar del *Telégrafo Mercantil, Rural, Político-Económico e Historiográfico del Río de la Plata* de 1801. Sin embargo, desde ese mismo comienzo la venta de espacio de página con fines comerciales nunca se consolidó una función prioritaria (Alonso Piñeiro, 1974: 9). Fernando Rocchi (1999) y Sergio Pastormerlo (2018) coinciden en describir los anuncios anteriores a 1850 como carentes de diseño gráfico y creatividad, limitando en esencia a lo que hoy llamaríamos “avisos clasificados”. Los anuncios se restringieron casi exclusivamente a los periódicos políticos y mercantiles que, después de la década de 1830, fueron de distribución diaria. Los periódicos vendían su espacio en la página, pero también era práctica común obsequiar la oportunidad de incluir avisos con la suscripción como promoción de las mismas (*LGM*, N° 14, 16 de octubre de 1823: 1; *DdIT*, N° 1, 16 de mayo de 1831: 1). Reconstruir una serie consistente y completa del valor del espacio en página es difícil por varios motivos. Entre ellos, el que con frecuencia se utilizaban eufemismos para señalar su precio “equitativo” (*DdIT*, N° 1, 16 de mayo de 1831: 1), “módico” (*DdIT*, N° 5.389, 10 de septiembre de 1849: 1), o lo que fuere “de costumbre en otros periódicos” (*LGM*, N° 14, 16 de octubre de 1823: 1).

información comercial en la prensa. A partir de entonces, comercios como la botica Bristol estuvieron al frente de esta innovación, en un esfuerzo concertado por distinguirse frente a sus competidores mediante trucos visuales simples pero sorprendentes para el ojo de la época, que modificaron decisivamente la puesta en página (LR, N° 280, 11 de diciembre de 1867: 4; LR, N° 419, 5 de junio 1868: 3 y 4).¹¹⁰

Ejemplo de una publicidad en la prensa porteña durante la década de 1860.
Detalle de la página de avisos en LR, N° 419, 5 de junio 1868: 4.

Ningún anuncio, por supuesto, se destacaba visualmente tanto como aquel que incluyó litografía, técnica que, como hemos visto hasta aquí, se hizo más accesible en la misma década gracias a avances técnicos y una creciente cantidad de imprentas litográficas en la ciudad.¹¹¹ Fue la aparición, y probablemente el abaratamiento de un repertorio de recursos gráficos disponibles a los productores de impresos lo que posibilitó la coyuntura de innovación formal generalizada en cada aspecto de la propuesta editorial.

En las páginas de *El Mosquito* el concepto de publicidad ilustrada fue explorado y llevado más lejos que en ninguna otra publicación periódica contemporánea. Como vimos arriba, en sus caricaturas sobre la sociabilidad urbana Stein había tematizado ampliamente al consumo y el ocio de los porteños tanto en el ámbito público como privado. Esto llevó a que las líneas se borraran entre la publicidad ilustrada que aparecía en los diarios y semanarios porteños y la caricatura propia de Stein. Por ejemplo, entre la mención casual de un sombrero Perissé que protegía a un personaje en una caricatura

¹¹⁰ El hecho de que quién comprara este espacio publicitario a la redacción del periódico fuera una “droguería” como Bristol no representaba una anomalía, sino todo lo contrario. Como señala Sergio Pastormerlo (2018), cuyo trabajo reciente representa uno de los primeros intentos sistemáticos por analizar el desarrollo de la publicidad en las publicaciones periódicas porteñas del siglo XIX, los comerciantes de medicamentos, pomadas y otras panaceas milagrosas, género comercial pseudocientífico englobado por el vocablo inglés “quackery”, fueron actores protagónicos en la expansión e innovación de este aspecto en la prensa.

¹¹¹ En 1835 aparecieron los primeros avisos ilustrados en *El Museo Americano*, cortesía de la imprenta litográfica de César Bacle; pero fueron una excepción dentro una publicación costosa (Rocchi, 1999: 315). Antes y después de Caseros, la regla continuó siendo el aviso tipo clasificado, quizás adornado con algún clisé, pero siempre limitado a “responder a necesidades de orden inmediato” en una redacción “directa y simple” (Alonso Piñeiro, 1974: 10).

sobre “La [tormenta] Santa Rosa” (*EM*, N° 344, 22 de agosto de 1869: 2; *EM*, N° 503, 1 de septiembre de 1872: 4), y una ilustración producida expresamente como publicidad de la marca donde igualmente arreciaban lluvias (*EM*, N° 383, 21 de mayo de 1870: 16). También fue común encontrar que allí donde se satirizaba la coquetería y frivolidad de hombres y mujeres, asimismo había anuncios que las alentaban, en tanto los tentaban con la venta de productos de moda (*EM*, N° 469, 7 de enero de 1872: 4).

Si como ya hemos citado, el desarrollo del consumo fue en gran medida la historia de la “visión de una aparentemente interminable profusión de mercancías” (Williams, 1982: 3), no es de extrañarse que las páginas de los periódicos ilustrados fueran un laboratorio ideal para la experimentación en este giro de la prensa hacia fines comerciales. Ejemplo de ello fue una serie de avisos ilustrados publicada en los ejemplares de *El Mosquito* de 1871, en la cual Stein agregó elementos textuales y de secuencialidad a las imágenes publicitarias, incorporando como distinción a su trabajo la innovación pionera con la narración gráfica (Roman, 2010: 299 y 300).

Posteriormente, los anuncios aparecieron integrados directamente dentro del espacio de la caricatura, lo que fue un rasgo distintivo de la publicidad ilustrada por Stein. Claudia Roman (2010) destaca el caso de un anuncio gráfico para la práctica del dentista Louis Ernest publicado en 1870, a quien el litógrafo retrató a doble página como un miembro más de la “Galería” de personajes célebres que incluía a “Orión” y “Sarmiento” (302). De hecho, el presidente Sarmiento mismo, un blanco asiduo de la sátira política del semanario, pasó a convertirse también en el incauto promotor de los productos publicitados en *El Mosquito* (301).

De izquierda a derecha: “Efecto del tabaco Zambonini”, “Efecto del tabaco negro”, “-Si, padre, yo cautivos devolver, pero tu regalar cigarros. – Habanos. –No, habanos no sirve; Zambullini mejor”. Detalle de la litografía “Variedad” impresa en *EM*, N° 521, 29 de diciembre de 1872: 4.

En la “Variedad” ilustrada del número quinientos veintiuno, la unión entre caricatura y comercio quedó clara en la introducción del “exquisito tabaco de los Hnos. Zambonini” en cada uno de los chistes gráficos. Un matrimonio de paseantes comenzaba una discusión a raíz del slogan “Che-Raâba, Che-Reca” en un aviso urbano de la tabacalera. Un cacique negociaba con un fraile la devolución de “cautivos”, pero solo a cambio de “cigarros”. Cuando el prelado le ofrece “habanos”, su interlocutor lo corrige: “No, habanos no sirve; Zambullini [sic] mejor”. Un médico examinaba con una lupa el cerebro de un occiso que se nos informa murió por consumir “tabaco negro”, a lo que exclamaba, “felizmente que ha venido al fin el exquisito tabaco de los Hnos. Zambonini que no manda a nadie al otro mundo y que hará desaparecer al primero” (*EM*, N° 521, 29 de diciembre de 1872: 4).

Una primera opción para promocionar el producto -en este caso, tabaco- hubiera sido incorporar avisos ilustrados en la sección dedicada a dicho fin. En ese lugar, sin embargo, la promoción corría riesgo de perderse entre todos los demás avisos que competían por la atención de los lectores. Por ello, Stein seguramente negoció con los hermanos Zambonini una manera de realmente hacer destacar el producto que deseaban comercializar: dedicarle a su tabaco una página completa, y hacerlo allí donde la mirada del lector ya estaba garantizada, es decir, la sección de caricaturas. Esta estrategia, una publicidad encubierta como “variedades” ilustradas fue una innovación más de Stein. El deseo por ver imágenes de los porteños fue capitalizado por anunciantes y litógrafos que se dispusieron a convertir esa búsqueda por observar a otros, en ansia por consumir aquello que se publicitaba en la imagen impresa.

Más sutil fue la integración del producto promocionado en la citada caricatura sobre la tormenta Santa Rosa. Entre los retratos de empapados por la tormenta de “una familia de Paraguay debajo de un paraguas de familia” y un beodo más ahogado que “discípulo de Baco que si vino con agua”, encontramos un caballero que exclamaba que “aunque fuera de Perissé [su sombrero] no pudiera resistir” a tamaña lluvia (*EM*, N° 503, 1 de septiembre de 1872: 4). Con este gesto, los productos del “Gran Bazar de Sombreros de P. Perissé”, ampliamente promocionados con sendas publicidades ilustradas en las páginas del semanario (*EM*, N° 383, 21 de mayo de 1870: 16; *EM*, N° 433, 5 de julio de 1871: 4; *EM*, N° 469, 7 de enero de 1872: 4), no solo se suponen como la mercancía ejemplar en el rubro, sino también se lo eleva a un sentido común, uniendo intrínsecamente la idea del objeto (un sombrero) con la marca (Perissé).

“Aunque fuera de Perisse, no pudiera resistir!!!”. Detalle de la litografía “La Santa Rosa” publicada en *EM*, N° 503, 1 de septiembre de 1872: 4.

La fluidez con que Stein combina e incluso integra la promoción de productos auspiciados dentro de sus caricaturas sobre la sociabilidad urbana subraya la sintonía entre ambos. Los personajes dibujados por el litógrafo, fueran elegantes hombres de frac y galera que asisten el domingo a algún evento anunciado en las “Diversiones Públicas” o mujeres preocupadas por la adecuación a los cánones de la última moda, eran soportes perfectos para transmitir al lector el mensaje de consumo que los patrocinadores buscaban difundir. Es decir, de manera simultánea (y separada) a las publicidades ilustradas, en las caricaturas de *El Mosquito* se desarrolló un lenguaje visual para graficar el ocio y el consumo de productos, espectáculos y entretenimientos, que aparecieron codificados y estetizados. Entraron a formar parte así de un repertorio familiar para los lectores gracias a publicaciones ilustradas anteriores, mayormente (pero no exclusivamente) importadas desde países con economías capitalistas más desarrolladas.

La estetización del consumo en la caricatura de Stein se ve clara en esta publicidad del licor “Hesperidina”. En una litografía de página completa, una multitud de porteños, tanto hombres como mujeres y niños, se desesperan por ingresar en un edificio de calle Maipú cuyo letrero ostenta esa marca. La manera en que el artista retrató a los consumidores abalanzándose hacia la puerta, con los brazos extendidos y la expresión consternada en sus caras, buscaba transmitir e incluso producir el deseo de consumo.

Del lado izquierdo de la imagen, quienes ya habían emergido del comercio con su botella, vitoreaban, sonreían y celebraban satisfechos mientras se llevaban la bebida alcohólica a los labios (*EM*, N° 428, 4 de junio de 1871: 13).

Litografía impresa en *EM*, N° 428, 4 de junio de 1871: 13.

En toda su exageración caricaturesca, la ilustración desnudaba la promesa inherente en la publicidad moderna que se estaba gestando. El producto aparece como un “objeto superlativo”, “a la vez, perfección y ausencia de origen, conclusión y brillantez, transformación de la vida en materia (la materia es mucho más mágica que la vida), y para decirlo en una palabra en el objeto se encuentra un silencio que pertenece al orden de lo maravilloso” (Barthes, 1999: 84). El consumo del producto, en este caso un licor a base de cáscaras de naranjas amargas, es graficado como una actividad transformativa, que transmutaba el ansia de los compradores prospectivos en la satisfacción de los consumidores consumados.

Pero quizás lo más destacable acerca de la estetización del consumo y el ocio en las imágenes dentro de *El Mosquito*, de la fluidez con que Stein acercó la imagen comercial y la imagen artística, no sea la facilidad con que se insertó la promoción de producto dentro de las viñetas cómicas, sino inversamente, cómo se hizo de la visión estetizada del consumo un entretenimiento en sí mismo. En la imagen impresa, no solo el acto de consumir se “vende” como entretenimiento, sino que su “ensoñación” (Williams, 1982), aquí codificado en un dibujo litografiado, se transformada en un recreo para la vista, una actividad que entretenía más allá del consumo del objeto promocionado.

Como describe Roman (2010), el trabajo gráfico de Stein aunó múltiples dimensiones, conjugando “el sostén económico de la publicación, el cuidado de su propuesta visual y la dimensión satírica del periódico” en una salida tan innovadora como elegante (299). Esto es fácil de ver en secuencias humorísticas como la de los cigarros Zambonini, que integran la gramática del humor gráfico con las cualidades del producto (y la falta de ellas en los competidores). Esto resulta igualmente cierto para la citada litografía sobre la venta de “Hesperidina”, donde la estetización del acto de beber el licor, con todo lo aspiracional y simbólico que esto conllevaba, transforma a la publicidad en una experiencia estética en derecho propio, cargada de detalles narrativos y visuales que el lector puede disfrutar en su tiempo de ocio.

Este desarrollo de lo publicitario, su elevación al punto de transformar la promoción en un divertimento en sí mismo mediante la estetización del consumo y el ocio, tuvo amplias consecuencias en la concepción la propuesta editorial de la prensa orientada al entretenimiento, como continuaremos explorando en los capítulos siguientes. Pero, más allá de lo formal, la novedosa relación establecida entre redactor/impresor y auspiciante tuvo efectos inmediatos en otras dimensiones del campo periodístico, primordialmente en aquellos materiales y comerciales. Como ejemplifica el contrato celebrado entre Stein y Melville Sewell Bagley, inventor de la “Hesperidina” y a quien se atribuye haber introducido el concepto de “campana publicitaria” mediante la promoción del lanzamiento de la bebida en 1864,¹¹² la capacidad de divulgar productos mediante imágenes abrió nuevas y valiosas vías de financiamiento para los periódicos ilustrados.

¹¹² Melville Sewell Bagley fue un norteamericano que llegó a Buenos Aires escapando de la Guerra Civil estadounidense en 1862, y terminó por convertirse en un actor relevante en el desarrollo de la publicidad en el país. Para promocionar su aperitivo fermentado a partir de cáscaras de naranjas con hierbas, creado en el contexto de un concurso llevado adelante por la ciudad para disponer de los restos de los frutos que caían de los numerosos naranjos plantados en las calles de Buenos Aires (Gazaneo y Scarone, 1967), Bagley puso en práctica un saber publicitario que, si bien en Argentina era inédito, en su tierra natal era parte del sentido común empresario (Alonso Piñero, 1974: 16). En 1864, el comerciante pintó algunas veredas con la críptica frase “La Hesperidina vendrá”, pero sin agregar otra información acerca de qué era exactamente o cuándo se podía esperar su lanzamiento (Pastormerlo, 2018). Combinado con un esfuerzo promocional en los diarios de mayor circulación, esto generó una expectativa nunca vista entre los consumidores porteños, a quienes los comerciantes locales aún confiaban captar con métodos más informales como el “boca a boca” (Rocchi, 1999: 7). Para cuando los avisos litográficos de la bebida aparecieron en *La República* durante 1867, tanto la efigie de Bagley (*LR*, N° 113, 18 de mayo de 1867: 3), como la silueta peculiar de la botella de Hesperidina (*LR*, N° 229, 10 de octubre de 1867: 3), estaban grabadas en el imaginario visual de los porteños. Una medida apropiada del éxito que revistió la campana en su tarea por instalar el producto en el imaginario porteño fue el hecho que el novelista Eduardo Gutiérrez hiciera de la Hesperidina la bebida favorita de “uno de los gauchos más famosos, Juan Moreira”, quién a fines del siglo XIX fuera el personaje de folletín más célebre de Buenos Aires (Laera, 2001 en Roman, 2017: 137). El éxito inmediatamente generó falsificaciones, y en la búsqueda por combatirlas, Melville convenció al Presidente de la Nación, Nicolás Avellaneda, de la necesidad de crear un registro de marcas y patentes. Dicho registro fue creado en 1876; la Hesperidina fue la primera marca registrada en Argentina (Gazaneo y Scarone, 1967).

Hacia el final de la década de 1860, la posición de *El Mosquito* como uno de los semanarios ilustrados más populares de la ciudad y la citada vocación publicitaria en torno al licor hicieron de la colaboración ambos una alianza más que probable. Con ocasión de la publicación de un *Almanaque del Mosquito*, el francés y el norteamericano celebraron un contrato donde el segundo se comprometió a comprar “al señor Choquet dos mil ejemplares” del almanaque por siete mil pesos, a cambio de que el primero cumpliera una serie de toques publicitarios: “en cada cabeza de la tabla de mes habrá una alusión tocando a la Hesperidina”, “habrá un anuncio, de media ó tercera parte de página para la Hesperidina”, “en las charlas de café y club se hará una alusión á la Hesperidina”, y finalmente, que el redactor Choquet introduzca la bebida “sean en Picotones, sea en Dibujitos” (Roman, 2017: 138). Este contrato limitado no fue sino el comienzo de una campaña sostenida en las páginas del semanario satírico en favor de la bebida, y una larga relación comercial entre Stein y Bagley.¹¹³ Similares contratos fueron celebrados con “Sombreros Perissé” y “Cervezas Bieckert” (Roman, 2010: 139).

Aunque *El Mosquito* nunca hizo la transición completa a la venta libre callejera (Roman, 2010: 625), las páginas litografiadas del periódico se convirtieron en “escaparates impresos” (Roman, 2017: 139), con amplias consecuencias. La venta de publicidad fue el motor que posibilitó un salto cualitativo en los semanarios porteños, y una de las razones fundamentales por las cuales la prensa orientada a la lectura por entretenimiento logró romper con la falta de solvencia que la había condenado a la discontinuación prematura de cada uno de sus ensayos desde los tiempos de *La Moda*. La expansión de la publicidad permitió que el periodismo que empezaba a ser concebido como una empresa pasara a una estrategia comercial e independiente de la financiación política.¹¹⁴

El aviso litografiado se transformó en una nueva fuente de ingresos que complementó a las ventas pujantes que se disparaban al ritmo del crecimiento demográfico y económico de la ciudad (y que, a su vez, hacía atractivo el prospecto de

¹¹³ Claudia Roman (2017) captura todo el alcance gráfico de la campaña de Hesperidina en *El Mosquito* en un apartado de su libro, titulado “Imágenes compradas. Los avisos Ilustrados” (134-141). Es recomendable combinar esta lectura con el texto de Sergio Pastormerlo (2018), que corrige algunos lugares comunes del relato de la campaña publicitaria que han sido repetidos desde el trabajo pionero de Fernando Rocchi (2006).

¹¹⁴ La independencia editorial de *El Mosquito* es un hecho consensuado en la bibliografía. Se acuerda en general en que gozó de una relativa autonomía con respecto a la política y sus intereses, especialmente en comparación con otros impresos contemporáneos (Roman, 2010; Szir, 2010). En múltiples ocasiones la redacción declara esta pretensión de independencia, aduciendo que solo reconocían en sus decisiones editoriales dos factores: estas: “1º. El deseo de [los] suscritores” y “2º. [Sus propios] intereses” (*EM* [diario], N° 21, 2 de mayo de 1867: 1). Como una posible explicación a ello se señala el alto grado de profesionalización que poseían sus miembros. Empezando por Henri Meyer, un litógrafo entrenado en su Francia natal donde había acumulado experiencia en uno de los mercados más desarrollados de la prensa mundial (Roman, 2010: 648).

promocionar en la prensa).¹¹⁵ Este nuevo ingreso permitió a su vez afrontar los costos más elevados que conllevaba “el proceso de masificación de la prensa” correlativo a la ampliación exponencial de las tiradas y reducción del precio de tapa (Roman, 2010: 85 y 86). La venta de espacio de página con fines publicitarios, combinada con el repertorio formal a la disposición de un periódico ilustrado, emergió como una pieza fundamental de la propuesta editorial.

De manera más general, esta estrategia comercial consolidó la circulación de impresos que solo podían depender de sí mismos para procurar ingresos, como lo eran por regla general las publicaciones ilustradas orientadas a la lectura por entretenimiento. Contar con el recurso de la litografía resultó una ventaja definitiva en la competencia por el dinero destinado a la publicidad frente a otros periódicos, que quizás tenían con mayor tirada, pero que no podían ofrecer al auspiciante el impacto visual que prometía el contar con ella. Aún más, al ofrecer, siquiera parcialmente, lectura por entretenimiento, tal propuesta editorial no solo estaba temáticamente en sintonía con la frivolidad que sugerían los productos promocionados, sino que construía discursivamente a un público deseado ampliado, prospecto que podía resultar más que atractivo para comerciantes que buscaban capturar el consumo conspicuo, “impulsivo” de porteños y porteñas.

El Mosquito, más que ninguna otra de las fuentes analizadas en esta tesis, ejemplificaba este proceso. En su caso, la adaptación temprana a un mercado de consumo en ciernes no solo ayudó, como hemos visto, a moldear un estilo visual, sino que también le dio una ventaja por sobre la plétora de periódicos satíricos que aparecieron incentivados por el éxito del semanario. Las alianzas comerciales fueron uno de los factores que contribuyeron para que la publicación de Stein lograra conservar su lugar “hegemónico” hasta la segunda mitad de la década de 1870, cuando *La Presidencia* (1873-1877), *El Petróleo* (1875), *La Farsa Política* (1875), *El Fraile* (1876) y otros, le disputaron el “‘monopolio’ satírico-visual” (Roman, 2017: 156).

¹¹⁵ *El Mosquito* hasta entonces había dependido de la suscripción adelantada para su venta y distribución. Esto queda claro en los incentivos que se ofrecían al suscriptor que adhirió al periódico por más tiempo. En la modalidad trimestral, que costaba sesenta pesos, el lector adquiría además de los semanarios correspondientes a doce semanas, “una docena de tarjetas de fotografía CON SU RETRATO, que su precio comun es de 120 pesos”. De este modo, enuncia convincente el redactor, “el periódico” sería “GRATIS” (*EM*, N° 31, 19 de diciembre de 1863: 1). La incorporación de una “prima” para atraer un compromiso prolongado expresó la imperiosa necesidad de contar con el capital por adelantado para financiar el costoso proceso de la impresión que demandaba la publicación. A mediados de 1871, ya operando la empresa con el ingreso de contratos publicitarios, se ensayó una transición a la venta del ejemplar suelto, reduciendo su precio por debajo del valor dentro de la suscripción mensual (*EM*, N° 433, 5 de julio de 1871). Sin embargo, se debió retrotraer la iniciativa por tornarse insostenible (*EM*, N° 455, 1° de octubre de 1871).

Un desafío diferente, sin embargo, fue el surgimiento de periódicos “del mismo carácter y hasta algunos más baratos” (*EM*, N° 364, 9 de enero de 1870: 1), que se hacían más accesibles al público al ser vendidos por “voceo” en las calles, sin necesidad de suscripción alguna. Uno de tales impresos fue el *Correo de las Niñas* que como veremos en el capítulo siguiente, aspiró a disputar el título de publicación ilustrada de entretenimiento más vendida a *El Mosquito*, replicando algunos de sus recursos y aportando otros propios.

6. Un “inventario urbano” para el tiempo libre del “bello sexo”. La primera época del *Correo de las Niñas* (1868-1873)

Quien recurra a la bibliografía, ya sea clásica o reciente, sobre la prensa en el Buenos Aires del siglo XIX, desembocará una certeza incontrovertible: no existió ningún periódico llamado el *Correo de las Niñas* (1868-1873). Los principales comentaristas contemporáneos a su publicación, como Alberto Navarro Viola (1881) o Ernesto Quesada (1893 [1882]), no hacen ninguna mención a una publicación con ese título, ni es mencionado en el *Boletín bibliográfico sud-americano de la Imprenta y Librería de Mayo* (1870-1871). Al parecer, no lo consideraron lo suficientemente significativo, ni bastante loable para hacer su elogio, ni tan dañino como para denunciarlo –al modo en que lo hicieron, por ejemplo, con los folletines de Eduardo Gutiérrez (Navarro Viola, 1881: 287). En el siglo XX también se lo omitió completamente (*El Diario*, 1933, edición extraordinaria; Galván Moreno, 1944; Buonocore, 1947; Arrieta, 1955; Cavalaro, 1996; Marco, 2006). Solo recientemente, María Florencia Buret (2017) realizó la que consideramos una primera mención en un trabajo académico. En su tesis sobre la emergencia de la literatura fantástica argentina en revistas culturales, Buret utiliza como fuente auxiliar ejemplares de su tercera época, editados en 1877, pero no profundiza en la larga historia del semanario.

Sin embargo, insertar el *Correo de las Niñas* en la cronología de la prensa porteña implica poner una pieza de rompecabezas en un hueco que tenía su forma. Su apuesta por atraer (e instruir) un público deseado femenino con una innovadora propuesta editorial orientada a la lectura por entretenimiento puede ser leída como una suerte de desenlace, como una puesta en página de todos los desarrollos y recursos dispersos en las publicaciones analizadas hasta aquí. Como parte de la transformación formal y material de la prensa en la década de 1860, fue tan importante como el *Correo del Domingo* y *El Mosquito*, los dos títulos más reconocidos del terceto analizado en esta segunda parte.

El *Correo de las Niñas* no solo tuvo éxito. Su suceso consolidó en el imaginario editorial el alcance que podía lograr una publicación “dedicada al bello sexo”, lo cual, a su vez, desató una verdadera catarata de imitaciones. Fue en sus páginas, además, que se acuñó el término “periódico-manía” para designar a esa “fiebre periodística” que contagió a “todo el mundo, jóvenes, viejos, hombres, mujeres, grandes y chicos” y llenó

las calles con “cuadrillas de muchachos atronando los oídos de los transeúntes con las voces del ‘El Yris. La Cartera misteriosa, La Aurora’ y otras publicaciones...” que habría enfermado Buenos Aires hacia 1870 (*CdIN*, III época, N° 1, 9 de julio de 1876: 1). Por todo esto, este impreso funciona como punto de llegada de la tesis, ya que reúne y entrama la consolidación de un proyecto editorial destinado al entretenimiento y a un público feminizado con formas de sociabilidad atravesadas por una más amplia circulación de impresos destinados al entretenimiento. De manera más general, la percepción y la nominación de la “periódico-manía” por parte de los actores contemporáneos –hacedores y consumidores, lugares que nunca son del todo fijos– habilita la hipótesis de que asistimos a un momento de emergencia de una nueva dimensión tanto del campo de la prensa como de la vida cultural porteña, en la que el tiempo libre se cristaliza en un objeto y prácticas específicas, destinadas al tiempo libre y al entretenimiento.

A fin de explorar este segmento de la historia realizaremos un breve repaso del desarrollo de las publicaciones apuntadas al “bello sexo” desde *La Moda*. Luego nos adentraremos en la propuesta editorial de la primera época del *Correo de las Niñas*, entre 1868 y 1873. Analizaremos sus discursos sobre la mujer y la lectura, reconociendo las tensiones entre las diferentes posiciones, y ensayaremos una reconstrucción de la significativa y accidentada búsqueda por atraer a un público lector más amplio, en la cual jugaron un rol central la imagen impresa y la crónica de un mundo de diversiones públicas, cambiante sociabilidad urbana y consumo cada vez más pujantes. En el tercer apartado, contextualizaremos los alcances y límites de la publicación en la coyuntura editorial que ella misma llamó la “periódico-manía”. Evidenciaremos el lugar que ocupó en una –hasta ahora– poco explorada red de impresores y redactores que produjeron variados títulos destinados a las “niñas”, dentro de la cual este semanario parece haber conseguido una fórmula que otros buscaron imitar. Por último, estimaremos qué tan presentes continuaban los riesgos materiales al momento de editar un periódico orientado a la lectura por entretenimiento treinta y cinco años luego del comienzo de nuestro período.

6.1. Veinte años de publicaciones periódicas para el “bello sexo”

El 5 de septiembre de 1869 la redacción del *Correo de las Niñas* se dio el gusto de invitar a todos los suscriptores que lo desearan a pasar esa noche por la imprenta para

celebrar el primer aniversario del periódico. Si hemos de creer las cifras, el júbilo estaba justificado. “De los 600 ejemplares que se tiraban de los primeros números” se había pasado “ahora [a] 6.000” distribuidos “por nuestra campaña, por todas las provincias Argentinas, por la mayoría de las Repúblicas Americanas y hasta por la vieja Europa”. Todo logrado “sin haber mendigado de los diarios grandes de esta ciudad un elojo, como lo mendigan la mayor parte de los colégas que aparecen” (*CdIN*, I época, N° 53, 5 de septiembre de 1869: 1).¹¹⁶ Más allá de la veracidad de los números, la celebración puede leerse como un mojón en la historia de las publicaciones para el “bello sexo” en Buenos Aires, un quiebre con décadas aciagas durante las cuales su destino inevitable era desaparecer antes de cumplir seis meses en circulación.

En relación a la cronología que ha propuesto la bibliografía actual, el éxito del *Correo de las Niñas* aparece como prematuro. María Vincens (2014) ubica recién en el año 1875, fecha del lanzamiento de *La Ondina del Plata* (1875-1880), el momento en que la prensa para el “bello sexo” cruzó el umbral de la factibilidad material. Antes, afirma, “ninguno de estos periódicos pudo superar el año de vida debido a la falta de suscripciones y de colaboradores/as” (88). Nuestra fuente anticipa siete años la periodización propuesta.

Es cierto, sin embargo, que hasta ese momento el camino había estado sembrado de fracasos comerciales. *La Camelia* (1852) y *Álbum de Señoritas: periódico de literaturas, modas, bellas artes y teatros* (1854) son ejemplos de ello. La primera, de autoría incierta (Batticuore, 2005a: 126), apareció sólo durante un par de meses después de Caseros, apegándose al formato consolidado por *La Moda*. Es decir, enunciando una empresa discursiva apuntada a entretener un público deseado feminizado, sin contar aún con un repertorio de recursos editoriales consolidado para cumplir la promesa. Reflejando los cambios analizados en el tercer capítulo, se ensayó la publicación algunas breves ficciones seriadas como la “Historia de la Camelia” o la “Historia del pensamiento”, ambas compuestas por pocas entregas, sin firma y sin las particularidades tipográficas del folletín. En el número catorce, se prometió “amenizar” futuras tiradas con la introducción de una novela del francés Jules Sandeau (1811-1883), titulada “Señora de Sommerville” (*LC*, N° 14, 11 de mayo: 2), mas el abrupto final del periódico impidió concretar esos planes.

¹¹⁶ Como medida de contraste a estas cifras, Martín Lyons (2012) señala que contemporáneamente en la Francia de 1866, un periódico apuntado a ocupar el tiempo libre del lectorado femenino como *La Mode Illustrée*, “con su mezcla de ficción, consejos para el hogar, y páginas de moda con ilustraciones suntuosas”, alcanzaba una tirada de 58.000 ejemplares (307).

Dos años más tarde, Juana Manso editó a través de la Imprenta Americana su publicación quincenal *Álbum de Señoritas*, una reversión del *O Journal das Senhoras* que había creado durante su estadía en Brasil entre 1852 y 1854 (Batticuore, 2005a: 131). Esta vez sí se concretó la inclusión de una novela por entregas, llamada “La Familia del Comendador”, escrita por la misma redactora, quien por entonces ya era reconocida por sus *Misterios del Plata* inspirados en la obra de Sue (Pas, 2018a: 195).¹¹⁷ Sin embargo, la serialización no llegó buen puerto, debido a que el periódico dejó de existir solo cuatro meses luego de su lanzamiento. Al igual que Alberdi describió su “desierto”, Manso lamentó en un sentido “epitafio” el fracaso de la iniciativa en ese octavo número final, poniéndose en el lugar de la madre que entierra a un hijo que ha muerto prematuramente “en el páramo de la indiferencia” del lectorado (*AdS*, N° 8, 17 de febrero de 1854: 8).

El final abrupto en ambos casos puede interpretarse como testimonio de que Buenos Aires seguía sin ser campo fértil para publicaciones de este tipo. Todavía diez años después encontramos similares intentos fallidos, como la malograda *La Siempre-Viva* (1864), “periódico literario ilustrado escrito por señoras” y antecedente directo de *La Ondina del Plata* -las dos dirigidas por Luis Telmo Pintos-. El mismo año apareció el único ejemplar conservado de *La Flor del Aire* (1864), que afirmó la inexistencia de prensa para lectoras y dio un paso adelante para asumir la responsabilidad “de llenar ese vacío de nuestra sociedad” de un “diario, libre de batallas, de elecciones, de política y todas las nubes que sombrean el cielo de la patria Argentina” (*LFdA*, N° 1, 3 de marzo de 1864: 7).

La Siempre-Viva y *La Flor del Aire* disputaron con discursos por el interés y el tiempo de ocio de las lectoras porteñas combinando, al estilo de *La Moda*, columnas sobre las últimas tendencias en vestido para el otoño y poesías sobre “amor infinito” con disquisiciones eruditas sobre la “sátira” que citaban a Virgilio y Tito (*LFdA*, N° 1, 3 de marzo de 1864: 2 y 3). Como señalamos en el caso de *La Ilustración Argentina*, en estos semanarios también encontramos novedades que anticiparon lo que se vendría, como la inclusión de una breve referencia a la “gran concurrencia” que asistió el “último domingo” al “bello jardín de Buenos Aires” que era Belgrano (7). Un preludio a la crónica de la sociabilidad urbana que prosperaría en futuras publicaciones. Entonces, si bien la prematura desaparición de ambos periódicos refiere a un fracaso comercial, su

¹¹⁷ La ficción editada en las páginas del *Álbum de Señoritas* fue impresa completa en Buenos Aires ese mismo año por la imprenta de Bernheim bajo el nombre de *La familia del Comendador. Novela original*.

misma existencia, así como estos indicios de innovación, nos invita a inferir una demanda del lectorado en vísperas del *El Mosquito* y *Correo del Domingo*. La redacción del *Correo de las Niñas* explotaría plenamente ese estado de cosas.

6.2. La propuesta editorial de *El Correo de las Niñas* (1867-1873)

El Correo de las niñas. Periódico semanal. Revista de modas, teatros, bailes, paseos, & & &, apareció por primera vez el domingo 6 de septiembre de 1868.¹¹⁸ Un lector de *La Tribuna* no se hubiese enterado de ello, tampoco un suscriptor de *El Nacional*. No se publicitó su lanzamiento en aviso alguno ni se saludó a los redactores en un editorial, como vimos “mendiga[ban]” el resto de “los colégas” en el intertextual mundo de la prensa porteña. Su final tampoco hizo ecos en los diarios citados ni en otros nuevos, como *La Nación*. Ni siquiera se lo menciona en *La Prensa*, que contaba con una nutrida revista de periódicos nacionales donde se destacaban las novedades de títulos tan diversos como *Revista del Mercado*, *La Ancla*, la *Revista Militar*, o la mencionada *La Ondina de Plata* (*LP*, N° 1.536, 13 de junio de 1875: 2), y que hasta reconoció pequeñas publicaciones suburbanas como *El Pueblo*, de Mercedes (*LP*, N° 1.542, 20 de junio de 1875: 1).

Ausente su nombre en los periódicos contemporáneos y en todas las reconstrucciones historiográficas, no podemos precisar a ciencia cierta cuándo terminó la “primera época” del semanario, estimando su final hacia mediados 1873 a partir de los ejemplares conservados.¹¹⁹ Tal extensión resulta impresionante para ese período. Incluso sin contar sus sucesivas “épocas” posteriores, esta primera pone al *Correo de las Niñas* en el exclusivo grupo de los semanarios decimonónicos que sobrevivieron más de un lustro.¹²⁰

¹¹⁸ Ya desde su “bajada”, el *Correo de las Niñas* mostraba su disponibilidad para plantear las prácticas del entretenimiento que se leerían en sus páginas como una serie abierta. El & & & que cierra su subtítulo no hace sino anunciar esa abundancia, indiferente al contenido: refiere a “todo lo demás”, vinculado con los términos que lo anteceden. Que esa serie abierta quede definida por una marca eminentemente tipográfica, la “&”, podría ser un argumento microtextual para probar que entretenimiento y tipografía quedaban definitivamente ligados.

¹¹⁹ El vacío documental nos obliga a inferir que final de la primera época del *Correo de las Niñas* se encuentra necesariamente entre el último número conservado, con fecha de marzo de 1873 (*CdIN*, época III, año IV, N° V, 23 de marzo de 1873: 1), y el lanzamiento de su “segunda” y breve salida en junio de 1875 (*CdIN*, II época, N° 1, 13 de junio de 1875). Es decir, que se mantuvo entre seis y ocho años en prensa, y acumuló en exceso de doscientas y hasta trescientas entregas entre 1868 y su final, entre marzo de 1873 y mayo de 1875. Adoptamos como fecha de fin de la periodización el año 1873 porque nuestras hipótesis se ciñen al corpus que pudimos revisar.

¹²⁰ El periódico tuvo varias “épocas” después de la primera. Una segunda duró solo seis números entre el 13 de junio de 1875 y el 18 de julio de 1875. La tercera alcanzó sesenta y cinco números entre el 9 de julio de 1876 y el 7 de octubre de 1877. Hubo también cuarta, quinta y sexta épocas de las cuales, hasta donde sabemos, no se conserva ejemplar alguno. De una séptima solo sobrevive un puñado de números editados entre el 6 de marzo y 31 de julio de 1881. También es posible encontrar referencias a *El nuevo correo de las niñas: revista de literatura, crónicas*,

Como su nombre lo indica, el *Correo de las Niñas* hizo explícitamente de las “queridas lectoras” sus interlocutoras (*CdIN*, I época, N°11, 15 de noviembre de 1867: 3). Si bien supo admitir otros lectores en su propuesta editorial, la redacción cuidó siempre esta orientación hacia las mujeres como público deseado, y sobre todo hacia las más jóvenes. Se dejó en claro que no importaría si “las cotorras coquetas” declaraban la guerra al semanario. La redacción contaba con “vencer[las]”, al capturar como lectorado a “aquellas huries, hijas de Eva, que no pasan de veinte y cinco primaveras” para instruir las antes que la “coquetería” las alcance (*CdIN*, I época, N° 13, 29 de noviembre de 1868: 1).

En contraste con el *Correo del Domingo* -que, como vimos, se propuso como una publicación para las “hijas”, pero en un contexto por eso mismo estrictamente familiar-, este impreso fue materialmente más modesto. En lugar de una propuesta editorial suntuosa y costosa para coleccionar, el *Correo de las Niñas* apostó a ser distribuido de manera libre en la vía pública, sin necesidad de suscripción y al precio popular de un peso. Como ya señalamos en el primer capítulo, esta estrategia de comercialización había sido introducida solo unos meses antes por el diario político y mercantil *La República* (1867-1885), que innovadoramente fue “vendido por canillitas que lo voceaban en las calles” (Cavalero, 1996: 85). Por lo tanto, el despliegue de tal método de distribución por parte de la redacción del semanario era inédito para un periódico ilustrado, y más lo era para la prensa orientada a la lectura por entretenimiento en Buenos Aires.¹²¹ El resultado, según declararían sus productores, fue una demanda que los condujo a tirar miles de ejemplares por semana (*CdIN*, I época, N° 62, 7 de noviembre de 1869: 1). Cabe hacer notar que esta propuesta de comercialización, unida al designio sobre la elección de sus lectoras, sugiere una misma voluntad de independencia: el periódico no necesariamente llegaba a sus lectoras a través del hogar, y colocaba al consumo femenino en la calle.

Ocultos mediante el uso de seudónimos, los (y las) responsables se presentaron en el encabezado de cada número con nombres de fantasía. Los redactores en jefe en los

teatros, modas, variedades y noticias, lanzado en 1883 y del cual también se conservan unos pocos ejemplares, depositados actualmente en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno.

¹²¹ Según Paula Alonso (1997) el primer diario en apostar completamente a una estrategia comercial basada en los avisos publicitarios fue *La Prensa*, fundada por José C. Paz el 18 de abril de 1869 (42), que se vendía mediante una suscripción mensual de veinte pesos, o el número suelto a solo un peso. También se lo regalaba, según la redacción clamaba, a todos aquellos que “no tengan como comprarlo y deseen instruirse en la dirección y marcha de los negocios políticos del país” (*LP*, N° 5, 22 de octubre de 1869: 1). Su espacio publicitario se comercializaba a razón de un peso “la línea por seis publicaciones” (*LP*, N° 6, 23 de octubre de 1869: 2). Sin embargo, este título corresponde al citado *La República: Diario de la mañana* (Cavalero, 1996; Pastormerlo, 2016), que también resultó un medio innovador en la expansión de los avisos en la prensa. En sus páginas se combinaban avisos personales, que eran gratuitos si lo anunciado era considerado relevante por la redacción, con otros de los pujantes comerciantes porteños.

primeros números fueron “Fray Capadocio” y “Zorela”, mientras que entre los “colaboradores y colaboradoras” figuraron “Veda”, “El Lapiz”, “Violeta”, “Eucaliptus”, “Romeo”, el corresponsal oriental “Emilio”, “Alegría”, “Hortencia”, “Bebe”, “Mota”, y en un claro homenaje a Alberdi, “Figarillo” (*CdIN*, I época, N° 12, 22 de noviembre de 1867: 1). Un mes más tarde, ante la aparición de “personas que son algo perjudiciales, [y] esparcen la voz de que forman parte de la Redaccion y Colaboracion” del semanario, los principales responsables decidieron hacer públicas sus identidades. Descubrimos allí que “Fray Capadocio” era Máximo López Torres y “Zorela”, Severo Ortiz. Ambos, además, declararon ser “propietarios” del periódico (*CdIN*, I época, N° 5, 4 de octubre de 1868: 1).

Identificar con precisión al resto de los colaboradores bajo seudónimo es más complejo, debido que no hay más aclaraciones. Como “colaborares y colaboradoras permanentes” se listan a la “Señora Juana Manso de Noronha y Sta. Hortencia Santa Olalla; señores Olegario V. Andrare, Mariano A. Pelliza, José Maria Cantilo (hijo), Julio Quevedo, Pastor S. Obligado, Emilio Onrubia, Ramon Balleto, Fernando Centeno y Cárlos Chapaurrouge”. “Ignorando el nombre verdadero de Judith, nos vemos en la necesidad de no hacerla figurar en la lista”, confiesa la redacción, haciendo notar o bien una reticencia deliberada, o bien la hospitalidad amplísima de sus páginas (*CdIN*, I época, N° 5, 4 de octubre de 1868: 1).¹²² En la enumeración se puede reconocer a varios literatos y literatas que frecuentaban asiduamente el mundo de la prensa local, entre quienes se destacan, claro, los nombres de Manso y Cantilo (hijo).¹²³ Entre todos los colaboradores, el único que fue recibido con explícitas demostraciones de entusiasmo fue Adolfo Massot, quien firmaba como “Talmer”. “Con sus conocimientos literarios y su actividad reconocida, *El Correo de las Niñas* va á recibir un gran impulso” celebró la redacción, asegurando a las “lectoras” que debían “estar de felicitaciones” por tan ilustre incorporación (*CdIN*, I época, N° 110, 2 de octubre de 1870: 1). Este raro reconocimiento nació del prestigio que traía consigo el escritor, el cual se esperaba reportara un rédito al emprendimiento impreso. Eso mismo se verifica en ocasión de su despedida, menos de medio año luego de su incorporación. “Su ausencia deja en nosotros un gran vacío; pues su nombre al frente de este semanario, era una de sus muchas garantías” (*CdIN*, I época, N° 129, 12 de febrero de 1871: 1).

¹²² Mantener una nómina completa y actualizada número a número de los involucrados en el *Correo de las Niñas* resulta una tarea difícil, sin embargo, debido a la alta rotación característica del período, el uso discrecional de seudónimos y el largo tiempo por el cual fue publicado.

¹²³ Recordemos que José María Cantilo (hijo) lanzaría, hacia 1879, una segunda época del *Correo del Domingo* que supo dirigir su padre.

La redacción reconoció en Máximo López Torres una figura fundacional. La marca del “Fray Capadocio” aparecerá recurrentemente a lo largo de este capítulo, sugiriendo que este joven fue el arquitecto original del semanario. Salvo por un breve lapso entre enero y febrero de 1869 (*Cdln*, I época, N° 22, 31 de enero de 1869; *Cdln*, I época, N° 26, 28 de febrero de 1869) que podría atribuirse a la temporada de veraneo, López Torres se mantuvo a la cabeza de la dirección y fue su principal ideólogo. Uno de los pocos hechos que conocemos con certeza acerca de su biografía es que la fiebre amarilla, que hizo estragos en Buenos Aires allá por 1871, arrasó con su familia y terminó la corta vida de Máximo cuando este tenía solo veinte años (Buret, 2017: 212). Esta muerte prematura solidificó su canonización como “padre” del semanario (*Cdln*, I época, N° 136, 4 de junio de 1871). En el número lanzamiento de la tercera época, por ejemplo, se le atribuye debajo del título la fundación del periódico, relegando el nombre del cofundador Severo Ortiz al olvido (*Cdln*, III época, N° 1, 9 de julio de 1876: 1).

Tras el fallecimiento de López Torres, la publicación fue dirigida por “Heliogábalo” y “D’Artagnan”. El primero se incorporó en calidad de redactor junto al “Fray Capadocio” en el número treinta y siete (*Cdln*, I época, N° 37, 61(sic) de mayo de 1869: 1) para suplir la ausencia de Severo Ortiz, quien se había marchado unas semanas antes (*Cdln*, I época, N° 34, 25 de abril de 1869: 1). “Heliogábalo” se mantuvo, desde entonces, como un miembro estable de la redacción en uno u otro rol hasta el fin de la primera época.¹²⁴ Si bien nunca se atribuye explícitamente su identidad, una firma del equipo redactor que reza “Posse, Linch (sic) y Lopez Torres” (*Cdln*, I época, N° 110, 2 de octubre de 1870: 1) nos permite deducir que se trataba del primero. Probablemente Benjamín Posse y Álvarez, un joven tucumano que habría llegado a Buenos Aires por esa fecha y que participó intensamente en la prensa de 1870.¹²⁵

¹²⁴ Heliogábalo -en latín, Elagabalus- (203 d.C.-222 d.C.) fue un emperador romano que gobernó entre 218 y 222 d.C. Las fuentes romanas lo describen como un gobernante libertino y decadente que hizo caso omiso de las tradiciones religiosas y fue liberal frente a los tabúes sexuales contemporáneos (siendo probablemente estas últimas dos afirmaciones las razones por las cuales el redactor adoptó el sinónimo). Murió asesinado con solo dieciocho años en medio de un complot llevado adelante por su abuela, Julia Mesa, y por miembros de la Guardia Pretoriana, y lo reemplazó en el trono su primo Alejandro Severo (Meckler, 1997).

¹²⁵ Benjamín Posse y Álvarez nació en 1852 en San Miguel de Tucumán. Fue becado por el gobierno provincial para estudiar en el Colegio Nacional de Tucumán, pero en lugar de terminar sus estudios, partió hacia 1870 con rumbo a Buenos Aires para tentar su suerte (Páez de la Torre, 2013). Fue una figura muy activa en la prensa, participando, como veremos aquí, en publicaciones dedicadas al “bello sexo”. Más tarde se estableció como “articulista intencionado y de elegante y personal estilo” en *El Nacional* y *La Tribuna* de los Varela, desde 1868 a 1876 (*El Diario*, 1933, edición extraordinaria, cuarta sección: 3). De vuelta en Tucumán, asumió la redacción de *La Razón*, el diario más importante de la época dentro de la provincia, desde donde promovió con fervor la candidatura de Avellaneda. En Córdoba, fundó *El Interior*, y fue durante este período, en la década de 1880, que trabó amistad con Miguel Juárez Celman y Julio Argentino Roca. Ambas relaciones avanzaron su carrera política, siendo nombrado como subsecretario de Instrucción Pública hasta 1883, vocal en el Consejo Nacional de Educación luego de 1887, y

“D’Artagnan”, por su parte, fue el seudónimo de Ventura Lynch (hijo) (*CdIN*, I época, N° 146, 12 de agosto de 1871: 2).¹²⁶ Originalmente ingresó como ilustrador a fines de 1869 (*CdIN*, I época, N° 63, 14 de noviembre de 1869), mas con la muerte de López Torres y la transición de Posse a “director”, se le asignó el puesto de redactor en jefe, mientras continuó en paralelo como litógrafo (*CdIN*, I época, N° 141, 9 de julio de 1871: 1). Lynch se alejó momentáneamente en agosto de 1871, siendo reemplazado por “Abd-Allah” en la parte escrita y por “Clerice” en la ilustrada (*CdIN*, I época, N° 147, 19 de agosto de 1871). Se reincorporó en ambas funciones sólo unos meses más tarde (*CdIN*, I época, N° 158, 4 de noviembre de 1871).¹²⁷ A partir de entonces la participación de Lynch en la publicación fue constante, tanto con sus caricaturas, como con su prosa y vocación de mando. Finalmente, se convirtió en su único responsable. Incluso quedan rastros de su participación en “épocas” posteriores del semanario, ya entrada la década de 1880 (*CdIN*, VII época, N° 522, 6 de marzo de 1881: 1).

La descripción del *Correo de las Niñas* como una publicación tensionada entre el liderazgo de Máximo López Torres, por un lado, y de Benjamín Posse y Ventura Lynch (h), por otro, es tan vívida como apta para describir la trayectoria del semanario. Esas figuras principales sostuvieron discursos diferentes a propósito de la lectura por entretenimiento y los respaldaron con propuestas editoriales divergentes que marcaron las diferentes direcciones en que la publicación podía y pudo avanzar.

Los escritos y decisiones editoriales de López Torres nos permiten imaginarlo preocupado por interpelar a las jovencitas con su ideario sobre cómo debía contribuir a la sociedad porteña el “bello sexo”. Si cedía en sus miras, permitiendo la introducción de recursos “seductores” o entretenidos, era por motivos tácticos: como Alberdi y

finalmente diputado nacional por Tucumán en 1888. De todos modos, nunca dejó de participar en la prensa, fundando, por entonces, su “famoso” periódico *El Figaro*, propagandista y defensor del presidente Juárez Celman. Murió un año después de tomar posesión del cargo de diputado, el 16 de octubre de 1889 (Páez de la Torre, 2013).

¹²⁶ Ventura Robustiano Lynch nació en el seno de una familia de buena posición social en 1851. Como periodista participó en *El Monitor de la Campaña*, escribiendo sobre el negocio agropecuario que heredó de su padre, *La Nación* y *La Patria Argentina* (Cortazar, 1965: 88 y 89). Si bien las breves biografías consignan su paso al frente del *Correo de las Niñas*, Lynch fue mayormente recordado por sus aportes a la música nacional, un costado presente en el semanario en la forma de partituras regaladas a los suscriptores (Forte, 1925: VII). El folletín *Costumbres del indio y del gaucho*, fruto de sus viajes por la campaña bonaerense, fue publicado como volumen bajo el nombre *La Provincia de Buenos Aires hasta la definición de la Cuestión Capital de la República*, y es considerado por los estudiosos de la música autóctona como uno de los más tempranos folkloristas del país. En los *Recuerdos Literarios* de García Mérou (1915[1891]) se menciona también su carrera como pintor (265). Aparentemente su alejamiento de la vida pública e impresa se debió a que se le atribuyó la autoría de un folleto llamado *La Gran Canalla*, editado en 1884 bajo el seudónimo “Chez Buenos Aires” y con fingido pie de imprenta parisino (M’Mignon). Se trataba de un panfleto con numerosas agresiones hacia personajes notables de la sociedad porteña, particularmente hacia quienes se desempeñaban en el mundo de la prensa. El rumor de su autoría habría devaluado su crédito social, y dificultado – comprensiblemente- la continuidad de sus intervenciones. Falleció en 1888 (Roman, 2010: 645).

¹²⁷ Todo indicaría que esa firma es la de Víctor Clérice, francés discípulo de Henri Meyer y Henri Stein responsables de *El Mosquito*, y padre de Carlos Clérice, otro ilustrador muy activo en la prensa porteña del último cuarto del siglo XIX (Roman, 2010: 642).

Sarmiento lo habían expresado antes que él, pensaba que tendría más éxito atrayendo a ese público deseado con miel que con vinagre. Por su parte, la evolución de la carrera de Posse y, sobre todo, de Lynch dentro de la publicación -desde ilustrador a jefe de redacción y, finalmente, a heredero y ejecutor de su marca-, sugiere la ambición por transformar al periódico, dedicándolo plenamente a la lectura por entretenimiento. Bajo su mando, el impreso fue virando en una dirección marcadamente comercial, y la litografía –que, como veremos, tantos problemas trajo a la publicación- se volvió un recurso cabal en esta apuesta.

El conflicto entre las diferentes líneas editoriales se terminó de explicitar en el breve interregno del verano de 1872, a propósito de un episodio que tuvo como protagonista textual, justamente, a la imagen litografiada. En ese momento, un autodeclarado defensor del “Fray Capadocio” que firmaba como “El Peregrino” ocupó por poco tiempo el puesto de jefe de redacción. En nombre del “pensamiento fecundo” con que se había fundado originalmente el semanario en “el año 68”, “El Peregrino” se propuso reinstaurar la “virtud” femenina como brújula, para lo cual resultaba “indispensable olvidarse de caricaturas”. Teniendo en cuenta “la fisonomía moral del país”, afirmó que era imperativo enderezar el rumbo del “papelucho”, ocupado hasta entonces de “intrigas de familia, de elogiar el coquetismo y las hazañas amorosas de esos tontos que abundan y de publicar laminas indecentes” (*CdIN*, I época, N° 174, 24 de febrero de 1872: 1). Fue con este espíritu que eliminaron de cuajo las litografías.

Menos verborrágica o confrontativa fue la respuesta de “Heliogábalo”, quien regresó junto con Lynch sólo dos números más tarde para tomar el timón de la publicación. En una breve intervención dirigida a los suscriptores, defendió a los “dibujos” como propios de los periódicos “independientes” y de los “pueblos civilizados” (*CdIN*, I época, N° 176, 9 de marzo de 1872: 2). Más significativamente, volvió a instaurar a la litografía sin cambio alguno respecto del modo en que se la venía utilizando antes de la intervención de “El Peregrino”, para nunca más deshacerse de ella en la propuesta editorial.

Esta tensión, que a modo ilustrativo corporizamos en las figuras fuertes de la redacción del *Correo de las Niñas*, fue orientando el devenir de la publicación desde semanario literario para el “bello sexo” a un periódico ilustrado que mixturaba la causa femenina con humor y caricaturas satíricas. Este proceso no se dio de una manera lineal, como el episodio citado demuestra, sino mediante avances y retrocesos, innovaciones editoriales y concesiones a los límites materiales del mercado. Éxitos y fracasos que

marcaron el ritmo y la forma de la primera publicación para el “bello sexo” que disfrutó de suceso comercial.

6.2.1. Una renovación de la empresa discursiva inaugurada por *La Moda*

La única entrega del “periódico literario dedicado al bello sexo” *La Flor del Aire* termina con una observación acerca de la experiencia juvenil y su uso del tiempo, cortesía de una entrega de la obra anónima “Juan California. Escenas americanas”: “Por triste que fuera su vida, y por lejano su porvenir, nuestros dos jóvenes habían soportado con resignación su suerte, el uno emborronando papel en sus horas de ocio y el otro devorando, permitasenos la figura, novelas y libros de todas clases” (*LFdA*, N° 1, 3 de marzo de 1864: 8). Lo que los salvaba a esos personajes, definidos por su juventud, del peso del futuro en las horas muertas era utilizarlas en actividades entretenidas. Él, creando, dibujando, y ella “devorando” lecturas, novelas en especial.

Como hemos visto a lo largo de la tesis, desde los tiempos de Alberdi en *La Moda* la consideración de la lectura sostenida por los letrados porteños se organizaba, a grandes rasgos, en dos grandes polos antitéticos: la práctica de la lectura podía ser “seria, responsable (incluso erudita)”, o “aparencial, dispersa e imitativa” (Pas, 2010: 93). La primera era “legítima”, “productiva” y “masculina”, y la segunda, su opuesto. Según este imaginario, que excedía por mucho a Buenos Aires, “la lectura por placer aparecía como femenina mientras que la lectura de los textos clásicos, supuestamente más ardua y selecta, era masculinizada”, sintetiza Juan Poblete (2003: 285). Esa polarización tiñó, a su vez, los objetos de los que tales prácticas se apropiaban y modeló, en buena medida, las expectativas de aquellos que se los apropiaban.

En base a esta conceptualización de la práctica de la lectura existió en la prensa porteña, y en particular en aquella dirigida a la mujer lectora, una “tensión producida entre la necesidad de ampliar el espectro de lectura y la de controlar, al mismo tiempo, el tipo de lectura conveniente a la sociabilidad de la nación en ciernes” (Pas, 2010: 22). Es decir, entre la necesidad de inducir a las jovencitas al consumo de prensa, ya que esta era una de las herramientas con mayor capacidad para instruir, por un lado, y el resquemor a que esa misma lectura abriera a ideas e imaginarios que los letrados consideraban inadecuados para ellas, por otro. Recordemos que fue en base a ese diagnóstico que *La Moda* justificó articular una propuesta editorial en torno a la noción de lectura por entretenimiento. Luego, en el nombre de la misma vocación, el *Correo*

del Domingo debió extender en el discurso una suerte de garantía moral para los adultos responsables sobre lo publicado en el periódico (aunque el análisis de la propuesta editorial demostró luego que tuvo una concepción más contradictoria y laxa frente a la lectura por entretenimiento).

En el *Correo de las Niñas* esta tensión aparece expresada en palabras. Con ocasión de su bienvenida a la redacción, el “Fray Capadocio” excusó a su nuevo socio, escribiendo:

Heleogábalo [sic] es un buen muchacho. A pesar de sus ideas extravagantes. Defiende á la mujer, porque aún es muy joven, y vive lleno de ilusiones, si haber experimentado nunca ningun cruel desengaño que le enseñe que la mujer no es mas que un sér que solo empeña en *preparar el festin de los guzanos*. Tengo pues fé, en que pronto obtendrá alguna experiencia y entónces le veré cobijado á la sombra de mi bandera, *de guerra á la mujer del siglo XIX* (CdlN, N° 37, 61 [sic] de mayo de 1869: 1).

Para López Torres, la principal firma entre el sector más conservador y satírico del periódico -tanto así que en la primera ilustración dibujada por Lynch se lo imaginó flagelando a una mujer por ser “coqueta” (CdlN, I época, N° 64, 14 de noviembre de 1869: 3)-, el frente de lucha más importante en la cruzada por civilizar a la sociedad porteña era la “*guerra á la mujer del siglo XIX*”. Es decir, una batalla sin cuartel contra las llamadas “diosas del coquetismo”, solo preocupadas por “*preparar el festin de los guzanos*” a través del consumo de moda, el ocio y el entretenimiento. Así como la moda “tiránica, despótica”, que “domina en los corazones, especialmente en los del sexo femenino” podía nublar el mejor juicio de una mujer (CdlN, I época, N° 17, 27 de diciembre de 1868: 1), se corría el riesgo de que otras actividades ociosas inflamaran sus “pasiones terrestres” (CdlN, I época, N° 3, 20 de setiembre de 1868: 1). De manera que, era en beneficio de toda la sociedad que “las mujeres abandonen sus pasiones pueriles por el estudio de lo que deben hacer y evitar” (CdlN, I época, N° 7, 18 de octubre de 1868: 1).

Como adelantamos en el primer capítulo, María Vicens (2014) identifica productivamente la circulación de discursos sobre “la mujer virtuosa, ilustrada, modesta y hogareña”, vinculados a la figura paradigmática del “ángel del hogar” forjada en el siglo XIX (91). La importancia de la mujer devenía del rol fundamental que se le reservaba en la conformación y mantenimiento del hogar familiar. La “maternidad y la domesticidad jugaban un rol significativo en el programa nacional de progreso, y la unidad familiar era percibida como una arena de entrenamiento para futuros

ciudadanos”, precisa Masiello (1992: 18). Por ende, velar por la instrucción moral de las mujeres era hacerlo por la de toda la sociedad.

Esta batalla, que como vimos se venía librando en las páginas de los periódicos para el “bello sexo” desde tiempos de *La Aljaba*, disputó primordialmente los usos del tiempo de la mujer. Una mujer “virtuosa” debía invertir su tiempo en cumplir sus deberes para con su padre, su marido y sus hijos, o en instruirse en todas las artes necesarias para cumplir sus futuros deberes. El peligro que representaba el entretenimiento, una lectura “amena y entretenida” sin una utilidad precisa ulterior, por ejemplo, era que propiciaba que ellas descuidaran “sus mas sagradas obligaciones” y “derechos” que les correspondían “como á madres, como á esposas, como á hijas” (*ERdIN*, N° 3, 3 de noviembre de 1872: 1).

En una postura sensiblemente diferente, contradictoria incluso, que López Torres atribuyó a la juventud y falta de experiencias, su interlocutor “Heliogábalo” trocó la intransigencia del primero por una actitud más abierta. Al menos, dispuesta a aceptar que el deseo de las lectoras no necesariamente implicaba un punto sin retorno:

No trataré de presentar un programa porque seria inútil, basteles saber á mis lectoras que las ideas que me animan, son contradictoras a mi compañero *Fray Capadocio*, y que seré el mas ardiente defensor del bello sexo; en mi defensa no escepturaré ni aun a la misma coqueta; [...] Os prometo emplear todos mis esfuerzos para que quedeis satisfechas, esperando seis indulgente para mi pobre pluma (*CdIN*, N° 37, 61 [sic] de mayo de 1869: 1).

No es que Posse negara los peligros que amenazaban la “virtud” de las mujeres en la sociedad del siglo XIX, sino que entendió pragmáticamente que una lectura que prometiera “momentos agradables” podía generar más beneficios que pérdidas (*CdIN*, I época, N° 35, 9 de mayo de 1869: 4). Y al parecer, estaba dispuesto a no prescribir nada más al respecto. Reconocía que se debía de satisfacer el ansia “de emociones frívolas y pasiones desenfrenadas” propio del “‘corazón’ de la mujer”, sin pronunciarse sobre una necesidad posterior de “insuflarse de virtud cívica, instruirse, penetrarse del conocimiento moderno, para formar del mismo modo los futuros corazones de la república” (Pas, 2010: 108).

A sabiendas que “la lectura amena y entretenida, es preferida á la seria que casi generalmente es leída con desagrado” (*ERdIN*, N° 3, 3 de noviembre de 1872: 1), Posse modificó la propuesta editorial del *Correo de las Niñas* con una mirada más aguda en lo comercial, intentando proporcionar esa lectura “amena y divertida” incluso para “la

misma coqueta”. La “guerra contra la mujer del siglo XIX” quedaba en todo caso en un segundo plano, siendo el objetivo contar con lectoras “satisfechas” con el periódico.

Sin programa preciso -“porque sería inútil”, según se afirmó en ese número treinta y siete en que Posse se hizo cargo de la jefatura de redacción- comenzó un proceso abierto que se extendió en el tiempo, incluyó de forma destacada al litógrafo Ventura Lynch y terminó acelerándose tras la inesperada muerte de López Torres. El objetivo era configurar una propuesta editorial volcada por completo a la lectura por entretenimiento que terminara por elevar al semanario al nivel de una “sensación en el público en que circula[ba]” (*CdIN*, III época, N° 1, 9 de julio de 1876: 1).

6.2.2. La búsqueda formal por una propuesta editorial que seduzca a las lectoras

Quien hojee transversalmente los casi ciento ochenta números disponibles de la primera época del *Correo de las Niñas* se llevará la impresión de encontrarse ante un periódico atravesado por una actividad tentativa permanente.¹²⁸ A lo largo de los años que se mantuvo en circulación el semanario exploró una variedad de recursos editoriales: encabezados austeros o barrocos; primeras planas con solo texto o portadas ilustradas; páginas en cuarto, tamaño común a los semanarios, o “sábana”, como los diarios; caricaturas de una carilla, en dos o en ninguna; dos páginas de espacio publicitario o en ausencia total de avisos.¹²⁹

Una mirada más atenta, sin embargo, permite identificar muchas regularidades que hicieron a la propuesta editorial a lo largo del tiempo, y que caracterizaron su compromiso formal con la lectura por entretenimiento desde el mismo comienzo. Para empezar, predominó el diseño de página que hemos asociado hasta aquí con el semanario para el tiempo de ocio: cuatro páginas impresas donde predomina el blanco sobre negro de la tinta. No se numeraron las páginas individualmente. En lugar de las clásicas dos columnas de texto se aumentó la cantidad a tres o cuatro, dependiendo del período, dando lugar a mayor cantidad de contenido escrito por carilla. De todos modos, en términos relativos, se continuó aspirando con la disposición tipográfica a fin de facilitar la lectura, como era usual (algo notorio sobre todo por contraste con los

¹²⁸ Gran parte de la primera época del *Correo de las Niñas* se encuentra conservada en papel y de manera digital en la Hemeroteca de la Biblioteca Central de la Universidad Nacional de La Plata. Hasta donde sabemos, es la única colección en existencia de esos ejemplares.

¹²⁹ Transitoriamente incluso se pueden encontrar secciones más propias de un diario político y mercantil como la “Revista Comercial” (*CdIN*, I época, N° 13, 29 de noviembre de 1868: 3), “Despacho de Aduanas” y “Marítimas” (*CdIN*, I época, N° 14, 6 de diciembre de 1868: 4), “Parte Mercantil” y “Bolsa Comercial” (*CdIN*, I época, N° 32, 11 de abril de 1869: 4).

atiborrados diarios contemporáneos, que alcanzaban ya hasta seis o siete columnas).¹³⁰ Como la mayoría de las publicaciones semanales de los 1860, el *Correo de las Niñas* salía los domingos lo que, como vimos, significaba proponerse como una alternativa a la lectura política y mercantil del diario editado durante los otros seis días de la semana.

En un comienzo, convivieron en las páginas del *Correo de las Niñas* infinidad de escritos sucintos, como podían ser fragmentos de otros periódicos, poesías, “joyas literarias”, “reflexiones y consejos” (*CdIN*, I época, N° 30, 28 de marzo de 1869: 4) y también un correo de lectores, cuyo espacio se formalizó eventualmente bajo el título “Departamento del Público” (*CdIN*, I época, N° 31, 4 de abril de 1869: 4). El espectro de los discursos, fueran prosa o poesía, contenidas en un párrafo o dispersas en varios números, dramáticas o satíricas, filosóficas o publicitarias, encontraban cierta unidad en torno a temática que se había consolidado como propia de la prensa dirigida al “bello sexo”: desde el siempre presente consumo de moda hasta la promoción de la educación para la mujer.¹³¹ Tampoco faltó lo lúdico a partir de la inclusión de las “Charadas”, que como vimos anteriormente, se venían instalando como parte de las “variedades” desde *La Ilustración Argentina* y tuvieron cierto desarrollo en el *Correo del Domingo*.¹³²

Así, el semanario se caracterizó por ofrecer una diversidad de escritos cortos que asociamos con una propuesta editorial comprometida con la lectura por entretenimiento. Más que en ninguna de las publicaciones analizadas en la tesis, la cohesión temática fue complementada con cierta fragmentariedad en la redacción. En términos generales, en el *Correo de las Niñas* se escribió a los “tijeretazos” (*CdIN*, I época, N° 107, 18 de septiembre de 1870: 3), poniendo brevedad y diversidad al servicio de una prosa cuyo

¹³⁰ Como excepción, entre el número setenta y dos y el setenta y siete, luego de abandonar la inclusión de las caricaturas por segunda vez, el *Correo de las Niñas* se ve reducido a ocupar una sola página tamaño “sábana”, impresa en las dos carillas a siete columnas (*CdIN*, I época, N° 72, 23 de enero de 1870: 1; *CdIN*, I época, N° 77, 27 de febrero de 1870: 1).

¹³¹ Así, desfilan en sus páginas, por ejemplo, una “Revista de modas. Extracto de la elegancia de París” (*CdIN*, I época, N° 3, 20 de septiembre de 1868: 4), el poema “A Ella” (*CdIN*, I época, N° 4, 27 de septiembre de 1868: 3) o una reflexión sucinta sobre el estilo del luto en “Las viudas en moda” (*CdIN*, I época, N° 51, 22 de agosto de 1869: 3). Las páginas del *Correo de las Niñas* pasan de la ardida defensa de “Clara” sobre la igualdad de los géneros, “formados idénticamente, no comprendemos la superioridad del uno sobre el otro” (*CdIN*, I época, N° 140, 2 de julio de 1871: 1), al ataque de “Hortensia” contra las “diosas del coquetismo” (*CdIN*, I época, N° 11, 15 de noviembre de 1867: 2) y el exceso del “lujo” que nubla el pobre criterio de las “niñas” (*CdIN*, I época, N° 2, 13 de setiembre de 1868: 2).

¹³² Una hipótesis plausible pero difícil de probar es que la discontinuación de las “Charadas” en el *Correo de las Niñas* podría haber estado asociada con la identidad de su autor “Samuel”, probablemente un segundo seudónimo de Severo Ortiz (*CdIN*, I época, N° 37, 61(sic) de mayo de 1869: 1). En el número 11 se informa que “Zorela” se ausentará en un viaje a Montevideo, donde se encuentra “reparando su quebrantada salud” (*CdIN*, I época, N° 11, 15 de noviembre de 1868: 1), y justamente durante los siguientes números las “Charadas” brillaron por su ausencia. Posteriormente a su salida, ilustrada en las páginas del semanario (*CdIN*, I época, N° 24, 14 de febrero de 1869: 4), apareció una “Charada” que se dice robada “del album secreto de un amigo” (*CdIN*, I época, N° 29, 21 de marzo de 1869: 4). Se incluyeron luego algunas “Charadas” bajo la firma “La niña de 11 años” (*CdIN*, I época, N° 30, 28 de marzo de 1869: 4; *CdIN*, I época, N° 36, 9 de mayo de 1869: 4; *CdIN*, I época, N° 41, 13 de junio de 1869: 4). Tras esta última salida, su aparición fue excepcional (*CdIN*, N° 170 (sic), 9 de enero de 1870: 3; *CdIN*, N° 94, 26 de junio de 1870: 4).

objetivo era lograr inmediatez y eficacia: que estuviera lista para el consumo rápido. Atrás quedaron los largos artículos de dos o tres carillas que requerían una inversión considerable de tiempo y concentración. Fuese en las “Estocadas”, los “Tomatazos” o las “Confesiones”, la prosa se distribuía mediante una puntuación frecuente y agrupada en párrafos cortos, y se dispuso en la página con todo tipo de soportes tipográficos destinados a parcelar en pequeñas porciones la lectura para el tiempo libre: guiones, puntos, letra negrita y posteriormente pequeños grabados (*CdIN*, I época, N° 142, 16 de julio de 1871: 3). Esta suerte de “hoja de estilo” se cumplió de manera ejemplar en la sección titulada “Chasques”, luego “Estocadas” (*CdIN*, I época, N° 78, 6 de marzo de 1870: 3). Como en la contratapa del *Correo del Domingo*, allí se agruparon parrafadas dispares, mayormente fragmentos literarios, intervenciones lúdicas y crónicas de la vida porteña, donde la sociabilidad urbana fue comentada, impresa y publicada. Este último fue el eje de discusión más frecuente, pudiendo leerse acerca de las tertulias, los paseos del domingo donde se salía a ver y a ser visto, o los conciertos y eventos públicos más sonados. Junto con la “Revista de la semana”, luego llamada “Capadociadas” y, más tarde aún, “Confidencias” (*CdIN*, I época, N° 78, 6 de marzo 1870), estos espacios ayudaron a establecer al impreso como el lugar donde leer durante el tiempo libre acerca de una sociabilidad propia del ocio.

En una decisión editorial contrastante con el *Correo del Domingo*, donde vimos que Cantilo dejó en claro que entendía que la novela por entregas era el principal recurso para saciar la demanda de lectura amena de un público lector deseado feminizado, este semanario parece no haber dejado lugar para el consumo intenso, sostenido en el tiempo por el suspenso del “continuará...”, de la novela de folletín. Solo dos veces se comenzó a publicar literatura seriada, y en ambos casos las obras -firmadas por Ventura Lynch- fueron discontinuadas sin explicación alguna tras un puñado de entregas.¹³³

Este lineamiento editorial dominado era característico del almanaque, otro formato que venía desarrollándose juntamente con la prensa en sentido estricto. El *Correo de las Niñas* también tuvo el suyo, al menos en 1870 y 1871 (v. *Almanaque del correo de las niñas para 1870: dedicado a las bellas porteñas*; *Almanaque del correo de las niñas*:

¹³³ Más allá de algunas ficciones breves, como las incluidas en el folletín de corta vida “Album del Correo” (*CdIN*, I época, N° 34, 25 de abril de 1869), las dos excepciones a esta regla fueron obras firmadas por “D’Artagnan”. “Lahire. Novelita continuacion de la juventud de Enrique IV”, se publicó durante el breve *impasse* en el cual el semanario se vio reducido a una sola página “sábana” durante el verano de 1870 y quedó trunca en la décima entrega, más allá de su “continuará” (*CdIN*, I época, N° 72, 23 de enero de 1870: 1; *CdIN*, I época, N° 85, 24 de abril de 1870: 1). “La Reconquista. Novela Histórica”, inspirada en la historia de los caudillos Taboada de Santiago del Estero se lanzó un año después, adornada con una portada ilustrada alusiva (*CdIN*, I época, N° 141, 9 de julio de 1871: 1). Tras cuatro entregas se interrumpió la edición por la salida (temporal) de la de Lynch y nunca se reanudó (*CdIN*, I época, N° 146, 12 de agosto de 1871: 2).

para 1871). En sus páginas encontramos un calendario, publicidades y un elenco atomizado de textos literarios, poéticos y reflexivos. La empresa del *Correo* se expandió también a través de “primas” que se regalaban a suscriptores como recompensa por su fidelidad, como el *Album poético del Correo de las Niñas* (1871).

Predominaron los reportajes sobre paseos por el parque y otros ámbitos de la sociabilidad de las “niñas” que, acompañados por un nutrido intercambio epistolar con lectores, que ya citamos eran de parte del periódico en las “Charadas” (*CdIN*, I época, N° 6, 11 de octubre de 1868: 4), dotaron de un carácter particular la propuesta editorial del *Correo de las Niñas*. Estas crónicas, que también pueden encontrarse de manera esporádica en periódicos diarios contemporáneos como *El Nacional* (*EN*, N° 3.989, 3 de noviembre de 1865: 3), se mantuvieron como una constante a pesar de los citados cambios formales realizados en la propuesta editorial, subrayando su relevancia y aceptación entre los lectores. De manera pormenorizada, cada ejemplar describió quién, cuándo y cómo había visitado el Paseo del Parque u otros espacios populares de la ciudad durante los domingos soleados:

El Domingo el Parque estuvo bastante concurrido. Habian mas de cinco mil personas. Por todas partes por donde andábamos, nos encontramos con deidades. Solteras, casadas, pollitas y viejas, todas se habian dado citas, y todas estaban hermosas, encantadoras, extremadamente seductoras; escepto las viejas, las feas, las barnizadas, las almidonadas y las que llevaban postizos y sábanas, tohallas etc. etc. (*CdIN*, I época, N° 12, 22 de noviembre de 1867: 2).

Era común también que se incurriera en largas listas de nombres que exhibían a las mujeres que habían sido de la partida, y en las que probablemente gustaran encontrarse:

El Parque, el último Domingo estuvo esplendido. Y como no estarlo así, cuando se hallaban allí infinidad de ángeles, entre los que distinguiremos á las Señoritas Magdalena y Josefina Lafuente, Otilia Rolon; Elena Guerrico, Manuela Reina, Hortencia Santa Olalla, Máxima Casal y Señoritas de Rodriguez, Jurado, Gaceh, Mackenley, Brochsopp, Rivadavia, Garcia, Grimaú, Castro, Gimenes, Gomez, Romero, Justo, Alfaro, Cadet, Pizarro (*CdIN*, I época, N° 11, 15 de noviembre de 1867: 3).

El periódico funcionó como una vitrina impresa en la cual episodios de la sociabilidad urbana como estos eran exhibidos a la vista de todo quien leyera. El deseo de los lectores por verse reflejado (y, sobre todo, reflejadas) en la puesta en escena de la sociabilidad urbana propuesta por el semanario debió ser intenso. Además del reconocimiento que pudiera manar de ser (des)escrita en las páginas, el diálogo con la redacción permitía la oportunidad de ser parte, al menos imaginariamente, de una agenda pública –impresa- para el ocio urbano. Desde un comienzo “Fray Capadocio”, y

luego “D’Artagnan”, habían inmortalizado a las “muchachas” que se mostraban los domingos por los senderos del Paseo del Parque o asistido al Teatro Alegría, y que eran nombradas según su mérito o al menos, por su apellido. Las “niñas” incautas incluso podían ser oídas por el redactor quien, impúdico, solía tomarse libertades al transcribir los diálogos que les atribuía (*CdIN*, I época, N° 14, 6 de diciembre de 1868: 4).

En otros casos, el semanario se presentó abiertamente como “vocero” femenino. Así ocurrió, por ejemplo, cuando un grupo de “bellas que parten para los pueblos de campaña que estan en relacion con la Ciudad, por medio de Ferrocarriles” (*CdIN*, I época, N° 12, 22 de noviembre de 1868: 4) hizo pública su partida, habiéndola compartido -según el periódico- con algún integrante de la redacción. O más todavía cuando el *Correo de las Niñas* se encargó de vehiculizar los pedidos recurrentes por la musicalización de espacios públicos con la participación de bandas militares (la redacción atribuyó tales solicitudes al sujeto colectivo “varias concurrentes al Parque”) (*CdIN*, I época, N° 8, 25 de octubre de 1868: 4). Estos pedidos, se subrayó, eran “muy justo[s]”, y, por lo tanto, se creía serían “accedido[s]” (*CdIN*, N° 11, 15 de noviembre de 1867: 4).¹³⁴

Análogamente se publicaban reportajes sobre tertulias que, en su carácter de eventos privados, eran relatadas por particulares que acercaban sus escritos a la redacción. Los asistentes asumían este rol de reportero con ansias, como el caso del lector que compuso una “crónica de un baile que tuvo lugar en casa de los SS. Zapiola”. La crónica era tan extensa que López Torres debió excusarse por no publicarla, argumentando que no cabía en el periódico (*CdIN*, N° 31, 4 de abril de 1869: 3). Tanto era el entusiasmo que, en alguna ocasión, llegó a generar conflicto. Durante la tertulia organizada por el “distinguido caballero Cárlos García”, un evento social exclusivo y muy relevante entre los lectores del *Correo de las Niñas*, “todos” los asistentes podían contarse como potenciales “cronistas”. Cada invitado se encontraba en pugna con el otro, disputando “la gloria de hacer una crónica” de la tertulia más sonada de la temporada porteña (*CdIN*, I época, N° 32, 11 de abril de 1869: 4).

Esta puja por convertirse en reportero o reportera de un evento exclusivo de la sociabilidad porteña, junto con los ejemplos arriba citados de jovencitas que informaban de sus vacaciones y “niñas” que demandaban la musicalización de las tardes en el

¹³⁴ Según cuenta un biógrafo, parte del historiado entusiasmo de Ventura Lynch (h) por la música lo llevó a organizar y tocar en conciertos en espacios públicos (Cortazar, 1965: 89). No resulta extraño entonces que “concurrentes al Parque” y “varias niñas” eligieran el semanario que lo tenía como litógrafo y redactor como espacio en el cual interpelar a las autoridades competentes a multiplicar la música en los paseos (*CdIN*, I época, N° 8, 25 de octubre de 1868: 4; *CdIN*, N° 11, 15 de noviembre de 1867: 4).

parque, revela cuánto debía la prensa porteña de los 1860, que incorporaba a su lectorado como protagonista, al mundo del ocio y el entretenimiento en la vida privada. Casi como si la prensa ejecutara un nuevo espectáculo: una puesta en escena del “Teatro de la Opinión” pública, en el cual ser visto y reconocido no era parte menor. En el cual convertirse –al menos, momentáneamente- en autora o autor suponía también hilvanar la información y el comentario desde un punto de vista propio, pero destinándolo a través del impreso a un conjunto cada vez más impreciso de miradas ajenas.

Con el paso del tiempo y de los ejemplares, la crónica pormenorizada de la sociabilidad urbana fue dando lugar también al relato sobre las funciones de las diversiones públicas. Influyó en esto seguramente la configuración del equipo editorial de López Torres, Posse y Lynch, formado con la llegada del último en el número sesenta y tres (*CdIN*, I época, N° 63, 14 de noviembre de 1869), pero consolidado hacia el número ochenta y cinco, cuando además de labores gráficas Lynch se abocó a la redacción (*CdIN*, I época, N° 85, 24 de abril de 1870: 1). Con la incorporación de “D’Artagnan” y sus “mosqueteros” como redactores, el alcance del *Correo de las Niñas* como guía de la sociabilidad porteña creció. Mientras la “Crónica” siguió ocupándose de relatar lo “esplendido” de los paseos por el “Parque” y la “galantería” de las “tertulias” (*CdIN*, I época, N° 91, 5 de junio de 1870: 3), Lynch abrió el juego consagrando las “Estocadas” como una sección fija (*CdIN*, I época, N° 85, 24 de abril de 1870: 1), y propiciando la inclusión y promoción de, por ejemplo, las noticias sobre los espectáculos del circo Chiarini o el Teatro de la Alegría.¹³⁵

Así, el periódico mismo se convertía, a través de la lectura, en un punto de reunión de “las mujeres mas hermosas que hay en Buenos Aires” y de “nuestros *dandys*”, del lugar “á donde concurre la gente de buen tono y buen gusto” (*CdIN*, I época, N° 94, 26 de junio de 1870: 2). “Divertirse, que la vida es corta” (*CdIN*, I época, N° 96, 10 de julio de 1870: 3) llegó a sintetizar un redactor, casi como una divisa que ponía su propia lectura al nivel de la panoplia de actividades entretenidas que sus páginas relevaban.

Podríamos ver aquí un nuevo diálogo entre la discursividad del periódico y el mundo del ocio y el entretenimiento, que en publicaciones anteriores solo se había practicado de manera excepcional (por ejemplo, el caso del Bazar Filantrópico en el

¹³⁵ En la página opuesta, un anuncio del teatro nos informa que ese mismo día ofrecerían “en vista del extraordinario éxito” que ha obtenido, “la zarzuela en tres actos de los Sres. Céspedes y Arrieta titulada: El Toque de las Animas” (*CdIN*, I época, N° 94, 26 de junio de 1870: 3). Como señalamos antes, la danza fue una práctica ubicua en los ámbitos del ocio y entretenimiento porteño, además de uno de los motivos favoritos de Lynch a la hora de elaborar litografías, y la retrató en una multiplicidad de situaciones (*CdIN*, I época, N° 146, 12 de agosto de 1871: 4; *CdIN*, I época, N° 155, 14 de octubre de 1871: 4; *CdIN*, I época, N° 156, 4 de noviembre de 1871: 1; *CdIN*, I época, N° 167, 6 de enero de 1872: 4).

Correo del Domingo). Al complementar la crónica de los paseos domingueros y las tertulias con discursos, publicidades e imágenes relacionadas con una expansiva oferta de los espectáculos dramáticos, comedias, bailes, lírica y artes circenses, desarrollados en teatros, salones o al aire libre, el *Correo de las Niñas* se consolidó, más que ninguna otra fuente analizada en esta tesis, como un “inventario urbano” del “lujoso jardín de posibilidades” en el cual los lectores podían invertir su tiempo y dinero bajo la promesa de entretenimiento (Fritzsche, 1996: 140). Un “ordenamiento simbólico abarcador” que informaba, editaba e intervenía en la sociabilidad urbana para configurar un mapa que permitió al lector navegar en un espacio público y una vida social en dinámica transformación, una guía sin la cual “la ciudad simplemente no se podía usar” (18). El *Correo de las Niñas* era, por tanto y a la vez, una “guía” necesaria para estar al tanto de lo que sucedía en la ciudad, una plataforma para exhibirse como partícipe o aun como promotor de esta sociabilidad “divertida” y, en tercer lugar, un dispositivo entretenido para percibir y consumir las transformaciones sustanciales en la forma en que los porteños habitaban y transitaban la ciudad bajo una nueva forma de lectura, entretenida, disponible ahora en y gracias a la prensa.

El desarrollo de la conexión con la sociabilidad y las diversiones públicas, que desde el comienzo habían sido zonas de interés del semanario, se convirtió también, por último, en una fuente alternativa de financiamiento para la publicación. Para ello, como advertimos durante nuestro análisis de *El Mosquito*, la litografía resultó un instrumento clave. Como veremos a continuación, la imagen impresa fue donde, además, se expresaron de manera más sensible las dificultades que implicaba este proyecto. Tanto conflictos ideológicos como problemas materiales confluyeron para que la litografía tuviera en el semanario una trayectoria errática, y sin embargo estructurante, en la configuración del *Correo de las Niñas* a lo largo de su existencia.

6.2.3. “Así las bellas arjentinas pueden tener imágenes”, o cómo incorporar la litografía en el semanario

Antes o además de leerse, el *Correo de las Niñas* podía mirarse. La litografía fue uno de los puntos fuertes de su propuesta editorial, que se integró para satisfacer ese sostenido “deseo de ver y poseer imágenes” del público porteño (Szir, 2010), del cual – como prueba el recorrido analítico de esta tesis– los impresores y redactores eran más que conscientes luego del éxito del *Correo del Domingo* y de *El Mosquito*. El gran

ilustrador de esta publicación, como se anticipó, fue “D’Artagnan”, seudónimo con que firmaba Lynch, cuyo trabajo, aunque cualitativamente inferior al realizado por los contemporáneos Meyer y Stein, destacó entre todos los publicados en el semanario. Como ya establecimos, D’Artagnan/Lynch se incorporó a fines de 1869, en el mismo número donde se informó que también se haría cargo del “Gran Almanaque del Correo de las Niñas” anunciado “para el 1° de diciembre, todo con material inédito por 5 pesos” (*CdIN*, I época, N° 63, 14 de noviembre de 1869: 4).

Antes del desembarco de Lynch se publicaron, ese mismo año, los dos primeros ejemplares ilustrados, bajo la firma de “Gabriel Marcelina, caricaturista” (*CdIN*, I época, N° 23, 7 de febrero de 1869: 4). Un número antes, la redacción había prometido una caricatura de “jóvenes de nuestra sociedad [...] fundadores del *Correo*”, para que “así las bellas argentinas pueden tener imágenes de aquellos que tanto se han sacrificado por ellas y las de los que se preparan á rendirles culto que se les debe” (*CdIN*, I época, N° 23, 7 de febrero de 1869: 4). El resultado impreso fue una ilustración de la “lastimosa retirada de “Fray Capadocio”, “Zorela” y “Figarillo” (*CdIN*, I época, N° 24, 14 de febrero de 1869: 4).

“Lastimosa retirada de “Fray Capadocio”, “Zorela” y “Figarillo” en *CdIN*, I época, N° 24, 14 de febrero de 1869: 4.

Podemos ver en la imagen impresa, de un trazo grueso poco refinado, tres versiones caricaturizadas de los antiguos redactores abandonando bajo la atenta mirada de un demonio alado. En el fondo, las siluetas de la nueva gestión ingresaban a los corredores del periódico. “Fray Capadocio” tapa su nariz y boca con un pañuelo en señal de

disgusto. “Zorela” y “Figarillo” visten de frac, uno adornado con un sombrero de copa y el otro, con uno de explorador y barba tan frondosa como su cabellera.

Más allá de lo que pudiera decirnos sobre la dinámica interna a la redacción del *Correo de las Niñas*, esta litografía nos interesa en cuanto establece dos características básicas de su lugar en la propuesta editorial del semanario. Primero, la vocación por entretener al lector mediante la comicidad de la caricatura, es decir, de imágenes estilizadas que buscaron la risa del lector mediante el “quiebra de previsibilidades” que habilitaba la sátira visual (Steimberg, 2001). En segundo lugar, la imagen sugiere la preminencia de la “sátira social” en las imágenes humorísticas del periódico; vale decir, el interés relativamente menor de las imágenes vinculadas con la coyuntura política inmediata,¹³⁶ en favor de un repertorio temático con ejes fuertes en lo autorreferencial y en la sociabilidad urbana.

“Ferro-Carril Central Argentino – inauguración hasta Córdoba”, *CdIN*, I época, N° 89, 22 de mayo de 1870: 4.

Abundaron los dibujos sobre los mismos redactores y el mundo de las publicaciones porteñas, así como aquellos acerca del consumo de la moda (y sus consecuencias).¹³⁷ En otras ocasiones, se hacía lugar a acontecimientos del ámbito público que reverberaron en la vida social y cultural, como por ejemplo el viaje

¹³⁶ Entre las contadas intervenciones gráficas políticas podemos encontrar una donde Bartolomé Mitre practica tiro contra blancos con imágenes del Congreso de la Nación y sus contrincantes (*CdIN*, I época, N° 65, 28 de noviembre de 1869: 3) y otra donde Domingo Faustino Sarmiento se encuentra en plena doma de un caballazo cabrío que lleva en su muslo la marca “Potro Entre Ríos”, alusiva al conflicto con López Jordán que derivaría pocas semanas más tarde en el asesinato de Urquiza (*CdIN*, I época, N° 87, 8 de marzo de 1870: 3). También fueron caricaturizadas celebridades como Héctor “Orión” Varela, animador importantísimo de la prensa porteña, ampliamente caricaturizado durante la “periódico-manía” (*CdIN*, I época, N° 95, 3 de julio de 1870: 4; *CdIN*, I época, N° 143, 23 de julio de 1871: 4).

¹³⁷ Encontramos múltiples caricaturas sobre la redacción del periódico y el mundo editorial del cual formaba parte: *CdIN*, I época, N° 24, 14 de febrero de 1869: 4; *CdIN*, I época, N° 63, 14 de noviembre de 1869; *CdIN*, I época, N° 87, 8 de marzo de 1870: 3. Asimismo, no faltan ejemplos sobre ilustraciones acerca de la moda, el consumo y el lujo: *CdIN*, I época, N° 66, 5 de diciembre de 1869: 3; *CdIN*, I época, N° 88, 15 de mayo de 1870: 3; *CdIN*, I época, N° 91, 5 de junio de 1870: 4; *CdIN*, I época, N° 96, 10 de julio de 1870: 8.

inaugural hacia Córdoba realizado por el “Ferro-Carril Central Argentino” (*CdIN*, I época, N° 89, 22 de mayo de 1870: 4). En la recurrencia del motivo (*EM*, N° 428, 4 de junio de 1871: 4), queda claro que el ferrocarril atrajo la fascinación de los porteños, y su atractivo como tema para trabajos litográficos obedeció a una variedad de razones, desde el simple impacto visual que generaba hasta el simbolismo como signo del avance hacia la “civilización” de la joven nación. En este caso, como se ve en la imagen, pasando por encima del conservadurismo clerical, reflejando una tensión que observamos que estaba presente dentro del semanario en las posturas encontradas de “Fray Capadocio”, por un lado, y “Heliogábalo” y “D’Artagnan”, del otro.

Sin embargo, la actualidad que inspiró la mayor parte de sus caricaturas fue la relacionada con la sociabilidad urbana y las diversiones públicas, la misma que acaparó la atención de los textos publicados en las páginas contiguas. De hecho, tales imágenes a menudo ilustraban directamente los mismos eventos comentados en las “Estocadas”, como ocurre, por ejemplo, respecto de una accidentada puesta de “MacBeth” [sic] en el Colón (*CdIN*, I época, N° 88, 15 de mayo de 1870: 3), o del espectáculo ofrecido por el Circo Chiarini (*CdIN*, I época, N° 93, 19 de junio de 1870: 4).

“MacBeth en Colon”, *CdIN*, I época, N° 88, 15 de mayo de 1870: 3.

En esta selección temática, la redacción del *Correo de las Niñas* deliberadamente se alejó de la urgencia de la política. Así lo reconoció “Heliogábalo” al pedir disculpas a sus lectoras por publicar, a causa de “un error involuntario”, una “caricatura que se refiere á cuestiones políticas”, claramente fuera de lugar en un “semanario dedicado al bello sexo” (*CdIN*, I época, N°176, 9 de marzo de 1872: 2). De este modo, la oferta visual se planteó como complementaria a la de los periódicos propiamente satíricos;

esos mismos periódicos que, en un proceso de mixtura y préstamos mutuos, habían comenzado –como ya vimos que sucedió con *El Mosquito*– a incorporar con asiduidad la caricatura social.

La recurrente autoreferencialidad en la que incurrió el trabajo de “D’Artagnan” requería mucho de la lectura sostenida del semanario para disfrutarlo plenamente. Fueran el retrato humorístico de los redactores o la referencia a una novela serializada, la lectura de la imagen se hace accesible, legible, al convertir al periódico en su universo de referencia. Esto ocurrió también cuando López Torres se encontraba detrás del concepto de la imagen, como queda claro en las ocho litografías firmadas por “D’Artagnan” a fines de 1869. Los valores promovidos por el “Fray Capadocio” en sus editoriales fueron profusamente expresados en esta serie, y en distintos tonos. Ya se tratara de los más humorísticos cuadros abogando por la abolición del uso de la moda del momento –como el armazón para ahuecar faldas llamado “tontillo” (*CdIN*, I época, N° 63, 14 de noviembre de 1869: 4)–, o promoviera una mirada más analítica sobre el potencial efecto de la “coquetería” en los diferentes derroteros previstos en la vida de las mujeres (esposa y madre o solterona) (*CdIN*, I época, N° 64, 21 de noviembre de 1869: 3). Estas imágenes coincidían en la condena a la frivolidad y, aun así, lo cierto es que, con toda la carga moral y punitiva con que se las concibió, portaban la ambivalencia propia de su exhibición. Es decir, funcionaban como un repertorio visual de prácticas urbanas femeninas asociadas al ocio y el consumo que se representaban y con ello se hacían deseables, aun cuando se las sancionara (y en el mismo gesto de hacerlo).¹³⁸

Debajo, en la contratapa del número ciento setenta, con sus tres niveles coexistentes, es donde mejor se sintetizó el espíritu disperso que caracterizó a la litografía de Lynch en el *Correo de las Niñas*. La yuxtaposición de las viñetas expresó la diversidad y fragmentariedad de la oferta gráfica del semanario, así como la posibilidad de coexistencia de diferentes usos de la imagen en una misma página. Ocupando el último tercio de la página encontramos una caricatura política enfrentada a una versión antropomórfica de la Argentina y un gaucho a caballo contra una quimera que habla en portugués, todo ante la atenta mirada de “un inglés que ve la funcion desde

¹³⁸ Esta serie de ilustraciones se desplegó durante el segundo intento del semanario para convertirse en ilustrado, a fines de 1869 (*CdIN*, I época, N° 63, 14 de noviembre de 1869 al *CdIN*, I época, N° 171 [sic], 16 de enero de 1870). Allí destacamos el retrato de “Heliogabalo” y el “Fray Capadocio”, donde este persigue con un látigo a una jovencita que viste un “tontillo” (*CdIN*, I época, N° 63, 14 de noviembre de 1869: 3), la serie narrativa titulada “La mujer a vizta de ‘Fray Capadocio’” (*CdIN*, I época, N° 64, 21 de noviembre de 1869: 3) y el díptico “Las Víctimas del Lujo” (*CdIN*, I época, N° 66, 5 de diciembre de 1869: 3). Todas ellas pueden observarse en el Anexo C.

lejos”. Más arriba, el centro es ocupado por un aviso gráfico alusivo a los “Sombreros Orión”, un anunciante recurrente del semanario. En el tercio superior de la página, dos viñetas se burlan de las diferencias entre el suntuoso y concurrido “Paseo del Parque”, con sus señores de sombrero y frac, y mujeres a la moda, y el abandonado “Paseo de la Caridad” (*CdIN*, N°170, 27 de enero de 1972: 4).

CdIN, N°170, 27 de enero de 1972: 4.

Para confirmar la centralidad de la imagen debemos volver al citado debate entre “El Peregrino” y “Heliogábalo” (*CdIN*, I época, N° 174, 24 de febrero de 1872: 1; *CdIN*, I época, N° 176, 9 de marzo de 1872: 2), donde la compulsión moral acerca de los usos del periódico y los fines de la lectura recayeron en la inclusión o exclusión de la imagen impresa. “El Peregrino” cargó sus ataques contra la caricatura con inusitada potencia. En el mejor de los casos, argumentaba, eran un oneroso desperdicio de recursos que la

redacción podría usar de mejor manera. En el peor, una distracción que deliberadamente desviaba a la mujer de la prosecución de la virtud, tarea en la que no debía decaer.

“La redacción del Correo...”, *CdIN*, I época, N° 144, 29 de julio de 1871: 1

En cambio, “Heliogábalo” y “D’Artagnan”, a quienes vemos arriba marchando con una jovencita de rostro oculta (o sea, todas las jovencitas) en andas al ritmo de la música por “¡¡¡El camino de la gloria!!!” (*CdIN*, I época, N° 144, 29 de julio de 1871: 1) fueron dos defensores convencidos del recurso dentro del *Correo de las Niñas*. Como vimos, su concepción de la propuesta editorial fue elocuentemente explicitada con reincorporación y cultivo de la litografía de allí en más. La imagen impresa se corroboró, entonces, como un recurso central para su concepción de un periódico orientado a la lectura por entretenimiento, porque habilitaba todo un nuevo repertorio visual destinado a entretener al lector con la caricatura de la sociabilidad urbana. Pero, como veremos a continuación, también cobró relevancia porque les daba una ventaja competitiva frente a otras publicaciones destinadas al “bello sexo”, o incluso a otras similares que circulaban contemporáneamente. Además, la litografía abrió al semanario la puerta a nuevas perspectivas comerciales, promocionando espectáculos y todo tipo de “diversiones” a cambio de un muy necesitado ingreso para complementar las ventas.

6.3. Alcances y límites de un semanario ilustrado en tiempos de la “periódico-manía”

En el conflicto ideológico que suscitó, la faz gráfica del *Correo de las Niñas* expresó lo profundo y novedoso que resultaban aún los cambios técnicos vinculados con la puesta en página, y cuánto rechazo podían generar. En la variedad de situaciones y actividades retratadas por el “D’Artagnan”, y en su asociación sin esfuerzos con la promoción del consumo propio de la emergencia de publicidades ilustradas, la litografía ilustró de manera visual cuánto había cambiado la sociabilidad urbana en Buenos Aires desde *La Moda*.

La prensa orientada a la lectura por entretenimiento se encontraba también en ese estado de transición, donde las posibilidades de lo nuevo chocaban con viejos problemas, particularmente materiales y comerciales. Por un lado, una mejor comprensión de la demanda del público de una lectura entretenida para su tiempo libre, así como la disponibilidad de un repertorio consolidado de recursos discursivos, formales y comerciales para saciarla, promovieron la proliferación y diversificación de semanarios satíricos, ilustrados, dedicados al “bello sexo”, etc., que alimentaron la “periódico-manía”. Por otro, las mismas dificultades que habían restringido la iniciativa editorial durante las seis décadas anteriores continuaban teniendo peso. Los costos de producción aun eran elevados y difíciles de solventar, en especial si, como lo hizo el *Correo de las Niñas*, se ensayaba combinar la inclusión de litografía con un método de distribución innovador como la venta libre callejera. La expansión de la oferta de publicaciones también implicó que una mayor cantidad de impresos debía competir por un número todavía limitado de lectores. A continuación, analizaremos al *Correo de las Niñas* a partir de su posición en este contexto.

6.3.1. Las otras “niñas”. Redes editoriales en la prensa para el “bello sexo”

Tanto el citado editorial del *Correo de las Niñas* donde se mencionó la “periódico-manía” (*CdIN*, III época, N° 1, 9 de julio de 1876: 1), como los catálogos de colecciones conservadas en los repositorios documentales, arrojan al año 1872 como el punto álgido en la edición de publicaciones periódicas en Buenos Aires. Algunos impresos como *La Cartera Misteriosa. Periódico potpurri* (1872) o *La Campana. Periódico de Literatura joco-seria* (1872) intentaron aprovechar el auge de la prensa orientada al “bello sexo”

disfrazando sus propuestas editoriales afines a un diario político al apropiarse de secciones bajo títulos como “Correrías” o “Chismes” (*LCM*, N° 12, 3 de marzo de 1872: 1), palabras que portan una connotación ligera u frívola.¹³⁹ Otros se apegaron de maneras menos sutiles al semanario analizado en este capítulo, imitando recursos discursivos, formales y materiales, o hasta el título, convirtiendo a “...de las Niñas” en una marca.¹⁴⁰

Del *Semanario de las Niñas. Semanario literario* (1872), cuyo redactor en jefe fue el ya conocido por nosotros Benjamín Posse,¹⁴¹ solo se conserva el primer número lanzado el 12 de mayo de 1872. No conocemos mucho más de *El Recreo de las Niñas. Semanario dedicado al bello sexo* (1872), cuya admiración por López Torres fue tan grande que no solo el redactor eligió como seudónimo “Fray Jerundio”, sino que plagió por completo el texto “La mujer” (*ERdIN*, N° 2, 27 de octubre de 1872: 1), el cual había sido publicado originalmente un año antes en el *Correo de las Niñas* (*CdIN*, N° 138, 18 de junio de 1871: 1). Todo indica que *El Eco de las Niñas. Semanario satírico literario* (1871-1872) alcanzó alguna medida de éxito, contando con “ocho cientos noventa y nueve” lectores en su “séptima lista de suscripción” (*EEdIN*, N° 32, 18 de febrero de 1872: 1), y permaneciendo en circulación durante, por lo menos, dos años.¹⁴² Tuvo además una segunda época con el subtítulo “*Semanario de literatura y variedades*” (*EEdIN*, N° 72 24-11-1872: 1), y una publicación complementaria, el *Ecos Perdidos. Periódico semanal ilustrado. Joco-sério, crítico-burlesco* (1872), que básicamente consistía en una propuesta editorial idéntica al original, pero con el agregado de litografías.

Entre los redactores de *El Eco de las Niñas* hay algunos nombres conocidos. “El Peregrino”, citado redactor en jefe provisorio del *Correo de las Niñas*, fue uno de los

¹³⁹ Tanto *La Carta Misteriosa* como *La Campana* parecen provenir del mismo círculo de redactores, y sus fechas de edición coinciden para suponer que el segundo fue el producto del fracaso del primero. El primero listaba como director y administrador a Manuel T. Lascano, y como editor responsable Francisco Zamudio (*LCM*, N° 4, 21 de enero de 1872: 1). Luego reemplazados ambos por Juan Baygorria (*LCM*, N° 12, 3 de marzo de 1872: 1). Entre el establo de redactores ocultos tras seudónimos apareció “El Solitario”, quien junto con “El Proscripto” fueron responsables por *La Campana*. (*LCa*, N° 2, 8 de septiembre de 1872: 4).

¹⁴⁰ La fórmula “...de las Niñas” parece haber sido forjada por los fundadores del semanario, por lo menos dentro de la prensa porteña. En lengua española solo la encontramos en el contexto de manuales escolares como “El libro de las niñas” impreso por Joaquín Rubió y Ors en Barcelona en 1845, o el similar “El libro de oro de las niñas” editado por Antonio Pirala en la madrileña Imprenta de Manuel Minuesa en 1853. Se puede señalar, sin embargo, que el título guarda cierta similitud con el “...des Dames” utilizado profusamente en la prensa francesa desde el siglo XVIII. Ya hemos mencionado en otras notas al *Journal des dames et des modes* (1797-1839) y al *Journal des dames* (1845), a los cuales se podría agregar *Le Miroir parisien: journal des dames et des demoiselles* (1865-1870) y *La Petite feuille des dames* (1866-1867). Llamativamente, el primer día de noviembre de 1868 apareció en París un periódico con un nombre que podría traducirse libremente como “Correo de las Niñas”: *Le Journal des jeunes filles* (1868-1871).

¹⁴¹ No tenemos ejemplares de ese período del *Correo de las Niñas*, pero hasta marzo seguía al frente del semanario.

¹⁴² Podemos deducir que *El Eco de las Niñas* apareció a mediados de 1871 a partir del primer número conservado (*EEdN*, N° 28, 21 de enero de 1872). La misma incertidumbre envuelve su final, encontrando como último ejemplar uno que no da señas de cerrar la edición del periódico (*EEdIN*, N° 72, 24 de noviembre de 1872).

colaboradores. A la cabeza de su segunda época encontramos a Casimiro Prieto Valdés y Eduardo Vila de Stultz (*EEdIN*, N° 72 24-11-1872: 1) quienes, junto a dos otros redactores experimentados en este tipo de publicaciones, Fernando Centeno y Eugenio Matta, habían formado parte del semanario de corta vida llamado *El Alba. Revista semanal de literatura, modas y teatros. Dedicada a las hijas de Eva* (1868-1869).¹⁴³

La coincidencia de Prieto Valdés y Vila de Stultz en *El Alba*, *El Eco de las Niñas* y *Ecos Perdidos* no fue una casualidad ni una excepción, sino un indicio de la red compacta de personajes que circularon entre diferentes publicaciones para el “bello sexo” hacia 1870. Como “El Pelegrino”, “Ariosto” formó parte tanto del *Correo de las Niñas*, como de *El Eco de las Niñas*: mientras que, como vimos, Posse creó el *Semanario de las Niñas*. Fernando Centeno transitó por *El Alba*, *El Correo de las Niñas* y posiblemente fue parte de *El Recreo de las Niñas* bajo el seudónimo “Damasco Centeno” (*ERdIN*, N° 1, 20 de octubre de 1872: 1). “El Solitario” y “Mehemet”, ambos colaboradores en *La Cartera Misteriosa*, fueron respectivamente redactor principal de *La Campana* y colaborador del *Recreo de las Niñas* (*LCM*, N° 12, 3 de marzo de 1872: 1; *LCa*, N° 2, 8 de septiembre de 1872: 4; *ERdIN*, N° 1, 20 de octubre de 1872: 1).

La repetición de nombres propios no fue una particularidad de estos periódicos. La falta de profesionalización del campo periodístico y la corta vida de la vasta mayoría de las publicaciones hacían de la alta circulación dentro de las redacciones una característica sempiterna de la prensa porteña decimonónica. Algo similar se aplica para la serie “...de las Niñas”, que como vimos, incluso en tiempos de “periódico-manía” desaparecían rápidamente en un mercado sobrepoblado de impresos similares. Al visibilizar este atributo nos permitimos reflexionar sobre algunos puntos acerca de esta red y su especificidad, que permite entender con una racionalidad propia del campo lo que podría solo señalarse como fenómenos de imitación o plagio de los diferentes aspectos de estas propuestas editoriales.

El seguimiento del elenco de hacedores también revela que este no era un circuito autocontenido, sino que se superponía sobre otro preexistente, cuyo epicentro fue la

¹⁴³ *El Alba*, producto de la Imprenta J.A. Bernheim, apostó a ser una publicación más en línea con el *Correo del Domingo*. Consistía en ocho páginas con texto a dos columnas. Era costosa: se vendía a 5 pesos el número suelto y 15 pesos la suscripción mensual, lo que resultaba una apuesta clara a la venta por suscripción, desde que esa opción suponía contar con un número gratis por mes. Como la publicación de Cantilo, contenía producciones literarias, destacándose las novelas por entregas. Mientras en los ensayos morales publicados se alineaba con los conceptos más conservadores de Máximo López Torres, también incluía suplementos orientados al ocio, regalando por ejemplo “una lindísima habanera para piano y canto; obras son amores, dice refrán y nosotros apresuramos á echar la casa por la ventana para complacer á aquellos” (*EA*, N° 6, 22 de noviembre de 1868: 47). Otros nombres célebres en la nómina de *El Alba* fueron Ricardo Gutiérrez y un conspicuo “Mitre” de quien no se encuentran composiciones firmadas. Andrés Carretero (2000) identifica asimismo colaboradoras femeninas como “‘Josefina’, que podría ser Josefina Pelliza de Sagasta. Amparo Vélez y ‘Alvar’, seudónimo de Eduarda Mansilla” (187).

Universidad de Buenos Aires. Los mismos estudiantes que colaboraron en semanarios como *Correo de las Niñas* o *Eco de las Niñas*, también nutrían las redacciones de “periódicos literarios” y políticos relacionados con la sociabilidad estudiantil universitaria, como lo fueron *La Regeneración* (1857-1858), *La Nueva Generación* (1858, 1860 y 1861), *La Universidad* (1864), *El Eco de la Juventud* (1864) o *El Estudiante* (1867, 1872).

Una trayectoria típica es aquella de Tomás Oliver, quien debutó en *La Espada de Lavalle* en 1857, y se hizo más tarde un nombre en el periodismo político en *La Tribuna*. Oliver transitó en sus años mozos por publicaciones estudiantiles como *La Nueva Generación*, un semanario “escolástico semi-serio” que con el patrocinio de la Universidad de Buenos Aires tuvo tres épocas en 1858, 1860 y 1861. También fue de la partida en varias publicaciones apuntadas al lectorado feminizado como el *Correo del Domingo* (*El Diario*, 1933, edición extraordinaria, tercera sección: 14), *La Campana* (*LCa*, N° 2, 8 de septiembre de 1872: 4), o el mismo *Correo de las Niñas* (*CdIN*, I época, N° 91, 5 de junio de 1870: 3). De hecho, la mayoría de los jóvenes involucrados en *La Nueva Generación* integraron la redacción del *Correo del Domingo*.

La relación con el estudiantado de la Universidad de Buenos Aires fue explícita en el *Correo de las Niñas*. Temprano en la historia del periódico se excusó a los redactores “Eucaliptus”, “Figarillo”, “Alegria”, “Pituso”, “Bebe”, “Tristeza” y “Lermo” de participar en un número, aduciendo que eran “pobres estudiantes” en época de examen (*CdIN*, I época, N° 13, 29 de noviembre de 1868: 2), una explicación que se repitió para estos u otros nombres a lo largo de los años. En otro ejemplo, en ocasión de la incorporación de “Cárlos” en calidad de colaborador, se da a entender que la mayoría de los colegas en la redacción son estudiantes como él (*CdIN*, I época, N° 30, 28 de marzo de 1869: 4).

Complementariamente, encontramos artículos firmados por “El Peregrino” (*LN*, N° 25, 6 de septiembre de 1869: 1; *LN*, N° 95, 21 y 22 de enero de 1871: 4), e ilustraciones de “D’Artagnan” (*LN*, N° 33, 31 de octubre de 1869: 1) en *Los Negros* (1869-1870),¹⁴⁴ un periódico definido como foro de la intelectualidad joven de “nuestra Universidad” (*LN*, N° 6, 24 de abril de 1869: 2). Máximo López Torres -quien, recordemos, murió

¹⁴⁴ *Los Negros* (1869-1870), que continúa en *Los Negros. Organo de la juventud* (1871), fue un periódico semanal, con debates y producciones estudiantiles. Se reconocen firmas recurrentes de periódicos para el “bello sexo” como “El Peregrino” y “Abd-Allah”, e incluso se refiere en editoriales a “las bellas suscriptoras de ‘Los Negros’” (*LN*, Año 1, N°5, 13 de abril de 1869: 3). El nombre se debe a que fue el producto de la Sociedad Dramática Musical “Los Negros”. Por ello ofrece como prima a la suscripción la pieza “El suspiro del negro” y otras composiciones musicales.

con solo veinte años- fue identificado como estudiante y colaborador asiduo de esa prensa universitaria (*CdIN*, I época, N° 136, 4 de junio de 1871: 1).

La pertenencia de estos redactores en circuitos de mayor respetabilidad, como la Universidad de Buenos Aires y la nómina de periódicos diarios políticos y mercantiles, también ofrece una posible explicación a la práctica ubicua del uso de seudónimos.¹⁴⁵ Quizá quepa arriesgar que la participación en semanarios orientados a la lectura por entretenimiento de un lectorado feminizado se presentaba como un prospecto dañino para la reputación periodística, e incluso reputación a secas, de estos jóvenes letrados que se codeaban en los círculos más altos de la sociedad porteña. Solo la muerte, como en el caso de López Torres, pareció levantar la necesidad de la máscara.

6.3.2. “Es indispensable olvidarse de caricaturas”. Conflictos materiales en la confección del periódico

Es causa de especulación por qué Máximo López Torres dispuso prescindir de la imagen impresa al regresar a la redacción tras sus vacaciones de 1869, reduciendo el experimento a solo dos números (*CdIN*, I época, N° 26, 28 de febrero de 1869: 4).¹⁴⁶ Como ya exploramos anteriormente, una posible explicación conduce a motivos ideológicos. Otro argumento plausible atribuye la decisión a razones materiales, sustentado el rechazo a la iniciativa en la dificultad que imponía elevar el costo de la impresión mediante la incorporación de litografía. La sinuosa historia del *Correo de las Niñas* respecto del uso de esta abona la última opción.

Cuando a fines del mismo año López Torres, ahora auxiliado por “Heliogábalo”, dispuso probar por segunda vez el concepto del semanario ilustrado, informaron con claridad cuáles serían las condiciones que debían ser cumplidas: para incorporar el trabajo de “D’Artagnan” en la propuesta editorial sin alterar el precio de un peso, lo convertiría al *Correo de las Niñas* en “el periódico mas barato del Universo”, era

¹⁴⁵ Como vimos arriba, la caricatura proveyó de otra herramienta para mediar la percepción de los lectores sobre las identidades de los redactores, dándole una faz visual a esa red de hacedores de prensa de entretenimiento. En la serie de litografías autorreferenciales de “D’Artagnan” predominó el ánimo lúdico antes que la veracidad, como fue el caso del “Fray Capadocio” blandiendo su látigo contra las coquetas (*CdIN*, I época, N° 64, 14 de noviembre de 1869: 3), o el autorretrato del mismo Lynch, quien se representó como mujer, probablemente en un juego con su propuesto lectorado (*CdIN*, I época, N° 100, 7 de agosto de 1870: 4).

¹⁴⁶ Cuando luego de un mes de ausencia veraniega en 1869, Máximo López Torres se reincorporó como redactor en jefe, la primera decisión que tomó fue dar por terminado el (breve) experimento gráfico en el periódico, que había comenzado apenas números atrás (*CdIN*, I época, N° 24, 14 de febrero de 1869: 4). En su lugar, se ofreció “dar cada quince días, cada mes, una pieza de música de regalo”, comenzando por “un precioso wals titulado *Correo de las niñas*, despues le seguirá una linda polka con el nombre de *los sermones del Fray-Capadocio*” (*CdIN*, I época, N° 27, 7 de marzo de 1869: 4).

necesario “vender DIES MIL EJEMPLARES”. Una meta que la redacción estimó posible, ya que “sin caricaturas” se vendían “SEIS MIL” (*CdIN*, I época, N° 62, 7 de noviembre de 1869: 1). Es decir, la apuesta descansó sobre dos puntos interrelacionados: que el aumento en el costo de impresión se tornaba asequible en una mayor escala de producción, y que el atractivo de la imagen impresa, se estimaba lo suficientemente potente como para que su inclusión duplicara las ventas.

Evaluar la viabilidad del plan desde el presente es un prospecto difícil debido a la falta de estadísticas certeras sobre el tamaño del mercado de periódicos en el Buenos Aires del período. Por un lado, la bibliografía sobre la historia de la prensa invita a descreer de la magnitud de las cifras ofrecidas por la redacción, inverificables en una fecha tan temprana (Pas, 2010; Pastormerlo, 2016; Roman, 2017).¹⁴⁷ No era extraño que los editores y directores de periódicos se tomaran amplias libertades a la hora de declarar cifras de tirada que, a su vez, funcionaban como publicidad.¹⁴⁸

Por otro lado, y al mismo tiempo, el que el semanario completara su segundo año en prensa distribuyéndose exclusivamente por venta libre callejera al precio popular de un peso nos permite afirmar cierta madurez del mercado. Como vimos, este fue el segundo periódico porteño que adoptó la modalidad, y el primero ilustrado en hacerlo. En términos generales, las ya señaladas características de un alto nivel de alfabetización, donde casi la mitad de las mujeres se reconocían con la capacidad de leer, combinadas con un crecimiento demográfico vertiginoso, favorecían en Buenos Aires el prospecto comercial de una publicación con un público deseado feminizado (Masiello 1992; Batticuore, 2005a).

Pese a sus previsiones, la meta no debió ser alcanzada pues el número setenta y dos encontró al *Correo de las Niñas* disminuido e irreconocible. En un editorial firmado por “Fray Capadocio”, se reconoció necesario volver “de nuevo á la palestra” ya “purgado”

¹⁴⁷ La serie de la cantidad de ejemplares vendidos es la siguiente: según un párrafo conmemorativo por el primer aniversario, se vendieron en sus inicios 600 ejemplares (*CdIN*, I época, N° 53, 5 de septiembre de 1869: 1). En el número once reporta que en la ciudad distribuye entre 2.600 y 2.800 ejemplares (*CdIN*, I época, N° 11, 15 de noviembre de 1868: 4). A pesar de que el “número extraordinario” del primer día de 1869 reclama la cifra de “10,600” ejemplares en circulación (*CdIN*, I época, N° Extraordinario, 1 de enero de 1869: 1), unos meses más tarde el número treinta y dos confirma que la circulación promedio está más cerca de las “3300 favorecedoras” (*CdIN*, I época, N° 32, 11 de abril de 1869: 4). En el citado festejo aniversario la circulación se reporta alrededor de 6.000 ejemplares (*CdIN*, I época, N° 53, 5 de septiembre de 1869: 1). En torno al número ochenta se repite varias veces que se imprimen 10.000 ejemplares, dependiendo la inclusión de litografía de la venta total del lote (*CdIN*, I época, N° 85, 10 de abril de 1870: 1). En 1870 un anuncio publicita el espacio de avisos comerciales del periódico, declara que “OCHO MIL números son los que se expenden todas las semanas. OJO atento los que publicais avisos!” (*CdIN*, I época, N° 96, 10 de julio de 1870: 6).

¹⁴⁸ En un ejemplo de la manipulación de cifras, El *Gran Almanaque de La Tribuna* (1870) anunció en gran tipografía que poseía “40,000” lectores, aclarando en letra chica que ese número era una extrapolación “aventurada” a partir de los “seis mil ejemplares” en circulación. De ellos, solo “cuatro mil cien” se vendían en ciudad, y el resto “en toda la República, en la banda Oriental y en todos los pueblos de la campaña de Buenos Aires”.

de “pasiones” y dispuesto a recuperar la misión original de despojar a las lectoras de “la mala educación recibida en [su] infancia” (*CdIN*, I época, N° 72, 23 de enero de 1870: 1). Esta versión fue impresa al anverso y reverso de una sola página “sabana”, abarrotada de texto en siete densas columnas de diminuta tipografía que dificultaban la lectura. Desapareció la litografía, y se incorporaron “Avisos del Día”, “Marítimas”, “Despacho de Aduana”, asemejándolo a la prensa diaria (*CdIN*, I época, N°72, 23 de enero de 1870: 1). Solo seis números después pudo el “Correo” regresar “a su estado primitivo”, con cuatro páginas y sin ilustraciones (*CdIN*, I época, N° 78, 6 de marzo 1870). El saldo fue conclusivo: el volumen de ventas no fue suficiente para que resultara viable una propuesta editorial con el recurso al precio de un peso en vistas de la tecnología y los costos disponibles en 1869.

Cuando tan solo cinco meses más tarde López Torres, Posse y Lynch volvieron al ruedo con un díptico de caricaturas satíricas con la firma de “D’Artagnan” (*CdIN*, I época, N° 87, 8 de mayo de 1870: 3), las lecciones del fracaso informaron una propuesta editorial aún más arriesgada. Se lanzó un plan de suscripción adelantada mensual y anual para complementar la distribución callejera. Para incentivar la transición de los consumidores, se ofreció como “premio” a la “confianza” del suscriptor “un 20 % de rebaja” y una “prima mensual”, que podía ser “una novela”, “música para piano y canto”, “patrones de modas [...] riquísima cartolina”, entre otros recursos asociados a la lectura por entretenimiento.¹⁴⁹ También se intentó brevemente duplicar la cantidad de páginas, llevándolas a ocho.¹⁵⁰ Todo financiado con un capital invertido que, se aseguraba, ascendía a “300,000 pesos moneda corriente” (*CdIN*, I época, N° 88, 15 de mayo de 1870: 1).

La nueva apuesta comercial deja dos puntos en claro. Primero, que la incorporación de la litografía en el *Correo de las Niñas* fue un objetivo ineludible para la redacción, el cual se perseguiría cuantas veces fuera necesario.¹⁵¹ Esta insistencia

¹⁴⁹ La “Prima” del *Correo de las Niñas* correspondiente a la primera mensualidad fue la “Galería de celebridades americanas. Retrato del inmortal chileno Francisco Bilbao. Album Musical Polka Coco-Roco” (*CdIN*, I época, N° 88, 15 de mayo de 1870: 1). Se conserva en la Biblioteca Nacional “Mariano Moreno” un “Album poético del Correo de las Niñas” de treinta y dos páginas editado en 1871, el cual fue originalmente una “prima” de regalo para las escritoras. Dentro se puede encontrar un surtido de textos, desde “epigramas” con la firma de Prieto Valdés a fragmentos ensayísticos, literarios y poesías. Por separado, el valor del álbum ascendía a diez pesos.

¹⁵⁰ La cantidad de páginas subió a ocho en el número noventa y seis (*CdIN*, I época, N° 96, 10 de julio de 1870) para volver a las clásicas cuatro en el cien (*CdIN*, I época, N° 100, 7 de agosto de 1870). Se intentó otra vez un mes después, sacrificando además contenido por el impacto visual de la litografía a página completa en la portada (*CdIN*, I época, N° 104, sin fecha impresa). Nuevamente prueba ser difícil de sostener el cambio, y justo a tiempo para el segundo aniversario, se regresa a las cuatro páginas (*CdIN*, I época, N° 108, 23 de septiembre de 1870).

¹⁵¹ Contamos cinco oportunidades en que se incorporó litografía en la propuesta editorial del *Correo de las Niñas*: *CdIN*, I época, N° 24, 14 de febrero de 1869; *CdIN*, I época, N° 25, 21 de febrero de 1869; *CdIN*, I época, N° 63, 14 de noviembre de 1869 al *CdIN*, I época, N° 171 (sic), 16 de enero de 1870; *CdIN*, I época, N° 87, 8 de mayo de 1870

corroboró el creciente poder de la imagen impresa en Buenos Aires hacia 1870, así como la visión editorial de López Torres, Posse y Lynch, quienes entendieron que el futuro de la prensa era ilustrado. Recorrer en orden cronológico la progresión de las portadas ilustra a la perfección el avance de la imagen en la puesta en página del semanario.¹⁵² Segundo, que consagrar el semanario como una publicación ilustrada implicaba necesariamente hacer algunas concesiones. El elevado costo de la impresión litográfica hacía imposible solventar una renovada propuesta editorial con distribución callejera a razón de un peso por ejemplar, salvo que el volumen de ventas aumentara dramáticamente, lo cual ya vimos no ocurrió. Aumentar el precio de tapa tampoco fue viable, como probó el intento de llevarlo a dos pesos en octubre de 1870, rápidamente repelido por la reacción adversa de los consumidores (*CdIN*, N° 117, 19 y 20 de noviembre de 1870: 1). No servía de nada generar mayor ingreso por cada ejemplar si la cantidad de ventas se desplomaban.

La única opción disponible, entonces, era retornar a la suscripción adelantada como método único de distribución. “A suscribirse pues” que partir de agosto de 1871 “solo se va á emitir el número necesario”, se advirtió al lector (*CdIN*, I época, N° 141, 29 de julio de 1871: 3). Aunque llevó un poco más de tiempo, a partir del número ciento sesenta y uno desapareció el precio del número suelto de la portada. La suscripción mensual a diez pesos o la trimestral, a veinticinco, se convirtieron en las únicas maneras para adquirir el semanario (*CdIN*, I época, N° 161, 25 de noviembre de 1871: 1). Así, la redacción se aseguró tanto de ajustar el costo de impresión a la demanda efectiva de ejemplares, como de procurar el capital con el cual solventarla.

Otra estrategia comercial fue integrar de una manera más preponderante la venta de espacio publicitario. A diferencia de los semanarios para el “bello sexo” u orientados a la lectura de entretenimiento que lo antecedieron, el *Correo de las Niñas* hizo lugar a la publicidad desde su comienzo. Particularmente en momentos de necesidad, como luego de algún intento fallido de incorporar litografía (*CdIN*, I época, N° 72, 23 de enero de 1870: 2), o cuando se la eliminó, a la espera de que se recuperara la solvencia (*CdIN*, I época, N° 78, 6 de marzo de 1870).¹⁵³ Hacia el número cien la venta de espacio de la

al *CdIN*, N° 116, 13 de noviembre de 1870; *CdIN*, I época, N° 126, 22 de enero de 1871 al *CdIN*, I época, N° 133, 26 de marzo de 1871. La última, y hasta donde sabemos definitiva, se dio en el número ciento cuarenta y uno (*CdIN*, I época, N° 141, 9 de julio de 1871). Durante el interregno de “El Peregrino” dos números carecieron de imágenes (*CdIN*, I época, N° 174, 24 de febrero de 1872; *CdIN*, I época, N° 175, 2 de marzo de 1872).

¹⁵² Ver Anexo B.

¹⁵³ Se puede citar la promoción en los “Chasques” del “Agua Indiana” producida por la farmacia del “Sr. Imperial” (*CdIN*, I época, N° 21, 24 de enero de 1869: 4), o algún aviso que fue parte de la campaña de “Hesperidina” (*CdIN*, I época, N° 70, 1 de enero de 1870: 4).

página se adoptó como parte integral de la propuesta editorial. Se promocionó que la publicación se prestaba “admirablemente para los AVISOS de interés doméstico, de ornato, de artículos de lujo, de superfluidades, de modas”, todo lo que interesaba a las familias “verdaderas consumidoras” que leían alguno de los “OCHO MIL” ejemplares vendidos “de punta á cabo” (*CdIN*, I época, N° 96, 10 de julio de 1870: 6).

“El fotografo, Pozzo Obes y otras yerbas vive en la calle de Piedras N° 113 estudiando la suspendida cuestion entre las señoras Bartola Mitre, Juana Gomez, Salchicha e Elizalde y Amalia de Mármol: las que siguiendo su costumbre femenina se [ilegible] en rasguñarse de lo lindo.....”, *CdIN*, I época, N°171 [sic], 16 de enero de 1870: 3.

La litografía jugó un rol certero en el despliegue de esta estrategia comercial. Contemporáneamente al trabajo de Henri Stein, pionero en la integración entre caricatura y publicidad, podemos encontrar una imagen como aquella impresa a comienzos de 1870, que combinó la caricaturización de “Bartola Mitre, Juana Gómez” y “Salchicha de Elizalde”, una referencia literaria en la inclusión de la “Amalia de Mármol” y la promoción del establecimiento fotográfico “Pozzo Obes” sito en la calle “Piedad N°113” (*CdIN*, I época, N°171 [sic], 16 de enero de 1870: 3).

La campaña publicitaria desplegada en el periódico hacia mediados de 1870 para promocionar el espectáculo del Circo Chiarini, compañía circense italiana de gira por toda Hispanoamérica (Siebel, 1993: 31), destaca qué tan imbricado estuvo este desarrollo comercial con el de un mercado del consumo, el ocio y espectáculo en

Buenos Aires.¹⁵⁴ Si bien la prensa diaria también reflejó la llegada del circo, repitiendo un adusto anuncio en sus columnas de “diversiones públicas” (*LR*, N° 1001, 26, 27 y 28 de mayo de 1870: 2 y 3; *LT*, N° 6.974, 19 y 20 de septiembre de 1870: 3), el *Correo de las Niñas* albergó en sus páginas una verdadera campaña publicitaria.

“Chiarini Circo (véase las ‘Estocadas’)", *CdIN*, I época, N° 93, 19 de junio de 1870: 4.

En el número noventa y tres no solo se le dedicó la caricatura, sino que se promocionó la asistencia al espectáculo calificándolo de “foco de la elegancia y buen tono” (*CdIN*, I época, N° 93, 19 de junio de 1870: 2). La intervención tiene un sabor particularmente comercial. Que un caricaturista como Lynch haya evitado retratar el rostro del cirquero, que aparece de perfil al lector, nos indica que tal vez ni siquiera lo haya visto nunca (*CdIN*, I época, N° 93, 19 de junio de 1870: 4). A las “niñas”, mientras tanto, se les ofreció lugar para el sábado siguiente en el “palco número 28 permanente”

¹⁵⁴ Las artes circenses habían sido parte del entretenimiento porteño desde del siglo XVIII, ejerciendo acróbatas y equilibristas “volantineros” peninsulares su profesión en la ciudad desde 1757 (Seibel, 1993: 13). Con la Revolución de Mayo, se convirtieron en una parte integral de las fiestas cívicas llevadas adelante por los primeros gobiernos patrios (18), pero para el desembarco de las “grandes compañías circenses [europeas] en gira”, con carpa y pista, hubo que esperar hasta los 1830 (20). Sin embargo, así como era el caso de la imprenta, la inversión y los costos no encontraron una correlación aceptable, debiendo esperar al desarrollo demográfico y económico de Buenos Aires para que los emprendimientos circenses realmente despegaran. Desde las modestas puestas durante los intervalos en el Teatro de la Victoria en los 1840 (25), las actividades circenses continuaron creciendo en la ciudad luego de Caseros, especialmente gracias a compañías que llegaban en gira desde Europa. Un ejemplo de ello fue el citado circo de los Chiarini. Aristocracia del mundo circense, los Chiarini eran “la mayor dinastía italiana del circo, que aparece por primera vez en Francia en 1580 en la Feria de Saint Laurent” (12). Habiendo ya actuado en el Río de la Plata durante los 1830 (21), desembarcaron, nuevamente de regreso de Oriente, en el marco de una gira que los llevó desde México hasta Buenos Aires, en donde se instalarían por todo el año de 1870 (31). Las funciones se realizaban los días martes, jueves, sábados y domingos (doble función), donde los espectadores podían disfrutar desde música en vivo por una “orquesta” a una “chistosa pantomima”, pasando por una amplia variedad de pruebas ecuestres (*LT*, N° 6.974, 19 y 20 de septiembre de 1870: 3). La entrada costaba veinticinco pesos; diez, para los niños menores de diez años (*LR*, N° 1001, 26, 27 y 28 de mayo de 1870: 3).

que –aseguran- había adquirido el periódico. El precio de la invitación era la compañía de alguna de las “tres divinidades” que redactaban sus páginas (*CdIN*, I época, N° 93, 19 de junio de 1870: 2).

Al número siguiente, que también incluyó una caricatura con referencia al circo, continuaron los elogios de las cualidades de “el payaso Rowland”, “la familia Pereira”, “la negrita Belen Cuba” y la contorsionista “Catalina Hollway”, que con sus “catorce primaveras, blanca tez” y su “cuerpo gracioso, elástico y flexible” podría llevar a “Pio IX” a largar su “capelo”. La sugerencia fue clara: si dispone del excedente de dinero y tiempo, como debían disponer quienes leían el *Correo de las Niñas*, no había más que seguir la instrucción: “pagad la entrada, y el asiento”, “D’Artagnan” garantizaba que “saldrais hechos y hechas unos papamoscas y un pilon de azúcar” (*CdIN*, I época, N° 94, 26 de junio de 1870: 2). La arenga de “D’Artagnan” incluso buscó incentivar a sus “niñas” a concurrir con la promesa de “hacer una crónica de las bellas que vayan á admirar el génio del gran chiarini [sic]” (*CdIN*, I época, N° 96, 10 de julio de 1870: 3).

Esta amplia cobertura escrita e ilustrada, además de expandir los límites de la crónica de la sociabilidad urbana que caracterizó al periódico, permite especular con una operación publicitaria concertada con los responsables del circo. Una decisión comercial de este talante hubiese estado justificada para los Chiarini, pues de invertir en publicidad lo mejor sería hacerlo en un impreso afín a su oferta de entretenimiento. Así como el trabajo de caricatura de Stein había habilitado un lenguaje visual en el cual redundaron luego los avisos ilustrados publicados en *El Mosquito*, la crónica de la sociabilidad urbana, cultivada primero por “Capadocio”, y luego por “D’Artagnan”, proveyó un vocabulario en el cual la promoción de espectáculos y eventos prodigó. Siendo el lugar para leer sobre paseos, tertulias y diversiones públicas, y contando con el atractivo visual de las ilustraciones de Ventura Lynch, el semanario fue una plataforma ideal para promover el consumo de este tipo de espectáculos entre el lectorado feminizado que componía su público deseado.

Este rumbo editorial se aceleró hacia fines de 1871, ya sin López Torres como parte de la redacción. Durante el cuarto intento por incorporar litografía al periódico aparecen los primeros anuncios a página completa promocionando el taller fotográfico de Victoria 528 (*CdIN*, I época, N° 165, 23 de diciembre de 1871: 4), o a la tienda de guantes y sombreros “Orion” de calle San Martín 120 (*CdIN*, I época, N° 170, 27 de enero de 1872: 4; *CdIN*, I época, N° 171, 5 de febrero de 1872: 1). Ese mismo año se publicó el *Almanaque del correo de las niñas: para 1871* (1871) donde se combinó un

calendario y alrededor de setenta páginas de variedades, epigramas, textos literarios y chistes con treinta y siete de avisos.

Con esta pieza final, la “nueva redacción” logró finalmente emular con el *Correo de las Niñas* el “ejemplo de aquellos periódicos que se publican con dibujos aquí y en otros pueblos civilizados” (*CdIN*, I época, N°176, 9 de marzo de 1872: 2). El “inaugural” número ciento cuarenta y uno relanzó al semanario con Posse como “Director y Redactor”, y Lynch como “Redactor en jefe”. En la portada encontramos una ilustración de “los Taboada”, protagonistas de la prosa histórica por entregas que firmó “D’Artagnan” (*CdIN*, I época, N°141, 9 de julio de 1871: 1). En la contratapa, cuatro viñetas tituladas “Las cosas del amo” satirizaron los matrimonios e infidelidades de los porteños contemporáneos (*CdIN*, I época, N°141, 9 de julio de 1871: 4). Como citamos antes, la promesa fue explícita, asegurando a sus lectoras que a partir de ese momento no se publicaría jamás “por mas sacrificios y pérdidas que tuviera la empresa, con la supresión de las caricaturas” (*CdIN*, I época, N°176, 9 de marzo de 1872: 2).

Esta propuesta editorial aparece como la prueba cabal de la redefinición del pacto de lectura en dirección a entretener al público porteño. En palabras de la propia redacción, si el deseo del comerciante era apelar a las mujeres, quienes, se suponía, tenían naturalmente una mayor disposición por el consumo irreflexivo y pasional ¿Por qué no hablar directamente a ellas, allí donde se encontraban semanalmente? Posicionarse como una fuente de lecturas practicadas por entretenimiento hacía del semanario una plataforma inmejorable para promocionar objetos “superfluidades”, “modas” y todas esas mercancías que se amontonaban en las páginas de avisos de los periódicos diarios contemporáneos.

La litografía probó ser otra parte integral de esta ecuación, subrayando su importancia ya no solo como un atractivo visual para saciar el deseo de los y las lectoras de ver imágenes, sino como una herramienta codiciada por los anunciantes para hacer destacar la promoción de su producto en un mercado progresivamente más competitivo. Posse y Lynch, al igual que Stein, fueron capaces de identificar las posibilidades que se abrían a una publicación ilustrada, estableciendo relaciones con comerciantes como Perissé o Bagley (*CdIN*, I época, N° 70, 1 de enero de 1870: 4). Como fue explicitado por “Heliogábalo”, esta nueva fuente de ingresos permitió aspirar en forma realista a la “independencia” de la “redacción” y el “caricaturista” para construir una propuesta editorial que desearan (*CdIN*, I época, N° 176, 9 de marzo de 1872: 2), tan frívola y entretenida como quisiesen, en tiempos cuando las alianzas políticas y el estado

continuaban siendo la principal fuente de financiamiento de la prensa (Gutiérrez, 1864; Lettieri, 2006).

En el contexto que excede a la prensa, la activa vida descrita en los paseos y los parques porteños, así como la intensificación y desarrollo de las artes publicitarias, señalan a la década de 1860 como el momento en que la transición en la sociabilidad dio un salto cualitativo. Si la “modernidad” puede definirse como una “experiencia híbrida y disonante”, intermitente en el espacio y el tiempo (Crary, 2013: 49), entonces el periódico nos deja leer a un Buenos Aires definitivamente “moderno”. Una ciudad donde gozaban de buena salud entretenimientos tradicionales, pero también la complejización de la vida urbana y la ampliación de la oferta de diversiones públicas que generaban la necesidad de un periódico como guía para navegar la ciudad. Si pensar el surgimiento de una industria de la cultura y un público de masas implica descubrir “la mediación del mercado y la figura del público como consumidor” (Montaldo, 2016: 75), la profundización de un “vínculo de la cultura” que se encuentre “entramado con la vida del ocio en la sociedad de consumo” (78), entonces en este periódico (y buena parte de aquellos analizados en la segunda mitad de la tesis) hay una buena pista para rastrear el comienzo de este proceso.

Por esta razón, en la propuesta editorial del semanario, que hizo eco en una decena de imitadores que intentaron replicar con mejor o peor tino la fórmula de su éxito, proponemos un desenlace imperfecto al sinuoso proceso analizado a lo largo de la tesis. El fracaso de algunas iniciativas, como por ejemplo los infructuosos intentos por integrar la novela por entregas, demuestra que a pesar que hemos identificado un cierto repertorio de recursos editoriales orientados a la lectura por entretenimiento, con la imagen impresa como eje consolidado, no existían recetas infalibles. Lo que podía resultar imprescindible para el suscriptor del *Correo del Domingo* podía no importarle al lector del *Correo de las Niñas*.

El fracaso repetido en el intento de llevar adelante esta propuesta editorial entretenida e ilustrada vendiendo el periódico de manera libre, en la calle, al precio popular de un peso señala también que aún quedaban límites por quebrar a comienzos de la década de 1870. Una parte de esta ecuación fue el estado contemporáneo de la tecnología, que imponía costos demasiado elevados para el volumen de consumidores disponibles. La otra fue, precisamente, la cantidad de compradores. La confluencia de condiciones históricas favorables, como el crecimiento demográfico, el alto nivel de alfabetización en general y femenino en particular, el desarrollo de la economía de

consumo y, la consolidación una nueva sociabilidad urbana, habían hecho crecer exponencialmente la cantidad de lectores de periódicos orientados a la lectura por entretenimiento en Buenos Aires entre 1837 y la “periódico-manía”. Sin embargo, en términos absolutos, esas cifras eran aún insuficientes para hacer del semanario un fenómeno masivo.

Por un lado, la existencia de sucesivas “épocas” del *Correo de las Niñas* tras el incierto fin de la primera, hacia mediados de los 1870, indica que aún quedaba camino por recorrer para los periódicos orientados a la lectura relevados en esta investigación. Que se siguiera utilizando su nombre entrada la década de 1880 para lanzar nuevas publicaciones fue testimonio de la persistencia de la marca creada por López Torres y Ortiz, y desarrollada por Posse y Lynch. En sus páginas se había consolidado un repertorio de recursos introducidos y/o elaborados a través de la experimentación (frustrada) llevada adelante por las publicaciones de décadas anteriores. Su éxito de ventas a lo largo de un lustro, utilizando inicialmente como método de distribución nada menos que la venta libre callejera, terminó de anunciar al mundo editorial porteño que un impreso de estas características no solo era posible, sino que era viable y deseado por una gran cantidad de lectores dispuestos a pagar por ello.

Pocos años más tarde, hacia el entresiglos, una serie de factores combinados (desde el perfeccionamiento de recursos formales orientados a la lectura por entretenimiento, a la consolidación de un mercado de masas para productos culturales, pasando por la ampliación del público lector mediante alfabetización obligatoria, la invención de nuevas estrategias comerciales, las nuevas técnicas de impresión de imágenes, abaratamiento de costos de edición e impresión, entre muchos otros factores), concurrirán para cambiar una vez más el mundo de la prensa porteña, y producirán y pondrán a circular los primeros impresos de alcance realmente masivo (Rogers, 2008; Vincens, 2014). Como veremos en el epílogo que cierra la tesis, para mediados de la década de 1870 la “periódico-manía” podía percibirse como un hito significativo, que había instalado un nuevo modo de leer, la lectura por entretenimiento en Buenos Aires. Y con ella, se abrían formas nuevas en el mercado editorial que, sin poder avizorar aún ese horizonte del entresiglos masivo, le abrían paso insensiblemente.

7. Epílogo

Las conclusiones a las que arribamos en nuestra investigación, cuyo objetivo fue reconstruir el desarrollo y consolidación de un repertorio de recursos editoriales orientados a la lectura por entretenimiento en la prensa de Buenos Aires a lo largo de las décadas centrales del siglo XIX, aspiran a ser un aporte original al campo. No podemos cerrar la tesis sin dejar de mencionar, sin embargo, que algunas de ellas aparecieron bosquejadas ya hace casi un siglo y medio en el análisis del primer estudioso que se acercó con una mirada sociológica al problema del público lector porteño, Ernesto Quesada:

Lo que si es evidente-y no ha mérito en confesarlo- es que el público en general es de una indiferencia curiosa, y que si bien lee, lo hace sólo respecto de producciones extranjeras, bastando que el libro sea nacional, de un autor argentino, para desmerecer en la estimación general. Entre nosotros se lee enormemente los diarios, pero estos –salvo honrosas escepciones- buscan más bien el lucro que la propaganda: sacrificando todo á las noticas más o ménos picantes, que les es preciso desenterrar ó inventar en caso necesario. Las gentes fatigadas quizá del duro batallar de una existencia que se torna día a día más difícil, *quieren reposar la preocupada imaginación, con lectura fácil, corta, juguetona, chispeante, sin desdeñar la noticia escandalosa si está brillantemente redacta* (Quesada, 1893 [1882]: 121 y 122; *destacados nuestros*).

En este fragmento de “El movimiento intelectual argentino. Revistas y periódicos”, publicado originalmente en un ejemplar de *Nueva Revista de Buenos Aires* de 1882, el autor registra que cuando el público lector quería leer, leía prensa. La prefería por sobre el libro porque sus “noticias mas o menos picantes” y “escandalosa[s]”, especialmente si estaban “brillantemente redactada[s]” y ofrecían una “lectura fácil, corta, juguetona, chispeante”, en contraste con las “injusticias y preocupaciones” en las que versaban las lecturas “serias”. En caso de buscar un volumen encuadernado, por ejemplo en una de las decenas de biblioteca populares abiertas luego de 1870 (Planas, 2017), lo más probable es que se escogiera alguna novela “apasionada” y “sincera”, de preferencia extranjera antes que nacional (Quesada, 1893 [1882]: 120).¹⁵⁵

La percepción de Quesada sobre esta nueva e inquietante zona de la lectura sugiere una superposición, al menos parcial, con lo que el redactor del *Correo de las Niñas* celebró como “periódico-manía”. El letrado señala la difusión de un consumo lector

¹⁵⁵ Esta afinidad electiva, sobre la cual nos detuvimos particularmente en el tercer y cuarto capítulo, es corroborada para un momento posterior al que abarca la cronología que aquí proponemos por el también ya citado Javier Planas (2017). En su estudio de las bibliotecas populares de la década de 1870, Planas provee evidencia de la popularidad sostenida por estos textos, que constituyeron una “parte fundamental de las colecciones” (166), contándose entre los más demandados los libros de los más “conocidos folletinistas” como Pérez Escrich, Fernández y González, Dumas, o Sue (223).

particular: el que ofrecía la prensa. Los recursos formales que puntualiza son algunos de los géneros y formatos propios de la práctica de la lectura por entretenimiento que prodigaron en las páginas de los periódicos. Particularmente, los *fait divers* -breves intervenciones con temáticas de alto impacto, como los vinculados con el mundo del crimen urbano y con las “maravillas” de la ciencia-, y las novelas de folletín francesas y españolas publicadas, de manera seriada, en los rodapiés. Por lo demás, en el fragmento reproducido funciona como supuesto un hecho que es explicitado por fuera de la cita: que el cúmulo de lectores a los que apelaban estas publicaciones ya se había configurado como la “gran masa del público” (Quesada, 1893 [1882]: 120).

Desde la perspectiva de nuestro trabajo, esta intersección permite advertir que la práctica de la lectura de entretenimiento, que venía abriéndose camino desde la cuarta década del siglo, con los formatos y soportes diversos que se han examinado aquí, articulaba ya una serie de posibilidad para la circulación de impresos. Entendemos por dichas condiciones los desarrollos en la producción (repertorios de recursos discursivos y formales, saberes tipográficos, estrategias comerciales, métodos de distribución, tecnologías de impresión), pero también la consolidación de un público lector disponible, que creció en una relación dialéctica que lo unía con aquellos productos que lo “desearon” como consumidor.

En este sentido, hemos señalado oportunamente que las cifras de edición de publicaciones periódicas compiladas por otros investigadores, así como los catálogos de las hemerotecas más relevantes, corroboran que la cantidad de impresos que ofrecieron lectura por entretenimiento comenzó a contraerse hacia 1873, poniendo fin a ese hipotético “auge” en los primerísimos años de la década. Entre las posibles causas de esa contracción podemos conjeturar algunos motivos generales y coyunturales: a la epidemia de fiebre amarilla de 1871 se sucedieron la crisis económica mundial de 1873 y sus efectos en el dependiente mercado argentino, así como los vaivenes del agitado año 1874 (López Mato, 2005). Otras causas posibles, en cambio, son específicas: en aquel contexto, la saturación del mercado por parte de los imitadores de baja calidad de *El Mosquito* y el *Correo de las Niñas*, la mayoría sin imágenes impresas, podría haber agotado temporalmente la posibilidad de sostener su consumo. Pero las mismas fuentes secundarias también indican que, a pesar del fin de la “fiebre” del consumo de prensa, el desarrollo de tal oferta editorial nunca se detuvo del todo.

Tan pronto como 1875 encontramos periódicos como *La Ondina del Plata* (1875-1880), seguido por *La Alborada del Plata* (1877- 1878 y 1880) y *El Álbum del Hogar*

(1878-1880 y 1886-1887) que aprovecharon “la naturalización” de la “figura” de la mujer que leía (Batticuore, 2017: 130), consolidada durante la “periódico-manía”, para desarrollar más prensa para el “bello sexo” en un contexto donde la expansión del consumo y la europeización de la sociabilidad la dotaba de relevancia sostenida (Vincens, 2014: 89). Por su parte, *El Mosquito* encontró renovada competencia cuando, primero *La Presidencia* (1873-1877), y luego *Don Quijote* (1884-1903), se dispusieron a combatir su monopolio de la sátira caricaturesca (Roman, 2017: 156).

Con *La Ilustración Argentina* (1881-1888), la prensa ilustrada porteña realizó su primer salto técnico importante desde la introducción de la litografía, más de medio siglo atrás. En sus páginas puede observarse el comienzo del “proceso de industrialización gráfica” de la mano del “advenimiento de la fotomecanización, y en particular con el fotograbado de medio tono”. Al igual que en este caso, la innovación conllevó una nueva etapa de “verdadera experimentación”, así como también “dificultades y limitaciones” materiales y comerciales producto de grandes “sacrificios” editoriales que no fueron correspondidos por los “favores” del público (Szir, 2016: 50). En el largo plazo, este desarrollo tecnológico abrió un nuevo vocabulario visual y permitió la profundización de recursos formales, de las cuales Meyer, Stein y Lynch fueron pioneros, como la “mejora de imágenes publicitarias” o “la identificación de la compra de ciertos bienes materiales como una vía de gratificación y esparcimiento” (Vincens, 2014: 89).

Como describe Eduardo Romano (2004), fue durante el entresiglos que se terminó de consolidar el proceso que llevó a la “irrupción del periodismo masivo, ilustrado y barato” que, como vimos hasta aquí, avanzaba firme, pero no sin contratiempos, desde Pavón (12). Fue entonces que el periódico ilustrado orientado a la lectura por entretenimiento tomó por asalto a Buenos Aires, instalándose definitivamente bajo el formato *magazine*, del cual *Caras y Caretas* (1898-1941) y *El Hogar* (1904-1958) fueron los ejemplos más exitosos.

La descripción que hace Geraldine Rogers (2008) de *Caras y Caretas*, en la que destaca el “uso fragmentario, rápido y extensivo” que distinguió su “mezcla desprejuiciada” de recursos (38), la “centralidad” que otorga a “la fotografía de actualidad”, la “ficcionalización de las noticias”, el “sustento en los anuncios” y su intención de alcanzar una “amplia audiencia” mediante un “bajo precio” (17), pone en evidencia cuánto de esa prensa que ha sido entendida hasta hoy como pionera o disruptiva, productora de un salto cualitativo en sus rasgos discursivos y formales como

en la demanda que suscitó, fue en realidad una continuación de una propuesta editorial que venía siendo configurada desde hacía tres décadas antes, así como parte del proceso de construcción de un público lector que había aprendido a leer y ver por entretenimiento, a consumir periódicos por ocio.¹⁵⁶

Llegado este punto, y regresando al interrogante inicial que desencadenó nuestra investigación, podríamos preguntarnos acerca de la existencia concreta de este público hacia el último cuarto del siglo XIX, y acerca de su disponibilidad para ser “seducido” por lecturas capaces de desplazar sus preferencias de consumo y variarlas. Más importante aún: sobre el rol que podría haber jugado en la emergencia de objetos impresos nuevos y diferentes. Entre ellos, posiblemente, algunos bien conocidos en la historia de nuestra cultura.

Como se sabe, la preocupación por la emergencia de un público lector, del carácter nacional o “ciudadano” de ese público, y la descripción, prescripción y eventual censura de las prácticas y los consumos que este prefería no eran asunto meramente conjetural o especulativo. La lectura en una lengua nacional, el cómo definir esa lengua, eran problema eminentemente políticos que involucraban debates intensos.¹⁵⁷ Quizá la primera gran discusión pública en torno a ese problema haya surgido, como apuntamos en el inicio de este trabajo, a propósito de la publicación y sobre todo, del éxito de ventas de *El gaucho Martín Fierro* (1872). Fue primordialmente el fenómeno de ventas del poema de José Hernández,¹⁵⁸ así como la literatura popular con gauchos que vino inmediatamente después (Laera, 2003a), lo que enfrentó a editorialistas y ensayistas con la certeza innegable de esa “gran masa del público” sobre la que escribió Quesada (1893 [1882]: 120), el cual “hasta el momento la cultura letrada rioplatense no sólo despreciaba potencialmente, si no de la cual ignoraba su efectiva existencia”, como

¹⁵⁶ Si bien pone el foco hacia 1890 —es decir, en un período muy posterior al que cierra esta tesis— Eduardo Romano (2004) ha hecho notar tanto la importancia de los semanarios satíricos y de las revistas ilustradas en la “serie de fusiones” que articuló *Caras y Caretas*. Vale decir, que antes que una ruptura absoluta el nuevo *magazine* recuperaría destrezas y estrategias lectoras construidas y entrenadas en publicaciones anteriores (p. 181). Al mismo tiempo señala, de manera muy sugestiva, la complejidad de las operaciones lectoras que suponen las nuevas publicaciones “híbridas” de texto e imagen, que instaurarían o verificarían la emergencia de un “nuevo régimen de lectura” (150 y ss.), en el que además del *magazine* incluye diversos objetos, de los “almanaques” a las historietas y el cine. No obstante, Romano no explicita relación alguna entre este “nuevo régimen” y la noción de “entretenimiento” o de consumo fructivo que estudiamos aquí.

¹⁵⁷ La compilación y el estudio preliminar y de los problemas reunidos *En torno al criollismo* (1983) por Alfredo Rubione, y el ensayo de Adolfo Prieto, que apela al mismo término (2006[1988]), han planteado algunas hipótesis decisivas a propósito de estas cuestiones.

¹⁵⁸ José Hernández (1874) expresó su gratitud con “el público” que había agotado “antes de dos meses” las siete ediciones anteriores (LI). Reportes de editores atribuyen ventas por cuarenta y ocho mil ejemplares en los primeros seis años (Prieto, 2006: 53; Sorá, 2011/2012: 63), cifra ya de por sí inédita que no contempla “tiradas clandestinas”, que como vimos en el tercer capítulo, fueron desde el inicio una parte de la publicación de literatura en la ciudad (De Sagastizábal 2002: 76). Cuando el autor murió, en 1886, se acumulaban doce ediciones del poema original y siete de una segunda parte titulada *La vuelta de Martín Fierro*, aparecida por primera vez en 1879 (Schvartzman, 2013: 447).

prueban “las políticas editoriales” por ellos promovidas (Cattaruzza y Eujanian, 2002: 100).

No está demás advertir que establecer esta conexión con nuestro corpus no implica de ninguna manera ignorar la nutrida tradición crítica dedicada al análisis de la gauchesca (Rama, 1982; Prieto, 2006 [1988]; Ludmer, 2012 [1988]; Schwartzman, 2013), que ha reconstruido con sobrada erudición y sutileza un derrotero del género literario, desde Bartolomé Hidalgo hasta Hernández, que corre en paralelo al proceso que hemos analizado. Sin embargo, nos atrevemos a tentar la conexión entre nuestro punto de llegada y desde donde parte el trabajo de Adolfo Prieto en *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna* (2006 [1988]). Es decir, la constatación de la existencia hacia 1880 de “nuevos contingentes de lectores” (14), que en la bibliografía actual es leído como signo inequívoco del “surgimiento de un mercado editorial” (Pastormerlo, 2006: 3). Como señalan Cattaruzza y Eujanian (2002), la “alfabetización tampoco suponía el surgimiento automático de un nuevo tipo de lector”, y el fenómeno de difusión de *Martín Fierro* no agota su explicación en esta “ampliación del público lector”, que circunscribe en una relación de “causa-efecto” con “las políticas alfabetizadoras que el Estado había llevado adelante desde comienzos de siglo XIX, y en particular a partir de los años próximos a 1860” (101).¹⁵⁹ Prieto (2006 [1988]) había anticipado una respuesta a este argumento al reconocer que, no incidentalmente, estos lectores se habían formado, justamente, leyendo en el “novedoso espacio de lectura potencialmente compartible” que era “prensa periódica” (14).

Con *El gaucho Martín Fierro*, editado originalmente en 1872, y aún más con *La vuelta de Martín Fierro* de 1879, Hernández buscó, al igual que lo habían hecho otros escritores, dibujantes, editores e impresores antes que él —muchos de ellos, mencionados en esta tesis—, potenciar su alcance ofreciendo “sobriedad en el tono y dinamismo en la acción” (Pagliai, 2009: 285). Es decir, un poema construido ante todo sobre la peripecia. Su evidente carácter político no obtura quizá que, también y al mismo tiempo, que los dos relatos protagonizados por el gaucho perseguido ofrecen una serie de aventuras: una lectura entretenida y accesible, ilustrada además, en su segunda parte,¹⁶⁰ sin que esto

¹⁵⁹ La difusión de *El gaucho Martín Fierro*, particularmente entre los “grupos subalternos” y “analfabetos”, también implicó el despliegue de otras estrategias que escapaban estrictamente a la lectura del impreso, como el recitado del poema “en voz alta para un auditorio reunido alrededor del fogón y la declamación de fragmentos del poema memorizados” (Cattaruzza y Eujanian, 2002: 102). En su *Anuario Bibliográfico de Buenos Aires*, Manuel Navarro Viola describe al poema siendo adaptado en “dramas representados en los arrabales de la ciudad por negros que los habían adaptado...” (101).

¹⁶⁰ Las ilustraciones presentes en la primera edición de *La Vuelta de Martín Fierro* fueron creadas por Carlos Clérice (Hernández, 1879), hijo de Víctor Clérice, colaborador circunstancial del *Correo de las Niñas*.

impida las igualmente evidentes tiradas prescriptivas y pedagógicas sobre los temas de coyuntura que Hernández había ensayado en sus campañas periodísticas (Halperín Donghi, 1985). Fue en este espíritu que se recurrió también a recursos comerciales conocidos, empezando por la adopción de un “bajo precio”, que como se promocionaba en el diario *La Pampa*, ponía al impreso “al alcance de todos los habitantes de la campaña” (Lois, 2009: 91). Esta estrategia, coincidente con la probada una década atrás por periódicos como *La República* o el *Correo de las Niñas*, facilitó un “ensanchamiento del radio de recepción” del poema (192). Aquella misma voluntad de acercarse al lector y seducirlo es la que explicitó al responsable de la décima edición, quien justificó retrotraer los cambios implementados anteriormente aduciendo que restaban a las “condiciones de popularidad” y “la sencillez” que asociaban “al sentimiento estético del gaucho” con el texto original (Lois, 2009: 296).¹⁶¹

No es menor el designio del propio Hernández (1879), quien en las “Cuatro palabras de conversación con los lectores” que anteceden a *La Vuelta* expresa, como se recordará, su búsqueda de “un libro destinado a despertar la inteligencia y el amor a la lectura en una población casi primitiva, a servir de provechoso recreo, después de las fatigosas tareas, a millares de personas que jamás han leído...”. En ese “provechoso recreo”, que Hernández refuerza con las atribuciones de “lectura amena y útil”, enseguida se puede advertir la fuerza y la eficacia, y con ellas, la legitimidad, que la asociación entre “lectura” y “entretenimiento” que la asociación entre “lectura” y “entretenimiento”, en una remota cita del *prodesse et delectare* horaciano, habían adquirido ya y para siempre, plasmándose en objetos impresos nuevos.

Entretenidos sin más -y malentretenidos como sus protagonistas, desde la perspectiva de los mismos críticos contemporáneos-, fueron en cambio, los folletines de Eduardo Gutiérrez publicados en el diario *La Patria Argentina* entre 1879 y 1880, cuya muestra más célebre fue su *Juan Moreira*. Gutiérrez, quien reconoció haberse formado leyendo los folletines de la prensa de los 1850 (Rivera, 1971: 9),¹⁶² privilegió la prosa

¹⁶¹ Gran parte de la aceptación que logró el género entre la sociedad urbana porteña se debía al *Fausto. Impresiones del gaucho Anastasio el Pollo en la representación de esta ópera*, de Estanislao del Campo, obra que citamos brevemente en el cuarto capítulo. Lo entretenido fue aquí una búsqueda formal, siendo reconocido unánimemente en la bibliografía como el primer ejemplo de un poema del género escrito para ser una “pieza de ‘entretenimiento’” (Lois, 2009: 294). Se utilizó además el circuito de distribución ya aceitado por el semanario conocido por su propuesta editorial y su bajo precio en relación a un libro o un folleto, para ponerse al alcance de su público deseado.

¹⁶² Eduardo Gutiérrez, quien se transformaría en el escritor argentino de folletines más exitoso del siglo XIX con su prosa bandoleresca, recordaba haber sido marcado en sus años mozos tanto por las “correrías urbanas” como por “la lectura de folletines de Dumas, Fernández y González, Gaboriau y Soulié” (Rivera, 1971: 9). Esta reconocida influencia abre otra línea de análisis intrigante, que excede nuestra tesis y que, hasta donde sabemos, no ha sido trabajada en forma extensiva. Los estudios que se detienen en el proceso de formación de la novela, e incluso de la literatura de folletín autóctona (Prieto, 2006 [1988]; Laera, 2004; Esposito, 2009; Molina, 2011), no tienden a darle el

legible y la “espectacularidad” en el relato, persistiendo en la figura del gaucho perseguido tal como lo había hecho *El gaucho Martín Fierro*, y ahondando en los rasgos criminales y violentos del protagonista –los mismos que seducían ya a los lectores desde las variedades (Pas, 2018a)-. Las novelas-folletín de Gutiérrez fueron un fenómeno editorial de tal impacto que las ventas llegaron a eclipsar las cifras del folleto de Hernández para convertirse en una de las obras literarias mejor vendidas en el Buenos Aires del siglo XIX (Quesada, 1902).

La pésima recepción por parte de los letrados porteños del éxito de *Juan Moreira*, que Alberto Navarro Viola (1881) describió como la “literatura más perniciosa y malsana que se ha producido en el país” (287) y que Ernesto Quesada (1893) reprobó por celebrar los peores impulsos de los sujetos más condenables de la sociedad, estuvo informada, por lo menos en parte, por la alarma que les produjo detectar en ellos ese deseo de entretener a los lectores sin ningún fin pedagógico ulterior. Si la reevaluación que los letrados porteños comenzaron a hacer sobre la obra de Hernández posteriormente a la aparición de *La Vuelta* (Pagliai, 2009: 285) nos habla de la legitimidad que encontraba lo entretenido siempre que fuera útil, la recepción de los folletines de Gutiérrez -los cuales expresan además cierto exceso, una violencia y modernidad que no se identifican linealmente con lo entretenido-, explicita los resquemores vigentes ante el peligro de lo entretenido sin pedagogía. Las cifras de venta de la literatura sobre gauchos visibilizaban el resultado de un crecimiento demográfico dinamizado por la “llegada masiva de inmigrantes europeos” (Hora y Losada, 2011: 615) y la vasta alfabetización motorizada por la educación común, gratuita y obligatoria promovida por la sanción de la Ley 1420 en 1884 (Cucuzza y Sprengelburd, 2012), por lo que mientras más nos acerquemos al siglo XX, más peso adquiere entre los letrados la preocupación en torno a la práctica lectora de ese potencial lectorado masivo.

En particular, las novelas de Gutiérrez, publicadas originalmente de forma serializada en el zócalo inferior del diario -un espacio dentro del periódico que hemos señalado como una zona ambigua que atrajo un público mixto, pero también vimos nació en la prensa porteña explicitada como oferta de entretenimiento para un lector feminizado- sientan el tono de los interrogantes que surgen al ensayar una conexión entre nuestro corpus y la literatura más exitosa de fines del siglo XIX ¿Existió un

peso a la influencia que claramente tuvieron estas obras de amplia circulación en el siglo XIX en los primeros autores argentinos. Ya en los sesenta, Adolfo Prieto (2014 [1968]) llamaba a examinar “el carácter histórico a la vez que estructural de esas situaciones del subdesarrollo latinoamericano”, que se extendía también a la literatura y la cultura (16).

desplazamiento en las preferencias de consumo del lectorado, que había aprendido a leer por entretenimiento adoptar un folletín que cambió las “ensoñaciones” feminizadas sobre moda y consumo escritas por célebres escritores franceses y españoles, hacia las violentas aventuras de gauchos malentretidos de producción nacional? O dicho de manera inversa ¿Fueron *Martin Fierro*, *Juan Moreira* y otros hitos editoriales de los 1870 y 1880 potenciados en sus ventas por una demanda que los antecedió, que ya estaba disponible, y que efectivamente sostuvo y enlazó estas obras en un proceso mayor de consumos por entretenimiento (aun cuando evidentemente tengan otras aristas, y hayan sido leídos de otro modo)? ¿Sobre qué otros soportes, prácticas y objetos se derramó la demanda de ese público lector feminizado, acostumbrado ya - valga la paradoja- a leer para entretenerse?

Hemos analizado el período que abarca desde *La Moda* y su “desierto” hasta el *Correo de las Niñas* y la “periódico-manía” como un problema de investigación con entidad y sentido propios. Este desarrollo nos llevó desde la introducción de un concepto novedoso en el quehacer editorial en Buenos Aires, entretener al público lector, hasta la creación de propuestas editoriales capaces de cumplir esa promesa redefiniendo formal y materialmente el pacto de lectura. Tal proceso solo puede entenderse en relación a la coyuntura histórica, socioeconómica y cultural más amplia que marcó a la ciudad durante las décadas centrales del siglo XIX, pero no agota su explicación en ella. Tuvo una lógica propia y requirió de una larga sucesión de pruebas y errores, avances y callejones sin salida. Como sugieren los interrogantes arriba expresados, consideramos que estos mismos treinta y seis años de la prensa porteña pueden ser pensados como parte de una transformación mayor, sin los cuales queda incompleta nuestra comprensión del *magazine* y la “prensa cultural” que dominó la lectura de los argentinos durante el siglo XX (Rogers, 2008; Guiamet, 2016), y tentativamente, de la emergencia de esos impresos con literatura de producción nacional cuyo éxito terminó por consolidar una industria editorial en Buenos Aires y Argentina.

Nuestro análisis reconstruyó una negociación asimétrica y limitada, pero negociación al fin, entre los productores y los consumidores de lectura por entretenimiento. Por un lado, el devenir de la posición ideológica y editorial de redactores e impresores con respecto a un elenco de lectores que se ampliaba delante de sus propios ojos, y a la lectura por entretenimiento que creían este demandaba. Sus respuestas variaron ante todo en el despliegue de propuestas editoriales y recursos formales, desde el ambicioso en el discurso, pero modesto en la ejecución seminario

concebido por Alberdi, hasta la versión más comercial del *Correo de las Niñas* dirigida por Ventura Lynch. Fue a través de ellos, y de la práctica de la lectura por entretenimiento, que el público lector se 'feminizó', que se diversificó, se hizo popular y masivo, vio su sociabilidad transformarse. En ese mismo proceso, además, aquel lectorado ampliado abrazó la noción que leer podía ser ya ser no solo una cuestión cívica o erudita, sino una práctica satisfactoria en sí misma, realizada por placer, por ocio, por entretenimiento.

Bibliografía

A) Periódicos¹⁶³

- El Lucero*. Buenos Aires, 1829-1832.
La Aljaba. Buenos Aires, 1830-1831.
La Moda. Buenos Aires, 1837-1838.
El Iniciador. Montevideo, 1838.
La Gaceta Mercantil. Buenos Aires, 1838-1852.
Diario de la Tarde. Buenos Aires, 1838-1852.
Diario de Avisos. Buenos Aires, 1849-1852.
La Camelia. Buenos Aires, 1852.
El Nacional. Buenos Aires, 1852-1873.
La Ilustración Argentina. Buenos Aires, 1853-1854.
La Tribuna. Buenos Aires, 1853-1873.
Álbum de Señoritas. Buenos Aires, 1854.
La Regeneración. Buenos Aires, 1857-1858.
Los Debates, segunda época. Buenos Aires, 1857-1861.
La Nueva Generación. Buenos Aires, 1858, 1860 y 1861.
La Siempre-Viva. Buenos Aires, 1864.
La Flor del Aire. Buenos Aires, 1864.
La Universidad. Buenos Aires, 1864.
El Eco de la Juventud. Buenos Aires, 1864.
Correo del Domingo, primera época. Buenos Aires, 1864-1868.
El Estudiante. Buenos Aires, 1867, 1872.
El Alba. Buenos Aires, 1868-1869.
Correo de las Niñas, primera época. Buenos Aires, 1868-1873.
Los Negros. Buenos Aires, 1869-1870.
La Prensa. Buenos Aires, 1869-1873.
Gran Almanaque de La Tribuna. Buenos Aires, 1870.
Almanaque del correo de las niñas para 1870: dedicado a las bellas porteñas. Buenos Aires, 1870.
Almanaque del Correo de las Niñas: para 1871. Buenos Aires, 1871.
Álbum poético del Correo de las Niñas. Buenos Aires, 1871.
El Eco de las Niñas. Buenos Aires, 1871-1872.
Ecos Perdidos. Buenos Aires, 1872.
La Cartera Misteriosa. Buenos Aires, 1872.
La Campana. Buenos Aires, 1872.
Semanario de las Niñas. Buenos Aires, 1872.
El Recreo de las Niñas. Buenos Aires, 1872.

¹⁶³ Las fechas que acompañan el título de cada publicación refiere al período consultado para el desarrollo de la tesis, no a la totalidad de los años en que la misma se encontró en prensa.

B) Fuentes literarias y materiales de archivo (fuentes secundarias)

Alarcón, Pedro Antonio de. (1861). *De Madrid a Nápoles: pasando por París, Ginebra, el Mont Blanc, el Simplon, el Lago Mayor, Turín, Pavía, Milán, el Cuadrilátero, Venecia, Bolonia, Módena, Parma, Génova, Pisa, Florencia, Roma y Gaeta: viaje de recreo, realizado durante la guerra de 1860 y sitio de Gaeta en 1861*. Madrid: Imprenta y librería de Gaspar y Roig. Disponible en: <http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000085050&page=1> [Consultado el 9 de enero de 2019]

An Englishman. (1825). *A five years' residence in Buenos Ayres, during the years 1820 to 1825: containing remarks on the country and inhabitants; and a visit to Colonia del Sacramento*. Londres: G. Herbert.

Boletín bibliográfico sud-americano de la Imprenta y Librería de Mayo. Buenos Aires, 1870-1871.

Carreras, Luis. (1867). *Los malos novelistas españoles, artículos publicados en la revista Hispano-Americana de Madrid, junto con un extracto de la polémica de la América*. Barcelona: Imprenta de C. Verdaguer. Disponible en: <https://play.google.com/books/reader?id=WektAAAAAYAAJ&printsec=frontcover&output=reader&hl=en&pg=GBS.PP1> [Consultado el 24 de septiembre de 2016]

Del Campo, Estanislao. (1999 [1866]). *Fausto, Impresiones del gaucho Anastasio el Pollo en la representación de esta Ópera*. Edición facsimilar. Buenos Aires: Editorial Confluencia.

Echeverría, Esteban. (2000 [1839, 1871]). *El matadero*. Versión digital basada en la edición realizada por la Imprenta y Librería de Mayo de Buenos Aires en 1871. Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. Disponible en: <http://www.cervantesvirtual.com/obra/el-matadero-1871/> [Consultado el 24 de diciembre de 2018]

Hernández, José. (1872). “Prólogo”. En *El gaucho Martín Fierro*. Primera edición. Disponible: https://es.wikisource.org/wiki/El_Gaucho_Mart%C3%ADn_Fierro:_Pr%C3%B3logo_de_1872 [Consultado el 24 de julio de 2018]

----- (1874). “Carta del Sr. Hernández (a los señores editores de la octava edición)”. En *El gaucho Martín Fierro*. Octava edición, pp. 59-62. Disponible en: https://es.wikisource.org/wiki/Carta_del_Sr._Hern%C3%A1ndez_a_los_editores_de_la_octava_edici%C3%B3n [Consultado el 24 de julio de 2018]

----- (1879). “Cuatro palabras de conversación con los lectores”. En *La Vuelta de Martín Fierro*. Disponible en: https://es.wikisource.org/wiki/La_Vuelta_de_Mart%C3%ADn_Fierro [Consultado el 24 de julio de 2018]

----- (2000 [1872]). *El gaucho Martín Fierro*. Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. Disponible en: http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/el-gaucho-martin-fierro--0/html/ff29f9cc-82b1-11df-acc7-002185ce6064_11.html#I_0 [Consultado el 24 de julio de 2018]

Hortelano, Benito. (1936). *Memorias*. Madrid. Espasa Calpe.

García Mérou, Martín. (1915[1891]). *Recuerdos literarios*. Buenos Aires: La Cultura Argentina.

Gutiérrez, Juan María. (1864). “Estadística bibliográfica de Buenos Aires”. En *Revista de Buenos Aires*, N° 10, pp. 240-258.

López, Lucio Vicente. (1884). *La gran aldea*. Buenos Aires: Martín Biedma. Disponible en: <http://www.cervantesvirtual.com/obra/la-gran-aldea--0/> [Consultado el 28 de mayo de 2018].

Mitre, Bartolomé. (1956). *Profesión de fe y otros escritos*. Noticia preliminar de Ricardo Levene. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires

Moreno, Mariano. (1943). *Escritos*, 2 vol., prólogo y edición crítica de Ricardo Levene, Buenos Aires: Estrada.

Navarro Viola, Alberto. (1881). *Anuario Bibliográfico Argentino, Año 11 1880*. Buenos Aires: Imprenta del Mercurio.

Primer Censo de la República Argentina, 1869

Quesada, Ernesto. (1883). “El periodismo argentino en la capital de la República (1877-1883)”. En *Nueva Revista de Buenos Aires*, Año III, Tomo IX, pp. 72-101.

----- (1893 [1882]). “El movimiento intelectual argentino. Revistas y periódicos”. En *Reseñas y críticas*. Buenos Aires: Félix Lajouane editor, pp. 119-141.

----- (1902). *El “criollismo” en la literatura argentina*. Buenos Aires: Imprenta y Casa Editora de Coni Hermanos.

Sarmiento, Domingo Faustino. (1885). *Obras de D. F. Sarmiento. Publicadas bajo el auspicio del gobierno argentino. Tomo II. Artículos críticos i literarios 1842-1853*. Santiago de Chile: Imprenta Gutenberg.

----- (1886). *Obras de D. F. Sarmiento. Publicadas bajo el auspicio del gobierno argentino. Tomo IV. Ortografía, Instrucción pública*. Buenos Aires: Félix Lajouane Editor.

----- (1899a). *Obras de D. F. Sarmiento. Publicadas bajo el auspicio del gobierno argentino. Tomo XXVIII. Ideas pedagógicas*. Buenos Aires: Imprenta litográfica Mariano Moreno.

----- (1899b). *Obras de D. F. Sarmiento. Publicadas bajo el auspicio del gobierno argentino. Tomo XXX. Las escuelas: base de la prosperidad y de la república en los Estados Unidos*. Buenos Aires: Imprenta litográfica Mariano Moreno.

----- (2007 [1845]). *Facundo o Civilización i Barbarie en las Pampas argentinas*. Versión digital casada en la edición realizada por Librería Hachette y Cía de París en 1874. Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. Disponible en: <http://www.cervantesvirtual.com/obra/facundo-o-civilizacion-i-barbarie-en-las-pampas-argentinas--0/> [Consultado el 24 de diciembre de 2018]

Wilde, José Antonio. (1881). *Buenos Aires desde hace setenta años atrás*. Buenos Aires: Imprenta Librería de Mayo.

C) Bibliografía

Acree, William. (2013). *La lectura cotidiana. Cultura impresa e identidad colectiva en el Río de la Plata, 1780-1910*. Buenos Aires: Prometeo.

Aguilar, Gonzalo. (2003). "The National Opera: A Migrant Genre of Imperial Expansion 1". En *Journal of Latin American Cultural Studies*, volumen 12, N° 1, pp. 83-94.

Alberini, Coriolano. (1966). *Problemas de la historia de las ideas filosóficas en la Argentina*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.

Alfón, Fernando. (2013). *La querella de la lengua en Argentina: Ensayo biográfico*. La Plata: EDULP.

Alonso, Paula. (1997). "La primavera de la historia: el discurso político del roquismo de la década del ochenta a través de su prensa". En *Boletín del Instituto Ravignani*, N° 15, pp. 35-70.

----- (comp.). (2004). *Construcciones impresas. Panfletos, diarios y revistas en la formación de los estados nacionales en América Latina, 1820-1920*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Alonso Piñero, Armando. (1974). *Breve historia de la publicidad argentina, 1810-1974*. Buenos Aires: Alzamor Editores.

Altekrueger, Peter y Carrillo Zeiter, Katja. (2014). "Prólogo". En Altekrueger, Peter y Carrillo Zeiter, Katja (eds.). *De amor, crimen y cotidianidad. Las revistas teatrales y colecciones de novelas cortas argentinas del Instituto Ibero-Americano*. Berlin: Ibero-Amerikanisches Institut Preußischer Kulturbesitz.

Anderson, Benedict. (2006 [1982]). *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Revised Edition. London: Verso.

Ares, Fabio. (2012). "Barrio de Montserrat: territorio tipográfico (1780 y 1871)". En *Cordis. Comunicação, Modernidade e Arquitetura*, N° 8, pp. 7-31.

Arfuch, Leonor. (2002). *El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Arrieta, Rafael Alberto. (1955). *La ciudad y los libros. Excursión bibliográfica al pasado porteño*. Buenos Aires: Librería del Colegio.

Baltar, Rosalía y Hudson, Carlos (eds.). (2007). *Figuraciones del siglo XIX. Libros, escenarios y miradas*. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata/Finisterre.

Baricco, Alessandro. (2013). *The Barbarians. An essay on the mutation of culture*. New York: Rizzoli Ex Libris.

Barrancos, Dora. (2010). *Mujeres en la sociedad argentina. Una historia de cinco siglos*. Buenos Aires: Sudamericana.

- Barthes, Roland. (1986). "Retórica de la imagen". En *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Barcelona: Paidós Ibérica, pp. 29-48.
- . (1999). "El nuevo Citröen". En *Mitologías*. México D.F.: Siglo XXI, pp. 84-86.
- . (2003 [1964]). "Estructura del 'suceso'". En *Ensayo Críticos*. Buenos Aires: Seix Barral, pp. 259-272.
- Baudelaire, Charles. (1988 [1863]). *Lo cómico y la caricatura*. Fuentelabrada, Madrid: Visor.
- . (1995 [1863]). *El pintor de la vida moderna*. Murcia: Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos.
- Bauer, Arnold J. (2001). *Goods, power, history. Latin America's material culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Batticuore, Graciela. (2005a). *La mujer romántica: Lectoras, autoras y escritores en la Argentina: 1830-1870*. Buenos Aires: Edhasa.
- . (2005b). "La lectura, los escritores y el público. 1830-1850". En Batticuore, Graciela, Gallo, Klaus y Myers, Jorge. *Resonancias románticas. Ensayos sobre historia de la cultura argentina (1820-1890)*. Buenos Aires: Eudeba, pp. 101-117.
- . (2017). *Lectoras del siglo XIX. Imaginarios y prácticas en la Argentina*. Buenos Aires: Ampersand.
- Beltrán, Oscar. (1943). *Historia del periodismo argentino: pensamiento y obra de los forjadores de la patria*. Buenos Aires: Sopena.
- Benjamin, Walter. (1989). "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica". En *Discursos Interrumpidos I. Filosofía del arte y la historia*. Buenos Aires: Taurus, pp. 15-60.
- Bocco, Andrea. (2004). *Literatura y periodismo 1830-1861. Tensiones e interpretaciones en la conformación de la literatura argentina*. Córdoba: Ed. Universitat/Facultad de Filosofía y Humanidades, Universidad Nacional de Córdoba.
- Bourdieu, Pierre. (2007). "Las condiciones sociales de la circulación de las ideas". En *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires: Eudeba, pp. 159-172.
- Bruno, Paula. (2009). "La vida letrada porteña entre 1860 y el fin-de-siglo. Coordenadas para un mapa de la elite intelectual". En *Anuario IEHS*, N° 24, pp. 339-368.
- . (2014). "Introducción. Sociabilidades y vida cultural en Buenos Aires, 1860-1930". En Bruno, Paula (dir). *Sociabilidades y vida cultural: Buenos Aires, 1860-1930*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes, pp. 9-26.
- Buonocore, Domingo. (1947). *Libreros, editores e impresores de Buenos Aires. Esbozo para una historia del libro argentino*. Buenos Aires: Bowker.
- . (1969). *Libros y bibliófilos durante la época de Rosas*. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.

Buret, María Florencia. (2017). *La emergencia de la literatura fantástica argentina en revistas culturales (1861-1884). Americanismo y cosmopolitismo en los textos fantásticos de Gorriti, Wili (Torres y Quiroga), Monsalve y otros autores*. [En línea]. Tesis doctoral. Doctorado en Letras. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad Nacional de La Plata. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unledu.ar/tesis/te.1461/te.1461.pdf> [Consultado el 4 de junio de 2018]

Caimari, Lila. (2015). “El mundo al instante. Noticias y temporalidades en la era del cable submarino (1860-1900)”. En *Redes*, N° 40, pp. 125-146.

Carretero, Andrés. (2013 [2000]). *Vida cotidiana en Buenos Aires: desde la Revolución de Mayo hasta la organización nacional (1810-1864)*. Tomo 1. Buenos Aires: Ariel.
----- (2000). *Vida cotidiana en Buenos Aires: Desde la organización nacional hasta el gobierno de Hipólito Yrigoyen (1864-1918)*. Tomo 2. Buenos Aires: Planeta.

Catelli, Nora. (1995). “Buenos libros, malas lectoras: la enfermedad moral de las mujeres en las novelas del siglo XIX”. En *Lectora: revista de dones i textualitat*, N° 1, pp. 121- 133.
----- (1996). “El diario íntimo: una posición femenina”. En *Revista de Occidente*, N°182-183, pp. 87-99.

Cavalero, Diana. (1996). *Las revistas ilustradas en el siglo XIX*. Buenos Aires: Asociación Argentina de Editores de Revistas.

Cavallo, Guglielmo y Chartier, Roger (dirs.). (1997). *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Madrid: Taurus

Chartier, Roger. (1992). *El mundo como representación*. Barcelona: Gedisa.
----- (1994). *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna*. Madrid: Alianza.
----- (1999). *Cultura escrita, literatura e historia: Coacciones transgredidas y libertades restringidas*. México: Fondo de Cultura Económica.
----- (2001). “Lecturas y lectores ‘populares’ desde el Renacimiento hasta la época clásica”. En Cavallo, Guglielmo y Chartier, Roger. (dirs.). *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Madrid: Taurus, pp. 469-494.

Chávez, Fermín. (1972). *Iconografía de Rosas y de la Federación: Nuevos aportes*. Buenos Aires: Oriente

Cicerchia, Ricardo. (1998). *Historia de la vida privada en la Argentina*. Buenos Aires: Editorial Troquel.

Cimorra, Clemente. (1946). *Historia del periodismo*. Buenos Aires: Atlántida.

Crary, Jonathan. (2001). *Suspensions of perception: attention, spectacle, and modern culture*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
----- (2013). *24/7. Late Capitalism and the Ends of Sleep* Londres: Verso.

Chisholm, Hugh (ed.). (1911). "Karr, Jean Baptiste Alphonse". En *Encyclopedia Britannica*. Onceava edición. Cambridge, Massachusetts: Cambridge University Press. Disponible en:

https://en.wikisource.org/wiki/1911_Encyclop%C3%A6dia_Britannica/Karr,_Jean_Baptiste_Alphonse [Consultado el 24 de abril de 2018]

Colclough, Stephen. (2007). *Consuming Texts. Readers and Reading Communities, 1695–1870*. Londres: Palgrave MacMillan.

Corominas, Joan. (1987). *Breve diccionario etimológico de la lengua española* (Tercera edición aumentada). Madrid: Gredos.

Cortazar, Augusto Raúl. (1937). *Noticias para la historia del teatro nacional: Nicolás Granada*. Buenos Aires: Imprenta de la Universidad.

------. (1965). "Quién es quién en el folklore. Ventura R. Lynch". En *Selecciones Folklóricas Codex*, N° 1, pp. 88-90.

Costa, María Eugenia. (2009). "De la imprenta al lector. Reseña histórica de la edición de libros y publicaciones periódicas en Buenos Aires (1810-1900)". En *Question*, N° 23, pp. 1-13.

Cucuzza, Héctor Rubén (dir.) y Spregelburd, Roberta Paula (codir.). (2012). *Historia de la lectura en Argentina. Del catecismo colonial a las netbooks estatales*. Buenos Aires: Editorial del Calderón.

Cutolo, Vicente Osvaldo. (1968). *Nuevo diccionario biográfico argentino, 1750-1930*. Tomo III. Buenos Aires: Elche.

Darnton, Robert. (1987). *La gran matanza de gatos: Y otros episodios en la historia de la cultura francesa*. México: Fondo de Cultura Económica.

------. (2003). *Edición y subversión: literatura clandestina en el Antiguo Régimen*. México: Fondo de Cultura Económica.

------. (2010). *El beso de Lamourette. Reflexiones sobre historia cultural*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

De Certeau, Michel. (1996 [1980]). *La invención de lo cotidiano. I. Artes de hacer*. México: Universidad Iberoamericana, Departamento de Historia, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.

De la Motte, Dean y Przyblyski, Jeannene (eds.). (1999). *Making the News. Modernity and the Mass Press in Nineteenth-Century France. Interdisciplinary essays on the emergence of the mass press in nineteenth-century France*. Amherst, Massachusetts: UMass Press.

De Sagastizábal, Leandro. (1995). *La edición de libros en la Argentina. Una empresa de cultura*. Buenos Aires: Eudeba.

------. (2002). *Diseñar una nación: Un estudio sobre la edición en la Argentina del siglo XIX*. Buenos Aires: Norma.

De Diego, José Luis (dir.). (2006). *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

----- (2013). "Lecturas de historias de la lectura". En *Orbis Tertius* [en línea], vol. 17, N° 19, pp. 42-58. Disponible en: <http://www.orbistertius.unledu.ar/article/view/OTv18n19a03/4959> [Consultado el 13 de febrero de 2018]

De Marco, Miguel Ángel. (2006). *Historia de/periodismo argentino: desde los orígenes hasta el Centenario de Mayo*. Buenos Aires: Educa.

Delgado, Verónica, Mailhe, Alejandra y Rogers, Geraldine (coords.). (2014). *Tramas impresas: Publicaciones periódicas argentinas (XIX-XX)*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unledu.ar/libros/pm.376/pm.376.pdf> [Consultado el 13 de febrero de 2018]

Delgado, Verónica y Rogers, Geraldine (eds.). (2016). *Tiempos de papel: Publicaciones periódicas argentinas (siglos XIX-XX)*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unledu.ar/libros/pm.488/pm.488.pdf> [Consultado el 13 de febrero de 2018]

Devoto, Fernando y Madero Marta (1999). "Introducción". En Devoto, Fernando y Madero, Marta (dirs.). *Historia de la vida privada en la Argentina. Tomo I. País antiguo. De la colonia a 1870*. Buenos Aires: Taurus.

Di Pasquale, Mariano. (2016). "Prensa, política y medicina en Buenos Aires. Un estudio de *La Abeja Argentina*, 1822-1823". En *Estudios de Teoría Literaria Revista digital: artes, letras y humanidades*, N° 9, pp. 119-136.

Duncan, Tim. (1980). "La prensa política: 'Sudamérica', 1884-1892". En Ferrari, Gustavo y Gallo, Ezequiel (comps.). *La Argentina del Ochenta al Centenario*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana, p 761-785.

Eco, Umberto. (1984). "The frames of comic 'freedom'". En Eco, Umberto, Ivanov, V.V. y Rector, Mónica. *Carnival!* Berlin: Mouton Publishers.

----- (1990 [1962]). *Obra abierta*. Segunda edición. Barcelona: Ariel.

Eisenstein, Elizabeth. (1994). *La revolución de la imprenta en la Edad Moderna europea*. Madrid: Akal.

El Diario. edición extraordinaria. Buenos Aires, 1933.

Elias, Norbert y Dunning, Eric. (1992). *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

Ertler, Klaus-Dieter. (2012). "Moral Weeklies (Periodical Essays)". En *European History Online (EGO)* [en línea], s/n, s/ Disponible en: <http://www.ieg-ego.eu/ertlerk-2012-en>. [Consultado el 15 de septiembre de 2016].

Espósito, Fabio. (2002/2003). "Lectores y lecturas en el Ochenta". En *Orbis Tertius*, vol. 8, N° 9, pp. 1-17.

----- (2009). *La emergencia de la novela en Argentina. La prensa, los lectores y la ciudad (1880-1890)*. La Plata: Al Margen.

Eujanian, Alejandro. (1999). *Historia de las revistas argentinas 1900-1950: La conquista del público*. Buenos Aires: Asociación Argentina de Editores de Revistas.

----- (2015). "La política puesta en escena: las fiestas mayas en el Estado de Buenos Aires en la década del cincuentenario (1852-1860)". En Eujanian, Alejandro, Pasolini, Ricardo y Spinelli, María Estela. *Episodios de la cultura histórica argentina: celebraciones, imágenes y representaciones del pasado, siglos XIX y XX*. Buenos Aires: Biblos, pp. 21-44.

Fernández, Juan Rómulo. (1943). *Historia del periodismo argentino*. Buenos Aires: Círculo de la Prensa.

Feyel, Gilles. (2005). "Prémices et épanouissement de la rubrique de faits divers (1631-1848)". *Les Cahiers du Journalisme*, N° 14, pp. 18-29.

Fritzsche, Peter. (1996). *Reading Berlin 1900*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

Ford, Aníbal, Rivera, Jorge y Romano, Eduardo. (1985). *Medios de comunicación y cultura popular*. Buenos Aires: Legasa.

Förster-Beuthan, Yvonne. (2010). "The Modern Concept of Fashion and its Origins in Romanticism". En *Academia.Edu*. Disponible en: http://academia.edu/1479718/The_Modern_Concept_of_Fashion_and_its_Origins_in_Romanticism [Consultado el 10 de mayo de 2016]

Forte, Vicente. (1925). "Estudio preliminar". En Lynch, Ventura. *Cancionero Bonaerense*. Buenos Aires: Imprenta de la Universidad, pp. V-XIV.

Galván Moreno, Carlos. (1944). *El Periodismo Argentino. Amplia y documentada historia desde sus orígenes hasta su presente*. Buenos Aires: Editorial Claridad.

García Berrio, Antonio. (1977). *Formación de la teoría literaria moderna, I: La tónica horaciana en Europa*. Madrid: CUPSA.

Gazaneo, Jorge y Scarone, Mabel. (1967). *Revolución Industrial y equipamiento urbano*. Buenos Aires: Instituto de Arte Americano e Investigaciones Estéticas, Universidad de Buenos Aires.

Gentile, María Beatriz. (2002). *La prensa insurgente en la Independencia Hispanoamericana. 1808-1830*. Tesis doctoral. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad Nacional de La Plata.

Gesualdo, Vicente. (1983). *Teatros del Buenos Aires antiguo*. Buenos Aires: Librería Platero.

Gluzman, Georgina y Munilla Lacasa, María Lía. (2017). “Imágenes globales/selecciones locales: las publicaciones periódicas europeas en los diarios porteños. El caso de El Recopilador y Andrea Macaire de Bacle”. En Szir, Sandra (ed.). *Ilustrar e imprimir. Notas para una historia de la cultura gráfica en Buenos Aires, 1830-1930*. Buenos Aires: Ampersand, pp. 23-52.

Goldgel, Víctor. (2010). “Caleidoscopios del saber. El deseo de variedad en las letras latinoamericanas del siglo XIX”. En *Estudios. Revista de investigaciones literarias y culturales*, vol. 18, N° 36, pp. 272-295.

----- (2013). *Cuando lo nuevo conquistó américa. Prensa, moda y literatura en el siglo XIX*. Siglo Veintiuno: Buenos Aires.

González Bernaldo de Quirós, Pilar. (1994). “Pedagogía societaria y aprendizaje de la Nación en el Río de la Plata”. En Annino, Antonio, Castro Leiva, Luis, Guerra, Francois-Xavier (dirs.). *De los imperios a las naciones: Iberoamerica*. Zaragoza: IberCaja, pp. 451-472.

----- (1999). “Vida privada y vínculos comunitarios: formas de sociabilidad popular en Buenos Aires, primera mitad del siglo XIX”. En Devoto, Fernando y Madero, Marta (dirs.). *Historia de la vida privada en la Argentina. Tomo 1. País antiguo. De la colonia a 1870*. Buenos Aires: Taurus, pp.143-163.

----- (2008). *Civilidad y política en los orígenes de la nación argentina*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

----- y González Leandri, Ricardo (2015). “Regulación pública de la acción social: Beneficencia y educación en el Río de la Plata independiente”. En González Leandri, Ricardo, González Bernaldo de Quirós, Pilar y Galera Gómez, Andrés (comps.). *Regulación social y regímenes de bienestar en América Latina (Siglos XIX-XX)*. Madrid: Polifemo, pp. 21-56.

Guerra, Diego. (2010). “Éramos pocos y parió el aura: fotografía y políticas de la imagen en los albores de la reproductibilidad masiva en la Argentina. *Caras y Caretas*, 1898-1910”. Ponencia presentada en la *II Seminario Internacional Políticas de la Memoria “Recordando a Walter Benjamin: Justicia, Historia y Verdad. Escrituras de la Memoria”*, Centro Cultural de la Memoria “Haroldo Conti”/ Archivo Nacional de la Memoria/Secretaría de Derechos Humanos de la Nación, Buenos Aires, 25-27 de octubre. Disponible en: http://conti.derhuman.jus.gov.ar/2010/10/mesa-24/guerra_mesa_24.pdf [Consultado el 9 de enero de 2019]

Guerra, Francois-Xavier. (1994). “La desintegración de la Monarquía hispánica: Revolución de Independencia”. En Annino, Antonio, Castro Leiva, Luis, Guerra, Francois-Xavier (dirs.). *De los imperios a las naciones: Iberoamérica*. Zaragoza: IberCaja, pp. 195-228.

----- (2003). “El ocaso de la monarquía hispánica: Revolución y desintegración”. En Annino, Antonio y Guerra, Francois-Xavier (coords.). *Inventando la Nación. Iberoamérica siglo XIX*. México: Fondo de Cultura Económica, pp.117-151.

Guiamet, Javier. (2016). "Imagen impresa en *La Vanguardia* en la década de 1920". En Delgado, Verónica y Rogers, Geraldine (eds.). *Tiempos de papel: Publicaciones periódicas argentinas (siglos XIX-XX)*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, pp. 81-101. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unledu.ar/libros/pm.488/pm.488.pdf> [Consultado el 13 de febrero de 2018]

Guillamón, Guillermina. (2014). "Reflexiones sobre música y política: lo visible y lo invisible de la *cultura musical* en las fuentes de principios de siglo XIX". En *Revista Electrónica de Fuentes y Archivos*, N° 5, pp. 129-141.

-----, (2016). "*Todo se dice en música*: La presencia de la estética romántica en la prensa musical porteña (Buenos Aires, 1837- 1838)". En *Revista Humanidades*, vol. 5, N° 1, pp. 1-40.

Guimarey, María. (2005). "Carnaval y poder: 'Katharsis desde arriba' en los carnavales de Rosas". Ponencia presentada en la *III Jornadas sobre Arte y Arquitectura en Argentina*, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad Nacional de La Plata. Disponible en: <http://sedici.unledu.ar/handle/10915/40760> [Consultado el 29 de abril de 2018]

Gutiérrez, Leandro y Romero, Luis Alberto. (1995). *Sectores populares, cultura y política: Buenos Aires en la entreguerra*. Buenos Aires: Sudamericana.

Habermas, Jürgen (2006 [1981]). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.

Hallstead, Susan. (2005). *Fashion Nation: The Politics of Dress and Gender in 19th Century Argentine Journalism (1829-1880)*. Tesis doctoral. Doctorado en Filosofía. Department of Hispanic Languages and Literatures. University of Pittsburgh.

Halperín Donghi, Tulio. (1985). *José Hernández y sus mundos*. Buenos Aires: Sudamericana/Instituto Torcuato Di Tella.

Hora, Roy. (2010). *Historia económica de la Argentina en el siglo XIX*. Buenos Aires: Siglo XXI.

----- y Losada, Leandro. (2011). "Clases altas y medias en la Argentina, 1880-1930. Notas para una agenda de investigación". En *Desarrollo Económico*, N° 200, pp. 611-630.

-----, (2014). "El turf como arena de disputa social. Jockeys y propietarios en el hipódromo argentino de fines del siglo XIX". En *Jahrbuch für Geschichte Lateinamerika*, N° 51, pp. 303-327.

Huizinga, Johan. (1980). *Homo Ludens. Study of the Play Element in Culture*. Londres: Routledge & Kegan Paul.

Huyssen, Andreas. (2006). "La cultura de masas como mujer: lo otro del modernismo". En *Después de la Gran División. Modernismo, cultura de masas, posmodernismo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora, pp. 89-120.

Iglesia, Cristina. (2014). "Echeverría: la patria literaria". En Iglesia, Cristina y El Jaber, Loreley (dirs.), Noé Jitrik (dir. gral.). *La patria literaria, Vol. 1 de Historia Crítica de la Literatura Argentina*. Buenos Aires: Emecé, pp. 351-383.

----- y Zuccotti, Liliana. (1997). "El estilo democrático: último grito de *La Moda*". En Mora. *Revista del Área Interdisciplinaria de Estudios de la Mujer*, N° 3, pp. 64-73.

Iñigo Carrera, Héctor. (1972). "El Club del Progreso: de Caseros a la Belle Epoque". En *Todo es Historia*, N° 57, pp. 68-91.

Iser, Wolfgang. (1980). *The Act of Reading: A Theory of Aesthetic Response*. London: Routledge & Kegan Paul.

Jauss, Hans Robert. (1981). "Estética de la recepción y comunicación literaria". En *Punto de Vista*, N° 12, pp. 34-40.

Jitrik, Noé. (1971). *José Hernández*. Colección La historia popular: vida y milagros de nuestro pueblo. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

Kalifa, Dominique, Régnier, Philippe, Thérenty, Marie-Eve, Vaillant, Alain (dir.). (2011). *La civilisation du journal. Histoire culturelle et littéraire de la presse française au XIXe siècle*. Paris: Nouveau Monde éditions.

Laera, Alejandra. (2003a). *El tiempo vacío de la ficción: Las novelas argentinas de Eduardo Gutiérrez y Eugenio Cambaceres*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

----- (2003b). "Géneros, tradiciones e ideologías literarias en la Organización Nacional". En Schwartzman, Julio (dir.), Noé Jitrik (dir. gral.). *La lucha de los lenguajes, Vol. 2 de Historia Crítica de la Literatura Argentina*. Buenos Aires: Emecé, pp. 407-438.

----- (dir.), Noé Jitrik (dir. gral.). (2010). *El brote de los géneros, Vol. 3 de Historia Crítica de la Literatura Argentina*. Buenos Aires: Emecé.

Lafforgue, Jorge. (1977). *Asesinos de papel: Ensayos sobre la narrativa policial*. Buenos Aires: Calicanto.

Lamborghini, Leónidas, "El gauchesco como arte bufo". En Schwartzman, Julio (dir.), Noé Jitrik (dir. gral.). *La lucha de los lenguajes, Vol. 2 de Historia Crítica de la Literatura Argentina*. Buenos Aires: Emecé, pp. 105-118.

Lanteri, Sol. (2011). *Un vecindario federal. La construcción del orden rosista en la frontera sur de Buenos Aires (Azul y Tapalqué)*. Córdoba: Centro de Estudios Históricos Prof. Carlos S. A. Segreti.

Lettieri, Alberto. (2006). *La construcción de la República de la opinión. Buenos Aires frente al interior en la década de 1850*. Buenos Aires: Prometeo.

Littau, Karin. (2008). *Teorías de la lectura. Libros, cuerpos y bibliomanía*. Buenos Aires: Manantial.

Lois, Élida. (2009). “El proceso textual del Martín Fierro”. En Hernández, José. *Martín Fierro*. Buenos Aires: Ediciones Colihue, pp. 292-312.

López Mato, Omar. (2005). *1874. Historia de una revolución olvidada*. Buenos Aires: Olmo Ediciones.

Losada, Leandro. (2006). “Sociabilidad, distinción y alta sociedad en Buenos Aires: Los clubes sociales de la elite porteña (1880-1930)”. En *Desarrollo Económico*, N° 180, pp. 547-572.

Lucero, Nicolás. (2003). “La guerra gauchipolítica”. En Schwartzman, Julio (dir.), Noé Jitrik (dir. gral.). *La lucha de los lenguajes, Vol. 2 de Historia Crítica de la Literatura Argentina*. Buenos Aires: Emecé, pp. 17-38.

Ludmer, Josefina. (2012 [1988]). *El género gauchesco. Un tratado sobre la patria*. Buenos Aires: Eterna Cadencia Editora.

Lyons, Martin. (1997). “Los nuevos lectores del siglo XIX: mujeres, niños, obreros” En Cavallo, Guglielmo y Chartier, Roger (dirs.). *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Madrid: Taurus, pp. 473-524.

----- (2012). *Historia de la lectura y de la escritura en el mundo occidental*. Buenos Aires: Editoras Del Calderón.

Lyon-Caen, Boris. (2011). “Écrire pour divertir”. En Kalifa, Dominique, Régnier, Philippe, Thérenty, Marie-Eve, Vaillant, Alain (dir.). *La civilisation du journal. Histoire culturelle et littéraire de la presse française au XIXe siècle*. Paris: Nouveau Monde éditions, pp. 793-809.

McKenzie, Donald F. (2002 [1981]) “Typography and Meaning: The Case of William Congreve”. *Making Meaning: 'Printers of the Mind' and Other Essays*. Amherst: University of Massachusetts Press, pp. 198–237.

Maggio Ramírez, Matías (2018). “La cultura impresa en el Buenos Aires virreinal. Un recorrido historiográfico”. En Peire, Jaime, AmAdori, Arrigo y ChAile, Telma (eds.). *Historiografías político-culturales rioplatenses. Itinerarios, enfoques y perspectivas recientes sobre el período colonial y la independencia*. Sevilla: Thémata/UNTREF/ICSOH, pp. 283-311.

Malosetti Costa, Laura y Gené, Marcela (comps.). (2009). *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*. Buenos Aires: Editorial Edhasa.

----- (2013). *Atrapados por la imagen. Arte y política en la cultura impresa argentina*. Buenos Aires: Editorial Edhasa.

Marún, Gioconda. (1983). *Orígenes del costumbrismo ético-social. Addison y Steele: antecedentes del artículo costumbrista español y argentino*. Miami: Ediciones Universal.

Marx, Karl. (1989 [1857]). *Introducción general a la crítica de la economía política*. México D.F.: Siglo XX.

Masiello, Francine. (1992). *Between Civilization & Barbarism. Women, Nation, and Literary Culture in Modern Argentina*. Lincoln: University of Nebraska Press.

Martínez Gramuglia, Pablo. (2010). "A la búsqueda de lectores: El Telégrafo Mercantil". En *Question*, N° 27, s/ Disponible en: <http://perio.unledu.ar/ojs/index.php/question/article/viewArticle/1000> [Consultado el 25 de octubre de 2017]

Marino, Marcelo. (2011). "Moda, cuerpo y política en la cultura visual durante la época de Rosas". En Baldasarre, María Isabel y Dolinko Silvia (eds.). *Travesías de la imagen. Historias de las artes visuales en la Argentina. Vol. I*. Buenos Aires: CAIA/UNTREF.

Martino, Luis M. (2008). "La Moda. Periodismo cultural bajo la divisa punzó". En *Actas del 10° Congreso Redcom*. Salta: Universidad Católica de Salta Campus Castañares. Disponible en: http://www.ucasal.net/unid-academicas/artes-y-ciencias/congresos/redcom10/archivos/redcom-ponencia/Eje5/Mesa5-6/Martino_PN_.pdf. [Consultado el 14 de abril de 2016]

Maturana, Carmen Luz. (2009). "La Comedia de Magia y los efectos visuales de la era pre-cinematográfica en el siglo XIX en Chile". En *Aisthesis*, N° 45, pp. 82-102. Disponible en: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/aisthesis/n45/art06.pdf> [Consultado el 20 de julio de 2018].

Meckler, Michael. (1997). "Elagabalus". En *De Imperatoribus Romanis* [en línea]. Disponible en: <http://www.roman-emperors.org/elagabal.htm> [Consultado el 3 de enero de 2019]

Megías, Alicia. (1998). "Prensa y formación de la opinión pública. Rosario a mediados del siglo XIX. En *Cuadernos del Ciesal*, N° 4, pp. 67-87. Disponible en: http://historiapolitica.com/datos/biblioteca/prensaxix_megias.pdf [Consultado el 25 de octubre de 2017]

Molina, Eugenia. (2005). "Civilizar la *sociabilidad* en los proyectos editoriales del grupo romántico al comienzo de su trayectoria (1837-1839)". En Batticuore, Graciela, Gallo, Klaus y Myers, Jorge. *Resonancias románticas. Ensayos sobre historia de la cultura argentina (1820-1890)*. Buenos Aires: Eudeba, pp. 151-166.
----- (2009). *El poder de la opinión pública. Trayectos y avatares de una nueva cultura política en el Río de la Plata, 1800-1852*. Santa Fe: Universidad Nacional del Litoral.

Molina, Hebe Beatriz. (2011). *Como crecen los hongos. La novela argentina entre 1838 y 1872*. Buenos Aires: Teseo.

Mollier, Jean-Yves. (2013). *La lectura y sus públicos en la Edad Contemporánea. Ensayos de historia cultural en Francia*. Buenos Aires: Ampersand.

Montaldo, Graciela. (2016). *El museo del consumo. Archivos de la cultura de masas argentina*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Munilla Lacasa, María Lía. (2013). *Celebrar y gobernar. Un estudio de las fiestas cívicas en Buenos Aires, 1810-1835*. Buenos Aires: Miño y Dávila editores.

----- (2018). “Leer, mirar, aprender: El mensajero de Londres de Rudolph Ackermann y la ampliación de la cultura visual en la Buenos Aires rivadaviana”. Ponencia presentada en *el III Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, IDES-UNSAM/UNC/CeDInCI/IdIHCS/CONABIP, 7-9 de noviembre.

Myers, Jorge. (1999). “Una revolución en las costumbres: las nuevas formas de sociabilidad de la elite porteña, 1800-1860”. En Devoto, Fernando y Madero, Marta (dirs.). *Historia de la vida privada en la Argentina. Tomo 1. País antiguo. De la colonia a 1870*. Buenos Aires: Taurus.

----- (2003). “‘Aquí nadie vive de las bellas letras’. Literatura e ideas desde el Salón Literario a la Organización Nacional”. En Schwartzman, Julio (dir.), Noé Jitrik (dir. gral.). *La lucha de los lenguajes, Vol. 2 de Historia Crítica de la Literatura Argentina*. Buenos Aires: Emecé, pp. 305-334.

----- (2004). “Identidades porteñas. El discurso ilustrado en torno a la nación y el rol de la prensa: *El Argos de Buenos Aires*, 1821-1825”. En Alonso, Paula (com). *Construcciones impresas. Panfletos, diarios y revistas en la formación de los estados nacionales en América Latina, 1820-1920*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, pp. 39-64.

Newland, Carlos. (1992). *Buenos Aires no es pampa: La educación elemental porteña 1820-1860*. Buenos Aires: Centro Editor Latinoamericano.

----- (1998). “Economic development and population change: Argentina, 1810-1870”. En Coatsworth, John H. and Taylor, Alan M. (eds.). *Latin America and the world economy since 1800*. Cambridge: Harvard University Press, pp. 207-222.

Orlove, Benjamin y Bauer, Arnold J. (1997a). “Giving importance to imports”. En Orlove, Benjamin (ed.). *The Allure of the foreign. Imported goods in postcolonial Latin America*. Ann Arbor: University of Michigan Press, pp. 1-29.

----- (1997b). “Chile in the Belle Epoque: Primitive producers, civilized consumers”. En Orlove, Benjamin (ed.). *The Allure of the foreign. Imported goods in postcolonial Latin America*. Ann Arbor: University of Michigan Press, pp. 113-149.

Ossorio y Bernard, Manuel. (1904). *Ensayo de un catálogo de periodistas españoles del siglo XIX*. Madrid: Imprenta y litografía de J. Palacios. Disponible en: <https://archive.org/details/ensayodeuncatlo00bernngoog> [Consultado el 23 de abril de 2018]

Oubiña, David. (2009). *Una juguetería filosófica. Cine, cronofotografía y arte digital*. Buenos Aires: Manantial.

Páez de la Torre, Carlos. (2013). “Un temible periodista de combate”. En *La Gaceta* [en línea], 19 de mayo, s/p. Disponible en: <https://www.lagaceta.com.ar/nota/545219/sociedad/temible-periodista-combate.html> [Consultado el 13 de enero de 2019]

Pagliai, Lucia. (2009). “La poesía gauchesca y su singularidad literaria”. En Hernández, José. *Martín Fierro*. Buenos Aires: Ediciones Colihue, pp. 279-291.

Parada, Alejandro. (2005). *El orden y la memoria en la librería Duportail hermanos: Un catálogo porteño de 1829*. Buenos Aires: UBA.

----- (2007). *Cuando los lectores nos susurran. Libros, lecturas, bibliotecas, sociedad y prácticas editoriales en la Argentina*. Buenos Aires: UBA.

----- (2008). *Los libros en la época del Salón Literario: El Catálogo de la Librería Argentina de Marcos Sastre [1835]*. Buenos Aires: Academia Argentina de Letras.

----- (2012). *El dédalo y su ovillo: Ensayos sobre la palpitante cultura impresa en la Argentina*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires-Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas.

Pas, Hernán. (2009). “La escritura de las imágenes: de El Recopilador (1836) Al Facundo (1845)”. En *Revista Chilena de Literatura*, N° 75, pp. 217-232. Disponible en: <https://cuadernosjudaicos.uchile.cl/index.php/RCL/article/view/1166/45491> [Consultado el 22 de enero de 2019]

----- (2010). *Literatura, prensa periódica y público lector en los procesos de nacionalización de la cultura en Argentina y en Chile (1828-1863)* [En línea]. Tesis doctoral. Doctorado en Letras. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad Nacional de La Plata. Disponible en: <http://www.fuentesmemoria.fahce.unledu.ar/tesis/te.356/te.356.pdf> [Consultado el 25 de octubre de 2017]

----- (2011). “La seducción de las imágenes. El ingreso de la litografía y los nuevos modos de publicidad en Latinoamérica”. En *Caracol*, N° 2, pp. 10-41.

----- (2013). *Sarmiento, redactor y publicista. Con textos recobrados de El Progreso (1842-1845) y La Crónica (1849-1850)*. Santa Fe: Ediciones UNL.

----- (2014). “Leer (con) imágenes. Litografías y prensa periódica en los procesos de lectura y escritura a mediados del siglo XIX en el Río de la Plata”. En Delgado, V.; Mailhe, A. y Rogers, G., (coords). (2014). *Tramas impresas: Publicaciones periódicas argentinas (XIX-XX)*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, pp. 64-79. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unledu.ar/libros/pm.376/pm.376.pdf> [Consultado el 13 de febrero de 2018]

----- (2016). “Variedades y escritura periódica. Notas para una historia del folletín en el Río de la Plata”. En Delgado, Verónica y Rogers, Geraldine (eds.). *Tiempos de papel: Publicaciones periódicas argentinas (siglos XIX-XX)*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, pp. 54-66. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unledu.ar/libros/pm.488/pm.488.pdf> [Consultado el 13 de febrero de 2018]

----- (2018a). “Eugène Sue en Buenos Aires. Edición, circulación y comercialización del folletín durante el rosismo”. En *Varia Historia*. N° 64, pp. 193-225.

----- (2018b). “El teatro de la opinión. Prensa política y lectura de después de la Revolución en el Río de la Plata”. Manuscrito en preparación.

----- (2018c). “Folletín y después. (La novelización de la prensa periódico en Argentina, 1845-1879)”. En *II Coloquio sobre siglo XIX. Nuevas perspectivas y herramientas críticas*. 2 y 3 de noviembre de 2018. Universidad Nacional de Mar del Plata/Katatay Red de Estudios Latinoamericanos. Mar del Plata

Pasino, Alejandra. (2013). "Buenos Aires - Cádiz - Londres: circulación y recepción de la legislación sobre libertad de imprenta (1810-1812)". En *PolHis: Boletín Bibliográfico Electrónico*, N° 12, pp. 83-94.

Pastormerlo, Sergio. (2006). "1880-1899. El surgimiento de un mercado editorial". En De Diego, José Luis (dir.). *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, pp. 1-28.

----- (2016). "Sobre la primera modernización de los diarios en Buenos Aires. Avisos, noticias y literatura durante la Guerra Franco-Prusiana (1870)". En Delgado, Verónica y Rogers, Geraldine (eds.). *Tiempos de papel: Publicaciones periódicas argentinas (siglos XIX-XX)*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, pp. 13-37. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unledu.ar/libros/pm.488/pm.488.pdf> [Consultado el 13 de febrero de 2018]

----- (2018). "La verdadera historia de la Hesperidina de Bagley. Sobre los comienzos de la publicidad en la prensa de Buenos Aires". En *II Coloquio sobre siglo XIX. Nuevas perspectivas y herramientas críticas*. 2 y 3 de noviembre de 2018. Universidad Nacional de Mar del Plata/Katatay Red de Estudios Latinoamericanos. Mar del Plata.

Pearson, Jacqueline (1999). *Women's reading in Britain 1750-1835. A dangerous recreation*. Cambridge, Massachusetts: Cambridge University Press.

Planas, Javier. (2017). *Libros, lectores y sociabilidades de lectura: Una historia de los orígenes de las bibliotecas populares en la Argentina*. Buenos Aires: Ampersand.

Poblete, Juan. (2000). "Lectura de la sociabilidad y sociabilidad de la lectura: La novela y las costumbres nacionales en el siglo XIX". En *Revista De Crítica Literaria Latinoamericana*, N° 52, pp. 11-34. Disponible en: <http://search.proquest.com/docview/748671334?accountid=11547> [Consultado el 25 de octubre de 2017]

----- (2003). "Lectura y experiencia de lo nacional: los almanaques en el siglo XIX chileno". En Schidt-Welle, Friedhelm (ed.). *Ficciones y silencios fundacionales. Literaturas y culturas poscoloniales en América Latina (siglo XIX)*. Madrid: Iberoamericana/Vervuert, pp. 285-297.

----- (2016). "De la lectura como práctica histórica en América Latina: la primera época colonial y el siglo XIX". En *Cuadernos de Literatura*, N° 39, pp. 57-94.

Prestigiacomo, Raquel y Uccello, Fabián. (2001). *La pequeña aldea. Vida cotidiana en Buenos Aires, 1800-1860*. Buenos Aires: Eudeba.

Prieto, Adolfo. (1956). *Sociología del público argentino*. Buenos Aires: Leviatán.

----- (1994). "Sarmiento: Casting the Reader, 1839-1845". En Halperín Dongui, Tulio, Jaksic, Iván, Kirkpatrick, Gwen, Masiello, Francine (eds.). *Sarmiento. Author of a Nation*. Los Angeles: University of California Press, pp. 259-271.

----- (2006 [1988]). *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*. Buenos Aires: Siglo XXI.

----- (2014 [1968]). *Literatura y subdesarrollo: Notas para un análisis de la literatura argentina*. Buenos Aires: Eudeba.

Quereilhac, Soledad. (2016). *Cuando la ciencia despertaba fantasías: prensa, literatura y ocultismo en la Argentina de entresiglos*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Rama, Ángel. (1982). *Los gauchipolíticos rioplatenses*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

Rivera, Jorge. (1971). "El folletín y la novela popular". En *Capítulo universal. Literatura contemporánea*, N°35. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

-----, (1979). "Estudio Preliminar". En Hernández, José. *Martín Fierro*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

Rocchi, Fernando. (1999). "Inventando la soberanía del consumidor: publicidad, privacidad y revolución del mercado en Argentina, 1860-1940". En Devoto, Fernando y Madero, Marta (dirs.). *Historia de la vida privada en la Argentina. Tomo 2. La Argentina plural: 1870-1930*. Buenos Aires: Taurus.

-----, (2000). "Un largo camino a casa...". En Suriano, J. (Com) *La cuestión social en Argentina. 1870-1934*. Buenos Aires: La Colmena

-----, (2006). *Chimneys in the desert. Industrialization in Argentina during the export boom years, 1870-1930*. Stanford: Stanford University Press.

Rodríguez Lehmann, Cecilia. (2013). *Con trazos de seda. Escrituras banales en el siglo XIX*. Caracas: Fundavag Ediciones.

Rodríguez Pérsico, Adriana. (2003). "Juan Bautista Alberdi: nación y razón". En Schwartzman, Julio (dir.), Noé Jitrik (dir. gral). (2003). *La lucha de los lenguajes, Vol. 2 de Historia Crítica de la Literatura Argentina*. Buenos Aires: Emecé, pp. 279-304.

Rogers, Geraldine. (2008). *Caras y Caretas: Cultura, política y espectáculo en los inicios del siglo XX argentino*. La Plata: EDUL Disponible en:

<http://www.memoria.fahce.unledu.ar/libros/pm.413/pm.413.pdf> [Consultado el 13 de febrero de 2018]

Roman, Claudia. (2003). "La prensa periódica. De La Moda (1837-1838) a La Patria Argentina (1879-1885)". En Schwartzman, Julio (dir.), Noé Jitrik (dir. gral). (2003). *La lucha de los lenguajes, Vol. 2 de Historia Crítica de la Literatura Argentina*. Buenos Aires: Emecé, pp. 439-468.

-----, (2010). *La prensa satírica Argentina del Siglo XIX: palabras e imágenes*. Vol. 1 y 2. Tesis doctoral. Doctorado en Letras. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Buenos Aires.

-----, (2016). "Diseños Transnacionales. La prensa satírica en la guerra de la Triple Alianza (1865-1870)". En *Literatura y Lingüística*, N° 34, p. 131-150.

-----, (2017). *Prensa, política y cultura visual. El Mosquito (Buenos Aires 1863-1893)*. Buenos Aires: Ampersand.

Romano, Eduardo. (2004). *Revolución en la lectura. El discurso periodístico-literario de las primeras revistas ilustradas rioplatenses*. Buenos Aires: Catálogos/El Calafate Editores.

Romano, María Laura. (2018). "Periódicos no ilustrados. Una lectura de la prensa rioplatense del siglo XIX". En *Perífrasis*, Vol. 9, N° 17, pp. 12-26.

Romiti, Elena. (2011). "Los derechos de la mujer y la escritura". En *Synapsis*, s/n, pp. 20-34. Disponible en:
http://biblioteca.unedteruel.org/la_biblioteca_recomienda/rev_synapsys_0.pdf#page=20
[Consultado el 13 de febrero de 2018]

Rubione, Alfredo (comp.). (1983). *En torno al criollismo*: Ernesto Quesada, "El criollismo en la literatura argentina" y otros textos. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

Sabato, Hilda. (1989). *Capitalismo y ganadería en Buenos Aires: la fiebre del lanar 1850-1890*. Buenos Aires: Sudamericana.

----- (2004 [1998]). *La política en las calles. Entre el voto y la movilización. Buenos Aires, 1862-1880*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes Editorial.

----- (2008). *Buenos Aires en armas. La revolución de 1880*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Sabor, Josefa Emilia. (1995). *Pedro de Ángel y los orígenes de la bibliografía argentina: ensayo bio-bibliográfico*. Buenos Aires: Ediciones Solar.

Said, Edward W. (1983). "Traveling theory". En *The World, the Text and the Critic*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, pp. 226-247.

Salvatore, Ricardo. (1996). "Fiestas Federales: Representaciones de la República en el Buenos Aires rosista". En *Entre pasados. Revista de historia*, N° 11, pp. 45-68.

Sanson, Rosamonde. (2011). "La presse féminine". En Kalifa, Dominique, Régnier, Philippe, Thérenty, Marie-Eve, Vaillant, Alain (dir.). *La civilisation du journal. Histoire culturelle et littéraire de la presse française au XIXe siècle*. Paris: Nouveau Monde éditions, pp. 523-542.

Sarlo, Beatriz. (1979). "Raymond Williams y Richard Hoggart: sobre cultura y sociedad". En *Punto de Vista*, N° 6, pp. 9-18.

----- (1985). *El imperio de los sentimientos: Narraciones de circulación periódica en la Argentina [1917-1927]*. Buenos Aires: Catálogos.

Schvartzman, Julio (dir.), Noé Jitrik (dir. gral.). (2003). *La lucha de los lenguajes, Vol. 2 de Historia Crítica de la Literatura Argentina*. Buenos Aires: Emecé.

----- (2013). *Letras Gauchas*. Buenos Aires: Eterna Cadencia.

Schwarz, Roberto. (2014 [1972]). "Las ideas fuera de lugar". En *Meridional. Revista Chilena de Estudios Latinoamericanos*, N° 3, pp. 183-199.

Seibel, Beatriz. (1993). *Historia del Circo*. Buenos Aires: Ediciones del Sol.

Sorá, Gustavo (2011/2012). "El Libro y la edición en Argentina. Libros para todos y modelo hispanoamericano". En *Políticas de la Memoria*, N° 10/11/12, pp. 125-142.

Subercaseaux, Bernardo. (2000). “Las mujeres también escriben malas novelas (Sujeto escindido e híbrido narrativo)”. En *Revista chilena de literatura*, N° 56, pp. 93-104.

Steimberg, Oscar. (2001). “Sobre algunos temas y problemas del análisis del humor gráfico”. En *Signo y Seña*, N° 12, pp. 99-118.

Szir, Sandra. (2006). *Infancia y cultura visual. Los periódicos ilustrados para niños (1880-1910)*. Buenos Aires: Miño y Davila.

-----, (2010). “De la cultura impresa a la cultura de lo visible. Las publicaciones periódicas ilustradas en Buenos Aires en el Siglo XIX”. Colección Biblioteca Nacional Estudios, vol. 18, N° 36, pp. 1-31.

-----, (2016). “Propósitos representativos nacionales, ‘bellas artes’ y reproducción de imágenes en *La Ilustración Argentina* (1881-1887)”. En Delgado, Verónica, Rogers, Geraldine (eds.). (2016). *Tiempos de papel: Publicaciones periódicas argentinas (siglos XIX-XX)*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, pp. 38-53. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unledu.ar/libros/pm.488/pm.488.pdf> [Consultado el 13 de febrero de 2018]

-----, (2017). “Imágenes y tecnologías entre Europa y la Argentina. Migraciones y apropiaciones de la prensa en el siglo XIX”. En *Nuevo Mundo Mundos Nuevos* [en línea], Dossier “Images, mémoires et sons”, s/p. Disponible en: <http://journals.openedition.org/nuevomundo/70851> [Consultado el 9 de enero de 2019]

Telesca, Ana María y Amigo, Roberto. (1997). “La curiosidad de los porteños. El público y los temas de las vistas ópticas de representación en el Estado de Buenos Aires (1852-1862)”. En *Historia de la Fotografía. Memoria del V Congreso de Historia de la Fotografía en la Argentina*. Buenos Aires: Comité Permanente para los Congresos de Historia de la Fotografía en Argentina, pp. 33-36.

Tell, Verónica. (2011). “Sitios de cruce: lo público y lo privado en imágenes y colecciones fotográficas de fines del siglo XIX”. En Baldasarre, María Isabel y Dolinko, Silvia (eds.). *Travesías de la imagen. Historias de las artes visuales en la Argentina*. Buenos Aires: Archivos del CAIA, pp. 209-233.

-----, (2011/2012). “Políticos en campaña, imágenes en acción: la disputa por los votos de Buenos Aires en 1877”. En *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana “Dr. Emilio Ravignani”*, Tercera serie, N° 35/36, pp. 46-65.

Thompson, E. P. (1989). “Tiempo, disciplina de trabajo y capitalismo industrial”. En *Tradición, revuelta y consciencia de clase: Estudios sobre la crisis de la sociedad preindustrial*. Barcelona: Crítica.

Trostiné, Rodolfo. (1953). *Bacle*. Buenos Aires: Asociación Libreros Anticuarios de la Argentina.

Vázquez, Ana Eugenia. (2015). “Lectores de novelas, lectores de traducciones. La circulación del libro extranjero en el Río de la Plata entre 1820 y 1830”. En *Actas del IX Congreso Internacional Orbis Tertius de Teoría y Crítica Literaria*, Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación.

Vincens, María. (2014). "Pasiones prohibidas: lectoras, consumo y periodismo en la Argentina de 1880". En *Badebec*, vol. 4, N° 7, pp. 85-108.

Wasserman, Fabio. (2008). *Entre Clio y la polis: conocimiento histórico y representaciones del pasado en el Río de la Plata 1830-1860*. Buenos Aires: Teseo.

Weill, Georges. (1962). *El Periódico. Orígenes, evolución y función de la prensa periódica*. México: UTEHA.

Weinberg, Félix. (1958). *El Salón Literario*. Buenos Aires: Librería Hachette.

----- (1987). "Estudio preliminar". En Sarmiento, Domingo Faustino. *Educación Común*. Buenos Aires: Ediciones Solar.

Williams, Raymond. (2000 [1976]). *Palabras Claves. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*. Buenos Aires: Nueva Visión.

----- (2001 [1973]). *El campo y la ciudad*. Buenos Aires: Paidós.

----- (2003 [1961]). *La larga revolución*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Williams, Rosalind. (1982). *Dream Worlds: Mass consumption in late nineteenth-century France*. Berkeley: University of California Press.

Wittmann, Reinhard. (1998). "¿Hubo una revolución de la lectura a finales del siglo XVIII?". En Cavallo, Guglielmo y Chartier, Roger (dirs.). *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Madrid: Taurus, pp. 437-472.

Wolkowicz, Vera. (2010). "Ópera italiana en Buenos Aires hacia fines del rosismo: documentación y recepción crítica". Ponencia presentada en la *VII Semana de la Música y la Musicología: Jornadas interdisciplinarias de investigación: La ópera: palabra y música*. Instituto de Investigación Musicológica "Carlos Vega", Departamento de Letras de la Facultad de Filosofía y Letras, Facultad de Artes y Ciencias Musicales, Universidad Católica Argentina, 20-22 de octubre. Disponible en:

<http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/ponencias/opera-italiana-rosismo.pdf>

[Consultado el 13 de febrero de 2018].

Anexo A

Fichas de trabajo de las publicaciones periódicas citadas en la investigación (ordenadas alfabéticamente por título)

Nombre	<i>Álbum de Señoritas</i>
Leyenda adicional	“Periódico de literatura, modas, bellas artes y teatros”.
Números	8
Inicio	1° de enero de 1854
Cierre	17 de febrero de 1854
Imprenta	Imprenta Americana (Santa Clara 66)
Comercialización	S/D
Oficina	S/D
Redacción	Juan Manso (redactora)
Frecuencia	Semanal
Tirada	S/D
Formato	8 páginas. 2 columnas de texto.
Imágenes	No ilustrado
Observaciones	Cada número reza debajo del título “El programa y condiciones de esta publicación se encuentran en la última página”, pero las mismas no fueron impresas o no han sido conservadas.

Nombre	<i>Correo de las Niñas (primera época)</i>
Leyenda adicional	<p>“Periódico semanal. Revista de modas, teatros, bailes, paseos, & &.”</p> <p>A partir del N° 23, “Semanario del domingo”.</p> <p>A partir del N° 148, “Fundado el 12 de septiembre de 1868 por Máximo López Torres”.</p>
Números	Más de 176 editados (colección incompleta)
Inicio	6 de septiembre de 1868
Cierre	Sin poder recuperar el último número, especulamos que la publicación cerró entre la fecha del último número consultado (23 de marzo de 1873) y el inicio de la segunda época (13 de junio de 1875)
Imprenta	<p>Imprenta de El Pueblo Argentino (Victoria 87).</p> <p>A partir del N° 11, Imprenta del Plata (Potosí 198).</p> <p>A partir del N° 63, Imprenta de la Discusión, (Potosí 198).</p> <p>A partir del N° 142, Litográfica a Vapor Boldt y Stock (Potosí 223).</p> <p>A partir del N° 178, Imprenta del Orden (Tacuañi 74)</p>
Comercialización	<p>\$1, venta general al voceo</p> <p>A partir del N° 88 se complementa con suscripción (\$10 mensuales o \$100 anuales).</p> <p>Entre el N° 113 y el N° 116 el periódico pasa a costar \$2. Debido a la impopularidad de la medida, regresa en el N° 117 a \$1.</p> <p>A partir del N° 161 desaparece de la tapa el precio del número suelto, quedando la suscripción a \$10 y \$25 pesos trimestral.</p>
Oficina	<p>Hasta el N° 103, no lista domicilio</p> <p>A partir del N° 104, Tacuarí 29 1/2.</p> <p>A partir del N° 108, Potosí 198.</p> <p>A partir del N° 141, deja de listar domicilio.</p> <p>A partir del N° 178, Piedad 20 (Litografía Boldt).</p>
Redacción	<p>Jefes de redacción, “Fray Capadocio” (Máximo López Torres), “Zorela” (Severo Ortiz) y posteriormente “Figarillo”.</p> <p>A partir del N° 22, “Fray Capadocio”, “Zorela” y “Figarillo” se retiran para dejar al frente a “Arion, Tirabeque y D. Cáustico”.</p> <p>A partir del N° 24, se incorpora Gabriel Marcelina como ilustrador, solo por dos números.</p> <p>A partir del N° 26, se reincorpora “Fray Capadocio”.</p> <p>A partir del N° 34, “Fray Capadocio” queda como único redactor en jefe.</p> <p>A partir del N° 37, se incorpora “Heliogábalo” (Benjamin Posse) como redactor junto al “Fray”.</p> <p>A partir del N° 54, comienza a figurar como “Editor Responsable” Antonio D’Emery al final del periódico, aunque en el titular siguen como redactores en jefe “Fray Capadocio” y “Heliogábalo”.</p> <p>A partir del N° 63, se suma “D’Artagnan”, el ilustrador Ventura Lynch (h). En el N° 66, se suma como redactor.</p> <p>A partir del N° 110, se incorpora Adolfo Massot a la redacción, firma como “Talmer”.</p>

	<p>A partir del N° 129, se retira Adolfo Massot de la redacción.</p> <p>En el N° 136, se informa de la muerte del fundador y jefe de redacción “Fray Capadocio”.</p> <p>A partir del N° 141, figuran “Heliogábalo” como “Director/Redactor” y “D’Artagnan” como “Redactor en jefe”</p> <p>A partir del N° 146, se despide “D’Artagnan” de la redacción.</p> <p>A partir N° 147, se suma “Abd-Allah” como “Redactor en jefe” y “Clerice” como ilustrador.</p> <p>A partir del N° 158, regresa “D’Artagnan” como “Redactor en jefe”, reemplazando a “Abd-Alla”.</p> <p>A partir del N° 174, “E. Peregrino” queda a cargo de la redacción.</p> <p>A partir del N° 176, se despide <i>El Peregrino</i> y regresan “Heliogábalo” y “D’Artagnan”.</p> <p>A partir del N° 178, se suma a “Heliogábalo” y “D’Artagnan” como “Director y Administrador” A. Castro.</p>
Frecuencia	Semanal. Sale los domingos, aunque en algún período cambia a los sábados.
Tirada	<p>En el N° 11 se escribe que se venden entre 1.500, 1.600 ejemplares en el norte de la ciudad y entre 1.100, 1.200 en el sud.</p> <p>En el número extraordinario del 1° de enero de 1869 se celebra la edición de 10,600 ejemplares.</p> <p>En el N° 32 se habla de 3300 ejemplares vendidos.</p> <p>Al cumplir un año, en el N° 53 se describe haber comenzado con 600 ejemplares vendidos y ya haber llegado a 6.000.</p> <p>En el N° 62, se reitera que se venden 6.000 y se advierte que solo vendiendo 10.000 es solventable la incorporación de litografía.</p> <p>En el N° 72 se reconoce no haber llegado a esa marca.</p>
Formato	<p>4 páginas. 3 columnas de texto.</p> <p>A partir del N° 34, pasa a tener 4 columnas de texto.</p> <p>A partir del N° 72, el periódico se ve reducido a una sola hoja formato “sabana”, a 7 columnas de texto con letra diminuta.</p> <p>A partir del N° 78, regresa al formato anterior con 4 paginas, 4 columnas, de texto pero mantiene la hoja “sabana”.</p> <p>A partir del N° 96, se duplican las páginas a 8, utilizándose el espacio extra para publicidad.</p> <p>A partir del N° 100, regresa a 4 páginas, pero dedica una entera a publicidad.</p> <p>A partir del N° 104, se incorpora tapa toda ilustrada, 8 paginas, mucha dedicadas a publicidad.</p> <p>A partir del N° 108, regresa a 4 páginas y pierde la tapa ilustrada.</p> <p>A partir del N° 126, regresa a 3 columnas de texto.</p> <p>A partir del N° 141, reinstala la tapa y contratapa ilustrada, regresa a las 3 columnas de texto.</p>
Imágenes	Incluye ilustraciones entre N° 24 y N° 25; del N° 63 al N° 171 [sic]; del N° 87 al N° 116; del N° 126 al N° 133. La última, y hasta donde sabemos definitiva, introducción de la litografía en el semanario se dio en el N° 141. En el breve interregno donde “El Peregrino” quedó a cargo de la redacción en dos números (N° 174 y N° 175).

Observaciones	<p>Se publican las siguientes novelas por entregas, todas dejadas inconclusas:</p> <p>En el N° 34 y 35, “La Cinta Negra, Leyenda de Amor”, anónimo.</p> <p>Entre el N° 72 y el N° 85, “Lahire. Novelita continuacion de la juventud de Enrique IV” por” D’Artañan”.</p> <p>Entre N° 141 y N° 144, “La Reconquista. Novela Histórica” también de “D’Artagnan”.</p> <p>En N° 68, N° 153 y N° 155 se reemplaza la ilustración por partituras musicales.</p> <p>En el N° 91 se ofrece una “Prima” mensual como beneficio de la suscripción. En el N° 96 se informa que la “Prima” pasa a ser trimestral.</p> <p>En el N° 164, se incorporan publicidades ilustradas, con el anuncio de un fotógrafo con domicilio en Calle de la Victoria 528. Posteriormente se publicitan también Sombreros Perissé.</p> <p><i>El Correo de las Niñas</i> experimentará otras encarnaciones luego de la primera época:</p> <p>Una segunda época que duró solo 6 números entre el 13 de junio de 1875 y el 18 de julio de 1875.</p> <p>Una tercer época que alcanzó 65 números entre el 09 de julio de 1876 y el 07 de octubre de 1877.</p> <p>Una cuarta, quinta y sexta época de la cuales no tenemos registro.</p> <p>Una séptima época de la que sobreviven solo un puñado de números editados entre el 6 de marzo y 31 de julio de 1881.</p> <p>También encontramos la referencia de <i>El nuevo correo de las niñas: revista de literatura, crónicas, teatros, modas, variedades y noticias</i>, lanzado en 1883.</p>

Nombre	<i>Correo del Domingo</i> (primera época).
Leyenda adicional	Periódico literario ilustrado.
Números	210
Inicio	1° de enero de 1864
Cierre	5 de enero 1868
Imprenta	Imprenta del Siglo (Victoria 152)
Comercialización	\$30 por suscripción mensual; \$10 por número suelto.
Oficina	S/D
Redacción	José María Cantilo (director), ilustraciones de Henri Meyer. En el N° 36 se listan como colaboradores a Bartolomé Mitre, Juan María Gutiérrez, Juan Carlos Gómez, José Mármol, Luis L. Domínguez, Félix Frías, José Barros Pazos, José P. Ramírez, José Manuel Estrada, Nicolás Avellaneda, Ricardo Gutiérrez, Domingo F. Sarmiento (h), Santiago Estrada, Nicolás Granada.
Frecuencia	Semanal. Salía los domingos
Tirada	S/D
Formato	16 páginas. 2 columnas de texto. A partir del N° 175 (falta) y N° 176, pasa a tener 3 columnas de texto.
Imágenes	Portada, contratapa y páginas interiores ilustradas con litografía.
Observaciones	Numeración continuada de las páginas, diseñada para ser encuadernada en 8 volúmenes que equivalen a seis meses de semanarios cada uno. En el N° 122 incluye ilustración a color. En el N° 153 se incluye una partitura en la página central. Centrándose en la literatura, se publican muchas novelas por entregas a lo largo de cuatro años. Esta lista es necesariamente incompleta debido a que no pudimos consultar una colección completa: “París en América. Traducido para el Correo del Domingo de la 10° edición francesa”, por Dr. René Lefebvre, 14 entregas “Preciosa” por J. F. de Saint German 3 entregas “La Venganza”, por Alberto Blest Gana, entre el N° 33 y el N° 36. “El Coro de Anjeles”, por Pedro Antonio de Alarcon, comienza en el N° 37, 2 entregas “Martin Rivas. Novela de costumbres politico-sociales” por Alberto Blest Gana, comienza en el N° 41, 12 entregas en volumen 2 y continua en el 3 “La Palma del Martirio. Novela traducida del frances”, anónima, entre el N° 68 y N° 69. “El Alferez Alonso Diaz de Guzman” por José Victorino Lastarria, entre el N° 68 y N° 69. “Clara y Margarita. Novela traducida del frances”, anónima, no

	<p>tenemos datos de en que ejemplar comienza o termina (aparece entrega en N° 70)</p> <p>“Diario de un médico. El boxer, ó el Luchador, y la niña”, anónimo, no hay datos de donde comienza y termina en N° 77.</p> <p>“El mendigo”, por José Victorino Lastarria, entre N° 74 y N° 77.</p> <p>“El Manuscrito del Diablo”, por José Victorino Lastarria, entre N° 78 y N° 80</p> <p>“La Cena en Casa de un Nigromantico. Imitación de un cuento alemán”, anónimo, no hay datos de donde comienza y termina en N° 79.</p> <p>“Aritmética en el Amor. Novela de costumbres”, por Alberto Blest Gana, comienza en el N° 82 y termina entre el N° 101 y el N° 105.</p> <p>“El Asesino de Albertina Renouf”, por Henrique Riviere, comienza en el N° 82 y termina luego del N° 85.</p> <p>“Diario de un médico - Desliz y arrepentimiento”, por anónimo, 4 entregas</p> <p>“La Sombra del gato (carta de una viuda)”, por Manuel Fernandez y Gonzalez, comienza entre el N° 107 y termina en el N° 114.</p> <p>“Margarita Pusterla”, por Cesar Cantú, entre N° 114 y N° 131.</p> <p>“La flor de la tumba”, obra teatral por Santiago de Estrada, entre N° 130 y N° 132.</p> <p>“Los Borrachos”, por Don Antonio de Trueba, entre N° 133 y N° 134.</p> <p>“El frac azul”, por Enrique Pérez Escrich, entre N° 135 y N° 148.</p> <p>“Diva. Perfil de mujer. Publicado por G.M. Traducido del portugués para el Correo del Domingo por la Señorita E.G”, entre N° 139 y N° 147.</p> <p>“Madama Roland (fragmento de Los Girondinos)”, de Alphonse Lamartine, entre N° 152 y N° 155.</p> <p>“De Madrid a Napoles”, por Don Pedro Antonio Alarcon, entre el N° 149 y N° 210.</p> <p>“Dos Destinos. Traducida del frances para el Correo del Domingo por la señorita J.M. y dedicada al padre”, por por A. Labutte, entre N° 157 y N° 165.</p> <p>“Esperanza”, por Nicolas Granada, entre el N° 153 y N° 165.</p> <p>“La felicidad doméstica”, de Antonio de Trueba, entre N° 161 y N° 167.</p> <p>“Los hijos de la fe”, por Enrique Pérez Escrich, comienza en el N° 167 y termina en el N° 201 o el N° 202.</p> <p>“Oakland ó los Guerrillas del Shenandoah, episodio de la guerra de los Estados Unidos, por un amiga traductora B. M. y V. para el Correo del Domingo”, anónimo, entre N° 178 y N° 181.</p> <p>“José Antonio Sucre, apuntes biográficos”, por M. Ancizar, entre N° 188 y N° 194.</p>
--	---

Nombre	<i>Diario de Avisos</i>
Leyenda adicional	“Periódico comercial y literario”
Números	S/D
Inicio	1849
Cierre	1852
Imprenta	Imprenta de D. José María Arzac (Reconquista 12)
Comercialización	\$25 por suscripción mensual, \$30 para “suscriptores fuera de estramuros”. Número suelto \$2. Para los suscriptores los anuncios cuestan la mitad de su valor.
Oficina	S/D
Redacción	José María Arzac (propietario)
Frecuencia	Diaria, excepto los días Domingo y “días de fiesta”
Tirada	S/D
Formato	4 páginas. 5 columnas de texto. Incluye novelas por entrega para recortar y encuadernar en la “Biblioteca del Diario de Avisos”.
Imágenes	No ilustrado, con clisés en avisos.
Observaciones	<p>Tan solo pudimos observar unos cuantos números sueltos de 1849 y 1850.</p> <p>En el N° 585, incluye instrucciones de baile en una página desplegable.</p> <p>Novelas por entregas en el folletín de la primera página y en la “Biblioteca del Diario de Avisos”. Ejemplos de novelas editadas en el folletín son:</p> <p>“El castillo del Diablo, o El Aventurero” de Eugenio Sue (traducción de Pedro Reynes), entre el N° 89 y el N° 218.</p> <p>“La Muger mas dichosa del mundo, traducido del francés para el ‘Diario de Avisos’”, anónimo, entre N° 222 y N° 320.</p> <p>“Un Matrimonio de Paris”, sin autor. Entrega 40 en el N° 520 y termina entre N° 564 y N° 571.</p> <p>“La Rueda de la Fortuna”, sin autor, comienza en N° 571.</p> <p>“Angel Pitou”, sin autor. En el N° 830 se encuentra la entrega 62 y parece terminar en el N° 937.</p> <p>Ejemplos de novelas publicadas como parte de la “Biblioteca del Diario de Avisos”. Dificulta reconstruir la literatura editada debido a que las entregas han sido recortadas por los lectores:</p> <p>“La Guerra de las Mugerres. Novela histórica escrita en francés y traducida al español por D. Victor Balaguer”, por Alejandro Dumas. El “Tomo Primero” termina en el N° 221 y termina antes del N° 431.</p> <p>“El Hijo del Diablo”, por Pablo Feval. Entrega 42 en el N° 431, y en el N° 843 se encuentra la entrega 51 del tomo V.</p> <p>“Cantos a Mayo”, anónimo. En el N° 940 se encuentra la tercera entrega. En el N° 952, última disponible, se encuentra la entrega 14.</p>

Nombre	<i>Diario de la Tarde</i>
Leyenda adicional	“Periódico comercial, político y literario”.
Números	Nº 6132 del 25 de febrero de 1852 (último ejemplar visto)
Inicio	16 de mayo de 1831
Cierre	Febrero de 1852
Imprenta	Imprenta Argentina (Piedras 31, luego Calle de la Universidad 37).
Comercialización	<p>\$5 por suscripción mensual, incluye tres avisos gratis.</p> <p>A partir del Nº 332, \$7 por suscripción mensual, 3 reales número suelto.</p> <p>Entre 1838 y 1840 (faltan en colección) el precio aumenta a \$10 por suscripción mensual, 4 reales número suelto.</p> <p>A partir del Nº 2813 el precio aumenta a \$12 por suscripción mensual, 6 reales número suelto.</p> <p>Entre el Nº 3737 y el Nº 3753 el precio aumenta a \$15 por suscripción mensual, \$1 número suelto.</p> <p>A partir del Nº 5092 el precio aumenta a \$2 por número suelto, no se detalla suscripción.</p> <p>A partir del Nº 5389 el precio aumenta a \$20 por suscripción mensual, \$2 número suelto.</p>
Oficina	En la Imprenta.
Redacción	<p>Pedro Ponce (editor)</p> <p>Entre el Nº 4310 y Nº 4314 sale Pedro Ponce y entra Simón Méndez como editor.</p> <p>En 1849 entra como editor Lázaro Almada.</p> <p>Último redactor fue Federico de La Barra, según Galván Moreno (1944).</p>
Frecuencia	Diaria, excepto domingos.
Tirada	S/D
Formato	<p>2 páginas. 3 columnas de texto.</p> <p>A partir del Nº 332, se expande a 4 páginas.</p> <p>Entre Nº 640 y Nº 781 (faltan en colección), cambia a un formato de página más ancho e incorpora una grabado en el encabezado</p> <p>En algunos ejemplares luego del Nº 2671 se retrotrae a una edición de 2 páginas, para luego vuelve a 4.</p> <p>Para la década de 1840 pasa a tener 4 columnas de texto.</p> <p>Entre los Nº 4911 y Nº 5047 aparecen ejemplares compuesto solo por avisos publicitarios y entregas de novelas seriadas.</p> <p>Entre los Nº 5279 y Nº 5388 se edita en un formato reducido y más corto.</p> <p>A partir Nº 5389, el periódico vuelve tener páginas más largas</p>
Imágenes	No ilustrado, con clisés en avisos.
Observaciones	<p>“El Judío Errante” de Eugene Sue, entrega en Nº 4491.</p> <p>“Album Universal”, colección de textos sueltos. En el Nº 4626 la entrega incluye “Varios Caracteres” por D. Mariano José de Larra y “Viajes-Oceano Pacifico. El Rey Nerón, gefe supremo de las Islas Masacres”.</p> <p>“Pulpete y Balbeja. Historia contemporanea de la Plazuela de Santa Ana” por D. Serafin Calderon, entrega en el Nº 4627.</p> <p>“El Puente de los Novios. Historia Genovesa” (Imitación de Felice</p>

	<p>Romani), entrega en el N° 4628.</p> <p>“El Rey de las Selvas. Leyenda de Ruerga”, anónimo, entrega en el N° 4629.</p> <p>Colección de textos sueltos sin autor, entre ellos “El Nasico (Correspondencia particular)” y “Salvator Rosa”, entrega en N° 4632; “Episodio Marítimo de 1793. El capitán Dur-a-Cuire”, entrega en el N° 4633; “America del Sur-Simon Bolívar”, entrega en el N° 4634; “Un Corsario, en Tiempo de Felipe II”, entrega en el N° 4634; “El Gran Buho”, entrega en el N° 4636; “El Maelstrom (1)”, entrega en el N° 4637; “Antigüedades de Mérida” de D. Mariano José de Larra, entrega en el N° 4638;</p> <p>“Estudios sobre las costumbres españolas” de Patricio de la Escosura, entrega en el N° 4641; “Una Colonia de Catalanes”, entrega en el N° 4645; “Bonaparte o Buonaparte [Napoleón]”, entrega en el N° 4646; “El Zapatero de Sevilla”, entrega en el N° 4651; “El Castell [texto incompleto por periódico dañado]” de D. Mariano José de Larra, entrega en el N° 4652; “La Fugitiva de Mans” por el Vizconde de Arlincourt, entrega en el N° 4653;</p> <p>A partir del N° 5164 sin entrega de novelas, el editor aduce problema de espacio y publicación de ficción en otro lado.</p> <p>Retorna las entregas de novelas, pero lo hacen como folletín en la primera página, ya no para recortar y encuadernar.</p> <p>“El Aniversario A Eduardo”, sin autor, primera entrega en el N° 5199.</p> <p>“Los dos muertos. Historia del Siglo XVII”, sin autor, primera entrega en N° 5218</p> <p>“La Reina Margarita” por Alejandro Dumas, primera entrega en el N° 5234.</p> <p>A partir del N° 5389, vuelven a publicarse dos novelas por entregas, una en el folletín en la primera página y otra para recortar.</p> <p>“El Collar de la Reina” por Alejandro Dumas, entre N° 5449 y N° 5751.</p> <p>“Veinte años después”, sin autor, tercera entrega en el N° 5619.</p> <p>“Elena de Orleans”, por Alejandro Dumas, entre N° 5752 y N° 5898.</p> <p>“Fanny ó la Duquesa de Praslin. Historia-Novela, traducida del francés”, sin autor, entre N° 5896 y N° 5908.</p> <p>“El Balcón de Aversa” por Alejandro Dumas, entre N° 5910 y N° 5951.</p> <p>“El vizconde de Brangelonne”, por Alejandro Dumas. Es publicado como recortable y coleccionable. Entrega en el N° 5951.</p> <p>“El Caballero de Harmental” por Alejandro Dumas, entrega vistas en N° 5952 y N° 6059.</p> <p>“Los Hijos del Amor”, por Eugene Sue, entrega vista en el N° 6132.</p>
--	---

Nombre	<i>Ecos Perdidos</i>
Leyenda adicional	“Periódico semanal ilustrado. Joco-sério, crítico-burlesco”.
Números	S/D (consultados N° 5 y N° 6)
Inicio	Febrero de 1872
Cierre	S/D
Imprenta	S/D
Comercialización	\$2 el número suelto.
Oficina	Potosí 283.
Redacción	R. Heras (Propietario y Editor), Casimiro Prieto Valdes (Redactor en jefe), Alfonso, Hor-Sito, Lopez Lorenzo, El Peregrino, Aben-Deid-Alide (colaboradores).
Frecuencia	Semanal
Tirada	S/D
Formato	4 páginas. 3 columnas de texto.
Imágenes	Portada, contratapa y páginas interiores ilustradas con litografía.
Observaciones	“Da un figurín de moda cada mes y suplemento cuando el caso lo exija”.

Nombre	<i>El Alba</i>
Leyenda adicional	“Revista semanal de literatura, modas y teatro. Dedicada a las hijas de Eva”.
Números	13
Inicio	15 de noviembre de 1868
Cierre	10 de enero de 1869
Imprenta	Imprenta de J. A Berheim (Moreno 130)
Comercialización	\$15 por suscripción mensual, \$5 por el número suelto.
Oficina	Moreno 190
Redacción	Casimiro Prieto de Vades y Eduardo Vila de Stulz (redactores), General Mitre, Ricardo Gutiérrez, Francisco Rave, Matías Beheti, Francisco Uzal, Fernando Centeno, Enrique López, Juan O’Rork, Josefina M., Alvar, Amparo Vélez, Joaquín M. Bartrina, Camilo Clausolles, Eugenio Mata, Vicente R. Jordan, José Martí y Folguera y “otros que estan tras bastidores”.
Frecuencia	Semanal. Salida los días domingo.
Tirada	S/D
Formato	8 páginas. 2 columnas de texto.
Imágenes	No ilustrada.
Observaciones	Numeración continua, indicando que se editaba con la idea que las entregas semanales fueran encuadernadas posteriormente.

Nombre	<i>El Eco de las Niñas</i>
Leyenda adicional	“Semanario satírico literario”. “Dedicado al bello sexo”. A partir del N° 72, “Semanario de literatura y variedades”
Números	S/D
Inicio	circa julio de 1871 (primer ejemplar consultado N° 28 del 21 de enero de 1872)
Cierre	S/D (último ejemplar consultado N° 72 del 24 de noviembre de 1872)
Imprenta	Imprenta de “El Progreso” (Lorea 252)
Comercialización	\$10 por suscripción mensual en ciudad, \$25 por suscripción trimestral en ciudad y campaña. A partir del N° 72, se reduce a \$10 por suscripción mensual en ciudad, \$15 por suscripción trimestral en ciudad y campaña.
Oficina	Victoria 596 En el N° 35 se mudan a Victoria 592. En el N° 40 se mudan a “Joya Literaria” (Chacabuco 168).
Redacción	Jose Y. Muñoz (administrador), Angel Costa y Alvarez (director), Aben-Xoar- Ben-Hamet-Lilíaceo, Delio y Salvador Alfonso (redactores), MALUK-ADEL, LLENORRAC, MESFISTÓFELES, CORINA, Pedro Argó, Federico R. Cuñado, ADELFA, Enrique S. Quintana, Juan E. Serú, Carlos Molina Arrotea, Ramon Ponce de Leon, Jorje Morris, ARIOSTO, Gabriel Tapin, Daniel M. Escalada, Martín Coronado, César Ramella, Luis Viglione, Crispulo Dominguez, Francisco Luna (colaboradores). A partir del N° 72, Maximo Gutierrez (director), Domingo Rocanyolo (gerente), Casimiro Prieto y Salvador Alonso (redactores).
Frecuencia	Semanal.
Tirada	En el N° 32 los redactores dicen tener 899 suscriptores.
Formato	4 páginas. 3 columnas de texto. A partir del N° 72, se pasa a 4 columnas de texto.
Imágenes	No ilustrada. Incluye en algunos ejemplares publicidades ilustradas.
Observaciones	Se incluyen “novelas” de los redactores: “El Patrimonio de los Pobres. Novela de costumbres escrita por Salvador Alonso y dedicada á su amigo Guadalberto Escalera Zuviria”; “Los niños terribles. Novela romántico bufa del siglo XIX. Original de Casimiro Prieto de Valdes. Dedicada á la linda y distinguida señorita Francisca Delgado”; “Los Amores de un muerto. Novela Fantastica dedicada a la graciosa arroyera Rosario Sanchez” por Casimiro Prieto A partir del N° 72 se incorpora un folletín para recortar y encuadernar en la mitad de la paginas 3 y 4.

Nombre	<i>El Lucero</i>
Leyenda adicional	“Diario político, literario y mercantil”.
Números	1087
Inicio	7 de septiembre de 1829
Cierre	19 de junio de 1833
Imprenta	Imprenta del Estado (calle Perú/ Calle de la Biblioteca 89). A partir del N° 140, Imprenta Argentina (Piedras 31). A partir del N° 551, Imprenta de la Independencia (Chacabuco 19).
Comercialización	\$5 por una suscripción mensual, 2 reales por un número suelto. A partir de 1830, \$7 por una suscripción mensual, 3 reales por un número suelto.
Oficina	S/D
Redacción	A partir del N° 709 se agrega un pie de imprenta que reza “Pedro de Ágelis, editor responsable”.
Frecuencia	Irregular, luego diaria.
Tirada	S/D
Formato	4 páginas. 3 columnas de texto. A partir del N° 551, cambia el diseño: nueva tipografía más vistosa, nuevos grabados para separar algunas secciones. A partir del N° 572, cambia el papel por uno de menor calidad y pierde uno o dos centímetros de largo.
Imágenes	No ilustrado, con clisés en avisos.
Observaciones	Se publica en forma seriada las “Memorias del General Miller”, de John Miller, entre el N° 123 y el N° 308. En la última entrega encontrada termina en “continuará”.

Nombre	<i>El Mosquito</i>
Leyenda adicional	"Periódico satírico-burlesco". A partir de abril de 1867, en su edición diaria, "Diario satírico, burlesco, noticioso y comercial. El domingo sale con caricaturas."
Números	1580 y 21 números diarios.
Inicio	24 de mayo de 1863.
Cierre	16 de julio 1893 (Para esta tesis fue consultado hasta el N° 521 del 29 de diciembre de 1872)
Imprenta	Imprenta del <i>Novelista-Anunciador</i> (Talleres de Buffet, Piedad 82). A partir del N° 5, Imprenta de Pablo Coni. A partir del N° 254 Imprenta del Plata. A partir de 1868, Imprenta de Bernheim. A partir del N° 278, Imprenta del Mosquito. A partir del N° 321, Imprenta, Litografía y Fundición de tipos á vapor (Moreno 130). A partir del N° 427, Litografía Kraft (Reconquista 85). A partir del N° 470, Imprenta Germanía(Reconquista 133 1/2).
Comercialización	\$60 suscripción trimestral con “prima”, \$20 suscripción mensual sin “prima” en Buenos Aires. \$3 plata por el exterior. Número suelto \$5 moneda corriente. Provincias y Exterior: \$2 fuerte. La edición diaria de 1867 se vendió a \$30 mensuales para los suscriptores nuevos, con una “prima”, y \$10 a los suscriptores de la edición semanal (que costaba \$ 20).. A partir del N° 434 de 1871, \$15 mensuales, \$3 el número suelto, \$4 moneda corriente en la campaña, y \$2 moneda fuerte en las provincias. A partir del N° 455 de 1871,\$10 mensuales, \$3 número suelto. \$12 moneda corriente la suscripción mensual y \$4 moneda corriente número suelto en la campaña. 34 patacón mensual en las provincias.
Oficina	Florida 292. A partir del N° 31, San Martín 67 A partir del N° 79, Agencia General de "El Mosquito", Corrientes 116. A partir del N° 236, Europa 184. A partir del N° 254, Cangallo 89 /z. A partir del N° 267, Corrientes 52. A partir del N° 291, Moreno 54, Sr. Leguina. A partir del N° 376, Casa del Sr. Stein en Victoria 228 y casa del Sr. Leguina en Moreno 54. A partir del N° 427, Piedad 225. A partir del N° 515, Parque 43.
Redacción	Meyer y Cía (redactores). A partir del N° 31, Henri Meyer (editor). A partir del N° 36, desaparece la indicación de "editor". A partir del N° 40, Mamerto García (editor responsable). A partir del N° 215, primera caricatura de Adam a raíz del viaje

	<p>de Henri Meyer a Paris.</p> <p>A partir de N° 224, partida de Adam e ingreso de Jules Monniot como principal ilustrador.</p> <p>A partir de N° 236, M. Victor y Cía (Editor gerente)</p> <p>A partir del N° 256, partida de Monniot e ingreso de Ulises Advinent.</p> <p>A partir del N° 277, aparece a mediados de 1868 la Primera caricatura firmada por Henri Stein.</p> <p>A partir del N° 291, Milhas Victor (Editor-gerente).</p> <p>A partir del N° 293, Luciano Choquet (Editor-gerente).</p> <p>A partir del N° 376, Henri Stein (Director-gerente).</p> <p>A partir del N° 414, Luciano Choquet (Editor-gerente).</p> <p>A partir del N° 434, Henri Stein (Director-gerente).</p>
Frecuencia	<p>Semanal, con excepción de:</p> <p>Bisemanal en 1867 entre el N° 215 y N° 241 (1-9-1867); en 1871, entre N° 432 y N° 454</p> <p>Diaria en 1867, 21 números con numeración independiente.</p>
Tirada	<p>En abril de 1867 el diario declara vender 2000 ejemplares (Roman, 2010: p.624)</p>
Formato	<p>4 páginas. 3 columnas de texto.</p> <p>A partir del N° 363 en 1870, 8 páginas.</p> <p>A partir del N° 364 en 1870, formato pequeño, 16 a 20 páginas, 2 columnas de texto.</p> <p>A partir del N° 433 en 1871, regresa a 3 columnas de texto.</p> <p>A partir del N° 455 en 1871, regreso al formato grande.</p>
Imágenes	<p>Ilustrado con una página completa con una caricatura.</p> <p>A partir del N° 318 en 1869, dos páginas de caricaturas.</p>
Observaciones	<p>Suspendido durante abril y junio de 1871, entre el N° 42 y N° 428:4-6-1871), a causa de la epidemia de fiebre amarilla.</p> <p>A partir del n. 31 la antigua “oficina del periódico” queda establecida como “Galería de Fotografía”. Allí podían concurrir los suscriptores para retratarse y obtener su "prima".</p> <p>En el número 247 incluye el primer aviso comercial ilustrado: Sombrerería Perissé.</p> <p>A partir de 1864, M. Durandsavoyal se encarga de la distribución y cobranza de las suscripciones para el exterior en calle Rivadavia 305. Unos meses más tarde, en el N° 48 se informa que Ezequiel Leguina administra las suscripciones de los agentes de campaña en Moreno 54.</p>

Nombre	<i>El Recreo de las niñas</i>
Leyenda adicional	“Semanario dedicado al bello sexo”.
Números	S/D
Inicio	20 de octubre de 1872
Cierre	S/D (Último ejemplar consultado es el N° 6 del 24 de noviembre de 1872)
Imprenta	Imprenta del Orden (Potosí 198)
Comercialización	\$1 el número suelto
Oficina	Potosí 198
Redacción	Emilio F. Sosa (administrador), “Fray Jerundio” (redactor), “Balía”, “Mehemet-Ali”, “Cires”, “Lagardére”, “Renee”, “Fray Ambrosio”, “El Observador”, “Perseo”, “Solfich”, “Juan A., Parody”, Estaban Lavarrière y Dámaso Centeno (colaboradores).
Frecuencia	Semanal
Tirada	S/D
Formato	4 páginas. 3 columnas de texto.
Imágenes	No ilustrado.
Observaciones	

Nombre	<i>La Camelia</i>
Leyenda adicional	“Libertad! No licencia; Igualdad entre ambos sexos. Siendo flor- se puede vivir sin olor. Siendo mujer- no se puede vivir sin amor”.
Números	14
Inicio	11 de abril de 1852
Cierre	11 de mayo de 1852
Imprenta	Imprenta Republicana (San Francisco 194)
Comercialización	\$10 por suscripción mensual, \$2 por el número suelto
Oficina	S/D
Redacción	S/D
Frecuencia	Tres veces por semana
Tirada	S/D
Formato	4 páginas. 2 columnas de texto.
Imágenes	No ilustrado, con frontispicio
Observaciones	

Nombre	<i>La Campana</i>
Leyenda adicional	“Periódico de literatura joco-seria. Dedicado á las bellas porteñas”.
Números	S/D
Inicio	2 de septiembre de 1872 (Único número consultado fue N° 2 del 8 de septiembre de 1872).
Cierre	S/D
Imprenta	Imprenta de El Mercantil (Potosí 89)
Comercialización	\$5 por suscripción mensual, \$1 por el número suelto en la ciudad. \$10 por suscripción mensual, \$2 por el número suelto en la campaña.
Oficina	Uruguay 60
Redacción	El Proscrito y El Solitario (redactores), Tomás Oliver, Tirso, Doctor Mandoutti y Remijo Custodio de la Tiara (colaboradores).
Frecuencia	Semanal. Todos los domingos
Tirada	S/D
Formato	4 páginas. 4 columnas de texto.
Imágenes	No ilustrado.
Observaciones	Se publica la novela “Los amores de un ruiñeñor y de una rosa”, por Feliciano Malefille y traducida del francés “espresamente para La Campana”.

Nombre	<i>La Carta Misteriosa</i>
Leyenda adicional	“Periódico potpurri”.
Números	S/D
Inicio	1° de enero de 1872
Cierre	S/D (Último número consultado fue el N° 12 del 3 de marzo de 1872)
Imprenta	Imprenta del Progreso (Lorea 252)
Comercialización	\$10 por suscripción mensual, \$1 por el número suelto.
Oficina	Perú 102
Redacción	Manuel T. Lascano (Director y administrador), Francisco Zamudio (Editor Responsable), Mehemet, Letio, Tölty, El Solitario, Juanito, Hor-Sinto-Rotuar (redactores).
Frecuencia	Semanal. Todos los domingos
Tirada	S/D
Formato	4 páginas. 4 columnas de texto.
Imágenes	No ilustrado.
Observaciones	

Nombre	<i>La Gaceta Mercantil</i>
Leyenda adicional	“Diario comercial, político y literario”.
Números	8472
Inicio	1° de octubre de 1823
Cierre	31 de enero de 1852
Imprenta	Imprenta Hallet (Reconquista 76) Imprenta de La Gaceta Mercantil (Cangallo 75) En el N° 8374 de 4 de octubre de 1851 se avisa que la imprenta de la publicación se mudó a Defensa 75.
Comercialización	Comienza costando \$6 por suscripción de tres meses. En 1837, \$7 por suscripción mensual, 3 reales el número suelto. En 1838, \$9 por suscripción mensual, 4 reales el número suelto. A partir del N° 4901 de 1939, \$12 por suscripción mensual, 6 reales el número suelto. Después de 1839, no se vuelve a imprimir el precio o método de suscripción en la publicación ¿Gratis?
Oficina	
Redacción	Santiago Kiernan (editor y redactor) En el N° 8016 del 5 de agosto de 1850 asume el rol Esteban Hallet.
Frecuencia	Diaria, salvo días domingo.
Tirada	S/D
Formato	Pequeño folio desde el N° 1 al N° 1040 2 de mayo de 1827, 2 o 4 páginas, 2 columnas. Gran formato, 4 páginas, número irregular de columnas de texto, pueden ser 2, 3, 4 o 5. Números extraordinarios de 12 páginas a comienzo y fin de año con estadísticas oficiales económicas del Estado. En ocasiones, como en enero de 1840, el periódico pierde papel y pasa a tener 2 páginas. También por la misma razón fluctúa el tamaño de la página, como por ejemplo entre febrero y agosto de 1838 o febrero y abril de 1840. A partir del N° 8057 del 21 de septiembre de 1850 comienza a tener más páginas, desde 6 a 10 páginas. En 1851 vuelve a las 4 tradicionales.
Imágenes	No ilustrado, con clisés en los avisos.
Observaciones	

Nombre	<i>La Ilustración Argentina.</i>
Leyenda adicional	“Semanario crítico literario”. A partir del N° 1 de la segunda época, “Museo de familias”
Números	13 de la primera época, 17 de la segunda época.
Inicio	11 de septiembre de 1853.
Cierre	2 de abril de 1854.
Imprenta	Imprenta de Hortelano y Serra (México 84) A partir del N° 1 de la segunda época, Imprenta Americana (Santa Clara 66).
Comercialización	\$20 por suscripción mensual, extranjero 2 pesos fuertes, Provincia y Montevideo 12 reales. A partir del N° 1 de la segunda época, no explicita precio.
Oficina	Perú 102
Redacción	Benito Hortelano (editor y redactor)
Frecuencia	Semanal.
Tirada	S/D
Formato	8 páginas, a 2 columnas de texto. El 11 de diciembre de 1853 comienza la segunda época con un segundo N° 1. 16 páginas, a 2 columnas de texto. A partir del N° 13, regresa a 8 páginas.
Imágenes	Incluye frontispicio y clisés grandes y medianos importados desde Europa en las páginas interiores.
Observaciones	

Nombre	<i>La Moda</i>
Leyenda adicional	“Gacetín semanal, de música, de poesía, de literatura, de costumbres”.
Números	23
Inicio	18 de noviembre de 1837
Cierre	21 de abril de 1838
Imprenta	Imprenta de la Libertad (Calle de la Paz 55) A partir del N° 9, Imprenta de la Independencia (Chacabuco 19)
Comercialización	\$4 por suscripción mensual, 12 reales por el número suelto.
Oficina	
Redacción	Rafael Corvalan (editor responsable), Juan Bautista Alberdi (redactor)
Frecuencia	Semanal. Todos los sábados.
Tirada	S/D
Formato	4 o 5 páginas. 2 columnas de texto. Entre el N° 18 y el N° 20, se duplican las páginas a 8.
Imágenes	No ilustrado.
Observaciones	Casi todos los números incluyen una quinta hoja con una partitura musical original.

Nombre	<i>Semanario de las Niñas</i>
Leyenda adicional	“Semanario literario”.
Números	S/D
Inicio	12 de junio de 1872
Cierre	S/D (Único número consultado el N° 1)
Imprenta	Imprenta Popular (Lima 41 1/2)
Comercialización	\$10 por suscripción mensual, \$1 por el número suelto.
Oficina	San Martín 143
Redacción	Juan de Juanes (administrador y director), Benjamin Posse (redactor en jefe), Drachir, Ego, Caton, El Triste, Estombar, Antar, Nailuj (redactores).
Frecuencia	Semanal.
Tirada	S/D
Formato	4 páginas. 4 columnas de texto.
Imágenes	No ilustrado
Observaciones	

Anexo B

Reproducción facsimilar de publicaciones periódicas citadas en la investigación (en orden alfabético)"

Correo de las Niñas (Primera época)

Correo de las Niñas, I época, N° 2, 13 de septiembre de 1868: 1.

CORREO DE LAS NIÑAS

Precio sueldo 1 \$.

PERIÓDICO SEMANAL

Número sueldo 1 \$.

Revista de Modas, Teatros, Bailes, Paseos, & & ---Sale todos los Domingos.

REDACTORES-FRAY CAPADOCIO Y SORELA

COLABORADORES: YOLANDEAGUIAR—Toda, El Esplaz, Violeta, Esculpina, Ramo, Fúfido (corresponsal de Montevideo) Alegría, Elgerillo, Estruendo, Bala, Tatu, etc.

CORREO DE LAS NIÑAS

Un recuerdo.

Dedicado a ITALIA.

En la tarde del 21 de Diciembre de 1865, Ernesto había ido por algunas horas sus libros de estudio y en un brioso caballo se dirigía hacia el pabellón de la casa de Palermo, cuando al pasar por la verja de la casa de Palermo, se encontró con una amiga que le saludó con un beso en la mejilla y le dijo: "¡Hola, Ernesto! ¿cómo estás?"

Ernesto se detuvo un momento y le dijo: "¡Hola, Elisa! ¿cómo estás?"

El tiempo de su vida, y la desgracia que le había ocurrido, le vino a la memoria y le dijo: "¡Hola, Ernesto! ¿cómo estás?"

A poca distancia del lugar donde se encontraba el joven, se hallaba un carruaje que tenía dentro de sí a una señora y una niña que con tanta curiosidad miraban a los dos jóvenes.

No bien estas personas se acercaron de lo que pasaba por el joven, se aproximaron donde él se hallaba y empezaron a prestarle los mayores auxilios.

Ernesto volvió a su estado natural. Dijo las gracias a las personas que le habían auxiliado y se retiró la zanja un suspiro; suspiro que llegó hasta el más recóndito del corazón del Niño, la vida de la tierra primaveral.

IV.

Eran las ocho de la noche. Todas las personas que se encontraban en Palermo, empezaron a retirarse con dirección a la ciudad.

Ernesto subió al carruaje de Elisa y luego que vio que esta entraba a la calle del Temple, su morada, se retiró pensando en el día porvenir que le aguardaba si esta ilgera a corresponder a la gran pasión que desde esos momentos era presa de su corazón.

V.

Pasó un mes. En este intervalo, Ernesto y Elisa se cambiaron infinitas de bailes.

En todos se juraban un amor eterno, hasta más allá de la tumba. Una noche Elisa se encontraba con una amiga en casa de una modista comprando un corset. Noche fatal!

El primer día que una mujer deposita en la frente de su amante, es el primer paso que da en busca de su perdición, y Elisa lo dio!

Desde aquel momento estas dos almas se entregaron a los excesos del amor, sin proponerse de los límites que el deber marca.

VI.

Elisa no pudo ocultar a sus padres la pasión que la devoraba y después de infinitas de súplicas y de ruegos, consiguió que estos permitieran que Ernesto la visitara.

Ernesto fue presentado por un amigo. Cada vez los amantes se amaban más y cada vez más pruebas de amor se daban.

Ernesto estampó millones de veces sus labios en los de Elisa y esta centenares de veces besaba la dicha de estrecharle entre sus virginales brazos.

VII.

Pasaron dos años de esta manera y Elisa empezó a flaquear.

Ya no era la amante de otro tiempo en que solía de amor se arroja a los pies de Ernesto.

Era indiferente y deseaba el retiro. La casa de este quizá la comprenderá el lector.

Era que otro hombre había empezado a hacer latir su joven corazón; era que otro hombre le hablaba de rigores, le pinchaba un mundo de dolencias y Ernesto hasta entonces no le había hablado más que de amor y de lo que le daban sus viejos pergaminos, así que obtuviera el grado de doctor.

VIII.

Elisa cambió completamente. Odio a Ernesto y amor a D. Eduardo el estanciero, mas bien dicho, amó el dinero y deseó contraer matrimonio en poco tiempo.

Los padres accedieron a este deseo y vendieron la mano de su hija inexperta por un pedazo de oro!

Llegó el 1.º de Enero de 1868 y Elisa y D. Eduardo, recibieron la bendición del sacerdote!

IX.

El 23 de Febrero llegó también! En este día las ilusiones se perdieron! D. Eduardo fué conducido a la cárcel por deudor!

Todo cuanto tenía era del prójimo.

X.

Elisa en la miseria se entregó en brazos del príncipe que la deseaba.

Su pobreza la condujo al crimen!

Y el crimen, al desprecio eterno de la sociedad.

XI.

El 23 de Setiembre Elisa era madre!

Su hija nacida del crimen, no tenía un trapo con que arrojarse!

Pues su madre había sido olvidada de sus padres, de su marido que ya había sido olvidado a Patagonias, y de sus parientes y amigos que la despreciaban y le negaban el alimento, las caricias y la ropa.

XII.

Volvamos a Ernesto. Este, luego que supo el casamiento de su amada, fué preso de una enajenación mental.

Sus amigos, estudiando todos le condujeron a San Buena Ventura.

Su pensamiento era Elisa y los palpitos que a cada momento pronunciaba eran: *perdida, ingrata, inconstante, perdid, fui pobre.*

Un día, el primero de Octubre, logró escapar de la Convalecencia.

Se dirigió a la casa de su amada. Entró precipitadamente a la pieza de esta y oh fatalidad! halló el cadáver de Elisa sobre un colchón que se encontraba en el suelo, teniendo a su cabecera a su hijo, y a sus pies a una hermana de la Caridad!

Con esta impresión, Ernesto volvió a recobrar su juicio!

Lloró, besó infinitas de veces el rostro frío de su amada y se retiró.

Al poco rato Elisa era conducida al Cementerio, según de Ernesto que le acompañaba.

Su cadáver fué colocado en una humilde bóveda, donde se leon las palabras: *Paz sobre su tumba; el que la amó, la llora y la venera.*

Su hijo, es hoy la hija adoptiva de Ernesto.

Y este, ha recibido el grado de doctor y es hoy feliz, al mismo tiempo que desgraciado, porque perdió la mujer a quien verdaderamente adoró.

Fr. Capadocio.

La historia de un mendigo.

Dedicado a mi distinguido amigo Teodoro.

Celido de harapos, rosca la frente, del sol y del viento la cara tostada, con trémula planta, demanda, mendica, y el pecho agitado de misero afán; le formo una casa, por darme apoyo, un perro le su lado por fiel amigo el mar de la vida salvando el mendigo mendiga flores mendrugos de pan.

En medio del campo, manchado de lodo, el perro a su planta, la caña al costado, recalma el su cuerpo cansado, y un rayo de vida su rostro animó. Entonces, cuando a gozaba de su estado, que tuvo palacios, que tuvo mujeres, suspira y recuerda perdidos placeres, suspira y recuerda que libre nació.

N. N.

Artista, hijo de los principales capitales de Buenos Aires, en el año 1839, contaba catorce años.

De inteligencia desarrollada y con deseos de ser algún día útil a la República Argentina, su patria, se dedicó a la carrera de las letras.

No conforme con la instrucción que en nuestra Universidad se recibía, resolvió despendrer.

CORREO DE LAS NIÑAS

SEMANARIO DEL DOMINGO

REDACTORES: ARION. TIRABEQUE D. CAUSTICO.

Se publica por la Imprenta del Plata, Potosí 198. Contendrá en el día de su publicación la más interesante que ocurre en la semana, como ser: revista de modas, teatros, bailes, paseos, etc., etc.

Número suelto 1 \$

Colaboradores y colaboradores: Veda, El Lápiz, Violeta, Eucalipto, Romeo, Emilia, (corresponsal de Montevideo), Alegría, Tristeza, Hortensia, Debe Nota, etc.

Número suelto 1 \$.

CORREO DE LAS NIÑAS

Arion, Tirabeque y D. Caustico, nuevos redactores del "Correo de las Niñas" saludan á las numerosas lectoras de esto, deseándoles días de ventura en este mundo de sinsabores y placeres.

El album de Celina.

DEDICADO A LA SEÑORITA.

La coqueta es el tipo más curulesco que existe. Cubierta continuamente con el antifaz, representa todos los papeles que corren á su parecer, ensayándose ordinariamente en los que más le agradan.

Es una fuente fecunda de intriga y al fin viene á ser víctima de la intriga, viene á ser derrotada en su mismo campo y con sus mismas armas.

Adiestrada en el arte de poner á la mentira el ropaje deslumbrador de la verdad, es evidentemente la más terrible de las mujeres cuando no se la conoce, siendo por otra parte la que más disgustos ocasiona, la que más sinsabores brinda, la que más amargas proporciona.

Tales eran los pensamientos que surgían de mi mente luego que recorrí todas las hojas del album de Celina.

Antes de hablaros de ese album permitidme que os hable algo de ella, que dibuje al perfil, la fotografía de esa mujer de quien conservo un recuerdo imperecedero.

Los encantos que en ella había reunido la mano de Dios, las gracias de que la había dotado la rica naturaleza, los magníficos atractivos de que se hallaba adornada, la hicieron un blanco de admiración en una sociedad en que la generalidad de los jóvenes tienen por oficio principal amar ó fingirse enamorados.

Envuelta en el humo de la lisonja, alagada por todos los labios, admirada por todos los ojos, oyendo día á día el canto que los poetas dedicaban á su hermosura, y el lenguaje elocuente de los que ensalzaban conmovidos su belleza, Celina formó el deplorable propósito de contentar á todos engañándose hábilmente hasta que al fin vino á quedarse con. ninguno.

Para poder realizar estas aspiraciones que llegaron á constituir el sueño dorado de su loca imaginación, Celina tuvo que pasar por situaciones vidriosas que la obligaban siempre á disfrazar sus pensamientos, á ocultar sus verdaderas convicciones, á fingir sentimientos que no albergaba, á alabar afectos que sentía, en una palabra, á representar continuamente papeles diferentes, á andar como en un interminable Carnaval.

Y tantas eran las veces que al día aparentaba franqueza y demostraba al parecer ingenuidad, que al fin ya no fué violento para ella el representar estos papeles fuertes para una señorita bien educada; de tal ma-

nera que se hizo su natural costumbre tan arraigada, que el día que no tenía una tragedia, un drama, una comedia, una historia, un sainete ó una intriga estaba á punto de enfermarse, perdonándose mis bonévulos lectores esta conclusión un tanto cuanto exagerada.

Tan cierto es que la costumbre forma una segunda naturaleza, y que nos impulsa á ser siempre necesariamente buenos si practicamos de ordinario la virtud, proporcionalmente elementos poderosísimos para combatir los malos pensamientos y triunfar de las perversas inspiraciones del vicio.

Pero es menester volver á Celina, y antes de hacerlo, diré que la que leñó el ser había descuidado su educación, sin comprender quizá que esta es siempre la tabla de salvación de la mujer cuando está á punto de naufragar en el mar de las vicisitudes humanas, cuando se halla combatida por el ardor de las pasiones, por las inconstancias de la suerte, por la influencia de indignos sentimientos.

La misión de las madres es la más sublime de las misiones; descuidarla es la más grande de las faltas puesto que las consecuencias que produce son también las más trascendentales para la sociedad.

Y cuando una mujer cuyos perfidos son artísticos, cuya mirada es divina, cuyos labios son hechiceros, cuyo tallo es graciosísimo, desconoce sus deberes y derechos y no está instruida en las máximas salvadoras de la moral, se puede afirmar sin temor de equivocarse que es doblemente desgraciada y digna de que se le aplique aquel verso del poeta:

¡Ay! infeliza de la que nace hermosa.

Tal era precisamente la situación en que se encontraba Celina.

Desde el momento en que concibió la fatal idea de no ser franca cuando debiera serlo, de mantener á todos en el engaño para no pasar por el desagrado de no ser alagada en su vanidad por alguno, sus únicas ocupaciones se redujeron á buscar los medios finestos con que había de realizar su frívolo fin.

El espejo era el amigo á quien continuamente consultaba. En él estudiaba la expresión ya adiente, ya lánguida, ya candorosa, ya significativa, ya dominadora que había de dar á sus miradas.

Su oído mismo le servía de maestro para enseñarle el acento ya vibrante, ya apagado, ya meliflao, ya tierno, ya dulce, ya sonoro, con que había de entablar un diálogo animado ó interesante.

Su vista se detenía frecuentemente en el traje con que se había de vestir para recibir las declaraciones amorosas de alguno que se dejaba seducir por sus temibles encantos.

Sus manos blancas como el marfil, perfectamente bien hechas pequeñas hasta ser monisimas se estrechaban entre sí para calcular la fuerza con que había de dar un apretón al que debía responder una impresión buscada con ahínco.

Como había de sentarse, de pararse, de caminar, de moverse todo formaba objeto de estudio para aquella mujer.

La risa ya satírica, ya inocente, ya franca, ya mordaz, ya ingenua, ya despreciativa, ya alagadora, ya ambigua, ya elocuente, ya expresiva, ya pterradapreciosaba también su mente y exigía de Celina repetidos ensayos de cuyo éxito se vanagloriaba á solas.

La lectura de novelas era su ejercicio diario, pero

la hacía para asimilar su situación á la de los protagonistas del libro, para imitar lances extraordinarios para entablar diálogos estrafños, en fin, para poder representar con mas perfección el papel que le parecía, ray que copiaba muchas veces del libro que tenía en sus manos.

Tales eran las ocupaciones de Celina en las horas del día.

Frívola hasta la exageración, vana por ignorancia, viva por carácter, risueña siempre por sistema, engañadora por cálculos, festiva por vocación, romántica por coquetismo, Celina era una mujer de esas que por la que el bello sexo se recienta, á pesar de excepciones honrosas, de una mala educación.

El estudio de las miradas, de las sonrisas, de los movimientos, era lo más primordial para esa niña que hubiera obtenido un porvenir brillante, si hubiera alcanzado á comprender la verdadera misión de la mujer, obrera principal de la civilización.

El canto, el piano, formaban el tota de la instrucción de Celina que dejó deslizar la mayor parte de su existencia sin haberse dedicado jamás á una ocupación seria.

A los cuarenta años de la vida había llegado, lleno su corazón de amargura y su espíritu de desencantos. A esa edad la vino á conocer yo.

Recuerdo que la noche en que por primera vez la conté, Celina, abandonada en un sillón, con la vista clavada en un cuadro que estaba á su frente, reflejaba en su semblante algo quebrantado toda la amargura del escepticismo.

La seguí visitando frecuentemente, porque quería conocer la historia de aquella mujer demasiado dramática para que dejara de llamar mi atención, y suponiendo que en la intimidad de la amistad me la contara ella misma.

Las mugeres nunca pierden la esperanza. Celina no se resignaba á recorrer sola la senda que quedaba de su existencia.

Solo á esto puedo atribuir las marcadas y significativas atenciones que merecía de su parte.

No dejaba de pensar algunas veces que esa mujer no abandonaba el oficio de coqueta y entonces redoblaba mi desconfianza.

Una noche me dije:

—He llegado á saber que Vd. es escritora. —Diga Vd. mas bien, escribidora Celina. No he hecho lo bastante para alcanzar la honrosa clasificación que Vd. me da.

—Yo suponía que todos los escritores eran vanidosos, pero veo que Vd. es sobradamente modesta.

—Continúa Vd. favoreciéndome, Celina. —Agradezco sus favores pero me atrevo á advertirle que entre amigos debe ser desconfianza la lisonja. Podría responderme Vd. como ha llegado á tener ese conocimiento.

Un amigo de Vd. me ha leído las "páginas sueltas de un libro, que llevan su firma. Puedo asegurarle que desde entonces descaba la amistad de Vd., porque en esas páginas demostraba que sabía comprender ese elevado sentimiento y que sabía sentirlo también. El estilo es el hombre ha dicho Buffon.

Francamente hablando, el humo de la lisonja no me embriaga sino que me hace estornudar, me causa el efecto mas contrario quizá al que se desea. Yo

CORREO DE LAS NIÑAS

SEMANARIO DEL DOMINGO

REDACTOR EN JEFE, FRAY CAPADOCIO.

CORREO DE LAS NIÑAS.

Quedamos solos en la brecha.

Por la carta que á continuación publicamos, verán nuestras lectoras que nuestros compañeros de redacción *Arion* y *Don Cándido*, nos abandonan.

Lamentable no es su separación, porque con ella perdemos el valioso contingente de luces con que estos amigos podrían concurrir á hacer que la mujer de nuestros pueblos sea lo que debe ser.

Sin embargo, confiamos en que apesar del retiro que hacen de la redacción del *Correo* continuarán ayudándonos en nuestros trabajos.

Por nuestra parte, si nuestras fuerzas nos lo permiten continuaremos como hasta ahora: instruyendo y regando á la mujer argentina.

Hé aquí la carta á que nos referimos:

Buenos Aires, Abril 16 de 1869.

A Fray Capadocio.

Querido amigo:

Nos es sobremanera sensible tener que manifestarle que desde hoy en adelante, nos es imposible continuar escribiendo en el *Correo*, pues graves y serias atenciones nos lo impiden.

Desde luego, querido amigo, esto no es un obstáculo para que el *Correo* deje de salir, pues cuenta siempre con Vd., obren infatigable que no lo ha de apartar de su tendencia moralizadora que ha de regenerar seguramente al sexo femenino.

Mientras tanto no podemos menos de manifestar nuestro profundo agradecimiento á las bellas lectoras, que tanto nos han favorecido, leyendo nuestras pobrísimas producciones.

Les pedimos que no dejen de proteger al *Correo*, y lo alentará Fray Capadocio con sus aplausos, pues la tarea de este es in-

mensa, y los propósitos que tiene que realizar son muy elevados para que su realización no encuentre obstáculos.

Sin mas querido fraile, nos repetimos

S. S. S. y amigos.

Don Cándido—Arion.

La muerte del anciano

ALDOROLA.

Sobre un lecho de apariencia humilde yace el cuerpo casi inanimado de un anciano.

Ans respira.

Sus hijas desconsoladas le rodean.

Su mirada débil torna hacia ellas con angustioso afán.

Sus manos cadavericas levanta hacia el cielo, é implora su piedad inmensa.

Su corazón late apenas.

La virtud adusta se retrata en su rostro amortiguado.

Tranquilo espera á la muerte.

Y ya la muerte lo arrebató!

Sus hijas le rodean sollozando....

Y la pena amarga en sus últimos momentos el corazón del triste anciano....

¡Huérfanas quedan sus dolientes hijas!...

Sus labios mortecinos se agitan....

Está ya en el calvario de su agonía!

El estertor del moribundo se mezcla con el llanto de las huérfanas!...

—¡Dios!—dice, y señala al cielo con su vista y su mano calenturienta y seca.

Y sus hijas se arrojaban y abrazan y besan el cadáver de su padre!...

Y sus lágrimas se secan al calor de sus mejillas.

Y con el corazón hecho pedruzco, se agrippan y se abrazan, para alejarse en su desgracia.

—¡Dios!—dicen, y á Dios imploran su piedad inmensa!...

¡Dios es la misericordia del que sufre y del que llora!...

ZORILA.

Ernesto era pobre.

El único patrimonio con que contaba era un sombrío porvenir....

Su padre, antiguo soldado de la patria, había aventurado su fortuna al azar de mil combates.

Nada poseía, pues; solo una mujer llena de virtudes y seis hijos entre los cuales se cuenta Ernesto.

Hijo segundo de aquella humilde y virtuosa familia, procuraba siempre proporcionarles á sus padres ancianos y sus hermanos menores el diario sustento, ganándolo con el sudor de su frente en el rudo trabajo.

Velasole siempre triste y cabibujó.

Sus ojos negros de un dulce mirar demostraban la tristeza que consumía lentamente su existencia devorándola con el silencio del pesar y la amargura.

Ernesto idolatraba á su familia, la que le correspondía con un entrañable cariño.

El amor y los consuelos que le prodigaban, su madre anciana y sus hermanitos era el único alhago que hasta entonces apetecía.

Insensible á los arrebatos de esos corazones violentos, el suyo, puro y generoso, latía solo bajo la influencia de las emociones de su alma noble que lo arrastraba al amor filial.

II.

Un día en que muy temprano había sa-

ALCANCE AL CORREO

La edad de las mujeres.

Hé aquí un problema que no ha podido resolverse nunca, y apelo en prueba de mi aserto al testimonio de todas las mujeres. Averiguar la edad de cualquiera de ellas, fué, siguiendo y será siempre mas difícil, que hallar la cuadratura del círculo. No se encuentra una, que deje de creerse autorizada para ocultar la verdad en esta materia, y á mi concepto, se ha hecho ya necesario modificar la ley de Dios si queremos que se salve alguna alma femenina. Propongo pues, que el octavo mandamiento se relecte de nuevo en la siguiente forma.

“No mentir, á escepcion de si eres mujer y hablas de tu edad”

Desde que esos seres con faldas empiezan á tener uso de razón, principian á variar su partida de bautismo. La renacuajo que apenas levanta un codo del suelo, aumenta sus años y adopta la gravedad de una mujer hecha y derecha, para obtener de mamá que la lleve á visitas, al teatro y á los bailes. Las niñas de 12 á 15 los ejera, para conseguir que la pongan vestido largo y la llamen *Schürte*. La pella de 16 á 20 años los abulta, para librarse de los mequetrefes, que lo aseñan y porque le consideran ya casadora. La joven de 20 á 25 se planta en los 18 porque prevee que pronto habrá de convertirse la suma en resta. La mujer de 26 á 30, nunca presenta igual cifra, para desorientar á los que se ocupan de asunto tan espinoso. La de 30 á 40 contesta siempre que 28, porque menos, sería ridículo y escandaloso. La de 40 á 50 nada responde y evade la cuestión, por mas que la pregunten. Y desde esa fecha en adelante, se limitan á contestar: “Hijo mío, ya no soy una niña”; como si esta verdad reconocida de antemano por todos, pudiera ponerse en tela de juicio, después de mirarlos la pata de gallo; esa señal inequívoca é inborrable que la naturaleza imprime en los frontisp-

lido Ernesto de su casa para asistir á su trabajo diario, volvió mas triste, mas melancólico que de costumbre.

Era que ya sentía el nacimiento de un nuevo amor que se despertaba en su alma.

Era que los celajes negros, que cubrían el horizonte de su triste vida, habían sido dorados de repente por la luz de la esperanza.

Amante de lo triste y de lo bello, se había enamorado de una creatura adorable por su bondad, por la dulzura y mansedumbre de su carácter.

Era el ideal que el pobre Ernesto se había imaginado en sus horas de dulce contemplación.

Desde entonces sus mejillas tornáronse pálidas y frías por demas su mirar.

Esquivaba las compañías, y huía de aquellos sitios en que se rendía homenaje á la alegría desmedida.

Sin embargo, procuraba ver á su amada á cada instante y en cualesquier lugar; pero sus labios nunca se entrecubrían para dar paso á una frase que indicara lo que su corazón sentía.

Sufría, y esperaba en silencio.

Aunque pertenecía á la primera clase de la sociedad, comprendía cual era su posición por la falta de recursos, y sufría horriblemente la tirantez de su fortuna....

III.

No obstante, quizo su buena estrella,

cios humanos, para marcar su antigüedad.

Esto como regla general; hay además casos y circunstancias, especiales en que la razón aconseja la mentira. Las chichuelas de pocos años los acrecientan muy justamente, para hacer menos sensible la diferencia que hay entre los suyos y los que cuenta un tio sumamente rico, que desea que quede en casa. Por el contrario: la ya ja-mona los disminuye, para que resultando en menor número que los del joven con el que le ha podido comprometer, no se retraiga, de sus caritativas pretenciones, y la acorja bajo su protector pabello; en uno y otro caso la falsedad es disculpable si no plausible.

Entre las madres y las hijas, hay siempre una lucha continuada. Las primeras, nunca quieren que las segundas pasen de 14 años, porque con esta cifra les sale perfectamente su cuenta; y estas los aumentan exageradamente y sin considerar, que tanto cuanto mas suben ellas, tanto mas bajan las autoras de sus dias. Si contemplando una niña hay quien exclama ¡Pues que alta, se ha hecho una mujer! de seguro interrumpirá mamá su sorpresa; con la conocida fórmula de “está muy desarroyada, y eso que aun es una mocosa”; pero esto nada tiene de extraño, pues son intereses encontrados, difíciles de armonizar.

No hallareis una viudita, que al decirnos el tiempo que tuvo marido, no añada al instante:

“Me casé tan joven!” Ni una casada, á quien su cónyago no lleve algunos meses ó por lo menos naciera en igual época.

La mujer sostiene con el tiempo, una lucha continuada y heroica. Se defiende con un valor digno del mayor elogio; y la que á fuerza de cosméticos, postizos, y al-godones, logra cuando no parar el reloj; conservar *in situ* su cara y su tallo, la vereis atrinchearse en el gastado axioma, de que nadie tiene mas de edad que la que representa. Si menos cuidadosa de su persona dejó aparecer algunas canas, nunca

que un día se encontrarán reunidas (no importa saber donde) una hermana de Ernesto y la niña á quien este amaba con toda su alma.

Las dos niñas simpatizaron extraordinariamente.

Ernesto con toda la efusión de su corazón amante, daba gracias á la infinita bondad de Dios por que lo había iluminado con un destello de su misericordia.

Creía ya que iba á verla á cada momento, que iba á devorarlo con el fuego de sus miradas.

Pero ay!... Un nuevo martirio estaba reservado para Ernesto....

Así como las simpatías nacen á primera vista para algunos, nace la indiferencia para otros.

Ernesto que por la fuerza con que amaba á aquella creatura, que la había soñado en el edén, se creía con derecho á ser amado, se encontró bien pronto con el indiferentismo egoísta que adormece el espíritu de ciertos seres....

Por desgracia para el infeliz joven, aquella creatura á quien amaba, apesar de su inocencia y su modesta posición, tenía envuelto su corazón, en la tela ruin de la ambición....

Esto no lo conoció el desdichado Ernesto por la venda que cubría su vista.

No hay corazón, que inflamado por el fuego de un verdadero amor no apague la luz de los ojos.

ALBUN DEL CORREO.

LA CINTA NEGRA

LEYENDA DE AMOR.

I.

Era una noche hermosa de primavera en que la luna resplandecía sobre la tierra con una luz pálida.

El cielo estaba sereno; parecía una montaña de nubes rizadas sembrada de oropeles. Convidaba á la meditación.

Acababan de dar las 7 en el reloj de Cabildo.

Ernesto yacía reclinado en un diván contemplando la hermosura de la noche, bellísima, con su atmósfera templada y serena.

Aunque su imaginación parecía fija en la contemplación de los astros, su corazón se agitaba con movido por una impresión distinta.

Ernesto amaba.

Y amaba con todo el ardor de su corazón, con ese fuego que se ama á los diez y ocho años.

Ernesto no tenía aun diez y nueve cuando un ángel del Paraíso Terrenal le robó la paz del alma.

Correio de las Niñas

Número suelto 1 peso

SEMAMARIO DEL DOMINGO

Número suelto 1 peso

REDACTORES - FRAY CAPADOCIO, HELIOGABALO Y ARTAGNAN

SE PUBLICA POR LA IMPRENTA DE LA DISCUSION, POTOSI 198

Correo de las Niñas.

Estocados

Reunión.—Bailé en la de la Señora de D. Har-
nery.—La Marina, y el "Progreso del
Plata".—Bailé en el Club del Parque.
—Los Negros, en el Club del Parque.
—Orion.—Los Troneros gran banquete.
—Hector F. Varela.—El Doctor Langhinia.
—Carta de Portillo.—Mercedes.—Agra-
decimiento.—A Lotario de Nereza.—Dis-
culpa.

La distinguida Señora de D. Harhery obse-
guió a la Sociedad "Progreso del Plata" con
una espléndida tertulia el sábado pasado.
No hago una crónica detallada por la abun-
dancia de materiales; baste decir que allí en-
tra en juego la Marina, y que yo apen-
sa de ser un hombre ya entrado en años re-
diendo en el Torpedero con un entusiasmo dig-
no de un pollo de 20 primavera.

Estando allí entró "La Marina" ejecutando
la preciosa marcha *La Católica*.
El "Progreso del Plata" formado en línea
de batalla le recibió con entusiastas vivas.
En seguida rompió las.

Marinas y progresistas fueron a confundir-
se en el alegre torbellino de las parejas.
Un momento después un prolongado aplau-
so anunció la presencia del mi amigo el
maestro Peto director de la "Marina".

En seguida esa ilustre Sociedad ejecutó dos
lindas canciones que fueron calurosamente
aplaudidas.

A las 12 1/2 de la noche "La Marina" y el
"Progreso del Plata" formados la una al lado
de la otra se dirigieron al Club del Parque.

Allí después de cantar "La Marina" cantó
el "Progreso del Plata" su canción *El Far-
niente*.

La segunda comenzó el baile.
Mas de cien maculeñas poblaban los salo-
nes.

Allí estaban las bellas de Guertico, Rojas,
Bovardo, Arilla, Suñer, Penelope y Virginia
Forest, María Máxima y Trinidad Arenas,
Fernanda Lopez Torres y hermanas, Nereza
Riquelme, Harriet, Formadón, Kerman, de
Aguiñal, Lynch, Pardo, Largaia, Biber y las
encantadoras Martina Arenas, de Cerna y
otras muchas cuyo nombre no recuerdo.

También estaba la preciosa novata cuyos
bellos ojos de mirar de fuego me hicieron
bastantes coquillas en el corazón; y á 63 que
tengo razón, la señorita de Muro es una de
aquellas mujeres que no se pueden ver sin
amor.

También estaba la distinguida Señora Ra-
mona M. José, una de las mujeres más bellas
del gran jardín porido.

D. B. no podía apartar de ser ya un cascote
bastante usado notó persona que era una ma-
ravilla.

El amigo Rey también estuvo la estadis-
tura.

El encanto de los salones de una magnificen-
cia regia hacia honor á la Comisión encar-
gada de su arreglo.

D. Mateo se está portando: nunca el Club
del Parque ha tenido tanta concurrencia y so-
bre todo tan distinguida.
¡Hurray á D. Mateo Martínez!
¡Hurray á la nueva Comisión!
¡Hurray al Club del Parque!

Haría una hora que bailábamos cuando se
presentaron "Los Negros".
Después de cantar la preciosa canción del
estornado mística de mi inteligente cófide
Miguel E. Rojas, "Los Negros" dieron un vi-
va a las Sociedades allí presentes.

Un largo marullo corrió de boca en boca
dic: a los que "Los Negros" acababan de gita-
tar *maría La Marina*, el *Progreso del Plata*
á la "Buenos Aires".
Esta falsa noticia hubiera dado margen á
un distorsión, si mi amigo Dalmir Altamir pro-

sidente de "Los Negros" no hubiera reunido
los estándares de todas las sociedades en el
comedor; y después de pronunciar un brillan-
te discurso, desgranando tres escenas de su
pension las colocó en cada una de los otros
como prueba de la amistad que unía á todas
las sociedades.

Después de ser calurosamente aplaudido el
noble paso del presidente de "Los Negros" mi
cófide Lynch tomando una corona del estan-
darte del "Progreso" la colocó en el de "Los
Negros" diciendo "la Sociedad *Progreso del
Plata* como prueba del vínculo que le inspi-
ra la Sociedad *Los Negros* le ofrece una de
sus glorias".

La "Buenos Aires" y "La Marina" le imi-
taron.
¡Ah! fue la primera vez de tu vida que
te pates.

En seguida el ilustre Orion empujó el co-
tro.

Habló de la libertad, de la unión de las
comparsas, del Carnaval y al terminar su re-
sonante *gracé*, un largo, en estridente, un
prolongado aplauso saludó al inmortel orador.

Cuando Orion habló no hay palabras como
explicar las emociones que experimenta su
auditoria.

Se conmovió la palabra, todo le trase todo
lo salvaje, todo lo bello.

¡Oh! Orion cuando decía por ser tan solo una
pájara de vuestra inteligencia!

Volvámos al Salón.

"Los Troneros" capitaneados por Fray Ca-
padocio sostenían la candidatura.

Allí Troneros, Acipia y Altamir dijiendo
las sacas de Cipido á tres preciosos pimplos
que descolaban en aquel vergel.

Aulló *Melior D-Sofia* anclado como un
basilisco se inclinaba modestamente ante una
cajita de ojos negros y aterciopelados.

Se conmovió la palabra, todo le trase todo
lo salvaje, todo lo bello.

El cierto es que los troneros son los que se
han llevado la palma.

A las 10 de la mañana del domingo, treinta
troneros sentados cómodamente al rededor de
una fogata desfogaban con bastante vigor
sus torcas con cuero que D. Luis Elordi les
había hecho preparar.

El vino del año 15 el Champagne, el Bar-
des, el Chateau Lafitte, Lagrange, Margot,
Operto, Jerez etc. etc. corría que era un pri-
mer.

Los discursos se sucedían, se multiplicaban
y creaban.

Allí todo era alegría y apatito.

"Ah! troneros!" sinó hay como ser tronero!
A las 12 del día nos embellecimos en dos do-
ceas de rebullido; y nos dejamos conducir has-
ta Belgrano.

El Jefe de Paz salió á recibirnos.

Una inmensa concurrencia le seguía
calle abajo y arriba.

Minutal de preciosa milis combaraban de
comensal el camino al paso de "Los Troneros".

Vos V. y después diga sino es lo que ser
Troneros.

A las 4 de la tarde regresábamos quedando
invitados por el Sr. Mon para la tertulia
de esta noche.

¡Ah! me olvidaba al cuadro y al ganchito se
los anijó paracón el camino así que el pobre
Altamir tuvo que largarse á pata hasta la
estación.

¡Que si que se tronero!

Después de la masacra fatal las com-
papas asistieron al gran refectorio que les to-
nó preparado Hector F. Varela.

Mas de quinientos platos picharon que ha-
blaba al Catedral de la América.

Habló Hector: se conmovió la palabra en-
tusiasta hasta al punto al auditorio que fue
elevado en ánima y puerco por toda la casa.

en medio de las vivas y hurras de todas las
comparsas.

Lo dicho tan solo una *pájara* de esa gran
inteligencia y sería el mortal mas feliz del
universo.

El Doctor Langhinia obsequió á la Socie-
dad *Progreso del Plata* con una magnífica
tertulia.

Allí estaban las bellas de Gache y Speratti.
¡Ah! si no fuera el fraude, que crónica daría
sobre tan espléndido baile!

Portillo me escribió:
D'Artagnan.

Bailé en la de D. Carbone con las distinguidas
señoras Manada Canabá y Manuela Perez
etc. etc. como amigo que nunca he experimen-
tado mas sensaciones.

¡Qué se veían momentos tan felices! los
previo mil veces á una pierna de tronera ó
á un balde de chocolate.

Tipo:
Famoso.

Por lo visto las dos *Manadas* son dos an-
gelitos: amigo Portillo espere me las presen-
teis, soy muy afofo á las sensaciones, y ...
vamos á otra cosa.

¡Ah! como fue el incidente de la *Stella*
en Colon.

El *Progreso del Plata* después de cantar
en la plaza, salió á los salones saludado
por los aplausos y vivas que le prodigaban
los espectadores.

Momentos después de haber empezado la
canción del "Progreso" salió *La Stella* ejecutan-
do una marcha.

El público intercaló en la canción del
Progreso pidió á *La Stella* calla a por un mo-
mento.

La Stella que sega tengo entendido venia
á saludar al *Progreso* salió y volvió á entrar.

El público entonces la silbó.
La Stella persistió cantando por tres veces
consecutivas en medio de las furias y alaridos
de la concurrencia.

Algunos 8 rios de *La Stella* algo vivos de
genio levitaban su mano sobre los que lo sil-
baban.

Allí fué Troya: trompas, pafos y otras yerbas
entraron en danza.

Resultado: que *La Stella* se retiró en des-
orden llevando algunos heridos, y hechas
danza las banderas y estandarte.

El *Progreso del Plata* se formó en cuadro,
esperó terminara el conflicto para continuar.

Bravos progresistas, habéis cumplido con
vuestro deber permaneciendo mudos espec-
tadores.

Me dicen que *La Stella* formó frente á Co-
lon gritando: *viva la Italia*.

¿A qué hacer una cuestión nacional cuando
los mismos italianos desaprobaban su mal
proceder?

¿A qué vos vivas?

¿Pretendia por ventura *La Stella* conval-
cionar el país para llevar adelante su capri-
cho?

Max un.

Debo advertir que no hablo como un miem-
bro de la Sociedad *Progreso* puesto que la
cuestión ha sido entre el público y *La Stella*;
hablo como periodista y como ciudadano que
tiene el deber de pedir se respeten las leyes
de mi país.

Uno de los Comisarios que ocurrieron á
conocer el desorden fue brutalmente abofe-
tado por un miembro de *La Stella*.

Tamalo insultó á un ministro de la ley,
merece un duro castigo.

El presidente del *Progreso del Plata* bajó
á pedir una explicación al presidente de *La
Stella* por el aquí conflicto habia sido motiva-
do por algun resentimiento de ella con el
Progreso.

El presidente contestó que no habia sido
con ella y que paramente habia sido con el
público.

Entonces el Jefe Cabot le aconsejó apa-

signara los ánimos de los Socios porque ella
podia tener su mal resultado.

Parece que siendo imposible al presidente
de *La Stella* contener á los miembros de su
concurrencia apen de sus consejos, faldes qui-
so decirles la palabra; entonces un socio de
aquella mas exaltada se echó sobre él,
olimpiando esos de la misma y algunos parti-
culares se lo impidieron.

Había todo lo sucedido:
El público á la obtención de *La Stella* ha
querido mostrar que cuando él manda no
hay nada que pueda oponerse á su divino
mandato.

La voz del pueblo es la voz de Dios, ha di-
cho no sé quien.

La Sociedad *Progreso del Plata* no ha te-
nido nada que ver en e asunto y deplora que
uno de los Socios de *La Stella* en mala inte-
ligencia haya faltado á su presidente sin ma-
tivar para ella.

La Sociedad *Progreso del Plata* tiene hoy
gran baile en el Club de Moredon: partirá á
las 2 de la tarde y regresará el lunes á las 4
de la mañana.

¡A divertirse chicos! viva la alegría!

La Sociedad "Progreso del Plata" queda
eternamente agradecida á los Sres. Quisada
Bernabé (padre), Berrada y Diamas por los
preciosos versos con que han honrado á su
comparsa en el presente Carnaval.

Caballero de Nereza me llama *Lagardes de
D'Artagnan*.

Pido disculpa á quienes favorecieron por
la suposición del *fofo* en el primer to-
mero irá la abundancia de materiales me ha
ce supedito por hoy.

Vuestros
D'Artagnan.

Exhalaciones.

SEMARIO.—La reunión de las niñas.—Dado: vive Argentina.—Opiniones sobre ella.—Categorías Felipe.—El Club del Parque.—Una maldad.—Domingo.—Amanece.—Una "Falsificación".

En las niñas hay una dala, y es que atri-
buyen á mi colaborador "Felipe" mis "Ex-
halaciones".

Crean que él es "Lotario" ó vice-versa.
Errada creencia.

Dos somos los que escribimos, y pueden
notar, si como Dios Belfon el estilo hace al
hombre.

La encantadora Elisa le daba bromas la
otra noche en Argentina, creyendo que joy
d fuera la misma persona.

Cuando me lo contaron me eché á reir,
recordando que en Colon lo confundieron
también.

Ei que Lotario ama de latido en latido, y
porque mi amigo me ayuda en esta sección,
pues me y así aseguran que es el solo el
que escribe.

No pomenosada uno nuestro nombre?

¿A qué nos vivas?

En una magnífica quinta situada muy cerca
de la ciudad.

Toda la tarde se vio confundida en-
tre las flores de su jardín. Vire sola, retra-
da del balcón de la quinta donde las pe-
sonas turbulentas de guerrillas se creaban ven-
sible.

Ayer cortó flores y me las dió para que las
pusiera en mi libro; y al decirme no dices
Lotario uno entre todos... y esta era una
violeta blanca tan modesta y pura como cual

Hago esta pequeña demostración porque
han llegado á mis oídos varias interpretacio-
nes que en nada me conforman, otando á
Argentina de una finalidad que afectaría su
épica hoja de laureles; intenció á abor-
sion.

Se habla entre las niñas que Argentina
un ser bético que solo vive en mi imaginación.

Número suelto 1 peso

SEMANARIO DEL DOMINGO

Suscripción mensual 10 pesos

Redactores: Fray Capadocío, Hellogábito y D'Artagnan

SE PUBLICA POR LA IMPRENTA DE LA DISCUSION, CALLE POTOSÍ 198

PRIMA

DEL «CORREO DE LAS NIÑAS»

CORRESPONDIENTE A LA PRIMERA
SEXUALIDAD

Galería de celebridades Americanas.

Retrato del inmortal chileno Francisco
Bilbao.

ALBUM MUSICAL

POLKA COCO-ROCO.

CONFIDENCIASTenemos que descender hasta con-
tar á un precario.El redactor de la *España*, uno de los
muchos mercaderes que han arribado á
nuestras playas con el fin de adquirir ri-
quezas, nos dirige en su diario algunas
zozcas palabras, con motivo de las ideas
que incertamos en el último número del
corvo, respecto á los conquistadores de
América.Hubiéramos deseado que otro hubiese
sido nuestro contendor, para así no haber
tenido que ir hasta revisar el *Somnario*
del Farquar, donde hemos encontrado la
relación de algunas falsificaciones, perpe-
tradas por los españoles, falsificaciones
que mas tarde las haremos conocer,
para que sirvan de vergüenza (si es que lo
hacen) á esos mismos que se titulan no-
bles.El redactor de la *España* se enfada por
que hemos dicho que muchos de los prime-
ros españoles que vinieron á América fue-
ron unos bandidos; vamos á probarlo lo
que decimos con la historia en la mano.En las obras del Padre las Casas se ha-
lla una declaración de Amancio Sierra Le-
ma, uno de los primeros conquistadores
del Perú; y entre varias cosas leemos:Después de haber de la bondad y buen
gobierno de los Americanos, continúa: «Y
como hallamos la fuerza y el mundo y la
resistencia para poderlos sujetar é imprimi-
r al servicio de Dios nuestro señor, y
quitarlos su tierra, y ponerla debajo de la
real corona, fué necesario quitarles to-
talmente el poder y mando y los bienes,
como se los quitamos á fuerza de armas,
y que mediante haberlo permitido Dios
nuestro señor, nos fué permitido sujetar
este reino de tanta multitud de gente y ri-
queza, y de señores los hicimos siervos tansujetos como se vey y que enmenda vuestra
Majestad que el incaico que me nuevo al
acer esta relación, es por descargode mi
conciencia y por hallarme culpado en ella,
pues hablemos destruido con nuestro mal
ejemplo gente de tanto gobierno como eran
estos naturales, y tan quitados de cometer
delitos ni excesos, así hombres como muje-
res, tanto que el indio que tenía en su casa
unos pesos de oro y plata en su casa y otros
indios, dejaban abierta y puesta una es-
coba ó un palo pequeño atravesado en la
puerta, en señal de que no estaba allí su
dueño, y con esto, según su costumbre, no
podía entrar nadie adentro, ni tomar cosa
de las que allí había, y cuando ellos viera-
ron que nosotros poníamos puertas y lla-
ves en nuestras casas, entendieron que era
de miedo de ellos, porque no nos matasen;
pero no porque creyeron que ninguno to-
mase ni hurtase á otros su hacienda: y así
cuando vieron que había entre nosotros
ladrones, y hombres que incitaban á pe-
cado á sus mujeres é hijas, nos tuvieron
en poco, y han venido tal rotura en ofen-
sa de Dios estos naturales por el mal
ejemplo que los hemos dado en todo, que
aquel extremo de no hacer cosa mala, se
ha convertido en que hoy ninguno ó pocos
hacen buenas.En vista de esta declaración, volveré
el Redactor de la *España* á alterarse, por
que digamos que los españoles aprendie-
ron moral en América, y porque esponga-
mos que casi todos los que vinieron fue-
ron unos asesinos, ladrones y viciosos.Lea lo que se refiere de Quilo, Popayan,
Chilo, Cutzo, La Paz, Potosí, Chuquisa-
ca y Cochabamba, y sabrá que allí fué el
teatro de los mayores horrores, y que solo
Pezuela llevaba mas de mil trescientas
víctimas, inmoladas por la avaricia de la
nobleza española, que como el virrey Abas-
cal, creía también que los Americanos ha-
bían venido para ser esclavos, y reinar en la
desobediencia y desobediencia.Alra las páginas de la historia y halla-
rá que era tal el odio que los españoles
tenían por los americanos que habían pa-
dres que daban muerte á sus propios hijos.Por faltarnos el espacio necesario, nos
vemos en la necesidad de suspender nues-
tra contestación, prometiendo volver en el
próximo número, para así dejar sentado
con los datos que la historia nos sumi-
nistra, que ha sido una desgracia para la Amé-
rica el que fuese conquistada por la Nación
más atroz de la Europa.

FRAY CAPADOCIO.

Por satisfacer los deseos de algunas
buenas amigas, resolví dar á luz la con-
tinuación del cuento que empecé á publi-
car en el último número del Corvo y que
hoy bautizo con el nombre de *Herencia Es-
pañola*.Al tomar esta resolución, pido disculpa
á mis lectoras si mi producción no va pin-
tada con los colores de los cuentos; mi pin-
tel es muy oscuro y los colores que podré
darle, serán muy oscuros y bastante ordi-
narios.

Disculpádmelo, pues, y empiezo:

He dicho que Arturo y Estela se ama-
ban, con ese amor santo, puro, divino, de
que solo son capaces las almas nobles.

Y no me equivoco.

Era la primer pasión que abrigaban sus
tiernos corazones y de consiguiente, no
podían encerrar la malignidad que se
adquiere con el continuo roce de la aristocra-
cia.Sin embargo, tenían que luchar mucho
para vencer los obstáculos que presenta-
ban sus padres y para destruir las preo-
cupaciones sociales.Arturo era plebeyo y Estela, noble, y
para igualar estas dos categorías, había
que ir hasta el sacrificio.

Y Estela bebió las heces del dolor.

Joven de diez y ocho primaveras, em-
pezó á disfrutar de las delicias del mundo,
pero apenas percibieron su amor, fué en-
cerrada en un convento.Sus padres creían que así podrían li-
brarla de que se uniera á un condenado
por Dios.

Pero, error terrible!

Estela amaba cada día mas, y cada bar-
rera que oponían á su cuerpo para que no
viera á su amante, era una nueva carca-
jada que hacían arrancar desde lo mas re-
cóndito de su alma, porque esta era libre y
nadie podía coartarle su libertad.Eranos trataban de envenenar su cuer-
po, el amor lo vencía todo—y ante su
grandeza, los obstáculos eran destruidos.Estela como he dicho, fué á morar á un
lúgubre monasterio.Los conventos son siempre el punto de
reunión de los vicios, de los crímenes y de
la corrupción.Y desgraciadamente, la mayor parte de
los padres no conocen este lugar de perdi-
ción.Lo consideran el sitio santo, en vez de
considerarlo como el sitio de la bestialidad;
pues es allí donde las almas mas pias
se corrompen; y de allí, de donde salen
las desgracias y la ruina para las familias
y los pueblos.Y el destino de la desdichada Estela
era aquel.Apenas empezó su noviciado, cuando
ya tuvo que luchar con el Capellán, su con-
fesor, que quería saciar en ella sus mas
viles apétitos.Acostumbrado, como sus otros compa-
ñeros, á servir de las monjas, como las
heras del pasto, al principio creyó que sus
deseos se cumplirían, pero mas tarde cono-
ció la triste realidad.Estela, cada vez que se le acercaba, lo
rechazaba con indignación y podía so-
corro.Los planes, pues, del padre Lucas, eran
deshechos ante la grandeza de alma de la
desdichada novicia.En esta situación, la venganza era la
única satisfacción que aspiraba saborear
el santo padre.Pero, ¿cómo conseguirla, para quedar
bien ante los ojos de su víctima?El conocía la pasión de Estela por Ar-
turo, y veía que poniendo á este en comu-
nicación con aquella, se acarrearía la amiti-
dad de ambos, y conseguiría la deshonra
de la primera.Y desgraciadamente, los planes se cum-
plieron.El Padre Lucas entró en relaciones con
Arturo; lo llevó al convento, y para que
este no conociera su maldad, dijo que todo
cuanto había hecho por conseguirlo á Es-
tela, había sido por una prueba.Y los inocentes creyeron, y cayeron en
la trampa fraternal!Desde entonces, el mejor confidente que
tuvieron fué el padre Lucas.El amor necesita expansiones, y esas ex-
pansiones no las encontraban Arturo y
Estela en los solitarios claustros de un con-
vento.A mas, la virginidad de esta había
desaparecido, y para evitar un escándalo
que temía que suceder, á los pocos me-
ses, el padre Lucas aconsejó á los amantes
que á la brevedad posible, abandonaran el
convento, y que él se encargaba de hacer-
los casar en uno de nuestros pueblos de
campaña.Los pobres jóvenes que no conocían la
perversidad que encerraban los consejos
de tan buen amigo, los escucharon con
agrado y los pusieron en práctica.Una madrugada de primavera se
consumaba el rapto.Un carruaje tirado por dos brillos cer-
cales, conducía á los tres personajes hasta
el pueblo de San Isidro.

(Continuará)

FRAY CAPADOCIO.

Correo de las Niñas, I época, N° 105, 4 de septiembre de 1870: 1.

Número suelto 1 peso

SALE TODOS LOS DIAS: MENOS LOS LUNES, MARTES, JUEVES Y VIERNES

ADMINISTRACIÓN: FOTOS 195 — IMPRENTA DE LA DISCUSIÓN

Suscripción mensual 10 ps.

REDACTORES: FRAY-CAPADOCIO, ELEÓGABALO, D'ARTAGNAN Y TALMER

CORREO DE LAS NIÑAS

Los curules de sacerdotía, á sanos los Redactores de los "Intereses Argentinos"

Siempre los hombres de setena con las mismas infamias.

Siempre impotentes para entrar al debate tranquilo de los principios, apelan á la difamación para confundir al adversario.

Enemigos de la luz, ciuden la cuestión y apelan á la calumnia para imponer silencio.

Siempre los mismos!

Los "Intereses Argentinos" en su número del Domingo, después de advertir que el Gobierno de la Provincia estudia un proyecto de círcul para los calumniadores de oficio, como los Redactores del Correo, prometiá que entraría á discutir con nosotros bajo la condición de que no pasaríamos del terreno tranquilo de los principios.

Y qué es lo primero que ha hecho?

Cosa de los hombres de manto negro; no discutir, entrar al terreno de las personalidades, clasificarnos de espías y calumniarios exponiendo que hemos disuelto matrimonios, que hemos llevado el luto y la desolación al seno de las familias y que hemos mentado y calumniado comprometiendo la honradez y lo que mas estima el individuo. (1)

Y ante un cinismo semejante para discutir ¿qué hacer? Confundirlos con sus mismas armas.

Denuncios, pues, á los R. R. de los "Intereses" cuarenta y ocho horas de plazo para que publiquen los nombres de los matrimonios que hemos disuelto, de las familias á quienes hemos llevado el luto y la desolación, y de las personas á quienes hemos comprometido su honradez.

Su silencio dará lugar á que los clasificamos de INFAMES CALUMNIADORES, última cualidad de los hombres sin conciencia.

Pero, no conforme el *Órgano de Sacristías* con lanzarnos esa calumnia, nos echó al rostro la terrible falta de que profusamos ideas volterianas.

Esto para los timoratos y para las bestas sería la mayor ofensa; para nosotros es uno de nuestros mayores timbres de gloria.

Enemigos de toda religión que señas las ideas y petrifica los pueblos, reconocemos en Voltaire á uno de aquellos hombres, que cual un Mesías aparecen en las ciudades para dar á estos la vida que les falta.

Voltaire fué un génio á quien las generaciones que se levantan debieron venerar, por haber contribuido á librarnos de la tutela de la Iglesia; de esa tutela que tantos males ha ocasionado á la humanidad, — y á quien, hoy tanto encomia los Intereses.

Eso en cuanto á la falta de profesar esas ideas; ahora en cuanto á la manera de entender las palabras libertad, igualdad, fraternidad, permitan que lo digamos que no pensamos como los Padres de la Iglesia Católica y como tal, estamos de acuerdo con la revolución francesa, en su principio; porque ella tenía por base la igualdad de los libres y la razón independiente; y por fin, la abolición de las hogueras y tormentos que se levantaban al majestuoso Delirio, para aquellos que pensaban de diferente modo, al de Inocencio III por ejemplo; la abolición de los pri-

villegios de la obediencia ciega y de las revoluciones habiéndose en los concilios.

Si el terror fué el arma de que mas tarde se valieron los revolucionarios, la culpa no fué de ellos, fué de los siervos europeos, que no acostumbrados á respirar el aire puro de libertad, le infestaron con sus corrompidas mismas de servilismo.

La revolución en su principio no pudo ser mas aguda, el Evangelio fué su Ley; pero desgraciadamente, desde sus primeros pasos, fué víctima de la traición.

Carga, pues, toda la responsabilidad del siniestro fin de aquella revolución, sobre las cabezas de los que sembraron el odio y el espanto para los que pensaban como los revolucionarios.

Ahora bien, el *Órgano de Sacristías*, supone que por profesar estas ideas, confundimos la libertad con el libertinaje, dando lugar con esto á que aparezcan en nuestro semanario sucios que solo tienden á fomentar la corrupción en el pueblo.

Y ¿cuáles son esos sucios? Segun el citado *Órgano*, son algunas citas amorosas que han aparecido en nuestro semanario para que algunas niñas asistan á los templos católicos.

¿Cuándo no habian de salir con alguna albardaneria! con un escríptulo semejante á los de aquellas beatas que cuando ven algo que agrada sus pasiones, pero que no pueden gozar de él por su estado, se tapan la cara, pero dejan á los ojos la libertad de ver!

¿Con que es indecoroso dar á una niña una cita inocente para un templo, cuando esa cita no se puede llevar á efecto en otra parte y no es indecoroso que los frailes vayan á esos mismos templos á explotar á los pobres con las misas y los funerales y á las doncellas con los consejos dados desde el confesionario!

Es ese un abuso de libertad y no es abuso el establecer tarifas invocando el nombre de *Jesú-Christo* por vender la absolución, como lo hizo el Papa Juan XXI para el parricidio, el asesinato, el robo, el incesto, el adulterio, la sodomía y la bestialidad, tarifas que fueron publicadas por el Papa Leon X y aplaudidas por casi todo el orbe católico.

¿Es ese, dicen, un abuso de nuestra libertad mal entendida, y no dicen que es un abuso el proclamar desde los pulpitos el sostenimiento á los tiranos y la persecución de todos aquellos que estuvieron fuera de la Iglesia Católica, como lo hacia Inocencio III?

¿Dicen ser un abuso el nuestro, y no dicen que es un abuso el de los sacerdotes católicos el ir á los templos á aconsejar á las doncellas el que martiricen su cuerpo para abrazar la cruz desnudadas y desnudas á nombre de la que *marchan los conquistadores* llevando el espanto delante de ella, y á nombrarlas la que se autorizaba la carnicería de Saint Barthélemy y la exterminación de los Vadonnes, Husitas, etc. etc. y se santificaba la terrible Inquisición?

Los hombres de manto negro, son siempre así: cen la *peje en el ojo*.

Esta vez nos dicen que no conocemos lo que es libertad y que como tal, cometemos abusos.

Daríamos una lección á los Señores Redactores de lo que es esa facultad divina, pero temamos cansar á nuestros lectores y por eso suspendemos, diciendo únicamente lo que ya tantas veces se ha repetido: libertad es el poder de querer y ejecutar, previo uso de la razón.

El poder de querer y ejecutar, sin una previa deliberación conduce al libertinaje y es á lo que se encuentran espantos todos aquellos que están de acuerdo con las máximas del catolicismo, pues, como dice el Cardenal Wiseman, este siendo sus brazos á todos los que renuncian á su juicio particular, para adoptar su principio vital, es decir, que se someta implícitamente á la verdad de todo lo concerniente á la enseñanza de la Iglesia.

Renunciar á su juicio particular! Es decir, ser cual una máquina que es movida á impulsos de otros, ó ser cual una bestia feroz que solo piensa en saciar sus torpes apetitos!

Y esta es la libertad que quieren que practiquemos los Señores Redactores del *Órgano de Sacristías*.

Y no pueden decir que es otra; pues, segun el principio que los católicos siguen de *obedecer á las potestades*, ellos están en la necesidad de practicar en la libertad, que no es otra que la de las mismas potestades, la que creía condenados y escogidos, como lo afirmaba el Arzobispo Escalada que al refutar una obra del inmortal Bilbao, decía: «IGNORA QUE SI TODOS FUESEN SOBERANOS, como él se *IMAGINA* que lo son, la República sería imposible por que no puede haberla en el caos y en el desorden».

Obedecer á las potestades! Há ahí la libertad que recomiendan y practican los hombres de sotana; he ahí porque también santifican la conducta del liberal Pio IX cuando por medio del Cardenal Pacca hacia decir al Ilustre Luminar, lo que ha colmado de amargura al Santo Padre es el acto de union propuesta á todos aquellos que apesar del asesinato de la Polonia la desmembración de la Bélgica y la conducta de los liberales, esperan aun en la libertad del mundo, y quieren trabajar por ella. . . . Su Santidad reprueba tal acto en cuanto al fondo y á la forma.

La obediencia ciega; he ahí por último la libertad que quiere que practiquemos el *órgano de sacristía*, pero en todo tiempo nos levantaremos á costa de nuestros intereses y de los odios de los fanáticos, protestan lo contra una nueva principios.

Concluimos contestando á dicho *órgano*, que demasiado honrado ha sido Ignacio de Loyola, con que jóvenes morales hayan tomado su nombre para protestar contra aquellas inmundicias que él aconsejaba, tales como: «si la autoridad declara negro lo que se razon y su conciencia le dice que es blanco, afirmalo».

Volteremos.

FRAY-CAPADOCIO.

El Sr. Rafael Barreda.

Con sorpresa hemos leído un artículo que este señor ha publicado en el último número de los *Negros* en que clasifica de plagiarlo al señor *Verbo-Bueno* exponiendo que el artículo *Deirio* que apareció en este semanario el Domingo ocho del corriente, pertenece al *Incógnito*, el que lo publicó en su periódico há como un año, dedicándolo al mismo señor Barreda.

Berdone el señor Barreda que lo digamos que se encuentra equívoco y que ha sido engañado atropellado por el *Incógnito*.

9 Julio de 1871

BUENOS AIRES. AÑO UL.

Año III N° 141

REDACTOR
EN JEFE
D'ARTAGNAN.

SUSCRICION EN
BUENOS AIRES
Por año..... 100
6 meses..... 55
1 mes..... 10

NÚMERO SUELTO
15

DIRECTOR
Y REDACTOR
HELIOCABALO

SUSCRICION EN
LAS PROVINCIAS
Por año..... 5.00
6 meses..... 2.50
1 mes..... 0.50

NÚMERO SUELTO
1.50

LOS TABOADAS POR V. LYNCH. (hijo)

Correo de las Niñas, I época, N° 141, 9 de julio de 1871: 1.

Correo de las Niñas, I época, N° 143, 23 de julio de 1871: 1.

Correo de las Niñas, I época, N.º 148, 26 de agosto de 1871: 1.

Correo de las Niñas, I época, N° 158, 4 de noviembre de 1871: 1.

Correo de las Niñas, I época, N° 171, 5 de febrero de 1872: 1.

Correo del Domingo (primera época).

Correo del Domingo, N° 68, 16 de abril de 1865: 1.

CORREO DEL DOMINGO

Se publica todos los Domingos por la imprenta del Siglo, Victoria 151.—Precio de la suscripción 30 pesos por cada cuatro entregas de 16 páginas cada una.—Números sueltos 10 pesos.

SUMARIO—El huracán en el bosque de Palermo.—Preparativos para el Concierto.—La Semana.—Historia Argentina. Exposición del general Alvear con motivo de la ocupación de Montevideo.—Pensamientos—Claro Oscuro, poema de L. Lapuente.—Margarita Pusterla, por César Cantú, continuación.—Poesía americana.—El huracán por J. M. Heredia.—El poeta enfermo, por F. Echeverría.—El deseo de ganar, por A. Carr.—Frierías, Charada.

El huracán en el bosque de Palermo.

En la parte ilustrada del *CORREO DEL DOMINGO* queda un recuerdo, aunque débil, del huracán del día 9. En un sitio apartado del bosque de Palermo se habían reunido esa tarde y en diversos lugares, mas de cuarenta personas, que habían ido á pasar un día agradable bajo la sombra de aquellos árboles corpulentos.

El huracán sorprendió á los paseantes sin darles tiempo de tomar precauciones. Era la hora de la comida; las mesas estaban cubiertas; reinaba en todos la alegría mas bulliciosa; hablaban señoras y niños en algunos grupos. Los festivos jóvenes de una de las comparsas que mas divertieron en el último Carnaval, cantaban y tocaban la guitarra en plena alegría.

El huracán estalló, la noche tendió su manto negro sobre la tierra, y los árboles doblados hasta el suelo por el viento que bramaba, son tronchados ó arrancados de raíz.

Apenas volvió la luz del día, uno de los grupos corre hacia la diligencia cuyos caballos hablaban arrebatado por entre los troncos derribando al conductor, y quieren ocuparla para volver á la ciudad.

La diligencia es pequeña para tanto pasajero, algunos de los cuales corren en otra dirección en busca de amigos y de alguno de los carruajes en que habían hecho el paseo.

Esa es la escena que el artista ha bosquejado.

Preparativos para el Concierto.

Todo marcha perfectamente.

Lo que la comisión de señoras ha logrado en estos pocos días, no lo habría alcanzado una comisión de hombres por mas actividad y celo que hubieran desplegado.

Las señoras comisionadas hacen personalmente las invitaciones y en todas partes reciben la mas favorable acogida.

Eso hará que en este Concierto figuren las señoras, señoritas y caballeros de mas nota entre los aficionados y los profesores.

El martes deberá tener lugar una reunión, promovida por la comisión de señoras, á la que asistirán todas las personas invitadas y que se han manifestado dispuestas á concurrir al Concierto.

En esa reunión se tratará de la manera de organizarlo y de fijar el día, si esto fuese posible.

Ese día caerá probablemente á fin de abril, y entonces verá Buenos Aires una de las mas espléndidas fiestas, dispuesta en favor de servidores del país, á quienes el pueblo aliviará con mano generosa en sus necesidades.

Para dar mayor realce y mas grata significación á este Concierto, nos felicitamos de que se llevase á cabo la idea que hemos oído emitir, esto es invitar á que tome parte en el una señorita de Montevideo, muy distinguida en el canto, y algunos aficionados de aquella ciudad.

Diremos desde luego que nos referimos á la señorita de Reyes, y que quisiéramos poder ratificar esta noticia en nuestro próximo número, porque así veríamos á la sociedad de los dos países unida en la realización de un pensamiento tan filantrópico y de común beneficio para los dos.

Sentimos anunciar que el Sr. Esnaola no ha podido admitir el nombramiento que de él hizo la comisión de señoras; pero los Sres. Allarcellos y Ella, que lo aceptaron desde luego, prestan su concurso inteligente de la manera mas recomendable.

Todavía no han podido concluir las señoras de hacer todas las invitaciones que tienen en mira, y es de creer que en ellas tendrán el mismo feliz resultado que en las que ya han hecho.

Mas adelante tendremos el placer de ofrecer á los lectores los nombres de todas las personas que tomarán parte en el Concierto.

La Semana

El lunes hemos tenido unos diez minutos en que nos hemos olvidado de todo, ménos de que somos capaces de atolondrarnos á pesar de toda nuestra altanería y despreocupación.

Diez minutos de confusión espantosa, en que hemos andado á tientas, chocándonos contra las paredes, perdiendo sombreros y perdiendo el tino; diez minutos que han parecido una eternidad.

Un instante despues nos hemos mirado unos á otros todavía pálidos, desencajados, inseguros, pero haciendo esfuerzos para probar que no nos hemos quebrantado.

En medio del cataclismo, de los gritos, de las corridas, de los ayes, cada cual se ha revelado como es.

—La llave de la caja! la llave! gritaba un hombre de corazón árido, que ha perdido toda sensibilidad absorbido por la pasión desenfrenada del dinero.

Gritaba así en medio de las tinieblas, temiendo que alguien hubiese visto su caja abierta, y metiese la mano en ella.

Vive Dios que bien valía la pena de pensar en unos dos mil pesos que contenía la caja, cuando todos pensaban en no quedar hundidos bujo los escombros de la ciudad en una noche eterna!

No lejos de aquel hombre una madre gritaba enloquecida:

—Hija, hija mía! y queriendo correr en su busca cuando mas negra era aquella noche imprevista, chocó contra la puerta y cayó sin sentido.

—Hija mía, hija mía! fueron sus gritos al volver en sí, y no cabía de gozo al abrazar á una preciosa niña de cinco años, toda cubierta de polvo, sorprendida por el huracán fuera de la puerta de calle, y que arrastrada lejos clamaba á su vez—Mamá mía!

—Gaspar, Gaspar, gritaba en otra parte un rico mezuquino: que no oyes, demonio?

—Sí señor, aquí estoy, pero no puedo moverme, no veo nada.

—Sube ahora mismo á la azotea y baja la alfombra que va á llenarse de tierra, y el vestido de terciopelo de la señora que hoy se sacó al aire. Vuela, Gaspar.

—Pero señor, si no veo nada.

—Ah! demonio, no sirves para maldita la cosa.

Y aquel desgraciado que así hablaba se habia guarecido debajo de un techo, sin cuidarse de los demas.

Su pobre mujer aterrada estaba muda, no pensaba en su vestido de terciopelo, y tuvo horror al oír las palabras de su marido.

Los espíritus fuertes callaban, los viejos ya habían visto otra escena casi igual y esperaban la vuelta de la luz sin grande inquietud, las mujeres sensibles oraban y lloraban.

CORREO DEL DOMINGO

Se publica todos los Domingos por la imprenta del Siglo, Victoria 151.—Precio de la suscripción 30 pesos por cada cuatro entregas de 16 páginas cada una.—Números sueltos 10 pesos.

SUMARIO—Lord Byron en Venecia, por Guillermo Mata—La Francia no lee, por E. Pelletan, traducido para el Correo del Domingo—Preocupaciones populares, fragmentos de los escritos del Dr. D. Mariano Moreno—El tostado—Crónica—Artículo casi político—Aroma, poesía, por A. Magariños Cervantes—Los hijos de la fiebre, por Enrique Pérez Escribá, continuación—De Nápoles a Nápoles, Viaje de recreo por don Pedro Antonio de Alarcón, continuación—Fósforo y Civilización; Glosa en inglés, por Lucio V. Mancilla, dedicada a su amigo Melchor Romero.

LORD BYRON EN VENECIA

Era una noche del año 1817. Una sala iluminada de un palacio veneciano, sobre los cojines de un canapé y al lado de un candelabro de oro, dejaba ver a una mujer que daba vuelta ajitadamente las páginas de una cartera. Esta mujer era joven y la cartera era el libro de memorias de un viajero. Si hubiéramos podido estar cerca de ella habríamos oído las impresiones, los cuadros sublimes que esas páginas contenían; de lirios, arrebatos, ternuras, á las cuales la belleza, con voz llena ó quebrada, dábales el tono que mas convenia. Hé aquí algunos fragmentos:

"Estoy en Venecia. En Venecia, la ciudad levantada sobre las aguas por el prestigio de las hadas. Pero ahí Venecia no es Venecia; la ciudad de los placeres, la de los cantos populares. Venecia está solitaria como las ruinas. ¡Italia! Italia! En todas partes la sombra de la muerte; en todas partes el mutismo de la esclavitud. Vengo de Roma, y allí he dejado un mundo revolcándose en el lodo de su vergüenza. Si, Roma, la conquistadora del mundo, el coloso, que tenía el universo en una mano, y en la otra su bandera triunfante, vencida por la traición y mutilado por los cobardes, yace enterrada al pie de esas gigantescas columnas. Allí he visto su Tiber, antes tan orgulloso y cristalino, arrastrarse pesado y turbio como reflejando su desgracia. Allí no reinan los hombres; reina la iglesia con su guardia de tudescos. He visto á un anciano decrepito cenido como por burla con la triple diadema, bendiciendo á Roma desde el dombo de San Pedro; y esa Roma, que recibía su bendición, contestaba con el sordo murmullo del temor. César, que dirías tú si elevando del sepulcro tu cabeza calva y abriendo esos ojos que infundían miedo á tus mismos enemigos, vieses á tu Roma que hiciste dominadora del mundo, descendida ahora á ser la esclava mas ínfima! Qué dirías tú si la vieses jemar derodillas y azo-

tar su frente en las baldosas de tus templos cuando la voz áspera de un fraile inaula y fulmina hasta el recuerdo de tus glorias mas puras, de tus héroes mas jenerosos? Escóndete César, no te alcas nunca de tu sepulcro! Tal vez el azote de un soldado del norte ó la correa de un mo-naguillo insultaria esa frente que sombrearon las águilas. En Roma no queda sino el sitio de Roma: ahora es una antigua heroína envuelta en las negras ropas de un fraile.

"Y tú, Venecia, que hiciste de tu corona de reina! También la esclavitud te ha prostituido; también el hierro de los bárbaros ha cortado ese brazo poderoso. Todo tu recinto está habitado por esclavos y en vano mi ansiosa mirada recorre tus suntuosos palacios, tus soberbios monumentos! Todo está vacío, todo silencioso y árido como el desierto. Allí está el palacio ducal y en sus almenas flota la bandera extranjera. Allí el de Donatelli, y en él solo se escucha el ruido de los viajeros que llegan, y solo se ven las caras tiznadas de los mozos de cocina. Ya tu Adriático no levanta en sus hombros las atrevidas naves, ya no recoje en sus ondas conmovidas el anillo nupcial; y el réjio Bucentauro con tus soberbios Ducees, vestidos de púrpura y de acero, con el alado leon que colgaba de su elevada popa, no atraviesa tu camino azulado al son de alegromúsica y de himnos de victoria y al eco del aplauso sonoro que enviaba la población entusiasta desde las ventanas de sus palacios, desde las arcadas del Rialto ó desde las góndolas em-pavezadas con banderolas y vistosas cintas como las cunas de los recién nacidos! Venecia, llora; y que tus lágrimas, saladas y amargas como las aguas de este mar que te circunda, caigan sobre tus hierros para que ellas te los limen. Pero no, es necesario sobreponerse al destino, es necesario adiestrar el brazo á la pelea antes que la boca al ruego, los ojos á las lágrimas. Italia, tú te alzarás al fin. La libertad no puede olvidarse en tu suelo, porque ahí ha nacido; y á pesar de tus tiranos, apesar de las preocupaciones, apesar de las ceuizas con que tratan de apagar esa hoguera, tu luz brillará un día. La libertad y la humanidad no pueden separarse; y ninguna de ellas puede morir. La Italia despertará; porque despertará en ella ese espíritu inmortal que ningún tirano, que ningún obstáculo puede oprimir, como ninguna barrera puede atajar al mar en sus revoluciones periódicas, ni mano alguna puede impedir que el volcan reviente, cuando sus en-

trañas están desbordando con el fuego contra el globo. Por mas que digan los materialistas todo no perece con la muerte. La muerte no es mas que la descomposición de los elementos; talvez la transformación de los seres; y siempre queda, despues de lo que llaman muerte, un algo que puede ser mucho, un espíritu que es inmortal. La naturaleza no puede torcer sus leyes inmutables, y si así no fuese, si la humanidad infinitamente rejuvenecida, no llevase un destello una chispa, un presentimiento en cada nueva senda que le toca abrir, sería necesario maldicirla y arrojarle el anatema de las madres incultas que abandonan sus hijos, á la miseria y á la prostitución. Pero no; ese espíritu grandioso no ha cesado de brillar en las épocas mas tenebrosas. En las luchas de las razas, cuando la humanidad se hallaba aplastada por el cielo y estrechada por sus ambiciones; cuando envuelta en las redes de las supersticiones sacerdotales, cuando en fin reyes y papas, levantaban cadalsos y encendían hogueras, ese espíritu vivificado, renacido de sus propias cenizas, se extendia mas y mas, y alguna vez, Italia, los restos de una hoguera mal apagada aun te encendieron en valor y en patriotismo. Savonarola, mártir de tu patria y de la libertad, tú has reunido dos coronas que brillan mas que la de todos los reyes en la inmortalidad! Ese espíritu inspiró á Sócrates al profetizar un Dios; él inspiró á Séneca cuando entreveía un nuevo mundo y condujo á Colon por entre mil peligros hasta encontrarle. Prometeo, ese profeta de la verdad del porvenir, ese dios arrojado del cielo por haber enseñado las artes á los hombres, sentía moverse en su alma ese espíritu infinito cuando exclamaba: "Y sin embargo este Júpiter, apesar del orgullo que hincha su alma, será esclavo algun día. Que vaya pues á sentarse en su Olimpo, satisfecho con ese ruido que por la inmensidad se arroja y se espasme; que su mano sacuda el dardo encendido! Vana ostentación, que no podrá preservarle de caer, y de caer ignominiosamente y para siempre! Tan terrible será el adversario que se prepara para luchar con él. Gigante indomable que encontrará un fuego mas poderoso que el fuego del rayo, estallidos mas resonadores que los del trueno, y que hará pedazos en las manos de Neptuno el tridente esta arma fatal que subleva los mares y alborota la tierra.

"Yo detesto toda tiranía y quiero que todos los pueblos puedan respirar ese aire que se llama

[illegible]

DIARIO DE LA TARDE.

PERIODICO COMERCIAL, POLITICO Y LITERARIO.

Este Diario es propiedad de la **Imprenta Argentina**.—La SUSCRIPCION se de 20 pesos por mes, pagaderos al fin de cada año.—Se inserta toda clase de avisos a un precio módico.—Se vende en la Oficina del mismo Directorio Santa Rosa No. 37, de la Plaza de la Victoria una cuadra para el Colegio, donde se reciben inscripciones.—Se reciben avisos en la Oficina hasta las 2 de la tarde y el Diario sale a las 5.—Precio de los números 2 pesos.

ALAS VIGILAS.—Miguel D.—San Domingo y sus Modesto uaf-
ones y sus Escuelas regan y salan,
el fin del mundo comienza.—Sale el Sol a las 5 y 30, se pone
a las 6 y 30.

EXTERIOR.

Italia.

París, Diciembre 3.—En la sesión del 28, el
senador Bencini leyó el siguiente proyecto de con-
suetud al decreto de la corona.

“Ses, vuestras nobilísimas palabras han sido recibi-
das por la nación, como un anuncio de felicidad do-
méstica, y en eso resonará donde haya sufrimientos
y angustias. Permitidnos ¡oh sí! declararos que
las virtudes del país rara vez han sido mas nobili-
mente interpretadas. Solemnemente nuestras ins-
tancias no habrán hecho grande, mejorándolas, or ha-
rán mejorado. La cámara electoral tendrá orgullo
en trabajar en la gloriosa tarea que habéis enco-
mendado, y el ejemplo de un pueblo ti-
ludo que insiste y persevera en medio de luchas y
de travesías, no será impropio en la tierra.

“La libertad, ya sea conquistada, ya defendida,
siempre es el fruto de magníficos sacrificios: la
nación las honrará con dignidad. Con trágico
es ayudar en la gloriosa tarea que habéis enco-
mendado, y el ejemplo de un pueblo ti-
ludo que insiste y persevera en medio de luchas y
de travesías, no será impropio en la tierra.

de los miembros irlandeses del parlamento deberá
celebrarse en Dublín antes de la apertura de la le-
gislativa, para concretarse sobre las medidas propi-
as para defender los derechos religiosos de la nación;
y hasta que se hayan rechazado los ataques diri-
dos al catolicismo, la asociación mandará la palabra
católica a su título, y se llamará la asociación *leal*,
nacional y católica del *Repeal de Irlanda*. Estas
diferentes proposiciones han sido votadas por acti-
mación. La cotización de la semana ha producido
91 y 9 ch.

“*Dublin*, martes por la mañana.—En la sesión
del nuevo consejo municipal, que se reunió ayer por
primera vez, Mr. Guinness, el cervetero, cuya can-
didatura anunciarnos hace algunos días, fué elegido
por unanimidad y proclamado lord Maire en medio
de entusiasmados aplausos. Mr. John Kennedy, miem-
bro del parlamento, y el lord Maire saliente, han
prometido a su sucesor su leal concurso.

“El nuevo electo ha manifestado con vehemen-
cia su gratitud a los miembros del consejo, por las
altas y honrosas funciones de que se dignaban in-
vestirlo.

“El consejo decidió en seguida, entre otras cues-
tiones, que Munster House (la casa de ayuntamiento)
para arrendarla para recibir convenientemente a los
El nuevo electo ha manifestado con vehemen-
cia su gratitud a los miembros del consejo, por las
altas y honrosas funciones de que se dignaban in-
vestirlo.

una, un nudo fácil comprime sus fincas, y le impide
la respiración; un sudor frío baña su cuerpo, y el
corazón late fuertemente para desahogar la sangre que
le oprime. De repente el palacio se estrecha, las
magníficas colgaduras caen al suelo y se agitan con-
tra las paredes, y hasta su mismo lecho parece que
le arroja de sí. A la convulsión se sigue instan-
taneamente un horrible estertor, que segunda vez
conmueve el edificio.

La visión desaparece como una llama fosfórica,
tiembla Mahomet involuntariamente; incorporase
en su lecho, y hundiéndose los párpados dirá, si está
despierto o le acosa algún horrible pesadilla. Ar-
rojase presuroso a su habitación; abre las ventanas
y a favor de un resplandor rojizo que iluminan los
edificios y las calles vé correr presurosos habitantes
y soldados con la conserción pintada en sus
semitas. Oye los alaridos que crecen por ins-
tantes en la ciudad y en la marina, y mil peña-
samientos a cual mas negros y suspicaces se agolpan
en su imaginación, sin fiarse en ninguno. ¿Si le
será traidor el visir? ¿si acaso la armada de los in-
zaros habrá hecho algún descuido de relaxa-
ción? ¿se omitirá la soldadesca indisciplinada y tra-
dicionaria pidiendo sus pagas? Perplejo entre tan
contrarios pareceres visíase presuroso, luego sus ar-

la hoguera lanza una mirrada vilipendiosa sobre los
guerreros de la tribu enemiga, y entona imprecio-
so himno de muerte, de la misma manera el cenit-
vo Antonio continuaba sus dímicos contra el tira-
no sin intimidarse al ver la sierra fatal que iba a
desmenuzarse sus miembros.

¡Ay de ti, infame! le dijo, si yo hubiera estado
suelto y no púil, que cayó al suelo al quíale la
ropa, reveló cuales habían sido sus pensamientos
vulnerares.

Entonces volviéndose a sus compañeros y soca-
lundo el horrible instrumento, les dijo: “He aquí
el remedio a nuestros males.”

V.

Cuatro días después se levantaba en la ciudad de
Napoli un soberbio cataclismo: allí con letras de oro
se veían inscriptos los nombres de Antonio y de sus
tres compañeros; las compañías de la ciudad clamo-
rescamente, los murmuros abatiendo dis-
crepan, y los oficiales de la armada y del
ejército vestidos de luto concurrían a las exequias.
Una salva general de la armada y de las baterías
del puerto anunció el principio, y otro igual el fin
de la angustia ceremonial.

Y de qué le sirvió todo este aparato al pobre An-
tonio? ¿de qué le sirvió el general que pasaba a
gras elegancia? ¿de qué le sirvió el general que pasaba a
gras elegancia? ¿de qué le sirvió el general que pasaba a
gras elegancia?

Y de qué le sirvió todo este aparato al pobre An-
tonio? ¿de qué le sirvió el general que pasaba a
gras elegancia? ¿de qué le sirvió el general que pasaba a
gras elegancia?

El Mosquito, N° 31, 19 de diciembre 1863: 1.

El Mosquito, Nº 388, 26 de junio 1870: 1.

El Mosquito, Nº 428, 4 de junio 1871: 1.

El Mosquito, Nº 433, 5 de julio 1871: 1.

NÚM. 1.
11 DE SETIEMBRE.

LA ILUSTRACION ARGENTINA

SEMANARIO CRÍTICO Y LITERARIO.

En Buenos Aires, 20 pesos mensuales.
Ensayado 2 por las partes.
En las Provincias y Montevideo, 12 reales fuertes.

SALUDOS.

Al emprender la publicación de un periódico literario, nos complacemos y honramos al mismo tiempo un deber, señalando a los diarios que actualmente ven la luz pública bajo la dirección de ilustrados redactores.

El «Nacional» es el primero á quien nos dirigimos por respetos á su antigüedad y á los servicios que ha prestado á la causa del pueblo en las horas de conflicto: su joven redactor, el Sr. Huerga, ha merecido bien de la Patria por la precisión y lucidez con que ha ventilado las más áridas cuestiones de política y comercio.

Salud, al que ha sabido manejar la pluma mejorada en las tintas del patriotismo, y combatir con el pensamiento escrito las tendencias retrógradas de los anarquistas y de los caudillos. Salud al que ha vengado, día á día, ante el tribunal de la opinión pública, los ataques de la barbarie contra la civilización, de los malos contra los buenos ciudadanos!

Gracias le sean dadas en nombre de la libertad.

Gracias le sean dadas en nombre de los vencedores por la ley y por la fuerza.

El «British Patriot», aunque escrito en idioma extraño y nos especialmente consagrado al fomento de los intereses británicos, es digno de la estimación y de la gratitud de los hijos de esta tierra, por que ha sabido sostener honramos nuestros derechos y los de los extranjeros, amaba amenazados por una rebelión, que fué tan favorecida por los representantes de varias naciones amigas.

Saludamos á su ilustrado Redactor.

«La Tribuna» que ha emprendido, hace poco, la carrera del periodismo, es todavía una esperanza falta, pero una esperanza muy rica de porvenir; las tendencias progresistas que manifiesta, la hacen acreedora de todas las simpatías, como que es un órgano fiel de la opinión pública. Nosotros nos felicitamos de tener ocasión de saludar á su Redactor, y principalmente á sus jóvenes colaboradores á quienes conseguimos una amistad tan firme como pura.

El recién nacido «Comercio», escrito en francés y redactado por el Sr. Martín, nuestro amigo, tan amante del progreso como ilustrado, se merece también nuestros más cordiales enhorabuena.

«Los Debates», más «crumpson» que se lanza á la arena con los gritos recurrentes del nombre que lleva, ha contraído el compromiso de ser un firme defensor de los derechos del pueblo, y una fuerte palanca para levantar nuestro edificio social tan destruido por las guerras civiles.

Esperamos que sabrá llevar su misión, y saludamos á sus Redactores!

La «Prensa» redactada por el abogado recto y profundo, D. Carlos Tejedor, debe aparecer en estos días: nosotros asegurándole buen éxito, la saludamos aun ante de nacer con la mayor consideración.

Salud, pues, á vosotros, señores de la política y del comercio de la provincia de Buenos Aires! Nosotros que aspiramos á la gloria de llevar adelante la publicación de un periódico literario, esperamos que seremos auxiliados y apoyados por vosotros en el empeño con que queremos ver coronado nuestro intento.

La ILUSTRACION ARGENTINA es una barquilla enteramente nueva que se lanza al siempre proceloso mar del periodismo, con la bandera de la «esperanza» y la brújula de la «libertad del pensamiento»: si un capitán es adiestrado en las maniobras, y aseasonado por la experiencia, no todos los pilotos asidos á su timón son experimentados, y algunos somos verdaderamente inexpertos: para estos pedimos la benevolencia del público, y el estímulo poderoso de nuestros colegas, quienes ya conocedores de los escollos y de las tormentas, nos salvarán del naufragio, si nuestra barquilla se va á fondo en medio del Océano ó se desmenuza contra las rocas del puerto descuido.

El viaje que emprendemos no se limita á los mares de la política y del comercio, en los que confesamos, de buen grado, que sois tan prácticos como caudicos: nosotros intentamos hacer un viraje al rededor del mundo para estudiar los hábitos, las costumbres, los trages, las modas, etc. en todos los climas y bajo todas las latitudes.

Unas veces navegando sobre los hielos de los polos, y otras ardiendo bajo el fuego de los trópicos, buscaremos en todas partes algo de nuevo, algo que sirva para ofrecerlo al público de nuestra Patria, en las columnas de este Semanario.

11 DE SETIEMBRE.

BUENOS AIRES.

No se hay Roma, si hay tigre, pidiendo sangre humana.
Yordanes llamo de oro, sin patria Dios si Ley:
Ni Julia que muere con sordida leona
Desde se oculta el sol para volar mas di.....

P. HUERGA.

I.

Un día se despertó el pueblo de Buenos Aires entre el estampido del cañon y los tristes gemidos del moribundo; la polvareda densa y ensangrentada del combate, penetrando en la hermosa ciudad, y el horrible tronar de los cañones, trajo la noticia á la población consternada, de que á sus puertas se desenvolvía un grande drama; uno de esos pasmosos sucesos que deben decidir del porvenir de los pueblos, porque están estrafalamente enlazados á su existencia futura.

Buenos Aires, receptáculo bello de tantas glorias y cuna de la libertad y del heroísmo en la América del Sur, habíase adormecido 22 años bajo el duro y pesado yugo de la tiranía, doblando ante la voluntad férrea de un hombre que el azar habia colocado á la cabeza de sus destinos, todo su grande poder y sus nobilísimos antecedentes, conquistados con tanta abnegación en cien combates gloriosos, y ni oír tronar en sus puertas nuevamente, los cañones de otra batalla en que se jugaba á la suerte azarosa de las armas, todo su porvenir, sus tradiciones y sus glorias, sentíase estremer bajo la presión dolorosa de mil contrarios presenciamientos. Cada una de aquellas explosiones, eran nuevas engendradoras de un cuadro de dudas ó de esperanzas, segun el prisma con que miraba cada individuo al fin de ese sangriento drama, por que todos veían en él, ó la destrucción de la patria, ó la vida por tanto tiempo habian vivido en la oscuridad y en la inutilmente la República, ó dicho simplemente se jugaba la vida ó la muerte de la patria en nuestra patria. Así se creyó, por lo más, cuando se oyeron sonar los cañones de Osorio.

La Ilustración Argentina, 2da época, N° 1, 11 de diciembre de 1853: 1.

; VIVA LA FEDERACION !

<p>Sale los Sábados.</p> <hr/> <p>Suscripcion mensual 4 pesos.</p> <hr/> <p>Ejemplar, 12rs.</p>	<p>LA</p> <p>MODA,</p> <p>GACETIN SEMANAL,</p> <p>DE MUSICA, DE POESIA. DE LITE- RATURA, DE COSTUMBRES.</p>	<p>Véndese en esta Imprenta, en ca- sa de los SS. Sas- tre, Stedman, Bal- carce, y Mompio.</p>
---	--	--

[N. 1.] BUENOS AIRES NOVIEMBRE 18 DE 1837.

PROSPECTO.

—

Este papel contendrá :—

1. Noticias continuas del esta-
do y movimientos de la moda (en
Europa y entre nosotros) en tra-
jes de hombres y señoras, en gé-
neros, en colores, en peinados, en
muebles, en calzados, en puntos de
concurancia pública, en asuntos
de conversacion general.
2. Una idea sucinta del valor
específico y social, de toda produc-
cion inteligente que en adelante
apareciere en nuestro país, ya
sea indígena o importada.
3. Nociones claras y breves, sin
metafisica, al alcance de todos,
sobre literatura moderna, sobre
música, sobre poesía, sobre cos-
tumbres, y muchas otras cosas cu-
ya inteligencia facil cubre de pres-
tigio y de gracia la educacion de
una persona jóven. En todo esto
seremos positivos y aplicables. La
literatura, no será para nosotros
Virgilio y Ciceron. Será un modo
de espresion particular, será las

ideas y los intereses sociales.

Se declama diariamente sobre
la necesidad de cultivar el espí-
ritu de las niñas y de los jóvenes
dados á los negocios. Valiera mas
buscar el remedio y tomarle. Nos
parece el mas propio, el de mez-
clar la literatura á los objetos li-
jeros que interesan á los jóvenes.
Que la literatura les dé los que
ellos quieren, y la buscarán.
Despues les dará lo que ella gus-
te. Venga la habitud de léer, y
despues la regla de esta habitud.

4. Nociones simples y sanas de
una urbanidad democrática y no-
ble en el baile, en la mesa, en las
visitas, en los espectáculos, en los
templos. Indieaciones críticas de
varias prácticas usadas á este res-
pecto

5. Poesías nacionales siempre
inéditas, y bellas. Nuestras co-
lumnas serán impenetrables á
toda produccion fea y de mal
gusto.

6. Crónicas pintorescas y fre-
cuentes de los pascos públicos, de
las funciones teatrales, de los bai-
les, de los puntos frecuentados y

¡VIVA LA FEDERACION!

La Moda,

Sale los SÁBADOS.

Subscripcion mensual 4 pesos.

Ejemplar 12 reales.

GACETIN SEMANAL,

DE MUSICA, DE POESIA, DE LITERATURA, DE COSTUMBRES.

Véndese en esta Imprenta, en la casa de los Sres. Steadman, Balcarce, y Mompí.

NUM. 21.

BUENOS-AIRES, ABRIL 7 DE 1838.

ESPIRITUS POSITIVOS.

Por pura que sea la armonia social, por precisa que sea la conexidad de simpatias, de sentimientos, de inclinaciones sociales, jamas los hombres guardan una perfecta unidad de creencias, una uniformidad perfecta de vida. Es una antitesis, un contraste admirable el de la creacion humana: alli se vé una indispensable independencia, co-existiendo con una variedad indispensablemente dependiente: todo se relaciona, todo se combina, y todo es uno y vario á la vez. El Criador habria hecho una obra monótona si los hombres pensasen y quisiesen de un mismo modo, si todos obrasea de un mismo modo y viviesen de un mismo modo. Hay pues diferencia, variedad. Esto viene, en último análisis, de la diversidad de condiciones intelectuales, de la diversidad de espíritus. No obstante que esta diversidad viene de la naturaleza, está bien lejos la naturaleza de ser el principio de una diversidad que la deshonra, y que es solo la obra de nuestras manos. Explicaremos esto.

Hay, en general, dos especies de espíritus, *espíritus positivos*, *espíritus especulativos*. Esta doble manera de espíritus tiene tambien su doble modo de mirarse; de allí podrian nacer equívocos. Bajo un aspecto que favorece á la dignidad humana, se caracterizan estos dos modos de espíritus, en la literatura alemana por dos hombres Hegel y Niebuhr. El espíritu del primero es trascendental, idealista, notablemente especulativo, lo mas abstracto; Niebuhr es positivo, pero Niebuhr es un genio, es el primer representante de lo que la erudicion histórica tiene de mas individual y positivo. Hacemos una solemne advertencia, que no es esta la especie de espíritus positivos de que nos vamos á ocupar: llamamos espíritu positivo á lo que tambien se entiende ordinariamente por *espíritu material*, y que un bello talento español ha llamado con su habitual gracia y precision, *espíritus sólidos, raices, patatas* (1).

Nosotros vemos muchos hombres honrarse de pertenecer á la clase material de espíritus, y ellos lo dicen.

(1) Latta.

Efervientemente esos espíritus enfermos que se consumen en protestas ridiculas de la filosofía, que fulminan mil desprecios brutales contra la filosofía, lo hacen á uno conmoverse de lástima y de piedad: ellos no comprenden nada en el mundo; para ellos todo es fenomenal, feudal, fraccionario: lejos está de su vista la solidaridad de la ciencia humana. Se despechan y se irritan al nombre solo de las ideas, y á su vista disparan como los rebaños al estrepito del trueno. Se les dice que las ideas triunfan; nada! estan ciegos: su ceguera nos causa emocion, nos consterna, y les decimos á nuestro turno: deteneos, no blasfemeis contra la honra única de la tierra—el pensamiento humano ¿No lo sabeis?—no insulteis pues lo que no sabeis; vuestras invectivas os tiznan de infamia, y limpian lo que pretendéis obscurecer. ¿Queréis la vida? *calad las formas abstrusas* (2).

¿Qué! hombres de razon enferma, ¿es este el tiempo de tener la frente á dos pulgadas del suelo? Un siglo joven, lleno de vida, ávido de bellas peripecias, de movimientos fecundos, impregnado de esperanza, iria á consignarse en el ejercicio miserable de amontonar el oro, y se resolveria á caer á los pies de la estatua del egoismo, como hace 600 años caian los reyes feudales sobre la tarima del trono del Vaticano? El siglo 19 tiene toda la dignidad del cielo, y solo se somete al que se sienta sobre las alas de los Angeles: he ahí su derecho, he ahí su deber. ¿A qué condicion? A la condicion indispensable de no desertar de la sombra del oriflama especulativa, de establecer á todo trance el apoteosis divino del espíritu de examen, de la investigacion, de la idealizacion. Y, nosotros hombres de república, hombres tan libres como la libertad misma, hombres nivelados por el dedo luminoso del siglo con el mundo que todo sabe, que su gloria son las especulaciones políticas, las cuestiones gubernamentales, los principios de la filosofía social y popular, nosotros iriamos, por triunfos exclusivamente materiales, á merecer el desprecio de los que ya nos honran, y el ceño aspero del siglo? Compadeced á la pobre Austria, y á la desgraciada Italia que, separandose de la gran linea del movimiento humano, el siglo ha ceñido sus frentes con un casco de tinieblas.

(2) Lermisier.

Anexo C.

Algunas de las imágenes litográficas analizadas en la tesis

Correo del Domingo, N° 35, 28 de agosto de 1864: 549 [capítulo 4, p. 140].

Correo del Domingo, N° 37, 11 de septiembre de 1864: 577 [capítulo 4, p. 140].

Correo del Domingo, N° 37, 11 de septiembre de 1864: 592 [capítulo 4, p. 143].

Correo del Domingo, N° 68, 16 de abril de 1865: 264 [capítulo 4, p. 143].

Correo del Domingo, N° 71, 7 de mayo de 1865: 297 [capítulo 4, p. 140].

Correo del Domingo, N° 73, 21 de mayo de 1865: 329 [capítulo 4, p. 140].

Correo del Domingo, N° 76, 11 de junio de 1865: 392 [capítulo 4, p. 143].

Correo del Domingo, N° 78, 25 de junio de 1865: 409 [capítulo 4, p. 139].

Correo del Domingo, N° 83, 30 de junio de 1865: 489 [capítulo 4, p. 142].

Correo del Domingo, N° 83, 30 de junio de 1865: 504 [capítulo 4, p. 142].

Correo del Domingo, N° 89, 10 de septiembre de 1865: 600 [capítulo 4, p. 143].

Correo del Domingo, N° 92, 1° de octubre de 1865: 640 y 641 [capítulo 4, p. 140].

Correo del Domingo, N° 95, 22 de octubre de 1865: 696 [capítulo 4, p. 141].

Correo del Domingo, N° 96, 29 de octubre de 1865: 712 [capítulo 4, p. 143].

Correo del Domingo, N° 98, 12 de noviembre de 1865: 729 [capítulo 4, p. 144].

Correo del Domingo, N° 98, 12 de noviembre de 1865: 731 [capítulo 4, p. 144].

Correo del Domingo, N° 106, 7 de enero de 1866: 32 [capítulo 4, p. 129].

Correo del Domingo, N° 134, 22 de julio de 1866: 32 [capítulo 4, p. 129].

Correo del Domingo, N° 131, 1° de julio de 1867: 17 [capítulo 4, p. 142].

CORREO DEL DOMINGO

Se publica todos los Domingos por la imprenta del SIGLO, Victoria 151.—Precio de la suscripción 30 pesos por cada cuatro entregas de 16 páginas cada una.—Números sueltos 10 pesos.

Los Berrachos, por Don Antonio de Troche

Correo del Domingo, N° 134, 22 de julio de 1867: 17 [capítulo 4, p. 142].

LA FELICIDAD DOMÉSTICA.

(EMPIEZA EN LA PÁG. 59.)

—¡Ay mi gato! No me da la gana.
—Que no sea ladrón.
—Toma, el animalito de Dios, ¡qué ha de hacer, si es

gatos... El hombre lo dice.
—Tienes razón. Quien tiene la culpa de que el gato se haya mandado las magras, no es el gato, que era tú, es la dejaste en el vasar.
—Justamente. Bueno, que muy bien lo merezco.
—Y con refirte volverán las magras al vasar! Mira en lugar de refir, veamos de olvidrillas entreteniéndolo.

Correo del Domingo, N° 165, 24 de febrero de 1867: 152 y 153 [capítulo 4, p. 138 y ss.].

Correo del Domingo, N° 166, 3 de marzo de 1867: 168 y 169 [capítulo 4, p. 140].

Correo del Domingo, N° 168, 17 de marzo de 1867: 197 [capítulo 4, p. 140].

Correo del Domingo, N° 206, 8 de diciembre de 1867: 352 [capítulo 4, p. 141].

El Mosquito, N° 62, 23 de julio de 1864: 3 [capítulo 5, p. 159].

El Mosquito, N° 356, 14 de noviembre de 1869: 2 [capítulo 5, p. 160].

El Mosquito, N° 357, 21 de noviembre de 1869: 2 [capítulo 5, p. 163].

El Mosquito, N° 360, 12 de diciembre de 1869: 2 [capítulo 5, p. 160].

El Mosquito, N° 360, 12 de diciembre de 1869: 3 [capítulo 5, p. 164].

El Mosquito, N° 361, 19 de diciembre de 1869: 3 [capítulo 5, p. 164].

El Mosquito, N° 363, 2 de enero de 1870: 6 [capítulo 5, p. 164].

Como le arreglaste para ser presidente en ese negocio?

Del modo más sencillo, eligi un fondo regular en casa de Perisse.

— ¡Mandé á la señora!

Al día siguiente tenía mi concurrencia.

— ¡Ustedes! después me acordé de su sombrero, mandarle á buscar para reemplazarlo.

— Para qué, señor! no hay necesidad, su sombrero es un Perisse!

GRAN BAZAR DE

SOMBREROS DE P. PERISSE

GRAN SENTIDO DE SOMBREROS DE TODAS CLASES

Y de última moda: montes, coronas, bastones, paraguas, sombreros, muchos otros artículos. Invéntese el Gran Bazar recien- centados por todos los puntos, se dicen para no comprar se- guros. Toda la venta directa de la casa. Por eso puede venderse una larva que nadie tiene adentro que no sepa cuando ni con- si- guirle. Regrese impetual. Sigue la venta del alfilerado y la comparsa- ción imperia, con todos de precio. Venga uno y, ¡cuidado! de- mas sacre para, si vale más pequeño hasta la cantidad que se quiera pa- garse á la vista en todos los puntos de Francia, Italia, Suiza y otros. No me- nos de hacer venir de Europa dinero y toda clase de mercancías, alquiladas ó no. Válgase se muere de hacer la vida de los señores de Francia.

Nota. La Casa está abierta los Domingos y Fiestas como los demás días de la semana.

FRANQUEO DE CARTAS PARA EUROPA

— ¡Jesús! que temporal el demand! ¡tan pronto que me lo tragaba dos- copitas de coque imperial que me paraba en el a- vertise! Sopla el viento! no me importa.

— ¡En la trola! ¡alto ahí no amigo! mire que tend- no hacen de Perisse.

— ¡Ah! que golpe! con efecto, debe ser de Perisse.

El Mosquito, N° 383, 21 de mayo de 1870: 16 [capítulo 5, p. 170].

El Mosquito, N° 428, 4 de junio de 1871: 4 [capítulo 5, p. 197].

El Mosquito, N° 428, 4 de junio de 1871: 5 [capítulo 5, p. 162].

El Mosquito, N° 433, 5 de julio de 1871: 4 [capítulo 5, p. 170].

El Mosquito, N° 469, 7 de enero de 1872: 4 [capítulo 5, p. 165 y 168].

El Mosquito, N° 503, 1 de septiembre de 1872: 4 [capítulo 5, p. 168 y ss.].

La República, N° 113, 18 de mayo de 1867: 3 [capítulo 5, p. 172].

La República, N° 229, 10 de octubre de 1867: 3 [capítulo 5, p. 172].

La República, N° 280, 11 de diciembre de 1867: 4. [capítulo 5, p. 167].

Correo de las Niñas, I época, N° 63, 14 de noviembre de 1869: 4 [capítulo 6, p. 198].

Correo de las Niñas, I época, N° 146, 12 de agosto de 1871: 4 [capítulo 6, p. 193].

Correo de las Niñas, I época, N° 155, 14 de octubre de 1871: 4 [capítulo 6, p. 193].

Correo de las Niñas, I época, N° 156, 4 de noviembre de 1871: 1 [capítulo 6, p. 193].

Correo de las Niñas, I época, N° 165, 23 de diciembre de 1871: 4 [capítulo 6, p. 211].

Anexo D

Relevamiento asistemático de novelas por entregas publicadas en las fuentes, los periódicos El Nacional, La Tribuna y otros impresos contemporáneos.

La siguiente tabla fue elaborada a partir de una exploración preliminar, y de ninguna manera exhaustiva, de la publicación de novelas-folletín en los periódicos editados en Buenos Aires en el período investigado en la tesis doctoral. La misma difiere de un esfuerzo más acabado realizado por Hebe Molina (2011), en cuanto la investigadora relevó obras de autoría nacional, mientras que aquí, con un objetivo distinto, preferimos incluir todas novelas-folletín encontradas, sin discriminar el origen nacional de su producción o autor. Las celdas que aparecen coloreadas con gris indican los lapsos que no pudieron ser revisados o que consideramos no relevantes a esta investigación, en ambos casos por diferentes motivos.

Nombre/Año de edición original (de ser posible)	Autor/a	Traductor/a	Formato	Ubicación	Inicio	Final	Nº	C/ de entregas	Nacionalidad	Publicación	Año
“El judío errante”	Eugène Sue		Rodapié	Primera/ última página	¿10/09/1846 N°4491?		No		Francia	<i>Diario de la Tarde</i>	1846
“Album universal”	Autores varios		Para encuadernar	Última página			Si		Varios	<i>Diario de la Tarde</i>	1847
“El Aniversario a Eduardo”	Anónimo		Rodapié	Primera página	27/01/1849 N°5199		No	15 aprox.		<i>Diario de la Tarde</i>	1849
“Los dos muertos. Historia del Siglo XVII”	Anónimo		Rodapié	Primera página	17/02/1849 N°5218		No	25 aprox.		<i>Diario de la Tarde</i>	1849
“La Reina Margarita”	Alejandro Dumas		Rodapié	Primera página	08/03/1849 N°5234	19/11/1849 N°5448	No	200 aprox.	Francia	<i>Diario de la Tarde</i>	1849
“El Collar de la Reina”	Alejandro Dumas		Rodapié	Primera página	20/11/1849 N°5449	21/11/1850 N°5751	No	300 aprox.	Francia	<i>Diario de la Tarde</i>	1849
“Veinte años después”	Alejandro Dumas		Para encuadernar	Última página	15/6/1850 N°5619		Si		Francia	<i>Diario de la Tarde</i>	1850
“Elena de Orleans”	Alejandro Dumas		Rodapié	Primera página	22/11/1850 N°5752	13/05/1851 N°5894	No	140 aprox.	Francia	<i>Diario de la Tarde</i>	1850
“Fanny ó la Duquesa de Praslin. Historia-novela, traducida del francés”	Anónimo		Rodapié	Primera página	15/05/1851 N°5896	29/05/1851 N°5908	No	10 aprox.	Francia	<i>Diario de la Tarde</i>	1851
“El Balcón de Aversa”	Alejandro Dumas		Rodapié	Primera página	31/05/1851 N°5910	19/07/1851 N°5951	No	40 aprox.	Francia	<i>Diario de la Tarde</i>	1851
“El vizconde de Bragelonne”	Alejandro Dumas		Para encuadernar	Última página		25/11/1851 N°6059	Si		Francia	<i>Diario de la Tarde</i>	1851
“El Caballero de Harmental”	Alejandro Dumas		Rodapié	Primera página	21/07/1851 N°5952	25/11/1851 N°6059.	Si	87	Francia	<i>Diario de la Tarde</i>	1851

Nombre/Año de edición original (de ser posible)	Autor/a	Traductor/a	Formato	Ubicación	Inicio	Final	N°	C/ de entregas	Nacionalidad	Publicación	Año
“Los hijos del amor”	Eugène Sue		Rodapié	Primera página			Si		Francia	<i>Diario de la Tarde</i>	1852
“El castillo del Diablo, o el Aventurero”	Eugène Sue	Pedro Reyes	Rodapié	Primera página	N° 89	20/10/1849 N° 218	No	100 aprox.	Francia	<i>Diario de Avisos</i>	1849
“La mujer mas dichosa del mundo”			Rodapié	Primera página	25/10/1849 N° 222	23/02/1850 N°320	No	90 aprox.	Francia	<i>Diario de Avisos</i>	1849
“La guerra de las mujeres” (1845)	Alejandro Dumas	Victo Balaguer	Para encuadernar	Última página			Si		Francia	<i>Diario de Avisos</i>	1849
“¿De los nombres de Cristo? (Tomo III-El Brazo de Dios)”	Fray Luis de León		Para encuadernar	Última página	25/02/1850 N°321		Si		España	<i>Diario de Avisos</i>	1850
“Un matrimonio de París/Un misterio de París”			Para encuadernar	Última página			Si		Francia	<i>Diario de Avisos</i>	1850
“La rueda de la fortuna”	Anónimo		Para encuadernar	Última página	22/12/1850 N°571		Si			<i>Diario de Avisos</i>	1850
“El hijo del diablo”	Pablo Feval (Paul Henri Corentin Féval)		Para encuadernar	Última página			Si		Francia	<i>Diario de Avisos</i>	1850
“Ángel Pitou”. (1853)	Alejandro Dumas		Para encuadernar	Última página		11/03/1852 N°937	Si	41	Francia	<i>Diario de Avisos</i>	1851
“Cantos a Mayo”			Para encuadernar	Última página	12/03/1852 N°938	30/03/1852 N°952	Si	14	Argentina	<i>Diario de Avisos</i>	1850
“Extracto el diario de viaje a Europa del Dr. D. Florencio Varela. La Torre de Londres”	Florencio Varela		Rodapié	Primera página	07/08/1953 N°1	07/08/1953 N°1	No	1	Argentina	<i>La Tribuna</i>	1853
“Esaú, el leproso. Historia del tiempo de Duguesclia”	Manuel Fernández y González		Rodapié	Primera página	09/08/1853 N°2	¿?	No		España	<i>La Tribuna</i>	1853
										<i>La Tribuna</i>	1854-1857
“Aventuras de cuatro mujeres y un loro”	Alejandro Dumas (hijo)	José Muñoz y Gaviria	Rodapié	Primera página	Continua de 1857	19/03/1958 N°1307	No		Francia	<i>La Tribuna</i>	1858
“Eugenio Segry del Traviato”.	Miguel Cané		Rodapié	Primera página	21/03/1858 N°1309	12-13/04/1858 N°1324	No	15 aprox.	Argentina	<i>La Tribuna</i>	1858
“Una noche de boda”	Miguel Cané		Rodapié	Primera página	14/04/1858 N°1325	18/04/1858 N°1329	No	4	Argentina	<i>La Tribuna</i>	1858

Nombre/Año de edición original (de ser posible)	Autor/a	Traductor/a	Formato	Ubicación	Inicio	Final	N°	C/ de entregas	Nacionalidad	Publicación	Año
"Carlota, ó la hija del pescador"	Tomás Gutiérrez		Rodapié	Primera página	19/04/1858 N°1330	28/04/1858 N°1337	No	7	Argentina	<i>La Tribuna</i>	1858
"Marcelina. Fantasia".	Miguel Cané		Rodapié	Primera página	03- 04/05/1858 N°1342	06/05/1858 N°1344	No	3	Argentina	<i>La Tribuna</i>	1858
"En la calle"	Anónimo		Rodapié	Primera página	07/05/1858 N°1344	09/05/1858 N°1344	No	2		<i>La Tribuna</i>	1858
"Una rosa en el desierto"		Miguel Cané	Rodapié	Primera página	10- 11/05/1858 N°1348	16/05/1858 N°1351	No	3	Italia	<i>La Tribuna</i>	1858
"Escuela de las viudas"	Joseph Méry	O.G.	Rodapié	Primera página	30/05/1858 N°1361	16/07/1858 N°1397	No	35 aprox.	Francia	<i>La Tribuna</i>	1858
"El hijo del cielo. Novela china"	Pedro Saccone	M.N.A (del francés)	Rodapié	Primera página	29- 30/07/1858 N°1400	25/11/1858 N°1505	No	100 aprox.	¿Francia?	<i>La Tribuna</i>	1858
"La gran artista y la gran señora"	Francisco Huego		Rodapié	Primera página	26/11/1858 N°1506	Continua en 1859	No		¿España?	<i>La Tribuna</i>	1858
										<i>La Tribuna</i>	1859-1862
"Los Miserables"	Victor Hugo	"Traducción europea"	Rodapié	Primera página	entrega 115 2/01/1863	28/06/1863 N°2846	Si	223	Francia	<i>La Tribuna</i>	1863
"Los Misterios de Udolfo"	Ann Radcliffe		Rodapié	Primera página	29/06/1863 N°2847	26/07/1863 N°2868	Si	18	Inglaterra	<i>La Tribuna</i>	1863
"El orgullo y el amor/La cruz de los amantes"	Manuel Ibo Alfaro		Rodapié	Primera página	29/07/1863 N°2870	16-17- 18/08/1863 N°2886	Si	16	España	<i>La Tribuna</i>	1863
"Los enemigos del alma"	Manuel Fernández y González		Rodapié	Primera página	19/08/1863 N°2887	13/12/1863 N°2983	Si	79	España	<i>La Tribuna</i>	1863
"La justicia divina, ó el hijo del deshonor"	Wenceslao Ayguals de Izco		Rodapié	Primera página	15/12/1863 N°2985	Continua en 1864	Si			<i>La Tribuna</i>	1863
										<i>La Tribuna</i>	1864-1867
"El monje negro"	Torcuato Tarrago y Mateus		Rodapié	Primera página	entrega 21 1/01/1868	2-3/02/1868 N°4202	Si	47	España	<i>La Tribuna</i>	1868
"Aurora de Nevers"	Pablo Feval (Paul Henri Corentin Féval)		Rodapié	Primera página	05/02/1868 N°4203	16/05/1869 N°4286	Si	59	Francia	<i>La Tribuna</i>	1868

Nombre/Año de edición original (de ser posible)	Autor/a	Traductor/a	Formato	Ubicación	Inicio	Final	Nº	C/ de entregas	Nacionalidad	Publicación	Año
“Las aves nocturnas. Historia de dos huérfanos”	Juan de la Puerta Vizcaino		Rodapié	Primera página	25-26-27/05/1868 N°4293	18/11/1868 N°4436	Si	116	España	<i>La Tribuna</i>	1868
“Los misterios de la conciencia”	Auguste Maquet y E. Enault (¿Louis Enault?)	Marcial Busquets	Rodapié	Primera página	14-15/12/1868 N°4458	Continua en 1869	Si		España	<i>La Tribuna</i>	1868
										<i>La Tribuna</i>	1869-1872
“El río de sangre. Leyenda americana”	Esteban Hernández y Fernández		Rodapié	Primera página	Continua de 1872	10/01/1873 N°6660	No		España	<i>La Tribuna</i>	1873
“La fuente de las gracias. Descubrimiento de la Florida”	Esteban Hernández y Fernández		Rodapié	Primera página	10/01/1873 N°6660	17/01/1873 N°6667	No	5 aprox.	España	<i>La Tribuna</i>	1873
“La madre de los pobres”	Eleuterio Liofria y Sagrera		Rodapié	Primera página	18/01/1873 N°6668	12/02/1873 N°6689	No	20 aprox.	España	<i>La Tribuna</i>	1873
“Gloria, dinero y mujer”	Eleuterio Liofria y Sagrera		Rodapié	Primera página	14/02/1873 N°6691	06/03/1873 N°6706	No	10 aprox.	España	<i>La Tribuna</i>	1873
“El amor de un ángel”	Ramón Ortega y Frías		Rodapié	Primera página	07/03/1873 N°6706	14/03/1873 N°6713	No	5 aprox.	España	<i>La Tribuna</i>	1873
“Hazañas de un solterón”	Evaristo Llorente		Rodapié	Primera página	17/03/1873 N°6715	8/04/1873 N°6733	No	15 aprox.	España	<i>La Tribuna</i>	1873
“Misterios del corazón”	Rafael Barreda		Rodapié	Primera página	08/04/1873 N°6733	30/04/1873 N°6750	Si	21	¿Argentina?	<i>La Tribuna</i>	1873
“Memorias de un desenterrado”	Antonio de San Martín		Rodapié	Primera página	30/04/1873 N°6750	06/05/1873 N°6755	Si	7	¿Argentina?	<i>La Tribuna</i>	1873
“El castigo del cielo”	Eleuterio Liofria y Sagrera		Rodapié	Primera página	07/05/1873 N°6756	01/05/1873 N°6760	Si	8	España	<i>La Tribuna</i>	1873
										<i>La Tribuna</i>	1873-1874
“Pelayo”	Juan Dios de Mora		Rodapié	Primera página	05/11/1869 N°16	28/04/1870 N°153	Si	115	España	<i>La Prensa</i>	1869

Nombre/Año de edición original (de ser posible)	Autor/a	Traductor/a	Formato	Ubicación	Inicio	Final	N°	C/ de entregas	Nacionalidad	Publicación	Año
"La linda"	Gustave Aimard	C.L.P.	Rodapié	Primera página	23/06/1870 N°198	31/10/1870	No	100 aprox.	Francia	<i>La Prensa</i>	1870
										<i>La Prensa</i>	1871-1874
"Alfredo de Musset"	Alphonse de Lamartine		"Literatura Ligera"	Primera página	31/12/1859 N° 35	26/01/1860 N°56	No	20 aprox.	Francia	<i>La Paz</i>	1859
"Noticia sobre la vida y la muerte del Duque de Gramont"	Alphonse de Lamartine		"Literatura Ligera"	Primera página	27/01/1860 N° 57	28/01/1860 N°58	No	2	Francia	<i>La Paz</i>	1860
"Rosas y espinas. Semanario de 'La Paz'"	Anónimo		Rodapié	Primera página	22/01/1860 N°60	22/01/1860 N°60	No	1	Argentina	<i>La Paz</i>	1860
"Dante"	Alphonse de Lamartine		"Literatura"	Primera página	04/02/1860 N° 62	01/03/1860 N°83	No	20 aprox.	Francia	<i>La Paz</i>	1860
"El puñal de plata"	Filiberto Auderbrand		Rodapié	Primera página	10/02/1860 N°67	11/02/1860 N°68	No	2	Francia	<i>La Paz</i>	1860
"Escenas marítimas. Un naufrago en alta mar"	Anónimo		Rodapié	Primera página	14/02/1860 N°70	16/02/1860 N°73	No	3		<i>La Paz</i>	1860
"Flores del corazón. Folletín para la paz"	J.M.E.		Rodapié	Primera página	03/03/1860 N°83	03/03/1860 N°83	No	1	Argentina	<i>La Paz</i>	1860
"El saboyano"	M. A. de Lavoipierre		En el cuerpo principal	Primera página	04/03/1860 N°84	05/03/1860 N°85	No	2	Francia	<i>La Paz</i>	1860
"Sacrificio y recompensa. Leyenda histórica"		Bruno del Blanco y de Garranza	En el cuerpo principal	Primera página	23/02/1860 N°76	28/02/1860 N°80.	No	4	Francia	<i>La Paz</i>	1860
"La muger entre los mormones. Relacion escrita por la esposa de un Mormon recientemente vuelta del Utah"		Manuel Luciano Acosta	Rodapié	Primera página y anverso	02/02/1860 N°1	29/03/1860 N°46	No	40 aprox.	¿Francia?	<i>La Patria</i>	1860
"Los hijos del amor"	Eugène Sue		Rodapié	Primera página	01/05/1852 N°1	06/07/1852 N°45	Si	73	Francia	<i>El Nacional</i>	1852
"El vizconde de Bragelonne, o los mosqueteros"	Alejandro Dumas		Para encuadernar	Última página	01/05/1852 N°1		Si		Francia	<i>El Nacional</i>	1852
"Biblioteca de autores americanos"	Autores varios		Para encuadernar	Última página	17/07/1852 N°55		Si		Varios	<i>El Nacional</i>	1852

Nombre/Año de edición original (de ser posible)	Autor/a	Traductor/a	Formato	Ubicación	Inicio	Final	Nº	C/ de entregas	Nacionalidad	Publicación	Año
“¡Que amor tan singular!”	Joseph Méry		Para encuadernar	Última página	21/12/1852 Nº179	Continúa en 1853	Si		Francia	<i>El Nacional</i>	1852
“Paulina”	Alejandro Dumas		Rodapié	Primera página	07/07/1852 Nº46	13/10/1852 Nº125	Si	39	Francia	<i>El Nacional</i>	1852
“Pascual Bruno”	Alejandro Dumas		Rodapié	Primera página	14/10/1852 Nº126	Continúa en 1853	Si		Francia	<i>El Nacional</i>	1852
										<i>El Nacional</i>	1853-1856
“Men Rodríguez de Sanabria, memorias del tiempo el rey Pedro el Cruel” (1851)	Manuel Fernández y González		Rodapié	Primera página	Continúa de 1856	Continúa en 1858	Si/No	400+	España	<i>El Nacional</i>	1857
										<i>El Nacional</i>	1858-1862
“La hermosa Gabriela”	Auguste Maquet	Gabriel Flornetino Valens	Rodapié	Primera página	Continúa de 1862	03/03/1863 Nº3204	Si	117	Francia	<i>El Nacional</i>	1863
“Tristán, o el hijo del crimen”	Alejandro Dumas (hijo)		Rodapié	Primera página	05/03/1863 Nº3206	16/05/1863 Nº3264	Si	46	Francia	<i>El Nacional</i>	1863
“El conde de Laverne”	Auguste Maquet	V. Gebhardt	Rodapié	Primera página	18/05/1863 Nº3265	Continúa en 1864	Si	30+	Francia	<i>El Nacional</i>	1863
										<i>El Nacional</i>	1863-1867
“La buena madre. Crónicas de Castilla. regencia de Doña Maria de Molina”	Manuel Fernández y González		Rodapié	Primera página	Continúa de 1867	11/03/1868 Nº6552	Si	106	España	<i>El Nacional</i>	1868
“La mujer adúltera”	Enrique Pérez Escrich		Rodapié	Primera página	12/03/1868 Nº6553	30/07/1868 Nº6663	Si	109	España	<i>El Nacional</i>	1868
“Las arrepentidas (Desventuras de una madre)”	Francisco de P. Entrala.		Rodapié	Primera página	31/07/1868 Nº6664	30/12/1868 Nº6790	Si	115	España	<i>El Nacional</i>	1868
“Los caballeros de Bois-Doré”	George Sand		Rodapié	Primera página	31/12/1868 Nº6791	Continúa en 1869	Si		Francia	<i>El Nacional</i>	1868
										<i>El Nacional</i>	1869-1873

Nombre/Año de edición original (de ser posible)	Autor/a	Traductor/a	Formato	Ubicación	Inicio	Final	N°	C/ de entregas	Nacionalidad	Publicación	Año
"Los compañeros de Vasco Da Gama. (Aventuras de un pintor)"	José Álvarez Pérez		Rodapié	Primera página	31/12/1873 N°8258	30/01/1874 N°8285	Si	22	España	<i>El Nacional</i>	1874
"El dedo del destino" (1872).	Thomas Mayne-Reid, Cap.	F.N.	Rodapié	Primera página	03/02/1874 N°8287	30/03/1874 N°8331	No	40 aprox.	Irlanda/USA	<i>El Nacional</i>	1874
"El país de las pieles" (1872).	Jules Verne	Vicente Guimera	Rodapié	Primera página	14/04/1874 N°8342	29/07/1874 N°8428	Si	53	Francia	<i>El Nacional</i>	1874
"Aventuras de mar y tierra. Océola, el gran jefe de los seminolas" (1858)	Thomas Mayne-Reid, Cap.	A. Ribot y Fontserre	Rodapié	Primera página	20/08/1874 N°8445	09/10/1874 N°8486	Si	32	Irlanda/USA	<i>El Nacional</i>	1874
"Una señora comprometida"	Eusebio Blanco (¿Blasco?)		Rodapié	Primera página	17/10/1874 N°8493	29/10/1874 N°8502	Si	11	España	<i>El Nacional</i>	1874
"Un rostro y un alma"	José Selgas		Rodapié	Primera página	04/11/1874 N°8508	28/11/1874 N°8528	Si	19	España	<i>El Nacional</i>	1874
"Aventuras de mar y tierra. El guante blanco"	Thomas Mayne-Reid, Cap.	J. Sala	Rodapié	Primera página	28/12/1874 N°8550	Continua en 1875	Si		Irlanda/USA	<i>El Nacional</i>	1874
"Valerio. Episodio contemporáneo"	Achille Ancelot	Carlos A. Mansilla	Rodapié	Primera página	01/07/1859 N°1	N°36	No	36	Francia	<i>Las Novedades</i>	1859
"Escuela de las viudas"	Joseph Méry		Rodapié	Primera página	N°113	N°150	No	45 aprox.	Francia	<i>La Union Americana</i>	1866
"Los misioneros del Paraguay"	Elías Berthet	Miguel Navarro Viola	Rodapié	Primera página	N°162			30+	Francia	<i>La Union Americana</i>	1866
"Una enfermedad moral"	Anónimo		En el cuerpo principal	Primera página	20/01/1867 N°4	17/2/1867 N°8	No	4	¿Argentina?	<i>El Inválido Argentino</i>	1867
"Cartas sobre la educación de la mujer"	Tomás Gutiérrez		En el cuerpo principal	Primera página	20/01/1867 N°4	03/02/1867 N°6		3	Argentina	<i>El Inválido Argentino</i>	1867
"El placer de viajar"	Anónimo		En el cuerpo principal	Primera página	06/01/1867 N°2	14/04/1867 N°16	No	15 aprox.		<i>El Inválido Argentino</i>	1867
"Los amigos. A mis distinguidas amigas Polina y Natalia G."	C. Mariño		Rodapié	Primera página	03/03/1867 N°10	03/03/1867 N°10	No	1	Argentina	<i>El Inválido Argentino</i>	1867

Nombre/Año de edición original (de ser posible)	Autor/a	Traductor/a	Formato	Ubicación	Inicio	Final	Nº	C/ de entregas	Nacionalidad	Publicación	Año
"Flores y espinas. (Misterios del destino)"	Servando Gómez		Rodapié	Primera página y anverso	24/03/1867 N°13	28/04/1867 N°18	No	5	Argentina	<i>El Inválido Argentino</i>	1867
"Julia"	M. (atías) Beheti		Rodapié	Primera página y anverso	19/05/1867 N°21	26/06/1867 N°26	No	5	Argentina	<i>El Inválido Argentino</i>	1867
"Porurrí de textos y poesías. [Textos surtidos]"	Tomás de Veyga		Rodapié	Primera página	30/06/1867 N°27	N° 46	No		Argentina	<i>El Inválido Argentino</i>	1867
"Ascensión"	O. Ojeda		Rodapié	Primera página y anverso	04/08/1867 N°32	04/08/1867 N°32	No		Argentina	<i>El Inválido Argentino</i>	1867
"Asalto"	N. Larrain		Rodapié	Primera página y anverso	25/08/1867 N°35	25/08/1867 N°35	No	1	Argentina	<i>El Inválido Argentino</i>	1867
"Querer es poder. Al general Don Melchor Pacheco y Obes y en su nombre á todos los defensores de la heroica capital"	Margariños Cervantes		Rodapié	Primera página y anverso	15/09/1867 N°38	15/09/1867 N°38	No	1	Argentina	<i>El Inválido Argentino</i>	1867
"La confesión"	J.M.V.		Rodapié	Primera página y anverso	22/09/1867 N°39	22/09/1867 N°39	No	1	Argentina	<i>El Inválido Argentino</i>	1867
"Zarina. Una aventura de Lord Byron"	¿Lord Byron?		Rodapié	Primera página y anverso	29/09/1867 N°40	06/10/1867 N°41	No	2		<i>El Inválido Argentino</i>	1867
"La camelia punzó"	V. Plaza		Rodapié	Primera página y anverso	13/10/1867 N°42	13/10/1867 N°42	No	1	Argentina	<i>El Inválido Argentino</i>	1867
"La esperanza. A mi querida amiga A."	Guillermo.		Rodapié	Primera página y anverso	20/10/1867 N°43	20/10/1867 N°43	No	1	Argentina	<i>El Inválido Argentino</i>	1867
"La mirada"	V. Plaza		Rodapié	Primera página y anverso	27/10/1867 N°44	27/10/1867 N°44	No	1	Argentina	<i>El Inválido Argentino</i>	1867
"Manuel"	R.		Rodapié	Primera página y anverso	17/11/1867 N°47	17/11/1867 N°47	No	1	Argentina	<i>El Inválido Argentino</i>	1867

Nombre/Año de edición original (de ser posible)	Autor/a	Traductor/a	Formato	Ubicación	Inicio	Final	Nº	C/ de entregas	Nacionalidad	Publicación	Año
"Estudio de costumbres"	Damian Hudson		Rodapié	Primera página y anverso	24/11/1867 N°48	24/11/1867 N°48	No	1	Argentina	<i>El Inválido Argentino</i>	1867
"Mauro Cordato"	Ricardo Palma		Rodapié	Primera página y anverso	01/12/1867 N°49	01/12/1867 N°49	No	1	Argentina	<i>El Inválido Argentino</i>	1867
"La música entre los árabes españoles"	F.J. Simonet		Rodapié	Primera página y anverso	15/12/1867 N°51	15/12/1867 N°51	No	1	Francia	<i>El Inválido Argentino</i>	1867
"Leyenda araucana"	Crina y Alonso		Rodapié	Primera página y anverso	22/12/1867 N°52	22/12/1867 N°52	No	1		<i>El Inválido Argentino</i>	1867
"Guerra civiles del Río de la Plata"	Anónimo		Rodapié	Primera página y anverso	29/12/1867 N°53		No	10+	Argentina	<i>El Inválido Argentino</i>	1867
"Últimos días de Pompeya" (1834)	Edward Lytton Bulwer		Rodapié	Primera página y anverso	15/12/1855 N°126	10-11/07/1856 N°282	Si	120	Inglaterra	<i>El Orden</i>	1855
"Madama de Hautefort" (1856)	Victor Cousin	Redacción de "El Orden"	Rodapié	Primera página	13/07/1856 N°284	03/08/1856 N°302	Si	17	Francia	<i>El Orden</i>	1856
"Un verano en Bornos" (1864)	Fernán Caballero (Cecilia Francisca Josefa Böhl de Faber)		Rodapié	Primera página	4-5/08/1856 N°303	27/09/1856 N°346	Si	34	España	<i>El Orden</i>	1856
"La gaviota" (1849)	Fernán Caballero (Cecilia Francisca Josefa Böhl de Faber)		Rodapié	Primera página	28/09/1856 N°347		Si	60+	España	<i>El Orden</i>	1856
"Un amor por partida doble"	Anónimo		Rodapié	Primera página	01/01/1867 N°1	N°2 -N°3	No	2 o 3		<i>La República</i>	1867
"El sardanapalo"	Lord Byron		Rodapié	Primera página	05/01/1867 N°5	06/01/1867 N°6	No	2	Inglaterra	<i>La República</i>	1867

Nombre/Año de edición original (de ser posible)	Autor/a	Traductor/a	Formato	Ubicación	Inicio	Final	Nº	C/ de entregas	Nacionalidad	Publicación	Año
“La catedral de Sevilla”	Gregorio Pérez Miranda		Rodapié	Primera página	08/01/1867 N°8	06/02/1867 N°31	Si	13	España	<i>La República</i>	1867
“Conrado Wallenrod”. (1828)	Adam Mickiewicz		Rodapié	Primera página	07/02/1867 N°32	12/02/1867 N°36	No	5	Rusia	<i>La República</i>	1867
“La esclava de su deber. (Memorias de Antonio Perez, secretario de Felipe II)”	Manuel Fernández y González		Rodapié	Primera página	15/02/1867 N°37	13/06/1867 N°133	Si	83	España	<i>La República</i>	1867
“Juan Palomo ó la expiación de un bandida” (1855).	Manuel Fernández y González		Rodapié	Primera página	14/06/1867 N°134	1/10/1867 N°250	Si	77	España	<i>La República</i>	1867
“El inquisidor mayor” (1852)	Manuel Bilbao		Rodapié	Primera página	15/10/1867 N°255		Si	42	Perú	<i>La República</i>	1867
“Sabiduría y caridad, a la memoria del Dr. D. Lorenzo Sazie”	Guillermo Matta		Rodapié	Primera página	18/12/1867 N°286	18/12/1867 N°286	No	1	Argentina	<i>La República</i>	1867
“Los dos hermanos”	Manuel Bilbao		Rodapié	Primera página	19/12/1867 N°287	08/01/1868 N°301	Si	13	Perú	<i>La República</i>	1867
“La Vuelta de Juan Pérez”	José Selgas		Rodapié	Primera página	09/01/1868 N°302	11/01/1868 N°304	No	3	España	<i>La República</i>	1868
“El paraguas del pretendiente”	Charles Dickens		Rodapié	Primera página	14/01/1868 N°306	15/01/1868 N°307	No	2	Inglaterra	<i>La República</i>	1868
“Cinco siglos en un día”	Federico Villalva		Rodapié	Primera página	17/01/1868 N°308	04/04/1868 N°373	Si	45	España	<i>La República</i>	1868
“Mi poesía”	A. Márquez		Rodapié	Primera página	05/04/1868 N°374	05/04/1868 N°374	No	1	Argentina	<i>La República</i>	1868
“La última hija de Enrique IV”	Ivan de Woestine		Rodapié	Primera página	08/04/1868 N°376	08/04/1868 N°376	No	1		<i>La República</i>	1868
“El caballero de la mano de hierro. Anécdota de los tiempos de Ricardo Corazón de León”	Anónimo		Rodapié	Primera página	09/04/1868 N°377	14/04/1868 N°379	No	2		<i>La República</i>	1868
“La pastora del Guadiela” (1860)	Faustina Sáez de Melgar		Rodapié	Primera página	15/04/1868 N°380	16/07/1868 N°452	Si	55	España	<i>La República</i>	1868

Nombre/Año de edición original (de ser posible)	Autor/a	Traductor/a	Formato	Ubicación	Inicio	Final	Nº	C/ de entregas	Nacionalidad	Publicación	Año
“La marquesa de Pinares” (1861)	Faustina Sáez de Melgar		Rodapié	Primera página	17/07/1868 Nº453	10/12/1868 Nº574	Si	87	España	<i>La República</i>	1868
“Páginas blancas y negras”	Rosa-Lila		Rodapié	Primera página	02/08/1868 Nº467	02/08/1868 Nº467	No	1	Argentina	<i>La República</i>	1868
“Por su Dios y por su dama”	Guillermo Matta		Rodapié	Primera página	11/12/1868 Nº575	11/12/1868 Nº575	No	1	Argentina	<i>La República</i>	1868
“El bautismo de lágrimas”	Cecilio Navarro		Rodapié	Primera página	13/12/1868 Nº577	09/04/1869 Nº669	Si	74	España	<i>La República</i>	1869
“Isaura, ó la cruz blanca de pago largo. Leyenda historica. Recuerdo dedicado á mi querido amigo el Dr. D. Misael Hernandez”	Anónimo		Rodapié	Primera página	13/04/1869 Nº672	18/04/1869 Nº677	No	5		<i>La República</i>	1869
“La hija del pueblo”	José Ferreira y Peralta		Rodapié	Primera página	21/04/1869 Nº679	07/09/1869 Nº791	Si	86	¿España?	<i>La República</i>	1869
“Pia de Tolomei. Tragedia por Carlos Marengo”	Anónimo		Rodapié	Primera página	10/09/1869 Nº794	14/09/1869 Nº797	No	3		<i>La República</i>	1869
“Judith. Tragedia bíblica”	Paolo Giacometti		Rodapié	Primera página	17/09/1869 Nº799	24/09/1869 Nº803	No	4	Italia	<i>La República</i>	1869
“Casandra”	Anónimo		Rodapié	Primera página	25/09/1869 Nº804	29/09/1869 Nº809	No	5		<i>La República</i>	1869
“Isabel Suarez, ó Sor Teresa. Drama en cinco actos”	Luis Camoletti		Rodapié	Primera página	01/10/1869 Nº811	15/10/1869 Nº823	No	10 aprox.	Italia	<i>La República</i>	1869
“Maria Antonieta. Drama en cinco actos, con prólogo y epílogo”	Paolo Giacometti		Rodapié	Primera página	16/10/1869 Nº824	31/10/1869 Nº837	No	10 aprox.	Italia	<i>La República</i>	1869
“Los dos cadáveres”	Federico Soulié		Rodapié	Primera página	01/11/1869 Nº839	22/01/1870 Nº901	Si	60 aprox.	¿España?	<i>La República</i>	1869
“Roma Subterránea” (1833)	Charles Didier		Rodapié	Primera página	26/11/1869 Nº904	20/4/1870 Nº978	Si	38	Suiza	<i>La República</i>	1869

Nombre/Año de edición original (de ser posible)	Autor/a	Traductor/a	Formato	Ubicación	Inicio	Final	N°	C/ de entregas	Nacionalidad	Publicación	Año
“Causa célebre de Troppmann. Ocho asesinatos, robo y falsificación de firmas”	Anónimo		Rodapié	Primera página	06/02/1870 N°913	12/02/1870 N°918	No	5	Francia	<i>La República</i>	1870
“Obispo, casado y rey. Leyenda histórica”	Manuel Fernández y González		Rodapié	Primera página	11/05/1870 N°987	Continua en 1870	Si	50+	España	<i>La República</i>	1870
										<i>La República</i>	1870-1874
“La sensitiva”		M.B./J.B.	Rodapié	Primera página			No	20 aprox.		<i>La Nueva Generación</i>	1860
“América en peligro”	Isaías Rodríguez		Para encuadernar	Última página	09/06/1863 N°9		No			<i>El Novel</i>	1863
“José”	Anónimo		En el cuerpo principal	Primera página	10/10/1863 N°1		No	8+		<i>El Racionalista</i>	1863
“Una historia como hay muchas”	Anónimo		En el cuerpo principal	Primera página	N°13	N° 17	No	4	Argentina	<i>El Estudiante</i>	1867
“Libertad y religión”	Anónimo		En el cuerpo principal	Primera página	N°13	N°14	No	2	Argentina	<i>El Estudiante</i>	1867
“Amor en el siglo XIX”	Anónimo		En el cuerpo principal	Primera página	N°17	N°19	No	3	Argentina	<i>El Estudiante</i>	1867
“Amor á la gloria”	Anónimo		En el cuerpo principal	Primera página	N°20	N°22	No	3	Argentina	<i>El Estudiante</i>	1867
“La verdad ignorada. A mis amigos A. y B”	Anónimo		En el cuerpo principal	Páginas interiores	N°23	N°14	No	2	Argentina	<i>El Estudiante</i>	1867
“París en América”	René Lefebre		En el cuerpo principal	Páginas interiores			No		Francia	<i>Correo del Domingo</i>	1864
“La venganza” (1862)	Alberto Blest Gana		En el cuerpo principal	Páginas interiores	14/08/1864 N° 33	04/09/1864 N° 36	No	4	Chile	<i>Correo del Domingo</i>	1864
“El coro de ángeles”	Pedro Antonio de Alarcón		En el cuerpo principal	Páginas interiores	11/09/1864 N°37		No		España	<i>Correo del Domingo</i>	1864
“Bellini”	Anónimo		En el cuerpo principal	Páginas interiores			No			<i>Correo del Domingo</i>	1864
“Martin Rivas” (1862)	Alberto Blest Gana		En el cuerpo principal	Páginas interiores			No		Chile	<i>Correo del Domingo</i>	1865
“La palma del martirio”	Anónimo		En el cuerpo principal	Páginas interiores			No		Francia	<i>Correo del Domingo</i>	1865

Nombre/Año de edición original (de ser posible)	Autor/a	Traductor/a	Formato	Ubicación	Inicio	Final	N°	C/ de entregas	Nacionalidad	Publicación	Año
“El Alferez Alonso Díaz de Guzmán”	José Victorino Lastarria		En el cuerpo principal	Páginas interiores	16/04/1865 N° 68		No		Chile	<i>Correo del Domingo</i>	1865
“Clara y Margarita”	Anónimo		En el cuerpo principal	Páginas interiores			No		Francia	<i>Correo del Domingo</i>	1865
“Diario de un médico. El boxer, ó el luchador y la niña”	Anónimo		En el cuerpo principal	Páginas interiores		18/06/1865 N°77	No			<i>Correo del Domingo</i>	1865
“El mendigo”	José Victorino Lastarria		En el cuerpo principal	Páginas interiores		18/06/1865 N°77	No		Chile	<i>Correo del Domingo</i>	1865
“El manuscrito del Diablo”	José Victorino Lastarria		En el cuerpo principal	Páginas interiores	25/06/1865 N°78	09/07/1865 N°80	No	3	Chile	<i>Correo del Domingo</i>	1865
“La cena en casa de un nigromántico. Imitación de un cuento alemán”	Anónimo		En el cuerpo principal	Páginas interiores		02/07/1865 N°79	No			<i>Correo del Domingo</i>	1865
“Aritmética en el amor” (1860)	Alberto Blest Gana		En el cuerpo principal	Páginas interiores	N° 82	N° 101/105	No	20 aprox.	Chile	<i>Correo del Domingo</i>	1865
“El asesino de Albertina Renouf”	Henrique Riviere		En el cuerpo principal	Páginas interiores	N° 82		No			<i>Correo del Domingo</i>	1865
“La sombra del gato. (Carta de una viuda)”	Manuel Fernández y González		En el cuerpo principal	Páginas interiores	N°107/N°113	04/03/1866 N°144	No	30 aprox.	España	<i>Correo del Domingo</i>	1866
“Margherita Pusterla” (1838)	Cesare Cantú		En el cuerpo principal	Páginas interiores	04/03/1866 N°144	01/07/1866 N°161	No	20 aprox.	Italia	<i>Correo del Domingo</i>	1866
“La flor de la tumba”	S. Estrada		En el cuerpo principal	Páginas interiores	24/06/1866 N°130	08/07/1866 N°132	No	3	Argentina	<i>Correo del Domingo</i>	1866
“Los borrachos”	Antonio Trueba		En el cuerpo principal	Páginas interiores	N°133	22/07/1866 N°134	No	2	España	<i>Correo del Domingo</i>	1866
“El frac azul” (1864)	Enrique Pérez Escrich		En el cuerpo principal	Páginas interiores	29/07/1866 N°135	28/10/1866 N°148	No	13	España	<i>Correo del Domingo</i>	1866
“Diva. Perfil de mujer”	G.M.	E.G.	En el cuerpo principal	Páginas interiores	26/08/1866 N°139	21/10/1866 N°147	No	8	(Portugués)	<i>Correo del Domingo</i>	1866
“Madama Roland. Fragmento de Los Girondinos” (1847)	Alphonse de Lamartine		En el cuerpo principal	Páginas interiores	25/11/1866 N°152	16/12/1866 N°155	No	3	Francia	<i>Correo del Domingo</i>	1866

Nombre/Año de edición original (de ser posible)	Autor/a	Traductor/a	Formato	Ubicación	Inicio	Final	Nº	C/ de entregas	Nacionalidad	Publicación	Año
“Diva. Perfil de mujer”	G.M.	E.G.	En el cuerpo principal	Páginas interiores	26/08/1866 N°139	21/10/1866 N°147	No	8	(Portugués)	<i>Correo del Domingo</i>	1866
“Madama Roland. Fragmento de Los Girondinos” (1847)	Alphonse de Lamartine		En el cuerpo principal	Páginas interiores	25/11/1866 N°152	16/12/1866 N°155	No	3	Francia	<i>Correo del Domingo</i>	1866
“De Madrid a Nápoles” (1861)	Pedro Antonio de Alarcón		En el cuerpo principal	Páginas interiores	04/11/1866 N°149		No	50+	España	<i>Correo del Domingo</i>	1867
“Dos destinos”	A. Labutte	J.M. (ella)	En el cuerpo principal	Páginas interiores	01/01/1867 N°157	24/03/1867 N°165	No	5	Francia	<i>Correo del Domingo</i>	1867
“Esperanza”	Nicolás Granada		En el cuerpo principal	Páginas interiores	02/12/1866 N°153	24/03/1867 N°165	No	10 aprox.	Argentina	<i>Correo del Domingo</i>	1867
“La felicidad doméstica”	Antonio Trueba		En el cuerpo principal	Páginas interiores	27/01/1867 N°161	10/371867 N°167	No	6	España	<i>Correo del Domingo</i>	1867
“Los hijos de la fé” (1866)	Enrique Pérez Escrich		En el cuerpo principal	Páginas interiores	10/03/1867 N°167	¿?/11/1867 N°201/N°202	No	35 aprox.	España	<i>Correo del Domingo</i>	1867
“Oakland, ó los Guerrillas del Shenandoah. Episodio de la guerra de los Estados Unidos”	Anónimo	B. M. y V. (ella)	En el cuerpo principal	Páginas interiores	26/05/1867 N°178	¿?/06/1867 N°181	No	3		<i>Correo del Domingo</i>	1867
“José Antonio Sucre. Apuntes biográficos”	M. Ancizar		En el cuerpo principal	Páginas interiores	04/08/1867 N°188	15/09/1867 N°194	No	6		<i>Correo del Domingo</i>	1867
“Su destino”	Anónimo		En el cuerpo principal	Páginas interiores	17/11/1867 N° 203	17/11/1867 N° 203	No	1		<i>Correo del Domingo</i>	1867
“Los amores de un rui señor y de una rosa”	Feliciano Malefille		Rodapié	Primera página			No		Francia	<i>La Campana</i>	1872
“Juan California. Escenas americanas”	Anónimo		Rodapié	Primera página			No			<i>La Flor de los Aires</i>	1864
“¡Pobre María!”	Pedro Antonio de Alarcón		Rodapié	Primera página			No		España	<i>El Enano</i>	1860
“La senda de los ciruelos”	Paul de Kock	Julio Nombela	En el cuerpo principal	Páginas interiores	02/04/1867 N°1	N°21	No		Francia	<i>El Mosquito</i>	1863

Nombre/Año de edición original (de ser posible)	Autor/a	Traductor/a	Formato	Ubicación	Inicio	Final	N°	C/ de entregas	Nacionalidad	Publicación	Año
"El prado de amapolas"	Paul de Kock		En el cuerpo principal	Páginas interiores			No		Francia	<i>El Mosquito</i>	1870
"La Cinta Negra. Leyenda de Amor"	Anónimo		En el cuerpo principal	Primera página	25/04/1869 N°34	02/05/1869 N°35	No	2		<i>Correo de las Niñas</i>	1869
"Lahire. Novelita continuacion de la juventud de Enrique IV"	Ventura Lynch (h)		En el cuerpo principal	Primera página	23/01/1870 N°72	24/04/1870 N°85	No	10	Argentina	<i>Correo de las Niñas</i>	1870
"La Reconquista. Novela Histórica"	Ventura Lynch (h)		En el cuerpo principal	Primera página	09/07/1871 N°141	29/07/1871 N°144	No	4	Argentina	<i>Correo de las Niñas</i>	1870