

# Las publicaciones periódicas como dispositivos de exposición

*Geraldine Rogers*

*El almacén es el lugar donde se colocan o se venden  
los productos de un trabajo, los “artículos”.*

Philippe Hamon

A comienzos del siglo XIX un escritor francés comentaba: “Lo que no habían podido hacer mis dos gruesos volúmenes sobre la Revolución, lo hicieron unas cuantas páginas publicadas en un diario. Mi cabeza asomaba un poco por sobre la oscuridad” (Barbier y Bertho Lavenir, 2007, p. 117). Su observación anticipaba lo que después empezaría a ocurrir de manera más sistemática. En la era iniciada con la expansión de los periódicos, los textos y autores empezarán a circular fuera del libro, y será fuera de él donde se tornen más visibles y expuestos. Un siglo más tarde Walter Benjamin observará dos fenómenos convergentes: la preponderancia del valor exhibitivo y la creciente posibilidad para cualquiera –al menos como tendencia– a pasar alguna vez a ser visto del lado de los productores. La emergencia de las masas como sujetos históricos y el desarrollo de los medios técnicos ampliaban las possibili-

dades de exhibición y alentaban las aspiraciones del público, una combinación de fenómenos cuyo efecto dependería de la fuerza social que estuviera en condiciones de apropiarse de ella (Benjamin, 1989). Más recientemente Philippe Hamon (1989) y Georges Didi-Huberman (2014) retomaron el hilo de ese *pensamiento de la exposición* que excede la cuestión artístico-literaria pero no puede dejar de incluirla. Con esos puntos de partida y ejemplos que provienen del ámbito de la literatura sudamericana, voy a ensayar un acercamiento a las publicaciones *como dispositivos de exposición*, arquitecturas de aparición periódica que disponen de manera conjunta lo visible y lo legible.

## Mostrar

Poco antes de iniciarse el siglo XX el escritor Horacio Quiroga inauguraba un semanario de literatura, la *Revista del Salto*, con estas palabras: “Nuestro programa es simplemente de exposición. Abrimos estas columnas a los que en el Salto meditan, analizan, imaginan y escriben” (1889). En el año 2016 la revista digital *Transas* de la Universidad de San Martín inauguró su sitio web manifestando el propósito de *poner en escena* lecturas y relatos sobre las letras y las artes de América Latina.<sup>1</sup>

Con evidentes diferencias a lo largo de un siglo y medio, numerosas revistas como esas se propusieron como entornos para poner a la vista, periódicamente, materiales en el ámbito público. Vidrieras para mostrar huellas de sociabilidad, como la correspondencia con Valery Larbaud en la revista *Proa* (1925), o entre Victoria Ocampo y Waldo Frank en el primer número de la revista *Sur* en 1931. Para mostrar autores y textos<sup>2</sup>, como los de cuatro

---

<sup>1</sup> Disponible en <http://www.revistatransas.com/>

<sup>2</sup> Claudia Roman se refiere al periódico *El Mosquito* como un “espacio político disponible: dispuesto para la exhibición” (2017, p. 37); Claudia Gilman describe

poetas argentinos elegidos en 1988 por la revista *Poesía y poética* (1988-1999) para su primer número como alternativa a “lo que los medios propagan como genuino” (Gola, 1988, pp. 1-2). Para exponer “La movida literaria”, como llama la revista *Boca de sapo* a los resultados de una “Encuesta a las editoriales independientes argentinas” que en 2016 dirige a diez sellos que selecciona para responderla (Pezzote, 2016). O para “hacerse oír” y mostrar afuera los cuentos, versos u opiniones escritos intramuros, como en la revista *La resistencia*<sup>3</sup> del taller colectivo de edición de la cárcel de Villa Devoto.

Vidrieras para poner a la luz nombres que se inscribirán en la vida pública y en la memoria cultural por un tiempo variable según la intensidad y frecuencia de su exposición en las revistas. Efímera, cuando un lector envía un poema al concurso organizado por una publicación y pasa, fugazmente, al lugar donde puede *ser visto* y leído por los otros.<sup>4</sup> O más duradera, cuando un escritor realimenta el sistema mediático entre el glamour y la lista de los más vendidos (en una entrada de su *Diario* de 1970 Ricardo Piglia define a una revista contemporánea como “un exhibicionismo de firmas prestigiosas sin ningún orden” (2016, p. 190) y anota sobre su amiga la escritora Beatriz Guido: “Mucha exposición, reportajes en todas la revistas” (2016, p. 224) mientras que en otra entrada

---

las revistas como “el soporte material de una circulación privilegiada de nombres propios e ideas compartidas, así como el escenario de las principales polémicas” (2003, p. 77).

<sup>3</sup> La revista puede leerse en el blog del <https://tallercolectivoedicion.wordpress.com/> fruto del Programa de Extensión en Cárceles de la Secretaría de Extensión Universitaria y Bienestar Estudiantil de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires.

<sup>4</sup> “Hoy ocurre que apenas hay un europeo (...) que no haya encontrado alguna vez ocasión de publicar una experiencia laboral, una queja, un reportaje o algo parecido” (Benjamin, 1989, p. 40). Cfr. Rogers (2013; 2014).

apunta: “en el panorama de la nueva narrativa argentina presentada por [el semanario] *Primera Plana* mi ausencia es estruendosa” (2016, p. 43); y algo después, “...por fin la propuesta de Schmucler de hacer con él una nueva revista que iría a los quioscos y enfrentaría a la sección cultural de los diarios y las revistas” (2016, p. 116).

Pensar las publicaciones periódicas como construcciones destinadas a mostrar (poner a la vista, dar a leer) implica en primer lugar atender a una dimensión performativa que puede o no coincidir con las declaraciones explícitas. Abre la pregunta acerca de *qué* y *cómo* en ellas se expone, se subexpone o se sobreexpone, y lleva a considerar la creación de revistas como modo de intervenir en el reparto de lo visible y lo legible en la esfera pública y en el mercado de bienes simbólicos.

## **Anunciar**

Las publicaciones como dispositivos de exposición encuentran una segunda articulación en los anuncios. Como es sabido, la emergencia histórica de la publicidad coincidió con la de la prensa, que empezó a estar disponible para un público amplio gracias a ella, facilitando la promoción de la literatura mediante textos breves, avisos de libros y reseñas.<sup>5</sup>

En su investigación sobre el siglo XIX Walter Benjamin observó que la época que había creado las Exposiciones Universales había visto multiplicarse un tipo de publicación colectiva y en general ilustrada que obedecía a propósitos similares: mostrar lugares, sujetos, objetos y saberes. Entre ellas, un tipo de impreso de gran

---

<sup>5</sup> “A causa de la nueva disposición –la baja del precio de las suscripciones– tiene que vivir el periódico de los anuncios; para recibir muchos, la página (...) destinada a publicidad, debía llegar al mayor número posible de suscriptores. Se hizo necesario un cebo dirigido a todos, sin miramientos por su opinión privada y que tenía su valor en la sustitución de la política por la curiosidad” afirma Nettement en una cita incluida en 1938 en *El París del Segundo Imperio en Baudelaire* (Benjamin, 1980, p.42).

difusión había tomado el nombre de un edificio emblemático de la época, el magazine o gran almacén, dedicado a ofrecer al consumo un variado surtido de artículos. El nacimiento de la revista como soporte masivo de lectura fue afín al auge de estas grandes arquitecturas donde la ciudad y sus habitantes miraban y devenían a la vez objetos de exposición.

En 1873 el director del periódico francés *La Presse* se refería así a la organización de su diario en secciones: “mi primer cuidado cuando lo fundé fue dividirlo en cuadros. Soñaba que cada cosa fuera tan clara, tan simple como la organización de lo que veía en el comercio, en los grandes almacenes. Lo mismo para un periódico: es indispensable que el lector sepa que encontrará la *causerie*, los ecos de París, los de la Cámara, los artículos de variedades, los del *fait divers*, los de teatro, etc etc, y que no sea obligado a andar errando a la pesca de tal artículo...” (Thérenty, 2007, p.81).

En 1889, José Martí describió “La exposición de París” como un lugar que cumplía funciones similares a las de la revista que se proponía fundar para dar a conocer en Europa los productos americanos:

Las riquezas de Guatemala son poco conocidas: el comercio intelectual con Europa es escaso; esto explica la creación de mi periódico. Fuera de la razón de mi actividad personal, que ferrientemente consagro al bien de América –sobre obstáculos y apreciaciones– responde la *Revista* a mi deseo de dar a conocer cuanto Guatemala produce y puede producir, y de hacer generales las noticias de letras y ciencias, artes e industrias, privilegio hoy del escaso número de afortunados a quienes es fácil saborear las excelentes revistas europeas (2009, p. 292).

En 1899 Rubén Darío llamará “almacén” al magazine o revista ilustrada. Un año antes, en Argentina, el semanario *Caras y Caretas* empezó a ofrecer textos e imágenes junto con avisos de las gran-

des tiendas de Buenos Aires: *A la ciudad de Londres* (“la más vasta y surtida de Sudamérica” según decía el anuncio, con el sistema de venta por secciones o departamentos), y *Al palacio de Cristal* gran tienda porteña que tomaba su nombre del edificio sede de la Exposición celebrada en Madrid e inspirada en el Crystal Palace para la Exposición de Trabajos Industriales de Londres. Los avisos dieron larga vida a este semanario que impulsó la profesionalización de la escritura pagando las colaboraciones de manera sistemática y permitió el acceso a materiales breves a un público amplio que no solía frecuentar librerías ni bibliotecas.

Entrado el siglo XX resulta notable la expansión global de las publicaciones periódicas, en sintonía con el cartel publicitario: “La prensa ya se lee en vertical más que en horizontal” escribe Walter Benjamin en 1926 (2011, p. 32). Su auge en soporte de papel duró algo más de un siglo, encarnando a veces una verticalidad que vuelve más patente su función exhibitiva: colgadas en los kioscos para un público amplio o en hojas murales que buscaron incorporarse al flujo urbano con su escritura expuesta y vanguardista.<sup>6</sup> Al filo del siglo XXI su declive en soporte de papel fue paralelo a la emergencia de sitios web que empezaron a poner en vertical las antiguas revistas y las revistas actuales que en formato electrónico dan a leer la producción contemporánea de textos, reseñas, anuncios de libros, ferias y talleres de escritura, disputando un lugar de visibilidad en los espacios gráficos.

## **Lo que se muestra, lo que se anuncia**

En una ficción que logró mimetizarse con una reseña literaria, Borges insinuó el poder último de la revista como expo-

---

<sup>6</sup> En diciembre de 1921 apareció la revista mural *Prisma*, dirigida por Jorge Luis Borges y Eduardo González Lanuza, una hoja de gran formato para ser pegada en las paredes de Buenos Aires.

sición: mostrar incluso aquello que no existe (o no existe todavía). Los lectores de “El acercamiento a Almotásim” recordarán que se trata de una ficción que finge ser una reseña. El crítico dice tener ante sus ojos la edición de una novela, presenta a su autor hindú Mir Bahadur Alí, refiere el argumento del libro, los rasgos materiales de su edición, los paratextos y otras reseñas bibliográficas que logran sostener la creencia en un autor y un libro inexistentes (según parece varios lectores reales fueron a encargar la obra de Bahadur a sus librerías). Esa ficción borgeana es, entre otras cosas, un comentario acerca del papel de los periodistas y críticos como creadores del acontecimiento literario en la era mediática.

Porque después de todo –podría pensarse– ¿qué es la literatura argentina sino el nombre de una revista fundada en 1928 por un editor, Lorenzo Rosso, que buscaba contribuir a la existencia de lo anunciado en su título, en coincidencia exacta con la Primera Exposición del Libro Argentino de septiembre de ese mismo año?<sup>7</sup> El segundo número de *La Literatura Argentina* estuvo dedicado a reseñar esa feria, sosteniendo la necesidad de creer en la literatura local y colaborar en su instalación. Al fin y al cabo esa era –se decía ahí– la tarea de los concursos literarios y las revistas: impulsar las letras, sacarlas del anonimato: “imponer los nombres de quie-

---

<sup>7</sup> Margarita Pierini observa: “De la actividad de librerías y editores da cuenta –y no es casual– la Primera Exposición del Libro Argentino, realizada en septiembre de 1928 bajo los auspicios del gobierno nacional –que todavía preside Marcelo T. de Alvear– y con la dirección de una figura connotada como Enrique Larreta. El núm. 2 de *La Literatura Argentina* va estar dedicado en gran parte a reseñar esa exposición, que es a la vez una muestra del estado de madurez alcanzado por editores y escritores y una confirmación de la importancia –y la necesidad– de difundir ese desarrollo” (2012, p. 358). A partir de 1931 la revista fue poniendo en sus tapas una “Galería de grandes escritores argentinos”: Sarmiento, Ingenieros, Ramos Mejía, Joaquín V. González y otros.

nes hemos creído merecedores de la atención del mundo artístico” (nro. 16,1929). En *La Literatura Argentina* los autores tuvieron un lugar destacado, y uno de sus géneros privilegiados fue la entrevista. En una de ellas Roberto Arlt declaró la “fe inquebrantable en su porvenir de escritor” al mismo tiempo que su segunda novela era promocionada en la revista de su editor Lorenzo Rosso y en el diario *El Mundo* del que era redactor, donde también se anunciaba puntualmente la salida de sus novelas y sus estrenos de obras teatrales. Décadas más tarde otro escritor central del canon argentino, descubrirá el rol fundamental de los medios impresos para dar visibilidad a textos y autores: “La legitimidad literaria –apunta el joven Ricardo Piglia en una entrada del Diario correspondiente a 1968– ya no pasa por los sistemas tradicionales (ejemplo *Sur*), sino por los *mass media*, los periodistas son los nuevos intelectuales” (44).

El ritmo de publicación de diarios y revistas hace de ellos dispositivos eficaces de promoción literaria<sup>8</sup>, mediante la exposición periódica de fragmentos, entrevistas, reseñas de “novedades” y secciones de “libros del mes” que acompañan los tiempos de producción en el mercado de bienes simbólicos. Y no faltan excepciones que confirman la regla, como la revista *Destiempo* (1936-1937) de Borges y Bioy Casares, cuyos tres demorados y espasmódicos

---

<sup>8</sup> “Roberto Arlt sostiene que es de los escritores que van a quedar y hace una inexorable crítica sobre la poca consistencia de la obra de los otros” es el título de la entrevista publicada en el número 12 de *La Literatura Argentina* de agosto de 1929. En esa fecha “la figura más inquietante del momento literario” redacta el final de la novela *Los siete locos* que la editorial de Rosso publicará tres meses después. En 1931 en el aguafuerte “Como se escribe una novela” se lee: “–Querido jefe: estoy terminando mi novela *Los Lanzallamas* que sale el treinta de este mes a la calle. –Bueno. Escribe una nota sobre cómo se hace una novela. –Encantado. (Al mismo tiempo es publicidad)” (Arlt, 1931). En 1932 estrena *Trecientos millones* en el Teatro del Pueblo y nuevamente el diario *El Mundo* promociona la obra.



números en la década del 1930 incluyeron fragmentos breves de literatura, con solo cuatro anuncios en total: tres de la lechería de propiedad familiar que la financiaba y uno de venta anticipada de libros de una colección, proyectada para los meses siguientes, que no llegó a concretarse (Mascioto, 2018).

Un contraejemplo de ese fracaso programado fue el semanario *El Hogar*, donde Borges publicó numerosas reseñas como escritor profesional en esos años. O el mensual *Saber vivir* que desde comienzos de la década siguiente ofreció porciones de literatura a lectores que aspiraban a integrar “una selecta minoría” del buen gusto, en páginas donde un aviso como “Fotografíe sus estancias” empalmaba con los versos de “Campo argentino” de Fernández Moreno. *Saber vivir* era aprender a degustar alimentos, vestidos, mobiliarios, turismo o literatura, en un gran almacén donde todo era objeto de consumo y a la vez signo de ese consumo.

En los años 50, *Gaceta Literaria* dirigida por Hosne y Orgambide, “sin dejar de inscribirse en una voluntad de intervención político-cultural (...) actúa como vidriera de visibilidad de un sistema de libros y autores ligados a ciertos emprendimientos editoriales” (Petra, 2014, p. 270) como Stilcograf y Codilibro. El autor de ficción más publicado es el propio Orgambide, seguido por los cuatro cuentos de Roberto Hosne y numerosas notas de los integrantes del consejo de redacción que son autores de Stilcograf. “Esta conexión y funcionalidad editorial –afirma Petra– es perceptible también en la cantidad y variedad de la publicidad de editoriales, librerías y novedades del mercado del libro” en sus páginas.

A partir de los años sesenta *Primera Plana* cumplió un papel destacado en la promoción de lo que el semanario llamó “la nueva narrativa argentina”. “En la página de libros –recuerda María Moreno– [Norberto] Soares publicaba a *los del canon en contra del canon*, nombres que dos décadas después serían los *cantados* de

la narrativa y la crítica argentina” (2016, p. 124).<sup>9</sup> En sus páginas Rodolfo Walsh anunció en 1967: “la narrativa argentina está por sufrir una renovación sin precedentes a manos de autores cuya edad oscila alrededor de los veinticinco años y que todavía no han publicado un libro”: Ricardo Piglia, Ricardo Frete, Germán García y Aníbal Ford, todos a punto de editarse en el sello Jorge Álvarez, anunciante de *Primera Plana*. La nota de Walsh precedía el anticipo de un relato en prensa de un autor del catálogo.<sup>10</sup>

La exposición selectiva y estratégica de la literatura en las páginas de las publicaciones periódicas recuerda lo que un siglo atrás auguraba un famoso artículo sobre la crítica literaria en la era de la literatura industrial: ¿Cómo condenar a dos dedos de distancia –decía Sainte-Beuve en 1839– lo que se proclamaba y

---

<sup>9</sup> La propia revista daba cuenta de esa eficacia: “Primera Plana protagonizó un boom indiscutible: no sólo capturó la adhesión de un público intelectualmente selecto sino que consiguió cubrir de avisos más del veinte por ciento de sus páginas”, logrando el objetivo de “conjugar el orden de la mercancía y el orden del espectáculo, de producir la mercancía como espectáculo y el espectáculo como mercancía” (“El retorno de *Primera Plana*”, 1970, p. 50).

<sup>10</sup> “Si es lícito juzgar por algunos signos, por cuatro o cinco manuscritos del centenar que anualmente llegan a una sola editorial (1) la narrativa argentina está por sufrir una renovación sin precedentes a manos de autores cuya edad oscila alrededor de los veinticinco años y que todavía no han publicado un libro”. La nota al pie agrega: “(1) Los manuscritos que se han tenido en cuenta para redactar esta nota son “La invasión”, cuentos de Ricardo Piglia, “Sumbosa”, cuentos de Aníbal Ford, “Villa Feder”, cuentos de Ricardo Frete, “Los caminos de Nanina”, novela de Germán L. García. Los dos primeros están en prensa, los dos últimos se publicarán en 1968 en el sello Jorge Álvarez”. A continuación se insertaba el anticipo de uno de esos libros “copyright Jorge Álvarez, 1967” (Walsh, 1967). “No fue casualidad –afirma Peña Lillo– que muchos de sus colaboradores fueran asesores de Jorge Álvarez y sus libros ocuparan puntualmente las notas bibliográficas y encabezaran el ‘ranking’ de los ‘best-sellers’, llegando a colocar, inadvertidamente, en dicha escala, libros aún no aparecidos. Pero no importaba. Colocando cualquier título en dicho ranking la revista lo convertía en éxito seguro”. (Peña Lillo citado por Mudrovic, 1999, p. 308).

exhibía dos dedos más bajo como la maravilla de la época? Las mayúsculas del anuncio eran la montaña de imanes que orientaba la brújula. Desde siempre las publicaciones periódicas tienden a superponer, de manera más o menos directa y evidente, lo que muestran y lo que anuncian. Una entrevista o una reseña de libro son formas de la publicidad y entran en relación con el sistema completo de promoción literaria en el mercado de bienes económicos y simbólicos.

### **Orientaciones y desvíos**

Concebir una revista como dispositivo de exposición –a partir de Philippe Hamon– implica pensarla como entorno diseñado para mostrar, como organización conjunta de lo visible y lo legible para la presentación racional de textos e imágenes. Construirla es el arte de ajustarla como entorno semiótico articulado y jerarquizado (supone el diseño de un espacio métrico y tipográfico que prevé el costo de producción, la inserción de avisos, el tiempo de lectura) y es también dimensión ética, estética, ideológica. Montarla implica construir diferencias cuantitativas y cualitativas, hacer una selección de lo que se muestra y cómo se lo expone, organizar un número determinado de recorridos previstos por el índice, los títulos de secciones, las ilustraciones. Es organizar un sistema productor de discontinuidades y diferencias, “sentidos” (u orientaciones) y “comunicaciones” entre los subespacios incluidos en ella. Pensarla desde este punto de vista implica observar cómo se organiza para ser recorrida en distintas direcciones (¿qué se muestra y qué se da a leer primero en una revista, e incluso en cada página de ella?), la ambigüedad de sus elementos (un muro separa pero también religa, igual que la división en secciones o en columnas dentro de la misma página; una ilustración se vincula con el texto y a la vez difiere o contrasta con él).

Supone, además, la existencia de quienes recorrerán ese espacio, visitantes de paso o habituales frequentadores, que seguirán el trayecto esperado o harán de él usos impensados.<sup>11</sup> Al presentar la edición facsimilar de una publicación argentina, el entonces director de la Biblioteca Nacional Horacio González propuso un modo infrecuente de revisitar, medio siglo después, una revista mítica para una generación de intelectuales de izquierda:

*La Rosa Blindada*, que se publica entre los años 1964 y 1966, puede ser leída hoy como esos libritos infantiles cuyas páginas se hacen pasar muy rápido entre los dedos generando una secuencia animada con los dibujos situados en uno de sus cantos. Al pasarse vertiginosamente las hojas, acariciándolas hacia delante con el pulgar que las pulsa, se van formando figuras en movimiento en el rincón derecho superior, por obra de un dibujante que habría imaginado que hojear rápido las páginas de una publicación produce el efecto cinético de los fotogramas del cine. (2014, p. 9)

Toda revista, como exposición, es un recorrido orientado, pero su organización es provisoria y desmontable, porque toda lectura entraña la posibilidad de desorganizarla y rehacerla para uso propio o re-montarla en tiempo diferido.

## **Políticas de exposición**

Desde hace algunas décadas se empezó a estudiar sistemáticamente las publicaciones periódicas, con un creciente despliegue de herramientas conceptuales para reconstruir su historia, definir

---

<sup>11</sup> La reutilización decorativa de periódicos de caricaturas y retratos recortados de las revistas y pegados a la pared ha sido registrada por los historiadores del siglo XIX, así como el montaje en soportes de escritura personal de imágenes o textos tomados de diarios y revistas en las primeras décadas del siglo XX. Sobre la libertad y la inventiva de las prácticas lectoras ver de Certeau (1996).

sus rasgos y modos de funcionamiento. Desde entonces cada vez más son los trabajos que estudian las revistas como modos de intervención en la esfera pública, espacios de consagración en el campo intelectual, laboratorios de ideas y propuestas estéticas. Las publicaciones periódicas se han ido transformando no solo en fuentes privilegiadas para la historia intelectual sino también en objetos centrales de la historia de la cultura impresa. Junto con esas dimensiones, hay otra casi siempre implícita que espera todavía ser desplegada en sus consecuencias: las publicaciones como *dispositivos para mostrar* –dar a ver, dar a leer–, función constatable en su propia materialidad e inseparable de su impulso hacia lo público.<sup>12</sup>

Las investigaciones de Walter Benjamin sobre el siglo XIX abrieron el camino para pensar la gestión pública de imágenes y palabras, con modos de exposición que tienen fines orientados. El carácter ambiguo del fenómeno cobra relevancia en un tiempo en que “estar a la vista” se vuelve un objetivo fundamental de la vida pública, y las publicaciones empiezan a ofrecer el mundo entero en el modo de la mirada.<sup>13</sup> Didi-Huberman retomó estas ideas, apartando los lugares comunes de la sociedad del espectáculo para proponer un *pensamiento de la exposición* donde el lector/espectador no sea equivalente al ‘público’ de un vocabulario manipulador o consumista.

---

<sup>12</sup> Un temprano artículo de Beatriz Sarlo insinúa esa dimensión al señalar que la sintaxis de una revista se diseña no sólo para intervenir en una coyuntura sino también para “mostrar los textos en vez de solamente publicarlos”. Dice además que “La sintaxis de una revista es casi siempre producto de juicios de valor tanto como la elección de los textos que se ordenarán según esa sintaxis. La política de una revista es un orden, una paginación, una forma de titular que, por lo menos idealmente, sirven para definir el campo de lo deseable y lo posible de un proyecto” (1992, p. 12).

<sup>13</sup> “En el periódico todo se anuncia, todo se denuncia, todo se hace imagen” (Blanchot, 2008, p. 310).

Orientar en ese sentido el estudio de las publicaciones implica preguntar cómo intervienen en el reparto de lo visible y lo legible: *qué y cómo* en ellas se muestra y se anuncia, a qué fines orientan sus recorridos, cómo se materializan sus estrategias de visibilización en arquitecturas particulares de aparición periódica, y cuáles son los modos posibles de transitarlas como lectores. En términos más específicos –del ámbito a que pertenecen los ejemplos citados hasta acá–, implica atender a esos entornos construidos para mostrar –poemas o relatos, firmas, opiniones e imágenes de autor, avisos de libros, editoriales, conferencias o talleres de escritura– para pensar cómo ponen en escena o en vidriera eso que ahí se muestra y se performa como literatura.

### **Referencias bibliográficas**

- Arlt, R. (1931). Cómo se escribe una novela. *El Mundo*, 14 de octubre.
- Barbier, F. y C. Bertho Lavenir (2007). *Historia de los medios de Diderot a Internet*. Buenos Aires: Colihue.
- Benjamin, W. (1980). El París del Segundo Imperio en Baudelaire. En *Poesía y capitalismo. Iluminaciones II* (pp. 21-120). Madrid: Taurus.
- Benjamin, W. (1989). La obra de arte en la época de su reproductividad técnica [1935]. En *Discursos interrumpidos I* (pp. 15-57). Buenos Aires: Taurus.
- Benjamin, W. (2009). El autor como productor [1934]. *Obras. Libro II/ vol. 2*. Madrid: Abada, 297-315.
- Benjamin, W. (2011). Tenedor jurado de libros. En *Calle de dirección única* (pp. 30-33). Madrid: Abada.
- Blanchot, M. (2008). El habla cotidiana. En *La conversación infinita* (pp. 303-313). Madrid: Arena Libros.
- Bourdieu, P. (2012). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.

- Buck-Morss, S. (1989). *Dialéctica de la mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los pasajes*. Madrid: La balsa de la medusa.
- De Certeau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano. 1 Hartes de Hacer*. México: Universidad Iberoamericana.
- Darío, R. (1899). La cuestión de la revista. Magazines e ilustraciones. La caricatura en España. *La Nación*, 20 de julio.
- Didi-Huberman, G. (2014). *Pueblos expuestos, pueblos figurantes*. Buenos Aires: Manantial.
- El retorno de *Primera Plana*. *Primera Plana* (8 de octubre de 1970).
- Gilman, C. (2003). *Entre la pluma y el fusil. Debates y dilemas del escritor revolucionario en América Latina*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Gola, H. (1988). Intenciones. *Poesía y poética*, 1, 1-2.
- González, H. (2014). León, Cook y *La Rosa Blindada*, el trípode para pensar una época (prólogo a edición facsimilar). En *La Rosa Blindada: edición facsimilar*. Buenos Aires, Biblioteca Nacional, 9-15.
- Hamon, Ph. (1989). *Expositions. Littérature et architecture au XIXe siècle*. Paris: José Corti.
- La Literatura Argentina* (nro. 16, 1929).
- Martí, J. (2009). Revista Guatemalteca [1878]. En *Obras completas 5. Edición crítica*. La Habana: Centro de Estudios Martianos.
- Mascioto, M. (2018). Borges editor. *Anclajes*, 22(2), 57-68. DOI: 10.19137/anclajes-2018-2224.
- Moreno, M. (2016). *Black out*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Mudrovic, M. (1999). El arma periodística y una literatura 'necesaria'. El caso *Primera Plana*. En S. Cella (Dir.), *La irrupción de la crítica*, (tomo 10, pp. 295-311); N. Jitrik (Dir.), *Historia crítica de la literatura argentina*. Buenos Aires: Emecé.
- Petra, A. (2014). *Gaceta Literaria: un artefacto editorial y una revista de pasaje en la trama de la cultura comunista latinoamericana de los años '50*. En V. Delgado, A. Mailhe, y G. Rogers, (Ed.),

- Tramas impresas. Publicaciones periódicas argentinas (XIX-XX)* (pp. 258-275). La Plata: Edulp.
- Pezzote, N. (2016). Encuesta a las editoriales independientes. *Boca de sapo*, 21, 24-35.
- Pierini, M. (2012). *Una empresa de cultura en los años 30: el editor Lorenzo Rosso y su revista bibliográfica La literatura argentina*. Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición, 31 de octubre, 1 y 2 de noviembre de 2012, La Plata, Argentina. En Actas. La Plata: UNLP-FAHCE. Disponible en: [http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab\\_eventos/ev.1947/ev.1947.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.1947/ev.1947.pdf)
- Piglia, R. (2016). *Los diarios de Emilio Renzi. Los años felices*. Barcelona: Anagrama.
- Piglia, R. (2017). En el lenguaje no hay propiedad privada. *Cuaderno de la BN* marzo-abril.
- Quiroga, H. (1889). Introducción. *Revista del Salto. Semanario de literatura y ciencias sociales*, 1, septiembre 1.
- Rogers, G. (2013). The Thrust of Demand: Literary Writing and Cultural Democratization in Argentina, 1900-1930. Universitet Gent, *Authorship*, 2, 1-16. <https://www.authorship.ugent.be/article/view/795>
- Rogers, G. (2014). Escrituras de un lector de periódicos: los cuadernos de Ángel Nuñez (1919-1920). En V. Delgado, A. Mailhe y G. Rogers (Ed.), *Tramas impresas. Publicaciones periódicas argentinas (XIX-XX)* (pp. 178-194). La Plata: Edulp.
- Roman, C. (2017). *Prensa, política y cultura visual. El Mosquito (Buenos Aires, 1863-1893)*. Buenos Aires: Ampersand.
- Sainte-Beuve, Ch. (1992). De la littérature industrielle [Revue des Deux Mondes, 1839]. En J.-L. Diaz y A. Prassoloff (Ed.), *Pour la critique* (pp. 197-222). Paris: Gallimard.
- Sarlo, B. (1992). Intelectuales y revistas: razones de una práctica. *América: Cahiers du CRICCAL*, 9-10, 9-16.



Thérenty, M. (2007). La littérature au quotidien. Poétiques journalistiques au XIXe siècle. Paris: Editions du Seuil.

Walsh, R. (1967). Una literatura de la incomodidad. *Primera Plana*, 19 de diciembre.

