

## Del folletín al magazine.

# Popularización y democratización de la lectura en el Río de la Plata en las últimas décadas del siglo XIX\*

From *The Feuilleton* to the magazine.

Popularization and democratization of reading in the río de la plata in the last decades of the xix century

Hernán Pas\*\*

### RESUMEN

Los estudios, acrecentados en los últimos años, sobre cultura visual decimonónica vienen señalando el impacto de las imágenes impresas en el mundo de la cultura letrada. En esa línea, este trabajo analiza el pasaje de los folletines ilustrados (primero, novelas ilustradas por entregas) al *magazine*, a partir de la hipótesis de que ese (el folletín) fue un género visual que alcanzó su complejidad cuando los recursos técnicos de impresión permitieron su despliegue. Para su desarrollo, se analizan y describen los antecedentes literarios del género en los *weekly journals* ilustrados dieciochescos. Asimismo, la hipótesis conlleva una lectura de alcance histórico: el pasaje del folletín al *magazine* supone una continuidad, aunque también una clara ruptura. A fin de darle un marco material al planteo, hacia el final se propone el abordaje de un caso, el que va de *La Patria Argentina* (1879) a *Caras y Caretas* (1898).

Palabras clave:  
prensa periódica,  
cultura impresa,  
folletín, cultura  
visual, *magazine*.

\* El trabajo se inscribe en mi plan de investigación del CONICET (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas), titulado: “Literatura a diario. Prensa, lectura y escritura en el siglo XIX rioplatense”.

\*\* Argentino. Doctor en Letras. Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (IdIHCS), Consejo Nacional de Investigaciones Científicas Y Técnicas (CONICET), Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina. ORCID: 0000-0003-4365-7662, hpas@fahce.unlp.edu.ar.

## ABSTRACT

Studies, increased in recent years, on nineteenth-century visual culture have been pointing out the impact of printed images on the world of lettered culture. In this line, this work intends to analyze the passage from illustrated *feuilletons* (first, serialized illustrated novels) to the magazine, under the hypothesis that that (the *feuilleton*) was a visual genre that reached its complexity when technical resources allowed its deployment. For its development, the literary antecedents of the genre in the eighteenth-century illustrated weekly journals are analyzed and described. Likewise, the hypothesis contains a reading of historical scope: the passage from the *feuilleton* to the magazine supposes a continuity, but also a clear rupture. In order to give a material framework to the proposal, the approach of a case is proposed, the one that develops from *La Patria Argentina* (1879) to *Caras y Caretas* (1898).

Keywords: periodic press, print culture, *feuilleton*, visual culture, magazine.

## Introducción

En agosto de 1901, el diario porteño *La Nación* comenzó a publicar su primer folletín ilustrado: una reproducción y traducción de *The First Men in the Moon*, del célebre escritor H. G. Wells. Se trató de una traducción al español de la novela inglesa y, al mismo tiempo, de una duplicación de las imágenes que acompañaron su edición original. En efecto, el relato de Wells se había publicado en los volúmenes XX y XXI de *The Strand Magazine*, mensuario ilustrado editado por George Newnes en Londres, y de allí se obtuvieron las estampas que “adornaron” el diario de los Mitre (ver Figura 1 y 2).

La publicación de este primer folletín ilustrado en *La Nación* se enmarca en el campo de disputas abierto por las revistas ilustradas —particularmente en Buenos Aires la exitosa *Caras y Caretas*— cuyo contenido misceláneo y recursos gráficos empezaban por entonces a ser incorporados por la prensa, escenario de competencias que ha sido suficientemente reseñado (Eujanián 1999, Romano 2007, Rogers 2008). De hecho, poco después, *La Nación* daría comienzo a la edición de su primer suplemento ilustrado, aparecido los días jueves, el cual se sostendría entre 1902 y 1909.

El dato más significativo, no obstante, no reside en esa práctica de *copy and paste*, práctica de larga data en la producción de la prensa periódica decimonónica —algunos periódicos llevaban incluso títulos que ostentaban dicha práctica: *El Sastre*, *La Tijera*, *El Cajón de Sastre*, *El Mosaico*—, sino en el agente involucrado en su ejecución: nada menos que Rubén Darío. El poeta nicaragüense se hallaba por entonces en París como corresponsal y colaborador de *La Nación*, y hacía poco tiempo había viajado a Londres. Allí pudo entrar en contacto con el *Magazine* de Newnes y proponerle a José M. Drago, administrador de *La Nación*, el envío de los números que contenían la novela de Wells y, muy probablemente, también su traducción<sup>1</sup>.

---

1 Es muy probable que fuera Rubén Darío el responsable de la traducción, pues, de acuerdo con su correspondencia privada, se hallaba por entonces realizando esa tarea para *La Nación*. Debo esta información a Laura Giaccio.



Figura 1. La Nación, primera entrega del texto de Wells, agosto de 1901, p. 3.

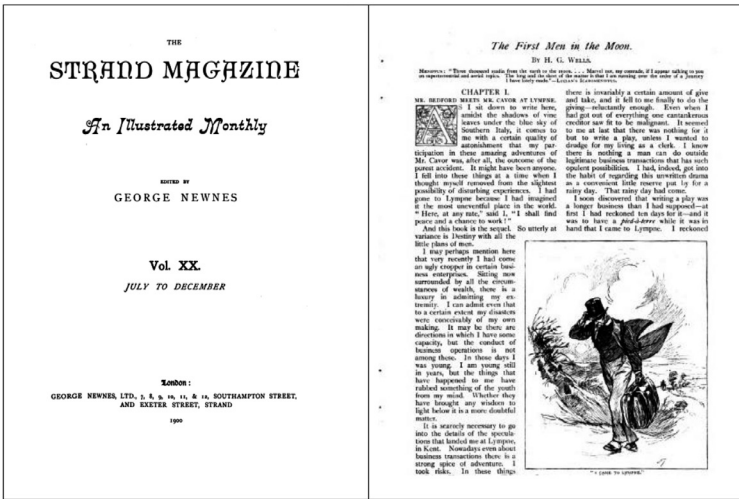


Figura 2. The Strand Magazine. Edición original de la novela de Wells en 1900, julio-diciembre.

Que haya sido Rubén Darío el encargado de ese traslado demuestra que el poeta nicaragüense poseía una mirada amplia y sagaz de la incipiente cultura de masas, y de su principal manifestación gráfica: la presencia cada vez mayor de las imágenes, que la fotografía no hacía por entonces sino catapultar, y que el folletín empezaba a incorporar como evidencia de su impacto.

Una década después de aquel episodio, en abril de 1911, bajo la dirección literaria del mismo Rubén Darío y la dirección artística de Leo Merelo, aparece en París *Mundial Magazine*, la revista publicada como enclave artístico y literario latinoamericano (en ella colaboran los más prestigiosos escritores y artistas de América Latina y de España). En una breve declaración editorial de su primer número —en la tradición

del “prospecto”, ese género añejo de la censura real<sup>2</sup>—, el programa de la revista se anunciaba así:

La característica de *magazine* –habrá que adoptar la palabra en castellano– hará que en sus páginas alternen lo ameno y lo curioso con lo bello y lo útil, y se procurará que el interés no decaiga y que toda suerte de lectores encuentre en tal repertorio complacencia, instrucción y provecho. [...]. Lo ingenioso, lo elegante, lo risueño tendrán, como es de razón, su consiguiente cabida. Y todo trabajo irá ilustrado por la fotografía o por el talento y la habilidad de especiales dibujantes. Para ello la dirección artística procurará el mayor esmero. (*Mundial Magazine*, no. 1, mayo de 1911, p. 5)

El programa parece sencillo, y por esos años, recurrente. Más allá de la tardía resonancia horaciana en aquello de integrar lo útil con lo bello, la instrucción con el provecho, el sentido principal del proyecto está determinado por la presencia de textos risueños e ingeniosos, es decir, entretenidos (junto con la necesaria variedad de materias), por un lado, y la fuerte presencia de imágenes (fotografías, grabados, dibujos) como elemento constitutivo de la revista, por el otro. De hecho, es precisamente la combinación entre texto e imagen uno de los aspectos centrales que definen al *magazine* —que Darío sugiere, a falta de expresión homóloga, incorporar a la lengua— en tanto formato impreso masivo de la cultura moderna.

No nos proponemos aquí realizar un análisis de la revista, sino describir algunos aspectos de su formato y propuesta editorial que nos servirán para revisar las matrices de su formación<sup>3</sup>. La revista tenía secciones fijas —Crónica mundial, Los escenarios parisienses, Cabezas, Las Repúblicas Hispanoamericanas, cuentos ilustrados, reseñas

---

2 Como se sabe, el “prospecto” es un género que nace al calor del sistema de privilegio diseñado por la censura Real. Los redactores enviaban su prospecto o “análisis” —carta de intención— a la autoridad correspondiente, cuyo beneplácito resultaba indispensable para su ulterior publicación. Cfr. el funcionamiento de la prensa europea en el *Ancien Régime* en Georges Weill, *El periódico* (ver referencia en Referencias bibliográficas). Para el caso rioplatense, puede consultarse Guillermo Furlong, *Historia y bibliografía de las primeras imprentas rioplatenses, 1700-1850*. Buenos Aires, Librería del Plata, 1955.

3 Remitimos a los trabajos de Laura Malosetti Costa y María Isabel Baldassarre (2013: 197-227) y de Alejandra Torres (2010, 2012, 2014), quien se ha ocupado de la revista en varios artículos.

de libros hispanoamericanos—, que se alternaban con mayor o menor presencia de textos literarios (poemas, cuentos ilustrados) y de otros textos varios, sobre todo publicitarios. La fuerte presencia de imágenes (incluso en poemas escritos por el poeta nicaragüense) resulta, como dijimos, fundamental respecto de la nueva tendencia cultural y artística de las publicaciones. A partir de la conjunción icónico-verbal, como ha demostrado Eduardo Romano para el caso rioplatense (2007), el régimen de lectura se trastoca de modo decisivo hacia fines de siglo, en tanto la mirada comienza a desplazarse en la página como en una vidriera, y los escritores, por su parte, deben adecuar sus textos a las posibilidades gráficas de las imágenes. En *Mundial*, la mayor cantidad de imágenes parecen ser fotografías<sup>4</sup>.

La empresa gráfica de Darío se inserta así en un contexto de emergencia de revistas ilustradas, cuyos antecedentes hispanos más notorios fueron en la península el semanario *Madrid cómico* (1880-1923), *Blanco y Negro* (1891-1939) o *Nuevo Mundo* (1894-1933) y, en Sudamérica, *Caras y Caretas*, aparecido en Buenos Aires en 1898 bajo la dirección del periodista José S. Álvarez (Fray Mocho). En una circular, facsímil de la revista, el semanario porteño daba a conocer sus principios de modo conciso: “No es, por otra parte, necesario el programa a una publicación que se presenta con los apelativos de festiva, literaria, artística y de actualidades, pues en ellos se condensa cuanto pudiera decirse acerca de su índole, tendencias y plan de labor” (*Caras y Caretas*, 19-08-1898, p. 1). La nueva publicación “festiva” se diferenciaba de sus precedentes justamente en la distancia burlesca que imponía ante la idea filantrópica de un programa. Por encima de su carácter festivo, lo principal de la empresa tal vez radique en aquello de “hacer un periódico que no se parezca a ninguno de la familia” (*idem*)<sup>5</sup>.

---

4 La reproducción fotográfica, como sabemos, se impuso técnicamente en la prensa de fines de siglo como huella documental y también como representación artística. La importancia de las imágenes en *Mundial Magazine* reside también, como sugiere Alejandra Torres (2014), en la necesidad de repensar la escritura (y la estética) de Darío vinculadas no solo con la veta modernista, sino también con las posibilidades técnicas de la cultura masiva.

5 Geraldine Rogers (2008: 32) señala cómo “la posición abiertamente antiprogramática” del semanario define el perfil de las “empresas periodísticas modernas” del nuevo siglo, pudiendo observarse su impronta en el popularísimo diario *Crítica*, de Natalio Botana, cuya presentación pública remeda esa actitud.

Ambas publicaciones —*Mundial Magazine* y *Caras y Caretas*—, a pesar de sus notables diferencias editoriales —la empresa de Darío mantiene un vínculo estrecho con la tradición de las revistas ilustradas selectas—, comparten algunos rasgos determinantes: combinación de textos e imágenes, fuerte presencia de elementos gráficos, avisos publicitarios como sostén económico, y carácter misceláneo (es decir, variedad temática). En síntesis, lo que publicaciones del estilo de *Caras y Caretas* o *Mundial* aportaban como novedad tipográfica, además de su enclave temporal en la rigurosa actualidad como sustrato de la prensa moderna, era la articulación de texto e imágenes (y de imágenes textuales: los avisos publicitarios) en un orden compositivo donde estas últimas tenían la misma (e incluso mayor) importancia relativa<sup>6</sup>.

En efecto, si bien las imágenes, en forma de viñetas o dibujos, habían acompañado desde siempre a la cultura impresa, el desarrollo de nuevas técnicas de reproducción pictórica, como fue el caso de la litografía, produjo un desarrollo marcado y constante de las tecnologías reproductoras de la imagen, ampliando cada vez más el conjunto de posibilidades: el grabado en madera de boj, la cromolitografía (creada en Francia a mediados de 1830) y, posteriormente, la fotografía y el fotograbado<sup>7</sup>.

El progresivo uso de la técnica litográfica produjo a mediados del siglo XIX un cambio sustantivo en los modos de percibir, de leer y de consumir impresos, posibilitando, entre otras cosas, la presencia cada vez mayor de estampas en las tiradas cotidianas. En ese marco, valiosos estudios, como los de Patricia Anderson (1991), Brian Maidment (2001) o Laurel Brake y Marysa Demoor (2009), han descripto detalla-

---

6 Ambas revistas, además, afianzaban su vínculo con la “actualidad”. Durante el último cuarto del siglo, la idea de actualidad —propulsada por las redes globales de la telegrafía— se había impuesto como registro moderno de las noticias, aunque su inserción se daba sobre todo en términos informativos. Toda empresa periodística moderna empezaba a medirse por su capacidad de estar al día —estar a la *dernière*, como decía antaño Sarmiento— a nivel no ya local, sino global.

7 La litografía fue un hallazgo del dramaturgo bávaro Alois Senefelder, quien, hacia fines de 1790, estando escaso de recursos para hacer imprimir sus propios escritos, ideó un modo más expeditivo y económico que el del impreso tipográfico tradicional: la técnica de impresión litográfica. En Latinoamérica, sería la técnica de reproducción de imágenes más desarrollada y utilizada. Ver, al respecto, Szir (2009).

damente el auge y la expansión del nuevo formato ilustrado, definido por la prensa contemporánea como “an illustrated newspaper”<sup>8</sup>.

El predominio del *weekly* ilustrado, que en Londres comenzó con la aparición de *The Penny Magazine*, en 1832, editado por Charles Knight y la *Society for the Diffusion of Useful Knowledge*, y que en Francia tuvo su expresión homóloga con el *Magasin Pittoresque*, de 1833, procuró una ampliación de los públicos lectores a partir de una propuesta tipográfica de carácter misceláneo, enciclopédico e ilustrado, cuya consolidación y expansión se debió en buena medida a la alianza que estableció con los relatos seriados<sup>9</sup>.

Este último aspecto, el vínculo entre ilustración y literatura por entregas, así como la exploración visual que supuso la cartelería tipográfica de los avisos, resulta crucial para pensar el desarrollo de los dispositivos que definirían a las publicaciones misceláneas en el cambio de siglo. Si bien, como ha analizado, por ejemplo, Richard Ohmann para el caso de Estados Unidos, el período que se inicia con los *weekly journals* ilustrados corresponde a la Edad dorada (“Gilded Age”) del *magazine* (y no, en cambio, a su apogeo como cultura de masas), lo cierto es que fue en esa época en la que se exploraron y diagramaron las técnicas editoriales que permitirían, medio siglo después, la combinación exitosa del nuevo formato masivo. Dicho de otro modo: a pesar del corte abrupto establecido entre la cultura gráfica masiva y la cultura gráfica que podríamos denominar “decimonónica”, la historia del formato *magazine* —como la de cualquier formato— no se deja comprender apelando a la distancia estadística del consumo. Entre otras cosas, porque la tendencia “magazinesca” existió en la prensa mucho antes del *magazine* moderno, y porque muchos de sus recursos —si no la mayoría— remiten a la matriz tipográfica del periódico, del cual el *magazine* es su virtuoso desprendimiento.

---

8 “Preface”, *Illustrated London News* (1843), tomado de Laurel Brake and Marysa De Moor (2009: 4). Se trata de semanarios ilustrados, cuya característica principal, además de la incorporación de imágenes, es el tipo misceláneo de textos ofrecidos al lector.

9 Patricia Anderson (1991: 196-198) señaló hace tiempo que el universo de la imagen debía ser analizado junto con los avisos (*advertisements*), que empezaron a constituirse en pequeñas viñetas o dibujos autónomos dentro del periódico, y con las novelas seriadas (“sold in penny parts”), que fagocitaron el interés del nuevo público lector (las más populares en Londres fueron *Uncle Tom’s Cabin*, de Harriet Beecher Stowe, y *The Mysteries of London*, de George W. Reynolds).



## Del *magazine* al folletín

Con la aparición en París del *Mercure galant* (1672), y la posterior publicación mensual de *The Gentleman's Magazine* (1731) en Londres, comenzó a delinarse una tendencia más amplia de la comunicación impresa. Como se sabe, hasta la caída del Antiguo Régimen, las imprentas fueron sometidas a una vigilancia rigurosa por parte de las autoridades virreinales e inquisitoriales (ver nota a pie de página 3). En consecuencia, la censura ofició de estímulo para que redactores e impresores (oficiales o con autorización real) incursionaran en el terreno de las publicaciones literarias<sup>10</sup>. En poco tiempo, se multiplicaron títulos cuya principal característica era su apelación a la diversidad temática. Incluso, varias publicaciones llevaron ese rasgo en sus títulos: *The Miscellany* (1732), luego *The Weekly Miscellany*, *The New Miscellany* (fundada por Jonathan Swift), *The Westminster Journal, or, New Weekly Miscellany*, todos aparecidos —siguiendo el impulso de Edward Cave— en la tercera década del siglo XVIII, son claros ejemplos al respecto. En Francia, al *Mercure galant* le siguieron títulos como *Nouvelles de la République des Lettres*, de Bayle, o el *Journal des Savants* —dirigido por un redactor de la *Gazette* oficial—1.

No obstante, el crecimiento del público lector durante el siglo XVIII fue más bien lento. *The Gentleman's Magazine* tiraba en 1740 apenas 3.000 ejemplares; a pesar de ello, su fundador, Edward Cave, sostenía que los lectores reales eran muchos más, solo que se dedicaban a leer de prestado (sempiterna queja de los redactores que se hará oír hasta bien avanzado el siglo XIX)<sup>11</sup>. Como se sabe, el título para su periódico lo tomó Cave de la resonancia arábiga del término *makhzen* ('depósito o almacén'), puesto que, como declaró el mismo redactor, "his periodical was intended to be a storehouse of wisdom and life of the age, and therefore could also be described as a magazine" (citado por Fader y Bornstein 1972: VII). Almacén de sabiduría y vida de la época, el for-

10 Robert Darnton ha escrito varios trabajos, en particular sobre el caso francés: *Edición y subversión. Literatura clandestina en el Antiguo Régimen*, México, FCE, 2003; *Los best sellers prohibidos en Francia antes de la Revolución*, México, FCE, 2008; *Censores trabajando. De cómo los Estados dieron forma a la literatura*, México, FCE, 2014. En esa línea, también pueden consultarse los aportes al volumen II de la *Historie de l'édition française*, dirigida por Roger Chartier et Henri-jean Martin (Paris, Fayard, 1990).

11 "Thus the middle-class educated itself as best it could from coffee-house periodicals and library novels" (Fader y Borstein 1972: X).

mato *magazine* exhibe desde el inicio su voluntad enciclopédica, que el periódico irá perfeccionando hasta hacer de la noticia una variopinta mercancía de la actualidad.

Con la aparición, una centuria después, de *The Saturday Magazine*, auspiciado por la Society Promoting Christian Knowledge, de John Parker, y del ya citado *The Penny Magazine*, se dio inicio a una verdadera expansión y exploración del gran público, al que las imágenes estampadas y los relatos novelescos seriados buscaban interpelar, a la vez que eran producto de su implícita demanda.

Uno de los efectos matriciales que dejaría el desarrollo de este tipo de publicaciones, como la mencionada *The Gentleman's Magazine* —y que aquí nos interesa subrayar—, es el ingreso de la ficción en el mundo de la comunicación impresa<sup>12</sup>. En efecto, durante buena parte del siglo XVIII pueden hallarse pruebas de ficciones publicadas periódicamente, como por ejemplo *Don Rugero*, primera novela publicada episódicamente en un efímero hebdomadario titulado *News from the Land of Chivalry*, o las ficciones de Defoe publicadas en el *Mist's Weekly Journal* (1715), o las que fueron apareciendo en el ya mencionado *Gentleman's Magazine* (desde 1731), como las *Uncommon adventures of a female correspondent*, publicadas entre 1737 y 1738, o la exitosa *Sir Launcelot Greaves* de Tobias Smollet en el *British Magazine* de 1760, entre tantas otras. Esas historias publicadas en entregas periódicas no fueron exclusivas de la prensa inglesa o francesa. En Estados Unidos, por caso, *The Columbian Magazine*, publicado en la década de 1780 en Filadelfia, ofreció regularmente a sus lectores breves ficciones que eran anunciadas como romances. A su vez, en 1787, el *Columbian Magazine* comenzó a publicar de manera seriada la novela *The Foresters*, escrita por Jeremy Belknap, una ficción epis-

---

12 Se trata de fenómeno central en el desarrollo posterior de la prensa: la entrada de la ficción en las noticias. No obstante, aquí optamos por el concepto más amplio de “comunicación impresa”, puesto que, como ha sido observado por los historiadores de la prensa, la invención o creación de las noticias (en tanto mercadería) es un fenómeno que ocurre recién alrededor de 1830 (Schudson 1978). El historiador C. John Sommerville, atento a esa matriz de periodicidad y retroalimentación en la creación de noticias, lo señala de este modo: “For a time, scientific and literary journals had met a social need. In the absence of political papers, they kept up the news habit. Several such publications appeared concurrently, mostly on a monthly basis. And in the process, they gave the public a sense that it was the proper judge in cultural affairs, as it was now the judge of constitutional issues” (1996: 115).

tolar que obtuvo un éxito inusitado para la época y que trasvasó las fronteras<sup>13</sup>.

No obstante, y a pesar de dirigirse a una audiencia popular, el público lector que convocaban estas publicaciones ilustradas como las de Knight o Parker (a las que podría sumarse el *Bentley's Miscellany*, publicado entre 1837 y 1868, y dirigido en los primeros años por Charles Dickens), era el público de la denominada *middle-class*, que debía ser instruido y guiado en sus lecturas, y que no se confundía (no debía confundirse) con el público lector de la *cheap literature*, que incluía los folletines, los escabrosos relatos del Newgate y las novelitas por entregas que llevaban títulos sensacionalistas como “The black Mantle, or the Murder at the Old Jewry”, “The Spectre of the Hall”, “The Love-child”, “The Feast of Blood”<sup>14</sup>. En este sentido, la prometeica ampliación de la lectura —*The Penny Magazine* llegó a tener tiradas de 200.000 ejemplares—, que las ilustraciones no hacían sino fomentar, se desplegaba cautiva de su propia contradicción: la de buscar una “popularización” de la lectura mediante textos dirigidos a una primorosa clase de lectores.

La entrada, y posterior expansión, del folletín en la prensa periódica vino a zanjar esa contradicción. Como la sección Variedades (*Varietés*), con la que comparte más de un aspecto, el folletín era un espacio (y también un formato) flexible, maleable, capaz de combinar la prosa veritativa del periódico con la imaginación fabulesca de los relatos fantásticos, y por ello se convirtió rápidamente en una sección ubicua —hacia mediados de siglo, todo diario o periódico que aspirara a acaparar la atención de los lectores debía tener su folletín—. Progre-

---

13 La relación del relato novelesco con el género epistolar ha sido asunto de teorización por parte de historiadores y críticos literarios. Ver, por ejemplo, el clásico libro de Altman, *Epistolarity. Approaches to a Form* (1982). Por otra parte, hay abundante bibliografía sobre la impronta epistolar en el desarrollo de la prensa periódica, y hasta se ha llegado a afirmar que las primeras gacetas no eran otra cosa que correspondencias impresas con afán noticioso.

14 *The Newgate Calendar* era un boletín mensual producido por los custodios de la prisión Newgate, de Londres. Se hizo famoso a partir de la reproducción de biografías criminales publicadas por otros editores. En 1774, apareció una edición en cinco volúmenes dedicados a las biografías y anecdotarios de los más famosos delincuentes, que se conoció finalmente con el nombre de *The Newgate Calendar*. El *Newgate* puede compararse, por ejemplo, con las *Causes célèbres et intéressantes recueillés par Gayot de Pitaval*, que nutrieron los *Crimes Célèbres* (1839-1840) de A. Dumas, fuente, a su vez, de innumerables relatos de folletín.

sivamente, la esporádica espectacularidad de los sucesos comprendidos en las Variedades se vuelve una estrategia narrativa de la propia prensa, aliada ahora con la tipografía espectacular de los avisos publicitarios. El folletín, que se instala definitivamente en el subsuelo del periódico, se convierte en el género protomasivo de esa narrativa: no solo inventa y ofrece mundos fascinantes a los lectores, sino que hace que los lectores también inventen su propio mundo.

## Del folletín al *magazine*

La historia del folletín ha sido profusamente contada. Aquí la repasaremos sucintamente, a fin de no perder de vista los principales hitos de su evolución. En 1800, el *Journal des débats* parisino inaugura el espacio del *feuilleton* con una línea horizontal que divide al impreso en dos partes, claramente jerarquizadas. En la parte superior se publicaban los textos serios, principalmente editoriales y noticias, mientras que en el subsuelo de la primera plana aparecían textos misceláneos, vinculados en general a la literatura y al teatro. De hecho, antes de ser un género más o menos reconocible, *le feuilleton* era eso: un sitio del periódico, cuya ambigüedad temática amparaba —con la condición de no rozar la política— una amplia gama de escrituras. Los franceses lo llamaban *rez-de-chausée* ('rodapié' en español), término que podría ser traducido como zócalo o, más descriptivamente, como la parte inferior del impreso.

Al igual que el melodrama —con el cual mantiene más de un vínculo histórico y genérico—, el folletín expresa la demanda de una audiencia que venía perfilándose en los *weekly journals* o mensuarios ilustrados, caracterizada por su progresiva inclinación al esparcimiento y a la búsqueda de una lectura más emocional que reflexiva —no por casualidad, los primeros folletines que aparecieron fueron folletines dramáticos—.

En general, como es sabido, suele estipularse la fundación en 1836 de *La Presse* de Émile de Girardin —junto con *Le Siècle*, de su antiguo socio Armand Dutacq— como la fecha del inicio del género<sup>15</sup>. No obstante, la crítica especializada ha observado diversos jalones en su desarrollo. Por un lado, los estudiosos de la prensa y la literatura anglosajonas han iden-

---

15 El folletín literario comenzó siendo un texto fraccionado. El primero en publicarse bajo esa modalidad fue el *Lazarillo de Tormes*.

tificado los años de la Restauración borbónica como aquellos en los que surgió y se consolidó la modalidad de publicaciones seriadas en la prensa. Así, desde 1817 la *Edinburgh Monthly Magazine* destinó una importante cantidad de páginas a la publicación de novelas en episodios. Por otra parte, como vimos, en EEUU *The Columbian Magazine* dio a conocer en sucesivas entregas la novela epistolar *The Foresters*, que tuvo una amplia recepción, incluso más allá de sus fronteras.

Es decir, lo que conocemos hoy como *roman-feuilleton* —algunos de cuyos títulos, tales como *Los misterios de París* y *El conde de Montecristo*, son su marca registrada— es resultado de una fórmula en la que contribuyen los relatos seriados de los *magazines*, el sensacionalismo de la criminalidad creciente (un tema de “actualidad”, sobre el que se basan muchos de los folletines de la época) y el éxito de la fragmentación a bajo costo (*La Presse* y *Le Siècle*, se sabe, inauguraron una nueva etapa en la prensa francesa, entre otras cosas, por haber reducido de 80 a 40 francos el precio de su suscripción anual).

El éxito rotundo de los famosos folletines de Eugène Sue y Alexandre Dumas (*Los misterios de París*, *El judío errante*, *El conde de Montecristo*, *Los tres mosqueteros*, etc.), marcaron la consagración de una narrativa popular de alcance global<sup>16</sup>. Semejante éxito trastocó el mundo editorial y transformó definitivamente al periódico. En efecto, el formato coleccionable, introducido por el folletín y la literatura por entregas hacia mediados de siglo, hizo del periódico un objeto nuevo: menos político, más comercial y literario<sup>17</sup>.

Uno de los aspectos fundamentales de esa transformación, como ya anticipamos, fue el potente despliegue de reproducción de imágenes impresas, las cuales proveyeron —por decir así— el imaginario estampado del mundo folletinesco. En este sentido, sin perjuicio de resultar contrafáctico, puede postularse que el folletín nació para ser ilustrado.

---

16 Hay abundante bibliografía al respecto. Sobre el tema y su alcance en el Río de la Plata, me he ocupado en trabajos previos. Ver Pas (2018 y 2021b).

17 En su recordada participación en la American Antiquarian Society —que marcaría el tránsito metodológico de la historia del libro a la de la lectura—, Roger Chartier llamó la atención sobre un fenómeno que ya había sido examinado en varias zonas de su monumental *Histoire de l'Édition Française*: la hegemonía en el siglo XIX del periódico en la economía editorial. Luego de 1830, la edición “plagia del periódico la fórmula del libro publicado en fascículos y las entregas ampliamente ilustradas, vendidas a poco precio y lanzadas con gran despliegue de publicidad” (Chartier 1994: 32).

Lo que aún, por cuestiones técnicas, y por los altos costos de impresión, no podían ofrecer los periódicos —esto es, folletines ilustrados—, lo ofrecían en cambio las novelas en fascículos adquiridas por suscripción. Los semanarios ilustrados —junto con los almanaques, que se expandirían en las últimas décadas del siglo— comenzarían a ensayar esa conjunción entre relatos novelescos y estampas, y hasta los periódicos (como vimos al inicio) procurarían despuntar en ese terreno<sup>18</sup>.

### De *La Patria Argentina* a *Caras y Caretas* (un caso)

En el Río de la Plata, como en otras regiones de América Latina, ese filón de producción editorial comenzó a desplegarse a partir del ingreso de mensuarios ilustrados como el *Correo de Ultramar*, el *Museo de las familias* o el *Eco Hispanoamericano*, entre otros, que difundían mediante agentes locales las obras de los más afamados folletinistas europeos (Eugène Sue, Alexandre Dumas, Frédéric Soulié, Xavier de Montpetin, Paul Féval, Balzac, V. Hugo, Émile Gaboriau, Montépin, G. Sand, Ponson du Terrail, Manuel Fernández y González, W. Ayguals de Izco, A. Maquet, Richebourg, Enrique Pérez Escrich)<sup>19</sup>.

Los avisos publicitarios de estas obras prometían, de forma destacada, el “adorno” de láminas litografiadas. “Novelas selectas ilustradas”, auspiciaba el *Correo de Ultramar*: “Cada entrega mensual contiene de 15 a 20 grabados sobre madera, obra de los mejores artistas que representan las principales escenas de la novela en que están intercalados” (*La Tribuna*, 26/10/1854). En ese contexto, algunos periódicos o semanarios locales empezaron incipientemente a explorar esa conjunción, que en Europa y EEUU tenía ya antecedentes bien conocidos. En Buenos Aires, uno de los primeros impresos en incursionar en el terreno de los relatos ilustrados fue el *Correo del Domingo*. En efecto, aparecido en 1864, el *Correo del Domingo* —cuyo subtítulo rezaba: *Periódico literario ilustrado*— fue la primera publicación que procuró conjugar el sistema de las novelas ilustradas por entregas con la edición periódica, como muestra

---

18 En *Revolución en la lectura* (2007), Eduardo Romano se ha ocupado de trazar una genealogía de ese desarrollo en el Río de la Plata.

19 El *Correo de Ultramar* y el *Eco Hispanoamericano*, dos revistas ilustradas de aparición mensual y quincenal, respectivamente, se publicaban en París, pero estaban dedicadas al público hispano. El *Museo de las Familias*, de características similares, se editaba en Madrid. Sobre las características de estas publicaciones, en particular del *Correo de Ultramar*, ver mi trabajo “Eugène Sue en Buenos Aires” (Pas 2018).

la portada de su número 33 (ilustración de la novela *París en América*, de René Lefevre), o la estampa que acompaña la novela titulada *El asesino de Albertina Renouf*, de Henrique Rivière (novela que venía publicándose desde el número anterior) (ver Figura 3 y 4, respectivamente).

No es casual la imagen con la que el *Correo del Domingo* decidió acompañar la novelita de Rivière. El crimen tenía una larga historia editorial y formaba un género aparte: el de las *causas célebres*<sup>20</sup>. De hecho, los diarios de la época, que venían espigando en sus columnas varios casos resonantes de criminales extranjeros (convirtiéndolos, así, en otras tantas piezas de las Variedades), comenzaron hacia fines de la década de 1860 a exhibir el registro (impactado y, en consecuencia, sensacionalista) de la incipiente reproducción capitalista del delito en el corazón de la ciudad.

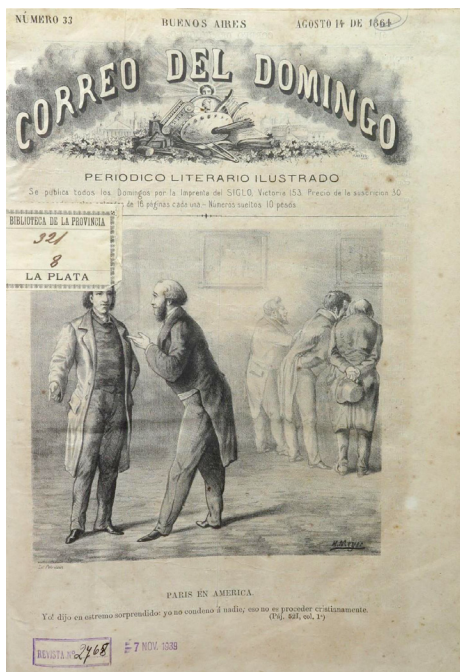


Figura 3. Portada ilustrada del *Correo del Domingo*, Buenos Aires, 14/08/1864

20 El antecedente más destacado se remonta a mediados del siglo XVIII. Entre 1734 y 1743 aparecieron en veinte volúmenes las *Causas célèbres et intéressantes recueillies par Gayot de Pitaval*. En Inglaterra, algo similar ocurre con *The Newgate Calendar*. Ver al respecto lo dicho en nota a pie de página 12.



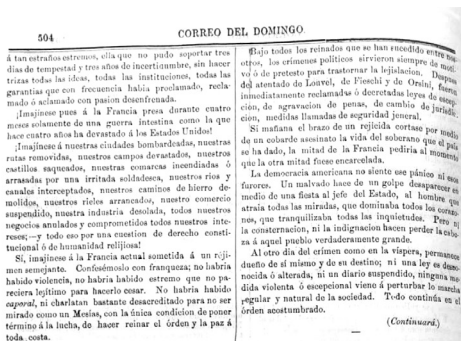


Figura 4. Correo del Domingo, ilustración de la novela *El asesino de Albertina Renouf*, de Henrique Rivière.

Hacia fines de la década de 1870, *La Patria Argentina*, de la mano de su cronista y folletinista principal Eduardo Gutiérrez, fue uno de los primeros diarios que supo apropiarse de la veta sensacionalista de la crónica policial. La combinación literaria entre criminalidad, archivo judicial y prosa efectista, como ha demostrado la crítica, fue una de las marcas que lo distinguieron. Pero la relevancia de los textos escritos por Gutiérrez a partir de 1879 —entre los cuales sobresale su famosísimo *Juan Moreira*— estriba, además, en que parte de ellos fueron acompañados con imágenes. En efecto, *Juan Moreira*, *Juan Cuello*, *El Jorobado*, *El Tigre de Quequén*, no sólo fueron los primeros folletines criollos de LPA, sino que fueron también los primeros folletines ilustrados aparecidos en la prensa diaria argentina.



Por cuestiones de espacio, no nos detendremos aquí en un análisis pormenorizado de esas ilustraciones<sup>21</sup>. Basta decir que las mismas acompañan (describen) momentos culmines de la narrativa, insertándose de modo estratégico en cada entrega final, al punto de que lo que se *ve* replica, sin mayores desviaciones, lo que se *lee*. Así, la imagen del ajusticiamiento final del bandido Moreira logra estilizar y condensar el momento dramático de la historia, al punto que las sugerencias ilustrativas del episodio han sido recuperadas en versiones posteriores del folletín (la más popular y conocida es la versión fílmica de Leonardo Favio, de 1973) (ver Figura 5).

Más de veinte años después, la historia de Moreira es revisitada en una nota del semanario *Caras y Caretas* que lleva por título “Episodios policiales”. La crónica, firmada por Favio Carrizo (seudónimo del director de la revista), es acompañada por una veintena de fotografías, que intentan recuperar los aspectos dramáticos de la historia. Sin embargo, como señala Rogers (2008: 190), a pesar de que la nota se postula como crónica periodística que busca “desmitificar” los tintes novelescos o fabulosos de la historia, el resultado de la propuesta es ambiguo, pues, como ocurre en otras crónicas similares del semanario, el afán de verdad deja siempre un resquicio para que emerja lo extraordinario, lo memorable, lo fabuloso. En ese marco, las imágenes fotográficas refuerzan ese sentido híbrido del semanario: vuelven a los lugares históricos de la escena (y a testimonios contemporáneos) y reconstruyen al mismo tiempo los episodios más destacados (el ajusticiamiento en primer orden) mediante “puestas en escena” que no hacen sino potenciar el nivel ficcional o maravilloso del caso (ver Figura 6 y 7)<sup>22</sup>.

Esa quizás haya sido la función primordial de las ilustraciones folletinescas, la de captar con una imagen la descripción de un episodio y potenciar sus aspectos fabulosos, devolver a la imaginación del lector su huella y, además, guiarla. Como sea, es indudable que

---

21 Ver, al respecto, mi trabajo “Crímenes ilustrados...” (Pas 2021a).

22 Resulta significativa la imagen del cráneo de Moreira reproducida por el semanario. *La Patria Argentina* había publicado también el cráneo de uno de los bandidos novelados por Gutiérrez, el de Antonio Larrea. En ambos casos, las imágenes se ubican deliberadamente en esa zona ambigua del discurso científico, con visos de legalidad pero al mismo tiempo con un irreprimible afán novelesco.

el recurso de las imágenes, utilizado por las ediciones por entregas, y que poco después comenzarían a explotar los primeros *magazines*, cumplían con la promesa tecnológica de adelantarse al cinematógrafo.

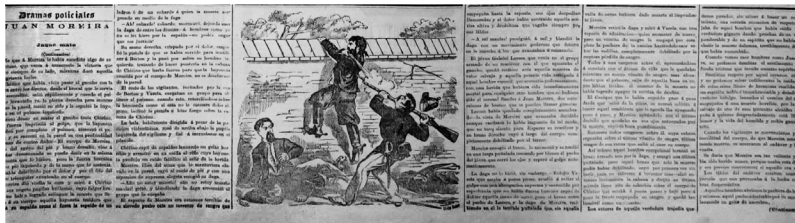


Figura 5. La Patria Argentina, 07/01/1880, anteúltima entrega del folletín ilustrado Juan Moreira.



Figura 6. Caras y Caretas, no. 235, 04/04/1903. "Episodios policiales".

dejar que vinieran a ver al cine y que los pocos que iban se iban de las calles de los alrededores, como hacían el transporte hacia la plaza de las escuelas, entonces por el centro la ciudad quedaba casi como desierto en el cine. En ese momento llegamos al cine y cayó inmediatamente sobre la vereda para no tener que molestar a nadie más, entonces lo llevamos a casa... Lo mejor del momento fue que de su vida, pero vivió en su casa, como una casa en Santiago, Chile, no me acuerdo.

—¿Recuerdo usted cómo era su casa? —No recuerdo. Ya no lo vi más en su vida y muere de la tarde, que fue la hora en que lo llevaron, pero lo largo presenciar. Era un hombre de mucha estatura, pero muy fornido y bien plantado, de nariz chata. Hacía una especie de ruido de veredas de palo cuando caminaba y cuando iba a la casa, pero que a veces algunos escuchan... Ha de haber estado mucho tiempo de su vida en la casa, más que allí y de una manera bastante normal, no me acuerdo. Sí, que pertenecía a la policía de la época.



MOREIRA EN EL MOMENTO DE HACER FUGA CONTRA EL CAPITÁN MOREIRA Y VICENTE VARELA



MOREIRA ABRAVANDO CON LA ESCUERA POR EL SERENITO ORRIBIO

lucha. Dos de los compañeros de Moreira que estaban reventados, sacaron y se abalanzaron a por más mandaron al golpe. En la plaza que quedaba el pueblo, como para la hora del espectáculo, ya el que hombre que quedaba, quedaba sobre una silla y al abismo de la mano, un soldado con dos fusiles, un rifle y una pistola. Me acordé de las otras, lo abate y lo sacó. Así se me olvidó, me que fue una remoción. Cuando lo bajó, dijo al comandante Basso.

—¿Por qué Moreira, sino Julia Acosta? —Cero papaverá entonces. Pero me toco a él, después, cuando con copia de mucho tiempo y que se dicen ser uno de los mejores policiares del país, los soldados lo sacaron a la calle. El Comandante Basso, que lo observaba, viendo que miraba a la plaza de la ciudad que por momentos estaba, cuando golpeaban con el tiro de la boca.

—¿Qué más se que fue? —No recuerdo tiempo sino para Moreira a un lado, volaron en una día a lo largo del patio, viéndolo el que iba y lo sacó del bocal del patio, el comandante.

plata, volando en cambio era una partida de diez hombres a las órdenes del capitán don Pedro Basso, que según el testimonio de La Plata, desde jefe del Cuartel de Basso. Hacia una especie que pertenecía a la policía de la ciudad en un banco de Moreira. Pero habíamos en la Escuela de Letras, cuando llegó aproximadamente el año 1903, cuando Basso, entonces Comandante Militar y después general de la Nación, e incluso el capitán Basso que Moreira y algunos de su bando se incorporaron en el protagonista de una historia en el capítulo de la historia hasta hoy, que el día de hoy, según el testimonio de Basso, había sido el cuerpo a por un día que Moreira se de las recopilar historias y que lo siguiente pasaba por la casa del inspector y se una recuperación una hora que una, al estado del testimonio don Basso Basso, don Basso Basso a la casa, que fue realizado. El testimonio de Basso el capitán Basso, el testimonio Basso y se con dos días.



MOREIRA MOREIRA

El Comandante Basso, cuando lo sacó, lo sacó en el patio del bocal del patio, el comandante.

Figura 7. Caras y Caretas, no. 235, 04/04/1903. “Episodios policiales”. Representación fotográfica del ajusticiamiento de Juan Moreira

## Conclusión

Como muestran la abundancia de las entregas ilustradas, primero, y la combinación entre relato novelesco e ilustración en la prensa, después, los folletines ilustrados parecen ser la respuesta inevitable a una demanda creciente de lectura popular.

*La Patria Argentina* fundaba el folletín criollo y al mismo tiempo inauguraba la senda del folletín ilustrado. Veinte años después, la opción de *La Nación* de incluir en su zócalo imágenes del “primer hombre a la luna” no sólo continuaba esa senda, sino que también respondía —con mayor tecnología y sutileza— a la presencia visual que el *magazine*, desembozadamente, exploraba (y explotaba) por encima y a la par de la cultura escrita. El folletín ilustrado es así la culminación de un de-

rotero en el cual las imágenes dotaban (o pretendían dotar) de valor artístico al campo de la lectura popular. Y es, también, la expresión fiel de una massmediatización de lo popular a través de la prensa, que encontraría en el *magazine* su primera formulación masiva.

Hace tiempo que Jesús Martín-Barbero (1991) alertó sobre los ajustes que imponía la visión culturalista de la cultura de masas. Y sobre el rol que cumplió el periódico, y en particular el folletín, en el proceso de expansión de lo popular más allá del siglo XIX. La cultura de masas, recordaba el semiólogo hispano-colombiano, no aparece de pronto, como un fenómeno abrupto que pueda ser enfrentado con la cultura popular. Al contrario, lo masivo surge de lo popular, y el folletín fue el producto que mejor canalizó ese traspaso.

La teoría matricial de Martín-Barbero sirve para explicar históricamente la continuidad de una larga transformación: la democratización de la cultura letrada a través de la prensa periódica y sus más exitosos subproductos, como el folletín o el *magazine*. Siguiendo esta lectura ya clásica, habría que destacar la función que cumplieron las imágenes impresas en dicho proceso. Las imágenes no sólo son anexos decorativos o complementarios, sino que se constituyen en un propio texto iconográfico, cuya calidad visual transgrede el límite impuesto por el universo de la letra, ampliándolo y, a su vez, recodificándolo. En efecto, puesto que se retrotraen a sus oscuros orígenes —el melodrama y la escenificación, la gestualidad y la pantomima, es decir, lo visual por sobre lo retórico-discursivo—, las imágenes estampadas tal vez representen el traslado vanguardista de la sensibilidad popular al universo de la cultura letrada.

Desde luego, el pasaje del folletín (ilustrado) al *magazine* supone un hito de continuidad, pero también de ruptura. La articulación que el *magazine* realiza del discurso icónico-verbal es notoriamente más amplia y diversa que la efectuada por el folletín, del mismo modo que resulta más amplio y diverso el público lector a que interpela. No obstante, ese pasaje, que es también un momento decisivo de la industria editorial, merece aún la atención de los estudiosos de las culturas impresa y lectora, pues en sus entrecruzamientos, préstamos y distanciamientos pueden hallarse relevantes elementos para una mirada más amplia sobre la masificación de la cultura letrada, o su entrada perentoria en la llamada cultura de masas.

## Referencias bibliográficas

- Altman, Janet Gurkin. *Epistolarity. Approaches to a Form*. Ohio State University Press, Columbus, 1982.
- Anderson, Patricia. *The Printed Image and the Transformation of Popular Culture, 1790-1860*. Oxford, Oxford University Press, 1991.
- Brake, Laurel, y Marysa Demoor, editoras. *The Lure of Illustration in the Nineteenth Century. Picture and Press*. London and New York, Palgrave Macmillan, 2009.
- Chartier, Roger. “De la historia del libro a la historia de la lectura”. *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna*. Madrid, Alianza, 1994, pp. 26-45.
- Eujanián, Alejandro. *Historia de revistas argentinas: 1900/1950, la conquista del público*. Buenos Aires: Asociación Argentina de Editores de Revistas, 1999.
- Fader, Daniel and George Bornstein. *British Periodicals of the 18th and 19th Centuries*. Michigan, The University of Michigan, University Microfilms, 1972.
- Maidment, Brian. *Reading Popular Prints, 1790-1870*. Manchester, Manchester University Press, 2001 [1996].
- Malosetti Costa, Laura, y María Isabel Baldassarre: “Enclave latinoamericano (o en clave latinoamericano): el arte y los artistas en Mundial Magazine de Rubén Darío”. *Atrapados por la imagen. Arte y política en la cultura impresa argentina*, compilado por Laura Malosetti Costa y Marcela Gené, Buenos Aires, Edhasa, 2013, pp. 197-227.
- Martín Barbero, Jesús. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona-México, Ediciones G. Gili, 1991.
- Pas, Hernán. “Eugène Sue en Buenos Aires. Edición, circulación y comercialización del folletín durante el rosismo”. *Varia Historia*, vol. 34, no. 64, 2018, pp. 193-225.
- \_\_\_\_\_. “Crímenes ilustrados. Folletín e imaginario visual en la prensa rioplatense, 1846-1880”.
- Bibliographica*, vol. 4, no. 2, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliográficas, 2021a, pp. 15-44.
- \_\_\_\_\_. “Os Mistérios de Paris em Buenos Aires. O espetáculo da leitura popular”. *Livro*.

- Revista do Núcleo de Estudos do Livro e da Edição*, Universidade de São Paulo, no. 9/10, 2021b, pp. 135-157.
- Rogers, Geraldine. *Caras y Caretas. Cultura, política y espectáculo en los inicios del siglo XX argentino*. La Plata, Univ. Nacional de La Plata, 2008.
- Romano, Eduardo. *Revolución en la lectura. El discurso periodístico de las primeras revistas ilustradas rioplatenses*. Buenos Aires, Catálogos, 2007.
- Schudson, Michael. *Discovering the News: A Social History of American Newspapers*. E.E.U.U., Library of Congress, 1978.
- Sommerville, C. John. *The News Revolution in England. Cultural Dynamics in Daily Information*. New York, University Press, 1996.
- Szir, Sandra M. "De la cultura impresa a la cultura de lo visible. Las publicaciones periódicas ilustradas en Buenos Aires en el Siglo XIX". *Nervaduras de la esfera pública: revistas, periódicos y discusiones*. Biblioteca Nacional, 2009, [www.bn.gov.ar](http://www.bn.gov.ar).
- Torres, Alejandra. "La Argentina del Centenario. En: *Mundial Magazine* de Rubén Darío". *Olivar*, vol. 11, no. 14, 2010, pp. 93-102, [www.fuentesmemoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.4500/pr.4500.pdf](http://www.fuentesmemoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.4500/pr.4500.pdf).
- Torres, Alejandra. "La escritura de Rubén Darío: arte, técnica y medios masivos". *Rumbos del hispanismo en el umbral del Cincuentenario de la AIH*, editado por Stefano Tedeschi y Sergio Botta, Roma, Bgatto Libri, 2010, pp. 616-623.
- Torres, Alejandra. "Mirar y leer. La apuesta de Rubén Darío como director de revistas ilustradas". *Almacenes de un tiempo en fuga. Las revistas de la modernidad hispánica*, compilado por Hanno Erhlicher, Aachen, Shikar-Verlag, 2014, pp. 13-29, [www.revistasculturales.de/es/buchseite](http://www.revistasculturales.de/es/buchseite).
- Weill, Georges. *El periódico. Orígenes, evolución y función de la prensa periódica*. México, Limusa, Grupo Noriega Editores, 1994 [1934].

### Periódicos<sup>23</sup>

*Caras y Caretas*, Buenos Aires, 1903.

*Correo del Domingo*, Buenos Aires, 1864-1865.

---

23 Se consignan los años revisados para este trabajo.

*La Nación*, Buenos Aires, 1901.

*La Patria Argentina*, Buenos Aires, 1879-1880.

*La Tribuna*, Buenos Aires, 1854-1855.

*Mundial Magazine*, París, 1911.

*The Strand Magazine*, Londres, 1900.