



Nuevas modalidades de mediación pública.
La prensa cultural en los inicios de la formación nacional en Sudamérica

Hernán Pas
IdIHCS, Facultad de Humanidades y Cs. de la Educación
Universidad Nacional de La Plata / CONICET

Resumen

A partir de un discurso anclado en la necesidad de modernización cultural e institucional, el campo letrado de la primera mitad del siglo XIX establece nuevas formas de intervención pública en procura de captar (y mediar con) los diversos intereses del público lector. Las nuevas promociones letradas intentan llevar adelante esa tarea en los intersticios dejados por la prensa política y doctrinaria, reformulando su relación con el espacio público, y apelando a una serie de géneros menores (crónicas de moda, artículos satíricos, relatos de costumbres) que dialogan con las formas emergentes del mercado, la lógica del consumo, los temas “banales”, etc. Ese nuevo emplazamiento permite revisar los modos en que la élite letrada diagramó sus proyectos literarios, culturales y políticos en el marco de las publicaciones periódicas de la primera mitad del siglo XIX.

Palabras clave: prensa periódica – literatura – público lector – espacio público – siglo XIX

En el ensayo que con el título de “Literatura nacional” publicó en su periódico *El Tiempo*, en 1828, Juan Cruz Varela recordaba como ejemplos dignos de imitar las publicaciones de la ya caduca Sociedad Literaria de Buenos Aires en los inicios de esa misma década, a la vez que ponderaba las virtudes de la prensa periódica en la construcción de un espacio público ilustrado:

La literatura periódica contribuye del modo más activo a formar el gusto en estas materias: insensiblemente nos acostumbramos a leer cada mañana uno o dos pliegos de papel; y esta costumbre llega muy pronto a ser una necesidad, que es preciso satisfacer. Así se va adquiriendo poco a poco la afición a la lectura, y la curiosidad de profundizar las materias tratadas ligeramente en los periódicos. Como todos los leen a la vez, nada es más natural que el hablar sobre lo que se ha leído, luego que algunos hombres se reúnen: la discusión empieza; su interés ocupa progresivamente; nacen dudas; es menester consultar autores capaces de decidir la cuestión; y de todo esto resulta la ilustración de la materia (*El Tiempo*, Buenos Aires, N° 44, 25/06/28, p. 3, cols. 2 y 3).

Junto a la optimista descripción del fenómeno que Habermas designó como la constitución de una “esfera pública” moderna, este pasaje ofrece una notable coincidencia con la visión sarmientina acerca del valor de la prensa como instrumento de expansión de la cultura lectora. Sin embargo, es precisamente la visión ilustrada del espacio público que



maneja el publicista rivadaviano la que lo distancia de una reflexión más práctica sobre la socialización de la lectura, como la que empezarían a elaborar los escritores que intervendrían en la escena pública en la década siguiente y, entre ellos, el mismo Sarmiento.

En efecto, pese a la aguda observación de Varela sobre el sistema de producción literaria en países donde el mercado editorial pendía casi por completo de la prensa periódica (si se perfecciona ese sistema, especulaba, "ganará la causa de la literatura")¹, no deja de ser contradictoria su propuesta si se piensa que, entre otras cosas, el espectro lector que imaginaba era decididamente reducido. Claramente, el modelo de esa especulación es el ilustrado de la retórica clásica, a cuyo núcleo prescriptivo sobre el uso correcto de la lengua suscribían figuras importantes de la época, como los propios hermanos Varela, el español José Joaquín de Mora o el venezolano Andrés Bello. Este último, en su discurso inaugural en la Universidad chilena en 1843, adjudicaría a la Facultad de Filosofía y Humanidades la tarea de "pulir las costumbres" y afinar "el lenguaje, haciéndolo vehículo fiel, hermoso, diáfano, de las ideas". Rechazando el "purismo exagerado", Bello sostenía sin embargo que se podía "ensanchar el lenguaje [pero] sin adulterarlo, sin viciar sus construcciones" (cit. en Durán Cerda 1957, I: 78-79). La idea de la literatura como instrumento de refinamiento de las costumbres supone, por cierto, un sujeto instruido, con alguna educación formal que le permita adquirir las peculiaridades del idioma. "La Retórica sirve para pulimentar", decía uno de los tratados más frecuentados por la élite, agregando en seguida: "y se sabe, que solo admiten pulimento cuerpos sólidos y macizos" (Blair 1798, I: 5).

El problema de las nuevas repúblicas consistía en que esa "solidez" sólo era verificable hacia el interior de la propia élite letrada o de un sector de la clase dirigente. Contribuir a su expansión sería una de las tareas de los sistemas de educación formal pergeñados por los gobiernos. Pero si en esa tarea podían coincidir figuras como Sarmiento y Varela, o Bello y Jotabeche, lo cierto es que las nuevas generaciones de escritores apelarían a la prensa reconvirtiendo, no sin contradicciones, la estrecha mirada del autor de *Dido* sobre el carácter de esa literatura. En un artículo que apareció en *El Semanario de Santiago*, bajo el sintomático título de "Civilización en las provincias", el anónimo redactor (posiblemente Lastarria) indicaba un considerable cambio de perspectiva:

Para que la lectura ejerza su influencia civilizadora es necesario habilitar para leer, estimular a leer y proporcionar qué leer. Lo 1º es la base, la condición *sine qua non*. Las escuelas están destinadas a llenarlas (...) Pero esto no basta; es necesario que inspiremos deseos de leer. ¿Qué sacaríamos con que todos los chilenos supiesen leer sino leyeran? Nada, absolutamente nada. Es preciso pues excitar el gusto a la lectura con escritos apropiados a las circunstancias de los lectores y donde se encuentre algo de lo que de antemano apetezcan (*El Semanario de Santiago*, N° 13, 29/09/42, p. 101, col. 1).

¹ Las consideraciones económicas, que ya aparecen en la cita a través de los "gastos considerables", son una muestra de lo avanzado del pensamiento de Varela en relación con el incipiente mercado literario (por entonces más imaginado o deseado que real); a esto se suma la idea, que cobrará nuevo vigor en Andrés Bello, de que el idioma común puede facilitar el intercambio en la producción de los países hispanoamericanos. Varela muestra un grado de conciencia inusual respecto a la necesidad de que para que exista una literatura nacional debía existir primero un mercado para esa literatura.



Es por demás significativo el pasaje entre "habilitar" a leer (deber del gobierno) y "estimular" y "proporcionar" el interés por la lectura, tarea que el escrito destina a la prensa periódica ("incomparablemente más ventajosos que los libros son los periódicos para civilizar a un pueblo", dirá). Pero lo que sin duda se acentúa en ese cambio es la nueva conciencia letrada acerca de los modos en que debe encaminarse la literatura periódica: ya no es el espacio imaginado por Varela, en el que los redactores esparcirían sus reflexiones con el didactismo de una clase universitaria o con la confianza de imponer su magisterio letrado, sino uno en el cual el redactor o periodista debía intentar captar aquellos temas o asuntos que los lectores "de antemano apetezcan". El fragmento citado muestra, con una pericia y una plasticidad tal vez impensadas, el nuevo posicionamiento del escritor frente al público, al que ya no puede "ilustrarse" si no es con publicaciones que recojan *apropiadamente* sus intereses.

Ese cambio debía producirse, entonces, no sólo mediante nuevas percepciones literarias y estéticas (no sólo mediante una "nueva sensibilidad" literaria de la élite), sino también atendiendo a, y mediando con, las nuevas demandas de un público en formación. Para ello, los letrados convertidos en escritores periodistas debían necesariamente negociar con la diversidad y potencialidad de los intereses lectores, apelando – no sin contrariedades – a distintas estrategias discursivas entre las que se destacan (además de la escenificación o ficcionalización de los remitidos de lectores, mediante las cuales los jóvenes escritores otorgaban visibilidad pública a sus programas literarios y políticos, o la redacción, traducción y publicación de folletines, con los cuales garantizar la continuidad de la lectura) la apelación a las crónicas de moda y a lo que por entonces se llamaba "amena literatura", es decir poesía, novela y relatos costumbristas, tendientes a incorporar el universo cultural femenino. Trajes de señoras, peinados, figurines, paseos, muebles, álbumes, instrucciones para las visitas, vestimenta, tertulias, serán algunos de los objetos que teñirán la retórica publicista de la prensa liberal criolla.

La presencia del por entonces llamado "bello sexo" en el reverso de estos montajes discursivos conjugaba la percepción, no siempre tan flexible como alerta, de un entramado de intereses relativamente novedoso en el seno del público lector. Bajo la figura de "la mujer lectora" se amparaban las contradictorias representaciones letradas de ese incipiente proceso de diversificación cultural. En este sentido, la mediación del objeto *moda* servía para realizar la táctica larriana más comúnmente explotada por la prensa criolla: como decían los redactores de *La Moda* de Buenos Aires, aun la chanza más pueril llevaba su voluntad renovadora. De modo que el emplazamiento de una lógica del intercambio, mercantil y porosa, no debe hacer olvidar la permanencia del discurso utilitario, pedagógico e ilustrado de las élites letradas que buscaban trasladar al público sus convenciones culturales y literarias.

Hablando de trajes y vestidos en Buenos Aires y en Montevideo, los redactores de *El Talismán. Periódico de Modas, Literatura, Teatro y Costumbres* que, por su título, se sitúa conscientemente en la estirpe de *La Moda* porteña, observarán el preciso lugar que otorgaban a la "puerilidad" de esos asuntos:

Estas cosas no deben ser despreciadas como frívolas. No lo serán sin duda por las personas sensatas, que las respetarán más porque las comprenderán más, que las personas comunes. Frívolo sería el anteponer estos asuntos a los intereses del



comercio, de la política o la ciencia. Pero no es menester anteponerlos a nada: la civilización tiene lugar para todas las cosas, y cuanto más desenvuelta es, mayor es el número de cosas frívolas que abraza: testimonios, la Inglaterra, la Francia y Estados Unidos (...) París no es una aldea, no es un pueblo de niños, ni de locos: es al contrario el foco de la inteligencia y de los intereses de la Europa y el Mundo. Y sin embargo, en el gran París, en el sabio París, se escriben más de diez periódicos para tratar de los cambios que han sufrido, en la última semana, el ala de sombrero, un bolado, una esclavina, un peinado de señora (*El Talismán*. Montevideo, N° 1, 13/09/40, p. 8, col. 1).

Y más adelante:

Nada es frívolo para el hombre culto, porque sabe que hasta la frivolidad misma es una necesidad de la vida. ¿Qué de más frívolo que ese aparato de muebles, de espejos, de cuadros, de que los hombres gustan tanto de rodearse? Pues bien; detened al Sr. Esteves, al Sr. Lafont, en medio de sus grandes tareas, y pedidles la última razón de sus incansables fatigas; os enseñarán por toda respuesta sus hermosas chimeneas, sus ricas alfombras, sus brillantes muebles, es decir, un montón de cosas frívolas (Ídem, cols. 1 y 2).

Me permití esta cita de cierta extensión pues en ella se presentan entrelazados varios aspectos que caracterizan la nueva prensa de la época. La primera cuestión que surge es la conciencia acerca de la multiplicidad de factores que inciden conjuntamente –sin necesidad de anteponerlos unos a otros, antes bien procurando advertir sus lazos– en el proceso de modernización alentado por la élite y, por lo tanto, en las funciones que la escritura pública está destinada si no a satisfacer, al menos a estimular. Esta multiplicidad en las crónicas periódicas dedicadas a la moda está vinculada a la posibilidad y a la necesidad de insertarse en algunas formas del mercado. Por lo tanto, nos encontramos ante una élite letrada cuyas intervenciones públicas deben contrastarse con la lógica mercantil del intercambio: la escritura, en consecuencia, también debe diversificar sus cualidades.

Conviene mencionar aunque sea brevemente los nuevos modos de relación que estas publicaciones procesan con el espacio público. En general, la mayoría de ellas nacen por fuera de las instituciones de gobierno, aunque mantengan contactos diversos con las esferas del poder, ya sea por incluir entre sus redactores a personas emparentadas o dependientes del poder político, ya sea por el ineludible sistema de suscripción, ya por originarse al amparo de intereses políticos específicos. Por otra parte, las publicaciones periódicas de la primera mitad del XIX nacieron y murieron ligadas a condiciones de producción específicas que, en la mayoría de los casos, pautaban su desarrollo y circulación pública. El grueso de las publicaciones sólo se sostenía mediante el presupuesto gubernamental destinado a impresos, o, en ciertas ocasiones, a suscripciones o aportes colegiados. Sarmiento, que desde la redacción de *El Progreso* batallaría por despertar el interés del sujeto lector a fin de ampliar la lista de suscriptores al “primer diario” santiaguino, a poco de andar reflexionaba del modo siguiente:



Hemos principiado nuestros trabajos, y ha acudido en efecto todo lo que hay en Santiago de *suscribable* [sic], y ¡qué poca cosa es Dios mío! Por las listas de suscripción del *Museo* y *Semanario* vemos con dolor, que ya se ha estirado la cuerda hasta donde no más. ¿De qué medio valerse, pues, para hacer caer en la red a los millares de hombres que tenemos por acá que no han pasado nunca por la prueba de verse inscritos en una lista? ¿Escribir para ellos? ¡Predicar en desierto! (*El Progreso*, Santiago, N° 6, 16/11/42, p. 2, col. 3)².

La frase del *Figarillo* alberdiano –“predicar en desierto” – podría acompañar cualquiera de las publicaciones periódicas de la época³. De hecho, la carencia de suscriptores sería uno de los motivos comunes y principales de la desaparición de las empresas periodísticas (aunque no fuera el caso de *El Progreso* de Sarmiento que, como se sabe, era sostenido económicamente por el gobierno de Bulnes). Por lo tanto, el carácter transitorio de tales publicaciones está estrechamente vinculado, en primera instancia, a condiciones materiales concretas.

Aun así, las implicancias generadas por las condiciones que acabamos de reseñar no diluyen ni la emergencia de los nuevos intereses letrados (y lectores) ni su preeminencia en el universo discursivo de sus empresas editoriales. Un periódico como *El Corsario* (1840), en cuyas páginas se dieron a conocer, entre otros asuntos de carácter estrechamente político, los apuntes de la campaña de Lavalle contra Rosas, expresaba de manera cabal esa prerrogativa:

En estos momentos en que todos los intereses, todas las afecciones, y hasta las cuestiones de mayor trascendencia, parecen subordinadas a los hechos, nosotros sentimos la necesidad de ocuparnos de esos hechos, sin prescindir de las cuestiones que ellos afectan, sin subordinar (...) Notamos que la Prensa no ha asumido la mejor y más alta parte de su misión: la iniciativa de las cuestiones políticas, literarias, y orgánicas (...) La literatura, las artes, las costumbres, son elementos que no figuran aun entre los que forman este cuerpo que se llama sociedad. Se podría decir que ella no vive sino incompleta, mutilada, porque de todos sus miembros sólo ha puesto en desarrollo uno solo: su brazo (*El Corsario*, Montevideo, N° 1, 01/03/40, pp. 1 y 2).

La descripción es por demás contradictoria. Difícil sería imputar a la imagen corporal que trazan esas líneas –la sociedad como un órgano de acción, sin desarrollo de la inteligencia y de los afectos– la causa misma que las hace posibles. Sin embargo, en esas mismas líneas está implícita la asunción de un nuevo modelo de escritura pública. No tanto por el interés “literario” –literatura, artes y costumbres– sino principalmente por la reconfiguración de la función pública de las letras: una nueva manera de procesar la relación

² La cantidad de suscriptores de *El Museo de Ambas Américas* era de 187 (28 pertenecientes al gobierno), Tomo II, N° 19, pp. 232-239.

³ En uno de los boletines cómicos que publicaba Alberdi bajo ese seudónimo en *La Moda*, el escritor argentino, retomando ingeniosamente la frase de Larra “Escribir en Madrid es llorar”, había dicho: “Escribir en *La Moda* es predicar en desiertos, porque nadie la lee. ¿Para que la han de leer?” (*La Moda*, N° 17, 10/03/38, p. 2, col. 2).



de la literatura con la política mediada por un público al que se busca captar al mismo tiempo que cooptar.

Los vínculos entre literatura, prensa periódica y público lector han sido hasta hace escasos años objeto de estudio privilegiado en el contexto de la modernización cultural de finales de siglo, en los que precisamente se verifica la constitución de un mercado editorial – nutrido por las transformaciones tecnológicas de la comunicación escrita – y de un público diversificado y masivo. En el marco de los análisis pioneros de Adolfo Prieto y Julio Ramos –que contribuyeron a dilucidar la variedad funcional de la prensa periódica finisecular, en un contexto de cancelación de autoridades discursivas tradicionales y de emergencia de modos alternativos de legitimación letrada concomitantes con figuras de nuevos tipos de lector– estudios recientes han enfatizado las relaciones entre el sistema de la prensa periódica y los procesos de profesionalización del escritor, el rol de la prensa como promotora de un mercado de bienes culturales y la consolidación de un tipo de producción letrada más atenta a la distracción y al entretenimiento que a la formación de opinión o al debate intelectual.

Ahora bien, pese a que la consolidación de un mercado editorial fundó ciertamente las bases para una relativa autonomización de los discursos y secundó los procesos que acabo de mencionar, el cambio decisivo que impuso la circulación del impreso periódico en las prácticas tradicionales de las élites letradas decimonónicas ha sido en buena medida subestimado durante el período previo a la modernización estatal.

Antonio Cornejo Polar (1995: 13) ya había señalado la relevancia que supuso la ruptura con la institución colonial y la floración de la prensa periódica en las nuevas repúblicas, así como la necesidad de atender a la formación de un nuevo público "no porque sea definitivamente distinto o más vasto que el colonial, sino porque negocia otra articulación con la literatura a la que exige condiciones hasta entonces inéditas".

En *El Recopilador*, periódico aparecido en Buenos Aires en 1836 y redactado principalmente por Juan María Gutiérrez, esa conciencia (relativa) sobre la necesidad de incorporar los potenciales intereses lectores se hacía manifiesta desde su propio emplazamiento discursivo. Transcurrido un año de publicación, el periódico, dicen los redactores:

Ha considerado que la mayoría de sus suscriptores formarían una entidad intelectual, compuesta de los tres elementos [ya mencionados]: la señorita, el mal lector, y el pedante, morigerada con aquel buen sentido y discreción que los historiadores providenciales atribuyen a las masas (...) Lo primero que tiene en vista el *Recopilador* es la variedad, el contraste en los artículos de sus columnas; sin esta condición, difícil o imposible es ser leído en los tiempos presentes; tiempos en los que la inteligencia es ambiciosa de saber, pero perezosa (...) Sin variedad en los asuntos, los suscriptores de un periódico de la especie del *Recopilador* bostezarían, y lo que es peor, borrarían su nombre de la suscripción, que, de paso ha de saber el público que no es muy numerosa (*El Recopilador*, Buenos Aires, N° 16, pp. 121 y 122).

El pasaje citado permite observar algunas de las características que irán dando forma a este tipo de publicaciones. En primer lugar, la composición imaginaria de un "campo de



lectura" diversificado –la "señorita", el "pedante" y lector no instruido, que formarían un lectorado ampliado y no letrado, las "masas" – es una muestra de los distintos intereses que pugnan la composición de un nuevo público, no reconocible ya en el horizonte de los escritos de corte doctrinal o político⁴. En segundo lugar, ligado a lo anterior, el reconocimiento de la variedad de temas necesarios a ser tratados en la publicación va acompañado con la noción de un trastoque temporal: el de "los tiempos presentes". Esa especulación temporal, aunque implícita, será tópica en las reflexiones de estas publicaciones, indicando un claro pasaje en los nuevos contenidos que deberán ser socializados, evidenciando además el reconocimiento de esa nueva demanda social.

Tal vez el ejemplo más claro de esa conciencia sea el que aparece en una carta dirigida por Juan María Gutiérrez a Juan B. Alberdi en relación a esas empresas editoriales de Montevideo: "*Es preciso introducir en la nueva política el elemento afectivo como en la literatura de la época: la cabeza ha sido hasta ahora el blanco de los gaceteros y la cabeza argentina no tiene aún bastante desenvolvimiento: más el corazón nunca es infantil ni se cubre de arrugas con la vejez: siempre responde a las excitaciones que se le dirigen*" (Morales 1942: 25 [el subrayado me pertenece]).

El pasaje citado permite inferir la captación por parte de Gutiérrez de ese fenómeno particular que Habermas describió como el traspaso de la subjetividad –directa o indirectamente inserta en la publicidad– de los intercambios privados a la nueva disposición literaria de la época. Permite, además, visualizar un nuevo emplazamiento discursivo en cuyo seno el "tribunal literario" –como se denominó en 1821 al consejo directivo de la Universidad de Buenos Aires– ha perdido ya sus atributos tradicionales.

Bibliografía

- Blair, Hugo (1798-1801). *Lecciones sobre la retórica y las bellas letras*, traducción de Joseph Luis Munarriz, Madrid, 4 tomos.
- Cornejo Polar, Antonio (1995). "La literatura hispanoamericana del siglo XIX: continuidad y ruptura (hipótesis a partir del caso andino)", González Stephan, Lasarte y otros (comps.) (1995). *Esplendores y miserias del siglo XIX. Cultura y sociedad en América Latina*, Caracas, Monte Ávila: 11-23.
- Durán Cerda, Julio (1957). *El movimiento literario de 1842*, Santiago de Chile, Editorial Universitaria, 3 vols.
- Gutiérrez, Juan María (1998) [1868]. *Noticias históricas sobre el origen y desarrollo de la enseñanza pública superior en Buenos Aires*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes.
- Habermas, Jürgen (1986). *Historia y crítica de la opinión pública*, México, Gustavo Gili.

⁴ Que reaparecerá en *La Moda alberdiana* en uno de sus "Boletines cómicos", subtítulo significativamente "Un papel popular", en el que se aborda la necesidad de "escribir para el pueblo". Antes, como se dice allí mismo, el escritor ilustrado pretende "explorar el campo", para lo cual pone en escena la ficción de "un pueblo en miniatura" integrado por una mujer, un tendero, un zapatero y un artesano, al que luego se agrega un anciano letrado, "formado en las famosas universidades de Charcas y Córdoba". Consultados en sus intereses, el resultado de la pesquisa es que ese "interés popular" deber ser reencauzado: frente al pueblo –"la gente que no sabe ni piensa" – hay que escribir sin importar lo que diga.



IX Congreso Argentino de Hispanistas
“El Hispanismo ante el Bicentenario”



Morales, Ernesto (ed.) (1942). *Epistolario de Juan María Gutiérrez*, Buenos Aires, Instituto Cultural Joaquín V. González.

Hemerográfica

El Corsario. Periódico Semanal, Compilador, Universal. Montevideo, 1840.

El Progreso. Santiago, [1842].

El Recopilador. Buenos Aires, 1836.

El Semanario de Santiago. Santiago, 1842-1843.

El Talismán. Periódico de Modas, Literatura, Teatro y Costumbres. Montevideo, 1840.

El Tiempo. Diario político, literario y mercantil. Buenos Aires, 1828.

La Moda. Gacetín semanal de música, de poesía, de literatura, de costumbres. Buenos Aires, 1837-1838.

Museo de Ambas Américas. Valparaíso, 1842-1843.

La Plata, 27-30 de abril de 2010

<http://ixcah.fahce.unlp.edu.ar>

ISBN 978-950-34-0841-4