

# ¿El “salto” de la modernidad?

Notas sobre literatura, mercado y modernización en el siglo XIX\*

## *O salto da modernidade?*

*Notas sobre literatura, mercado e modernização no século XIX*

## *The “leap” of modernity?*

*Notes on literature, market and modernization in the 19th century\*\**

**HERNÁN PAS**

*Doctor y licenciado en Letras de la Universidad Nacional de La Plata, investigador del IdIChS Profesor de literatura argentina I en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la UNLP y becario posdoctoral del CONICET  
Calle 48 e/ 6 y 7, (1900) La Plata, Buenos Aires, Argentina  
herman\_pas@yahoo.com*

**RESUMEN** El presente texto propone una relectura de algunos aspectos centrales vinculados a la periodización cultural y literaria del siglo XIX – entre ellos, la cuestión del mercado, la tensión entre prensa y literatura, las demandas del nuevo público lector, los formatos y circuitos de circulación de los textos, los procesos de expansión de la lectura, la ideologización de las capacidades lingüísticas, la incidencia o experiencia de las políticas de alfabetización en la constitución de una cultura literaria o lectora. A partir de

---

\* Artículo recibido em: 13/09/2010. Aprobado em: 15/07/2011.

\* El presente texto es una versión apenas corregida de la conferencia que con el mismo título dicté en la UFMG, el día 24 de noviembre de 2011.

la producción crítica e historiográfica de las últimas décadas, se bosqueja una revisión de algunos presupuestos teóricos y críticos sobre el proceso de modernización literaria en Latinoamérica y se tientan algunas hipótesis para la confección de nuevos enfoques relativos al tema.

**Palabras-clave** modernización/modernidad, cultura letrada, mercado

**ABSTRACT** The present paper proposes a re-reading of some central aspects linked to the cultural and literary periodization of the 19th century – among them, the question of the market, the tension between press and literature, the demands of the new reading public, text formats and their channels of circulation, the processes of reading expansion, the ideologization of linguistic abilities, the impact (and the experience) of literacy policies on the constitution of a literary or reading culture –. By looking at the critical and historiographical production of the last decades, a review of some theoretical and critical assumptions on the process of literary modernization in Latin America is sketched and some hypotheses are suggested for the elaboration of new approaches to the matter.

**Keywords** modernization/modernity, lettered culture, market

En un artículo publicado en *El Progreso* en 1845, Domingo Faustino Sarmiento se jactaba de haber introducido en la prensa chilena, junto al pensamiento ecléctico francés –Michelet, Cousin–, la no menos ecléctica plataforma de los folletines extranjeros. El folletín, decía en un pasaje singularmente provocador, “se deslizaba cual oculto veneno, encapotado bajo el título indiferente de variedades, como los jesuitas se introducen en todos los países de donde han sido expulsados, bajo el nombre de padres del Sagrado Corazón”. Y más adelante, en tono burlón: “¡Almas inocentes [los lectores] que no veían el veneno con que se iba a corromper la moral pública!”.<sup>1</sup>

Medio siglo después, la indignación del director de la Biblioteca Nacional de Buenos Aires frente al fenómeno de los folletines resulta comparablemente elocuente. Aunque los diarios serios – escribía Paul Groussac en el cambio de siglo – ya no aceptan esa “mercadería lupanaria”, el “lucro sórdido” que había instalado el naturalismo folletinesco seguía ejerciendo una condenable corrosión a las normas del buen gusto, puesto que existían periódicos – como *Le Journal des Débats* de París o *La Nación* de Buenos Aires – aún dispuestos, a cambio de ganar lectores e incrementar sus ventas, a dar espacio entre sus columnas a esas narraciones de dudosa calidad y no menos dudoso propósito. Con la afectada seriedad de un ferviente custodio de las buenas costumbres, propia del más cortesano de los críticos de

---

1 Nuestro pecado, los folletines. *El Progreso*, Santiago de Chile, 30 de agosto de 1845. El artículo en cuestión, apareció en, poco antes de que Sarmiento dejara la redacción y partiera en viaje hacia Europa.

cenáculo, el director de *La Biblioteca* no cejaba en su actitud admonitoria: “todos los diarios de Buenos Aires penetran en nuestros hogares; quedan en las mesas, pasan de mano en mano, de las más delicadas a las más venerables [...] tenemos el deber de calificar lo que, hace un mes, circula libremente en nuestras casas, como ‘triumfo periodístico’ de *La Nación*: es un manual completo de corrupción y significa un verdadero ultraje al pudor doméstico”.<sup>2</sup>

Por cierto, hay razones de orden contextual – además de las biográficas – que ayudan a explicar la distinta posición entre una cita y otra. Bajo el empuje ácrata propio del romanticismo ilustrado, Sarmiento apelaba al folletín como recurso válido para la anhelada ampliación del espectro de lectura. Por su parte, y como respuesta a los primeros síntomas de esa ampliación, la reacción de Groussac contra el “dogma de igualdad” es también una respuesta contra la escuela naturalista de Emile Zola, cuyas novelas eran rápidamente reproducidas – como *Nana* en *La Nación* – en los periódicos más encumbrados de la época. No obstante, en esa extemporánea concurrencia entre una cita y otra existe un conjunto de problemas que exceden el marco meramente contextual. Entre ellos, implícito en ambas intervenciones, se ubica en primer orden el problema de la relación entre los productos de la prensa y el campo letrado – como productor y consumidor –, que implica pensar también fenómenos aledaños como los del público lector, el estatuto de la literatura, las ideologías literarias, los procesos culturales, etc.

Hacia fines del siglo XIX la tensión entre el lenguaje literario y aquellos lenguajes heteróclitos, considerados subsidiarios, como el de la prensa o el de la literatura popular, pareció asumir un carácter perentorio. De un lado, la buena literatura; del otro, textos o escrituras vinculadas, en mayor o menor grado, a la ejecutoria de una parafernalia de meros formulismos y escabrosos lexicones. La eventualidad de ese carácter perentorio pudo incluso interpretarse como el efecto de un crecimiento inusual de dichas producciones, como si los mediocres formulismos, al igual que las mercancías, se multiplicaran al ritmo venal e inclemente del intercambio meramente pecuniario. En lugar de pecado – que fue el modo irónico y autocomplaciente que eligió Sarmiento para designar la audacia de haber promovido su inserción en la prensa chilena –, quienes coincidían hacia fines de siglo con el diagnóstico de Groussac – buena parte de la élite letrada argentina – podrían haber sentenciado, a su vez: nuestro flagelo, los folletines.

Pero ocurre que la percepción del folletín como un producto indigno y un obstáculo para la consecución de obras literarias de relativa calidad no es, estrictamente, un fenómeno finisecular. Tampoco es, como suele pensarse, producto de una visión necesariamente conservadora e intransigente, visión que podrían compartir figuras tan disímiles, digamos, como las de

---

2 La educación por el folletín. *La Biblioteca*, Buenos Aires, año II, t.VI, p.315-316, 1897.

Paul Groussac y Rafael Valdivieso, el arzobispo de Santiago y fundador en 1843 de *La Revista Católica*, con la que discutía especialmente Sarmiento en aquél su descargo jocoserio del *Progreso*.

Ya a principios de la década del 40, la creciente reproducción de folletines extranjeros en la prensa criolla era observada – a pesar de la benevolencia propagandística expresada por Sarmiento y otros – con juicio prevenido, y para mitad de la década siguiente en algunas regiones como el Plata, Chile, Brasil o Venezuela la discusión sobre esa producción se había vuelto moneda corriente.<sup>3</sup> Tal discusión se inscribía, además, en una larga disputa mayor acerca de la literatura, que desde mediados del siglo XVIII, al calor del crecimiento de la prensa y el mercado editorial en algunos países europeos – y sobre todo con el auge de la piratería comercial –, venía desenvolviéndose entre los tenaces defensores de las Bellas Letras y aquellos que, más pragmáticos, transigían con los ritmos y géneros emergentes de la palestra editorial. La calidad de una obra literaria se definía, tanto como la munificencia de la autoría romántica, en estrecha relación con materias tan concretas y nada simbólicas como los litigios de mercado y las imposiciones de la economía editorial.<sup>4</sup>

De modo que la histórica tensión entre prensa y literatura no se reduce al subproducto del folletín, aunque en él se visibilicen, ciertamente, características de ordinario atribuidas a su plataforma y soporte material. Por el contrario, es indiscutible que la producción letrada ligada a las efímeras páginas de un periódico – el denominado “diarismo” – durante todo el siglo XIX lejos estuvo de ser considerada literatura. Tan indiscutible, paradójicamente, como el hecho de que la existencia de eso que llamamos literatura en el siglo XIX surgió estrechamente vinculada, desde su modo de producción y circulación hasta su forma de regulación o consagración, al desarrollo de

- 
- 3 La incorporación (y discusión) de los folletines en Chile comenzó a hacerse asidua a mediados de la década del 40. Periódicos como *El Progreso*, de Sarmiento, *La Gaceta de Comercio*, *El Crepúsculo* y más tarde *El Siglo*, dieron cabida entre sus páginas a los autores más conocidos del mercado editorial francés (entre ellos, Sue, Dumas, Scribe, Hugo, Balzac). Del lado oriental del Río de la Plata, el proceso también tuvo su resonancia. En 1841, por ejemplo, un anónimo en el periódico *El Nacional* de Montevideo daba cuenta de esa discusión frente a los folletines románticos franceses en los términos que siguen: “Todos estos escritores pretenden además tener un estilo elegante; pero ¿sobre qué estriban sus pretensiones? En general le vemos duro y afectado. En una página la nube *cierne los rayos del sol* o de la Luna, las *cariátides* “salpican de sus pechos hilos de agua perfumada que cae en el estanque y empañea el cristalino espejo con sus vaporosas gotas”, o bien “los ojos de la heroína sepultados en sus órbitas quedarán como suspensos en el globo de lágrimas”; de forma que para comprender el lector esta jerigonza debe ser a la vez panadero, jardinero y oculista [...] Pero si esto decimos en cuanto a la forma, ¿qué no podrá decirse en cuanto al fondo de todas estas obras? Sangre y cadalsos por doquier; crímenes espantosos justificados o convertidos en objeto de burla; la seducción, la violencia, el adulterio, el incesto; tales son los materiales en que fundan el éxito de sus obras aquellos autores.”. Nocelitas francesas. *El Nacional*, n.716. Sobre la recepción de folletines en Venezuela, véase el reciente análisis sobre la tarea traductora y escritora de Fermín Toro para *El Liceo Venezolano*. BEAUREGARD, Paulette Silva. *Las tramas de los lectores: Estrategias de la modernización cultural en Venezuela (siglo XIX)*. Caracas: Fundación para la Cultura Urbana, 2007, p.101-128. En el caso de Brasil, el auge de los folletines (principalmente franceses) y su inserción en la cultura literaria local ha sido analizado, en su lúcido e indispensable trabajo, por MEYER, Marlyse. *Folhetim: Uma história*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- 4 Sobre los efectos de la economía y el mercado en la construcción teórico-romántica de la autoría en Alemania, véase WOODMANSEE, Martha. “The Genius and the Copyright: Economic and Legal Conditions of the Emergence of the ‘Author’”. *Eighteenth-Century Studies*, v.17, n.4, p.425-448, 1984. Un análisis complementario de las discusiones y procesos jurídicos alrededor de la autoría en Inglaterra, en ROSE, Mark. “The Author as Proprietor: Donaldson v. Becket and the Genealogy of Modern Authorship”. *Representations*, n.23, p.51-85, summer, 1988.

la prensa periódica. Paradoja que nos conduce a un segundo problema, no menos arduo ni más esclarecido: el problema del mercado.

Previsiblemente, en Hispanoamérica las condiciones de un mercado editorial incipiente se verifican recién hacia los últimos lustros de la centuria, cuando los países de la región ingresan en la lógica del mercado capitalista internacional y sus respectivas urbes, con el incremento considerable de la población y la correspondiente diversificación y especialización de empleos, comienzan a cambiar su dinamismo cultural. Ese es, como se suele afirmar, un dato "duro" de la historiografía cultural, que un ligero repaso de la información estadística que se conserva de la época no hará más que confirmar.

En 1855, el *Almanaque Comercial y Guía de forasteros para el Estado de Buenos Aires* consignaba la existencia de 11 librerías, 10 imprentas y 2 litografías. Cuatro años después, en 1859, según el Registro de la Actividad Impresora y Editorial de la misma ciudad las cifras trepaban a 15 librerías, 12 imprentas y 2 litografías. Para mediados de la década de 1870, según constatan los avisos periodísticos, el número apenas ascendía aproximadamente a 18 librerías. Sin embargo, poco más de una década después, en 1887, el Censo Municipal daba cuenta de la existencia de más de un centenar de librerías y de 89 imprentas, que empleaban a más de 1.200 trabajadores.<sup>5</sup> Por su parte, las cifras de las publicaciones periódicas corroboran el sentido de esa expansión. Los clásicos trabajos realizados por Ernesto Quesada y Alberto Navarro Viola coinciden en señalar, por ejemplo, que para el año 1882 se publicaron en Argentina alrededor de 220 periódicos, de los cuales aproximadamente la mitad se imprimían y circulaban en Buenos Aires.<sup>6</sup> Tres años después, en 1885, la cifra ascendía a 433 periódicos, de los cuales 189 pertenecían a la capital.<sup>7</sup> Si se tiene en cuenta que, según los pioneros trabajos de Antonio Zinny, en los años que van de 1830 hasta febrero de 1852 – fecha que parte aguas en la historia argentina con la derrota de Rosas en Caseros – se publicaron en Buenos Aires un total de 121 periódicos, el salto cuantitativo resulta incuestionable.

Podría pensarse que esa distancia se beneficia del régimen censor que dominó la época rosista, pues, como se suele señalar con justeza, la prensa sufrió una notable restricción a mediados de la década del 30 en Buenos Aires. Sin embargo, ese es también el caso en Chile, donde las condiciones de declamada estabilidad política hubieran permitido esperar un desarrollo

5 Cf. EUJANIÁN, Alejandro. La cultura: público, autores, y editores. En: NONAUDO, Marta. (dir.) *Nueva Historia Argentina*. Liberalismo, Estado y orden burgués (1852-1880). Buenos Aires: Sudamericana, t.4, 1999, p.559.

6 Ernesto Quesada contabilizaba para 1877 un total de 148 periódicos publicados en el país, de los cuales 14 eran extranjeros. Cinco años después, en 1882, la cifra alcanzaba los 224 periódicos. A su vez, de esas publicaciones, en 1877 se imprimían y circulaban en Buenos Aires 83, y 103 en 1882 – es decir, aproximadamente la mitad de la totalidad de los periódicos impresos. Cf. QUESADA, Ernesto. El periodismo argentino (1877-1883). *Nueva Revista de Buenos Aires*, año III, t.IX, Imprenta y Librería de Mayo, C. Casavalle, p.72-101, 1883. Por su parte, el *Anuario Bibliográfico* de Navarro Viola computaba para 1882 un total de 215 publicaciones, 305 para 1883 y 348 para 1884, de las cuales 103, 152 y 159 correspondían, respectivamente, a periódicos publicados en la ciudad de Buenos Aires. Cf. *Anuario Bibliográfico de la República Argentina*, año VI, 1884, p.409-411, Imprenta de M. Biedma, Buenos Aires, 1885.

7 Cf. *Anuario Bibliográfico de la República Argentina*, año VII, p.457, 1886.

más armónico de la prensa. En efecto, mientras que entre 1828 y 1851 se publicaron en aquel país un total de 152 impresos periódicos, sólo en 1890 se imprimieron 235, en 1894, 310 y en 1896, 312. La producción libresca, por su parte, también muestra un crecimiento notable: a fines de 1850 el *Catálogo de libros i folletos* publicado por la *Revista de Ciencias y Letras* contabilizaba alrededor de 500 obras – entre libros y folletos – aparecidas en los decenios 1831-1851, mientras que solo en 1890 esa cifra alcanzará la suma de 652 y en 1894 superará las mil.<sup>8</sup> Por lo demás, será en esa década cuando la “literatura de cordel” – especialmente el folletín del periódico – arroje resultados comerciales realmente inauditos, proveyendo un recurso propio para la expansión de la actividad editorial. A mediados de esa década, por ejemplo, *Don Lucas Gómez, o sea el huaso en Santiago*, de Mateo Martínez Quevedo, alcanzaría los 30 mil ejemplares vendidos, cifra considerada por Subercaseaux como indicio histórico del primer *best-seller* chileno.<sup>9</sup>

En toda la región, como evidencian los documentos de la época, el incremento inaudito en los índices de producción impresa es relativamente tardío. En Buenos Aires, por ejemplo, durante aproximadamente treinta años – de 1850 a 1880 – no parece haber variado de modo considerable la actividad y el comercio del impreso, rondando un promedio de 14 librerías y 12 imprentas para todo el período, mientras que esas cifras se multiplican prácticamente nueve veces a partir del año 1887. Como se vio, algo similar ocurre en Chile, y debemos suponer lo mismo para otros países, marcados todos ellos por el despliegue del capitalismo mundial, en su etapa incipiente de globalización.

Ahora bien, cuando se evalúa ese carácter tardío en los estudios dedicados al período se observa un incuestionado presupuesto acerca de la lógica de la modernización cultural – y en especial de la literaria – particularmente sugerente respecto de una mirada crítica – o, mejor, historiográfica – que se ha vuelto dominante en los últimos años. Me refiero a una visión modernista según la cual antes de los indiscutibles índices de la modernización del fin-de-siglo la modernidad en Latinoamérica se manifestaría en una serie de subproductos, versiones degradadas de una genuina y progresiva autonomización de prácticas y saberes, que vendría a ser, en la perspectiva weberiana, aquello que la definiría. De modo un tanto

8 Todavía en 1875 funcionaban en Valparaíso –centro de actividad editorial ya tradicional por entonces – sólo 5 imprentas, mientras que en 1895 la *Estadística Industrial* y la *Guía Comercial* mencionan más de 20. Por su parte, la ciudad de Santiago había triplicado, en los mismos años, la cantidad de talleres tipográficos (en 1875, funcionaban alrededor de 10 imprentas; en 1895 esa cifra llegaba a 29). Como sostiene Subercaseaux – de cuyo trabajo proviene la mayoría de estos datos–, “todos los índices relativos a la producción experimentan, a fin de siglo, un salto”; SUBERCASEAUX, Bernardo. *Historia del libro en Chile (alma y cuerpo)*. Santiago: Andrés Bello, 1993, p. 109.

9 El auge de la literatura popular –y su versión más frecuente, el folletín– puede corroborarse en el asombroso giro del sector católico chileno. Claudicando de posturas taxativamente negativas como las que supo esgrimir medio siglo antes cuando Sarmiento bregaba por su difusión, editó una colección de novelas populares en su diario *El Chileno*, que tenía por entonces una considerable tirada diaria de 20 mil ejemplares.

cómodo e injustificado, nos hemos acostumbrado a la seductora imagen modernizadora del salto brusco, que tiende a instalar la creencia de que nociones como nuevo público lector, expansión de los campos de lectura, profesionalización letrada, mercado de bienes culturales u opinión pública cobrarían verdadera dimensión en el espacio constituido de súbito hacia el final de la centuria, una vez constatadas las bases de un mercado cultural relativamente ampliado.

Dicha tendencia, por otra parte, parece ser la consecuencia de la larga impronta que dejó en los estudios literarios dedicados al siglo XIX el clásico ensayo de Ángel Rama, *La ciudad letrada*. Allí Rama ofreció una interpretación de las funciones del letrado que sólo en los últimos años ha comenzado a ser revisada con rigurosidad.<sup>10</sup> No obstante, sea cual sea la incidencia que se le quiera adjudicar al enfoque del crítico uruguayo, aun los estudios que revisaron aquella tesis coincidieron en privilegiar el fin-de-siglo como el momento de crisis y transformación cultural y lo hicieron, previsiblemente, contrastando el impacto en la diversificación letrada generado por las nuevas tecnologías del capitalismo en expansión. Es decir, percibieron los trastocamientos y reconfiguraciones de la cultura letrada allí donde el fenómeno de la modernización – institucional, económica, industrial, tipográfica – ofrecía las primeras muestras irrefutables de que la modernidad – ese fantasma de la ideología secular – parecía haber llegado a estas orillas, de una buena vez, para instalarse. Los datos positivos de la modernización finisecular consagraron así el campo tangible de lo moderno. Antes de ellos, no había estrictamente modernidad, sino su conato: ni crítica, ni opinión pública, ni literatura, ni, por supuesto, público modernos. La modernidad había llegado, sí, pero no antes del 900.

Por esquemático o simplificador que resulte este planteo, lo cierto es que los estudios más importantes referidos al tema, aun sin proponérselo, han contribuido a consolidar una visión historiográfica modélica sobre el siglo XIX – aquella, justamente, que permitió a Rama observar en la correlación entre crecimiento urbano y duplicidad burguesa finisecular las condiciones para explicar el sentido crítico de la poesía de Rubén Darío y el modernismo –. Al situar sobre el escenario de la modernización finisecular la emergencia o florecimiento de fenómenos típicos de la cultura moderna, se ha tendido con frecuencia a confundir modernidad con modernización, como si el proceso de secularización social de la cultura – que es, en el marco de la mentalidad burguesa y el auge del capitalismo, uno de los fundamentos principales que caracterizan a la modernidad – dependiera, por decirlo así, del volumen de material impreso y no de su calidad. No obstante, la

---

10 La primera revisión sustancial de la tesis de *La ciudad letrada* es el libro de RAMOS, Julio. *Desencuentros de la modernidad en América Latina*. Literatura y política en siglo XIX. México: Fondo de Cultura Económica, 1989. Un aporte reciente que discute de manera inteligente algunos de esos presupuestos es el trabajo de BEAUREGARD, Paulette Silva. *Las tramas de los lectores*. Estrategias de la modernización cultural en Venezuela (siglo XIX). Caracas: Fundación para la cultura Urbana, 2007.

lectura es una de las piezas clave de ese proceso, y la expansión anhelada durante todo el siglo por los letrados abocados a formar ciudadanía, a pesar de la retahíla verbal del paternalismo ilustrado, no fue una empresa plana y monolítica, unilateral, de infatigables pedagogos cívicos instruyendo muchedumbres iletradas e inermes.<sup>11</sup> Para decirlo de otro modo: que en Latinoamérica el mercado editorial recién comience a instituirse de manera global hacia fines de siglo XIX y sobre todo principios del XX no significa que la estructura mercadológica no haya pasado por instancias previas de institucionalización y desarrollo. Un desarrollo, por supuesto, que no es lineal ni anticipatorio – no es, en definitiva, teleológico –, pero en el cual la lógica de mercado encontró su horizonte – más imaginado que empírico, es cierto – de posibilidad.<sup>12</sup>

No se trata, claro está, de desconocer los cambios rotundos que a nivel cultural produjo el crecimiento técnico e industrial de fin-de-siglo, ni de invertir la tendencia – como suelen concebir algunas versiones críticas – para construir un objeto que reniegue de ciertas verdades preestablecidas. Evidentemente, los avances tecnológicos implicaron un giro sustancial en la expansión del mercado editorial. A la instalación de las primeras prensas mecánicas, que hacia mediados de siglo posibilitaron quintuplicar las impresiones al mismo costo, deben sumarse hacia la década del 70 la creación del telégrafo y la instalación de las prensas rotativas, que permitirían tirajes de proyección virtualmente masiva.<sup>13</sup> Inmersa en esos cambios, como sabemos, la prensa fue adquiriendo el perfil tecnologizado que se mantuvo más o menos similar hasta nuestros días, y posibilitó paralelamente lo que conocemos como el proceso de profesionalización o autonomización literaria. No obstante, la necesidad de establecer diferencias nítidas puede generar a veces una axiología algo desprevenida, obliterando en consecuencia la posibilidad de las continuidades o, también, de las disrupciones – sean éstas historiográficas o teóricas.<sup>14</sup>

---

11 Esa retórica ilustrada atraviesa el siglo. Va desde la queja de Alberdi en *La Moda* ("Escribir en *La Moda* es predicar en desiertos, porque nadie la lee") o la famosa fórmula de Sarmiento en *El Zonda*: "Comprar o no leer" hasta la frase rotunda del uruguayo Rodó en el cambio de siglo: "El vulgo no paga".

12 Cecilia Rodríguez Lehmann plantea, por ejemplo, que las crónicas de moda del romanticismo criollo funcionaron como catalizadoras de ese horizonte a mediados de siglo. Cf. LEHMANN, Cecilia Rodríguez. *La ciudad letrada en el mundo de lo banal. Las crónicas de moda en los inicios de la formación nacional. Estudios*, 16: 32, p.203-226, julio-diciembre 2008.

13 El pasaje de la prensa manual a la prensa mecánica marca sin dudas el despegue de la publicidad masiva en Europa. Las prensas cilíndricas creadas por Köning hacia 1814, anticipo de lo que serán luego las rotativas, permitieron, por ejemplo, producir alrededor de 1.000 pliegos por hora mientras que, con una prensa de hierro manual, se podían alcanzar hasta entonces como máximo unos 150 pliegos. Cf. GASKELL, Philip. *Nueva introducción a la bibliografía material*. Gijón: Ediciones Trea, S. L., 1999. En Buenos Aires algunas imprentas ya contaban en los años sesenta con máquinas rotativas como la "Marinoni", que permitían pasar de 200 a 1.200 pliegos por hora.

14 En otro sentido, aunque congruente, Miguel Dalmaroni, al revisar y discutir algunas de las hipótesis sobre la modernización literaria en Argentina (y Latinoamérica) afirma que si bien no habría "que subestimar la emergencia del mercado cultural, sus alcances estadísticos", pues el fenómeno "entrega un argumento histórico convincente cuando la crítica necesita hacerse de una periodización que establezca diferencias nítidas", ciertas presunciones funcionalistas corren el riesgo de abordar de modo unilateral tales fenómenos. En su caso, lo que esa versión modélica no permitiría "ver", es la peculiar alianza entre escritores y Estado en la Argentina finisecular. Cf. DALMARONI, Miguel. *Una república de las letras*. Rosario: Beatriz Viterbo, 2006, p.44.

Al respecto, cabe llamar la atención acerca del efecto aplanador sobre la diversidad material y discursiva de la prensa anterior al fin-de-siglo que suele ejercer esa visión modernista. Desde los primeros periódicos independentistas, que instalaron el clásico formato de cuatro páginas a dos columnas, con un discurso preponderantemente informativo – o ministerial, como se lo designaba entonces – hasta aquellos que comenzaron a hacer un uso sistemático y diferencial del discurso satírico-burlesco, como los periódicos que aparecieron en la Buenos Aires inmediata a Caseros – *El Padre Castañeta* (1852), *La Avispa* (1852), *La Cencerrada* (1855) – o los que principiaron a aunar con mayor eficacia la crítica burlesca con el despliegue de imágenes caricaturescas – como *El Correo Literario* (1858) en Santiago de Chile, antecesor del más cáustico *La linterna del Diablo* (1867) o el célebre *El Mosquito* (1863) en Buenos Aires –, el sistema de la prensa fue incorporando distintas técnicas y artilugios que incidieron tanto en los modos de intervención pública cuanto en el entramado subjetivo que determinó prácticas y concepciones literarias específicas.<sup>15</sup> Lo que significa, por un lado, que las funciones de la prensa – antes de su inopinable modernización – no pueden ser consideradas de modo monolítico y, por el otro, que tal diversificación presupone una pareja diversificación del consumo.<sup>16</sup>

En Buenos Aires, por ejemplo, la primera expresión más o menos coherente de ese giro se manifestó en fecha tan temprana como 1836, incluso antes del conocido semanario *La Moda* de Alberdi. En efecto, con la aparición de *El Recopilador*, editado por la Imprenta Bacle y Cía. y redactado principalmente por Juan María Gutiérrez, se visualiza una primera intervención pública acorde con nuevos intereses de lectura. Lo que me interesa subrayar aquí es el modo en que esa demanda opera en la conciencia letrada. El periódico, decía su redactor:

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,

15 Una de esas técnicas – cuya importancia recién en los últimos años comienza a ser justipreciada – es la que a mediados de la década de 1830 permitió que las imágenes se estamparan en las páginas periódicas con mayor despliegue y libertad de los dibujantes: la técnica litográfica.

16 En 1842, *El Semanario de Santiago* publicaba un artículo en el que se observa una relativa conciencia de la necesidad de atender a esas demandas: "¿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*, n13, 29 de septiembre de 1842.

que, de paso ha de saber el público que no es muy numerosa. (*El Recopilador*, n.16, p.121 y 122)

El pasaje citado permite observar algunas de las características que irán dando forma a publicaciones cuya legitimidad no reside ya sólo en un discurso político, sino que se nutre del perfil de nuevas demandas culturales. En primer lugar, la composición imaginaria de un campo de lectura diversificado – la señorita, el pedante, el lector no instruido, y un lectorado ampliado y no letrado, aquí denominado las masas – es una muestra de los distintos intereses que pugnan por la composición de un nuevo público, no reconocible ya en el horizonte de los escritos de corte doctrinal o político. 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, indicando un claro viraje en los nuevos contenidos mediatizados por el reconocimiento de una nueva demanda social.

En este sentido, no está de más recordar que fue en *El Recopilador* donde se publicó por primera vez la “Apología del matambre” de Esteban Echeverría, cuyo subtítulo, “cuadro de costumbres argentinas”, es una muestra bastante significativa del impulso costumbrista que atravesaba por entonces los programas literarios de la nueva generación. Revisemos brevemente ese texto. Como se sabe, el escrito discurre en tono jocoso sobre las virtudes gastronómicas de ese “manjar” que “nace pegado a ambos costillares del ganado vacuno y al cuero que le sirve de vestimenta”. Estamos frente a un texto relativamente temprano de Echeverría, ligado a un género que comenzaba a dominar los escritos periódicos de entonces: el artículo de costumbres. De hecho, sobre el final del texto se hace bastante palpable la impronta de Larra en artículos como “Horas de invierno” o “La polémica literaria”, modelos de larga tradición en la literatura española en los que el escritor es sorprendido en sus reflexiones por un amigo o colega y de cuya intervención concluirá haciéndose cargo la escritura.<sup>17</sup> En todo caso, no interesa aquí esa influencia más o menos directa, sino la apelación, mediante esa escena figurada, al lector, a quien se le aclara el carácter de humorada del escrito y a quien, sobre el final, se le ofrece otra autoridad literaria prestigiosa: Shakespeare.<sup>18</sup>

Es como si Echeverría necesitara justificar esa humorada ante la posibilidad de un lector culto mientras que todo el artículo justifica de hecho una lectura menos erudita. Por lo tanto, y en segundo lugar, la apelación al lector, en realidad corresponde a una figura de lector (probable o potencial) que da

---

17 El modelo puede rastrearse ya en el *Quijote*, en cuyo prólogo se representa la escena de esa interrupción.

18 El final dice así: “Entre tanto te aconsejo que, si cuando lo estuvieses leyendo, alguno te preguntase: ¿Qué lees?, le respondes como Hamlet a Polonio: *words, words, words*, palabras, palabras, pues son ellas la moneda común y de ley con que llenamos los bolsillos de nuestra avara inteligencia”.

cuenta al mismo tiempo de una *nueva* figura de escritor o, por lo menos, de un nuevo modo de autoridad discursiva. En efecto, al inicio del párrafo esa figura se fundamenta así: "Diré sólo en descargo mío, que como no hablo ex-cátedra, ni ex-tribuna, sino que escribo sentado en mi poltrona, saldré como pueda del paso, dejando que los retóricos apliquen a mansalva a este mi discurso su inefable fallo literario".<sup>19</sup> Es decir, el escritor no deposita ya su saber en la potestad tradicional de la retórica que, como bien observó Ramos (1989), fue uno de los modelos letrados que siguió operando hasta fines de siglo. Por el contrario, del interior del espacio doméstico, sentado en su poltrona, esa nueva figura de escritor diseña un nuevo emplazamiento discursivo: el del escritor-publicista.

Cabe recordar que el término publicista designaba en la época al escritor versado en derecho público, el cual oficiaba su magisterio a través de artículos confeccionados para los periódicos. Es decir, el publicista era aquel sujeto ilustrado surgido de la nueva realidad política de principios del siglo XIX vinculado a la confección de textos de carácter cívico-político. En el *Diccionario de la Real Academia Española* el término publicista aparece por primera vez en 1817, calificando al "autor que escribe del derecho público o el muy versado en esta ciencia".<sup>20</sup> Como se sabe, las taxonomías de la lengua – glosarios, diccionarios, vocabularios, etc.– suelen captar fenómenos lingüísticos relativamente socializados. No obstante, no deja de ser sorprendente que tal definición perdure hasta 1914, año en cuya edición aparecerá recién una segunda acepción más acorde al nuevo emplazamiento que venimos describiendo: "Persona que escribe para el público, generalmente de varias materias".<sup>21</sup> Es decir, el *Diccionario* recoge esa figura una vez que la profesionalización del escritor (y, por ende, su relación con la prensa) parece haberse institucionalizado. En este caso, también, los academicismos acompañan la versión historicista de la modernización cultural.<sup>22</sup>

Esa nueva figura, como se dijo, emerge en correspondencia con una figura de lector (probable, deseado) que ya no es el de la Colonia, puesto que ahora sus intereses discurren con relativa soltura en la escena pública y pueden ser interpelados abiertamente por ese novedoso artefacto de mediación que es el periódico. Por supuesto, el proceso sería el de una transición, con ciertos períodos más dinámicos que otros – muchos es-

19 Apología del matambre. Cuadro de costumbres argentinas, *El Recopilador*, n.1, p.4, 1836.

20 *Diccionario de la Real Academia Española*, 1817: 712.

21 *Diccionario de la Real Academia Española*, 1914: 843.

22 La figura del publicista ha sido rescatada y reevaluada recientemente por algunos trabajos del volumen colectivo; ALTAMIRANO, Carlos. (dir.) *Historia de los intelectuales en América Latina*, v.I. Buenos Aires-Madrid, Katz, 2008 Buenos; Cf. MYERS, Jorge. Introducción al volumen I. Los intelectuales latinoamericanos desde la colonia hasta el inicio del siglo XIX", p.35. In. ALTAMIRANO, Carlos. (dir.) *Historia de los intelectuales en América Latina*; y PALTÍ, Elias. Tres etapas de la prensa política mexicana del siglo XIX: el publicista y los orígenes del intelectual moderno, p.228ss. In. ALTAMIRANO, Carlos. (dir.) *Historia de los intelectuales en América Latina*. Estos trabajos, sin embargo, focalizan la función intelectual y política del escritor público. Aquí, en cambio, hablamos de una función "literaria", compatible con la del *escritor-periodista* que describió OSSANDÓN, Carlos. *El crepúsculo de los sabios y la irrupción de los publicistas*. Santiago: LOM, 1998.

tudios vienen señalando, en este sentido, la circulación y lectura hacia el último cuarto del siglo XVIII de autores ilustrados o designados paganos, entre ellos, incluso algunos de los más conspicuos colaboradores de la *Encyclopédie*, como Rousseau o Voltaire—. Pero lo cierto es que las nuevas condiciones de lectura se perfilarían definitivamente con la emergencia de un nuevo sistema de publicidad, que tanto en España como en Hispanoamérica se daría una vez puesta en crisis la antigua autoridad que ostentaba el privilegio, esto es, a partir de las famosas discusiones desencadenadas en las Cortes de Cádiz (1808-1814) y sus fundamentos liberales a favor de la libertad de imprenta.<sup>23</sup> Este es un aspecto que en general suele ser subestimado, en función de dos argumentos a primera vista contundentes: por un lado, la estrechez del público efectivo y la consecuente precariedad institucional de un mercado del impreso. Por el otro, y vinculado a lo anterior, el carácter anómalo y ciertamente desigual – en comparación con el modelo europeo – del discurso periodístico, o lo que podríamos llamar el retraso del sistema de la prensa en Hispanoamérica. Es decir, a diferencia de lo que ocurriría con las naciones europeas – Inglaterra y Francia principalmente – en Latinoamérica la prensa no emergería como un instrumento de crítica al absolutismo, sino antes bien como un eslabón de transición y equilibrio, el cual demandaría varias décadas – nunca nadie esgrime cuántas – para alcanzar esepreciado artilugio que Habermas definió como zona crítica de la publicidad política. Así, no habría en los países de Latinoamérica una verdadera opinión pública moderna hasta tanto sus élites no convirtieran ese artefacto en una herramienta de poder crítico frente al Estado. Para ello, por supuesto, haría falta un público de lectores, es decir, un mercado, lo que nos vuelve a dejar en el terreno conocido de la zaga modernista.

Además de la evidente deuda con el modelo habermasiano al que dice criticar, ese tipo de lectura supone una relación demasiado unilateral entre, por un lado, dominación política y pensamiento crítico, y, por el otro, entre las cualidades de ese pensamiento y el tipo de lecturas – e impresos – que las habilitan. La idea de que la prensa periódica cumple una función eminentemente crítica, formadora de un intercambio racionante – idea que, en principio, puede ser aceptada sin mayores reservas – corre el riesgo no sólo de obliterar otras posibles funciones – comerciales, propagandísticas, fácticas, pasatistas – sino además de extrapolar una función socio-histórica precisa – la publicidad política burguesa – a un tipo de representación determinado por una ideología que es ella misma construcción histórica. La reasunción hobbesiana del espacio público llevada a cabo por los letrados criollos de la Independencia (*auctoritas, non veritas facit legem*) no parece ser objeto suficiente para explicar el demorado constructo de la opinión pública,

---

23 Me refiero al sistema de "patronato" y privilegio, según el cual la autoridad real era la única que dispensaba la legitimidad de cualquier publicación. Las Cortes de Cádiz, que comenzaron a sesionar en septiembre de 1810, promulgaron, como se sabe, la libertad de imprenta.

entre otras cosas porque aún en ese marco se consustanciaron los nuevos pactos de lectura.<sup>24</sup> Y aquí nos encontramos con otro de los problemas de la serie: el del público o audiencia receptora de los textos impresos.

El problema del público lector – su mensuración, su formación y su proyección – es sin duda uno de los más arduos para los estudios sobre el siglo XIX, sobre todo porque, como sugirió oportunamente Roger Chartier, se corre el riesgo de “tomar las representaciones por prácticas efectivas”.<sup>25</sup> En general, la tendencia ha sido adjudicar a las campañas de alfabetización el diseño y floración de un nuevo público lector, que en la segunda mitad del siglo, junto al ingreso masivo de inmigrantes (particularmente en Argentina), compondrían el nuevo continente de lectura. No por casualidad los análisis sobre la formación de nuevos públicos suelen estar apegados a los primeros *best-sellers* registrados en la historia (sobre este aspecto volveremos líneas más abajo). Este tipo de enfoque – objetivo, aunque en general excluyente – no haría sino reafirmar una línea de investigación de la nueva historia cultural (o historia de la lectura), especialmente francesa, que señala en la evolución editorial una verdadera ruptura en la segunda mitad del siglo XIX (aproximadamente a partir de 1860), producto de la industrialización tipográfica y de la emergencia de nuevas categorías de lectores (y que es, como venimos describiendo, la apoyatura implícita de la versión modernista). En Argentina, por ejemplo, la categoría de nuevo público lector ha quedado poco más que restringida a la formación en los últimos dos o tres lustros de la centuria de un lectorado protomasivo y diversificado, de características específicas (consumidor de folletines y novelas populares), las cuales, por otra parte, fueron bien analizadas por pioneros trabajos que hoy resultan sin duda imprescindibles.<sup>26</sup> Con todo, el tajante corte que impera con la emergencia de esa formación fuerza a creer que antes el público no sólo era un objeto difuso y más bien escaso, sino incluso casi inexistente, reducido a los insignificantes números de una revista literaria o a las quejas sempiternas de los educadores y políticos. Lo que sería, vale decir, una variante del mero espejismo que describió Marco Morel para el surgimiento de la opinión pública en Rio de Janeiro en la década de 1820.<sup>27</sup>

Los recuerdos apuntados por el editor español Benito Hortelano indican, en cambio, que para mediados de siglo existía ya en Buenos Aires una considerable demanda lectora. En 1852, el periódico *Los Debates*, impreso en los talleres montados por el español y redactado por Bartolomé Mitre,

---

24 Para Habermas, recordemos, la reorientación del lema hobbesiano (*veritas non auctoritas facit legem*) es síntoma de la formación de la nueva publicidad burguesa.

25 CAVALLO-CHARTIER. (dirs.) *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Madrid: Taurus, 1998, p.434.

26 De los estudios dedicados al tema, el de mayor relevancia – por su enfoque pionero además de inteligente – ha sido el de PIETRO, Adolfo. *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*. Buenos Aires: Sudamericana, 1988.

27 “Espejismo donde se busca, a veces en vano, un público y una opinión que sólo existen en las aspiraciones de quien lee o escribe”; MOREL, Marco. La génesis de la opinión pública moderna y el proceso de Independencia (Rio de Janeiro, 1820-1840). En: XAVIER-GUERRA, François et al. *Los espacios públicos en Iberoamérica*. México: FCE, 1998, p.312.

contaba con 2.300 suscriptores constantes – cifra que, si para los años ochenta se presenta muy por debajo de la media, apenas una década antes significaba una marca inverosímil. Ese mismo año Hortelano importaba de España 20.000 ejemplares de novelas populares a bajo precio, las cuales, según relata el mismo librero español, se vendieron en apenas tres meses, en gran parte entre los reclutas de la Guardia Nacional.<sup>28</sup> ¿Cómo explicar esa irrupción de la lectura en la Buenos Aires inmediata a la caída de Rosas cuando, según una visión extendida de la historiografía liberal (en buena medida afinada en las mismas contradicciones y miradas sesgadas de los publicistas argentinos de la época), la cultura lectora fue supuestamente reducida por las políticas de constreñimiento practicadas por el régimen rosista?

Últimamente, algunos trabajos sobre educación vinieron a despejar el complejo entramado entre apetencias lectoras, oferta educativa y mercado laboral en el siglo XIX. Para el caso de Buenos Aires, Carlos Newland ha demostrado que la demanda educacional en la provincia no sufrió una mengua durante el período rosista, debido en buena parte a la sustitución del sistema público por las escuelas privadas, sino que mantuvo un índice de crecimiento estable, por lo menos hasta 1860.<sup>29</sup> De su trabajo se desprende – en coincidencia con otros autores – que la oferta educacional estuvo desvinculada durante mucho tiempo de la capacidad de conseguir capital, es decir de las posibilidades concretas de mejorar o alcanzar una posición económica holgada, además de haber sido – la educación formal – un instrumento de disciplinamiento nada democrático.<sup>30</sup> Este es un aspecto central porque permite relativizar con mayor fundamento el impacto de las campañas educativas sobre la población y, por ende, la incidencia real de las mismas en la incipiente constitución del mercado editorial. No es un dato menor que las primeras ediciones literarias consideradas “best-sellers” sean en general aquellas que mejor se adaptaron a los temas, intereses y formatos de un público poco o nada instruido, carente en consecuencia de las competencias distintivas de las élites letradas. El *Martín Fierro* en la Argentina, con sus 48.000 ejemplares vendidos entre 1872 y 1878 y la ya citada obra de teatro *Don Lucas Gómez, o sea el huaso en Santiago* (1885), de Martínez Quevedo, que alcanzó los 30 mil ejemplares alrededor de 1893, indican que el crecimiento de la lectura no sólo es un fenómeno incitado o

28 HORTELANO, Benito. *Memorias*. Madrid: Espasa Calpe, 1936, p.233. Según lo apuntado por el librero español, a comienzos de la década de 1850 muchos diarios se vendían y circulaban de modo profuso. La empresa editorial *Los Debates*, por ejemplo, generaba un monto aproximado de 69.000 pesos mensuales. Si se tiene en cuenta que un cajista cobraba entre 400 y 500 pesos, se tendrá una idea aproximada de lo “rentable” que podía llegar a ser una empresa editorial en aquella época.

29 El trabajo de Newland ha sido clave para la reevaluación de la mirada tradicional sobre este punto. Cf. NEWLAND, Carlos. *Buenos Aires no es pampa*. La educación elemental porteña, 1820-1860. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano, 1992.

30 Para el caso chileno, puede consultarse el trabajo de EGAÑA, M. Loreto y MONSALVE, Mario. Civilizar y moralizar en la escuela primaria popular. En: GAZMURI, Cristián y SAGREDO, Rafael. *Historia de la vida privada en Chile*. El Chile moderno. De 1840 a 1925. Santiago: Taurus, 2006, p.119-137.

estimulado por la expansión educativa sino que depende también del contrato establecido entre formas textuales, canales o modos de circulación e intereses de lectura. Por lo demás, si se atiende a los datos cuantitativos de la producción impresa finisecular se observará, además del incremento generalizado – que ya hemos repasado –, un hecho singular: que los verdaderos *best-sellers* de esa etapa de incipiente expansión tipográfica fueron las obras pedagógicas, esto es, aquellos manuales de estudio promocionados y costeados por las arcas estatales para ser distribuidos en las escuelas del país. En definitiva, la progresiva expansión de la capacidad lectora estaría pautada tanto por los distintos procesos de instrucción como – y *sobre todo* – por aquellas plataformas discursivas más cercanas a temas, lenguajes e intereses del público concreto.<sup>31</sup>

Lo dicho hasta aquí no significa desconocer la precariedad social e institucional de los campos de lectura que durante la mayor parte del siglo condicionaron su expansión. Pero plantea, en todo caso, reevaluar tal precariedad atendiendo a la calidad del proceso antes que – o junto a – su faceta meramente cuantificable. Sobre todo porque este último aspecto – el nivel cuantificable –, es en general el que subsume las reflexiones de los propios protagonistas vinculados a la tarea de expandir el campo de la lectura desde su rol de letrados-publicistas, o de pedagogos.

Cuando en 1844, a raíz del escándalo suscitado por el juicio al folleto *Sociabilidad chilena* de Francisco Bilbao, los periódicos chilenos discutieron los alcances públicos de los escritos destinados al pueblo, *La Gaceta de Comercio* reflexionaba de un modo similar a como lo había hecho Sarmiento un lustro antes al calcular los efectos que su primer periódico, *El Zonda*, debía registrar para mantenerse en plaza.<sup>32</sup> Esto escribía el redactor de *La Gaceta*:

---

31 Por cierto, la inadecuación de los programas de educación o de promoción de la cultura libresa no es un fenómeno exclusivo del siglo XIX, cuando el lectorado moderno se encontraba en su etapa de formación. En 1979, un grupo de investigación del Instituto de Sociología de la Universidad Católica de Chile llevó a cabo un estudio acerca de los hábitos de lectura a partir de una muestra poblacional diversificada de las principales ciudades del país. Las conclusiones a las que dicha investigación arribó podrían ser trasladadas a los años finales del siglo anterior: en primer lugar, la crisis de la lectura estaba circunscripta al libro, ya que los diarios y revistas se leían con suma profusión (por cada libro vendido se vendían más de 200 periódicos, y sólo un 3,3% de las personas encuestadas manifestó no leer diarios; en segundo lugar, se constataba que el sector social más alejado del libro era el representado por los obreros, amas de casa y empleados (se advertía, además, que un 65% de los no lectores no leían un libro desde su pasaje por la escuela); por último, el informe mencionaba como principal motivo de la poca lectura de libros el que éstos se encontraran alejados de la "cultura de masas": un 69% señaló su falta de interés por ellos y un tercio su falta de tiempo para leerlos; sólo el 11% se refirió a la falta de recursos para adquirirlos. La investigación y el resumen de las conclusiones aparecen citados por BAEZA, Sergio Martínez. *El libro en Chile*. Santiago: Biblioteca Nacional, 1982, p.368-371.

32 A falta de padrón y de censo, Sarmiento especulaba que la población de San Juan alcanzaba los treinta mil habitantes. Y luego reflexionaba: "De éstos, los 25.000 no saben leer: corriente, quedan 5.000. De éstos, 4.000 se les ha olvidado por falta de ejercicio o, lo que es lo mismo, porque no se había publicado nuestro periódico. De los mil que quedan a 600 no les importa nada de lo que nosotros escribamos. Pero aún quedan 400, de éstos que nos quiten 200, aquellos que quieren reducir al último apuro nuestro cálculo (...) siempre quedan a nuestro favor 200 personas que puedan leer. Ahora les damos de barato 150 que pedirán prestado el periódico, porque no vale lo que cuesta porque no sirve sino para el momento en que se lee por primera vez, siempre nos quedarían quienes no quieren, 50 lectores escogidos, que valen tanto como 50 reales de plata acuñada por semana"; *El Zonda*, n.1, p.1, col.2, San Juan, Sábado 20 de julio de 1839.

Estableciendo que en Chile de cada mil sepan leer diez, y en esos diez quiera leer uno, resultarán con la voluntad de leer los partos de la prensa, en los 1.200.000 habitantes que tiene la República, 1.200; y de esos 1.200 habrían leído el artículo acusado 120. Creemos pues que el artículo Sociabilidad Chilena habría pasado por alto como una producción sin gran número de lectores y con pocas simpatías, considerando el estado del país. Dejándolo a sí mismo, no habría causado daño, si es que lo hay en lo que dice, habrían triunfado los principios de Tolerancia, Libre discusión y libre imprenta, y no habría el fiscal trabajado, como lo ha hecho ahora, a favor del mismo escrito que se quiere anonadar.<sup>33</sup>

El argumento es interesante por varios motivos. En primer lugar, parece aproximarse bastante fidedignamente a los registros sobre la capacidad lectora de la época en Chile.<sup>34</sup> Recupera, así, el gran flagelo del bajo consumo de las publicaciones: la escasez de un público capacitado para la lectura. Sin embargo, al concentrarse en un hábito de lectura específico, desestima otras prácticas de publicidad (como la lectura colectiva o los rumores) que, evidentemente, debieron haber incidido en la mayor circulación del escrito de Bilbao. Por último, curiosamente, en esa desestimación queda implícito el propio rol del impreso periódico en la difusión y circulación de la noticia. En efecto, una práctica común de la época – como mostró Sarmiento con su fórmula conminatoria “o comprar o no leer” – era, precisamente, la lectura “de prestado”, el pasarse de mano en mano el periódico o el folleto, a fin de escatimar gastos ante un producto – el del impreso – que aún no reportaba una valoración social extendida. En todo caso, cabría preguntarse si, efectivamente, esa evaluación del redactor de *La Gaceta* responde a una concreta insuficiencia de individuos alfabetizados o si, por el contrario, tal insuficiencia – el hecho de que para el redactor de *La Gaceta* sean unos pocos los habilitados para esa lectura – no termina repercutiendo en la figuración de un público lector específico.

Porque, en rigor, reconocer el relativo peso del analfabetismo en la baja demanda editorial de la época no debería hacernos perder de vista la existencia de otras modalidades de circulación y consumo – aquellas que explicarían, justamente, el éxito que obtuvo el folleto de Hernández en Buenos Aires –, ni tampoco el hecho de que esas otras modalidades ponían en juego una gradación de la demanda lectora, no legitimada en la mayoría de los casos por la élite letrada. Para dar otro ejemplo: los estudios de literatura chilena suelen ubicar en los años de la guerra con España (1865-66) el florecimiento de la poesía popular, a través de un precario y conocido sistema de edición, el de las hojas sueltas, que alcanzaría mayor visibilidad

33 *La Gaceta del Comercio*, n.735, p.3, col.221 de junio de 1844.

34 Diez años después, en 1854, de un total de 1.439.120 habitantes registrados en Chile sólo el 13,5% estaban alfabetizados (193.898, de los cuales 123.437 eran hombres, y 70.461 mujeres; el resto, 1.245.222 habitantes, no sabían leer ni escribir), y aún en 1865 la cifra de alfabetizados apenas había alcanzado el 17%. Cf. SERRANO, Sol. *Universidad y Nación*. Santiago de Chile: Universitaria, 1994, p.99.

a mediados de la década siguiente.<sup>35</sup> Sin embargo, puede inferirse que la producción de una literatura en forma precariamente versificada y generalmente de tono satírico o burlesco, "herencia de la memoria que la relega al canto manifestada en canciones o *tonadas*", como diría Joaquín Blest Gana, si bien declinó con el auge del diarismo a principios de los años 30 no dejó de ser promocionada y acogida por una franja de la audiencia chilena, cuyo circuito de recepción se mantuvo alejado de aquél que configuraba la prensa ilustrada.<sup>36</sup> La escasez de datos – y acá sí la ideología de la ciudad escrituraria afecta materialmente nuestra visión del XIX – nos impide salir del terreno de las hipótesis. Pero no sería un despropósito repensar los *best-sellerismos* de la producción literaria decimonónica en línea con las características de una audiencia que venía formándose desde varias décadas antes.<sup>37</sup> Esa audiencia perdería, en parte – sólo en parte –, su carácter inaudito y tempestuoso, al mismo tiempo que ganaría en una historia de larga continuidad un perfil más complejo de sus atributos modernos, o, si se prefiere, secularizantes.

Los planteos realizados a lo largo de esta lectura no pretenden otra cosa que bosquejar hipótesis o inquietudes que deberán ser desarrolladas en un trabajo de más aliento y, por supuesto, con mayor profundidad. El problema de la lectura – y de los públicos lectores – es un problema que además afecta los propios presupuestos del trabajo heurístico: aquello que lee el crítico o el investigador en su pesquisa. La idea, por ejemplo, de una opinión pública moderna vinculada a un mercado del impreso extendido – esto es, al intercambio creciente y efectivo de la prensa periódica – aún hoy repercute en una serie de problemas (teóricos y críticos) conexos. Uno de esos problemas es la concepción del público – o de los públicos – que arrastra una idea de opinión pública como esa. Sobre el núcleo duro de instrucción y formación política se ha montado un aparato de historización cultural según el cual los sujetos formarían opinión una vez alcanzaran las competencias del intercambio racional y lingüístico. Pero podría plantear-

---

35 Los versos de Bernardino Guajardo, uno de los más famosos poetas populares de Chile, llegarían a ser codiciados por un profuso público lector a mediados de los años setenta. Sobre este punto, véase VERBA, Ericka Kim. Las hojas sueltas [Broadsides]: Nineteenth-Century Chilean popular Poetry as a Source for the Historian. *Studies in Latin American Popular Culture*, XII, p.140-158, 1993.

36 En un conocido artículo, escrito en 1848, el hermano del novelista Alberto Blest Gana mencionaba esa tradición. Lo hacía, previsiblemente, rescatando una vertiente no sólo pasada sino relativamente "prestigiosa": la de fray Francisco de Borja López, poeta satírico nacido en Santiago en la década de 1770. Y en una nota al pie, aclaraba: "Aunque no era de nuestro objeto descender en estas consideraciones generales a ejemplos particulares, no hemos creído inútil dar una pequeña idea de este poeta –se refiere a López–, cuyo nombre ignoran casi todos sin embargo de oír a cada instante sus composiciones en casi todas nuestras canciones i bailes populares". Si el crítico se permite "descender" y distraerse un momento con esa "musa inculta i grosera" (p.342), lo hace sin embargo restringiendo la referencia a un personaje relativamente acreditado. López fue un sacerdote ilustrado vinculado al jurisperito arequipeño Miguel de Lastarria, abuelo de José Victorino Lastarria. Cf. GANA, Joaquín, BLEST. Consideraciones generales de la poesía chilena. *Revista de Santiago*, 1848, t.II, p.337-353, 1848.

37 Por otra parte, pensar las competencias lectoras desde parámetros del alfabetismo significa conceder un carácter rector (que es histórico, construido e ideológico) a la letra escrita, contra el cual se contrastaría la cultura oral. El universo de la oralidad queda definido así negativamente, por lo que le falta al sujeto (an-alfabeto; i-letrado) y no por los rasgos positivos que ostenta la propia oralidad, que a su vez modifican (y se modifican) mediante cruces y préstamos la cultura escrita.

se, siguiendo a Pierre Bourdieu, que la mentada opinión pública no existe, y que ni siquiera existió nunca, a excepción de considerar las “opiniones constituidas, movilizadas, de grupos de presión movilizadas en torno a un sistema de intereses explícitamente formulados”.<sup>38</sup> Eso es más o menos lo que nos hace pensar el poeta y publicista chileno Pedro Díaz Gana, cuyas palabras cerrarán esta ya larga exposición. A mediados de 1850, Díaz Gana publicaba su primer periódico, *El Huasquino*, entre cuyas páginas daría a conocer su *Historia de Sebastián Cangalla*, una suerte de biografía novelada – escrita en prosa y en verso –. Al comienzo del folletín, el redactor expresaba categóricamente el subterfugio de esa noción de público a la que solía apelar de forma abstracta la élite letrada: “Imbécil y estúpido pueblo: yo te saludo con el debido respeto y te dedico la historia de mi vida, sin tratarte de respetable ni ilustrado: porque me he propuesto narrar la pura verdad en el hilo de mi historia, y no quiero mofarme de ti, como lo hacen frecuentemente algunos llamándote *ilustrado y respetable*”.<sup>39</sup> A continuación, exponía los motivos de ese subterfugio:

Hermano pueblo: eres por acaso ilustrado? No: porque mal y por mal solo una parte tuya sabe leer y escribir, incluyendo en el resto ricos mineros, glotonos hacendados, comerciantes envejecidos y muchos que visten de levita y calzan guantes de cabritilla. Hermano pueblo: eres por ventura respetable? No: porque hasta los pacos te gobiernan a palos. Eres imbécil? Sí: porque te hacen creer y comulgar las mayores mentiras y juegan diariamente contigo a la pelota. La primera comunión es hacerte creer que todos somos iguales ante la lei. Solemne mentira, porque nosotros no somos iguales, ni ante Herodes, ni ante Pilatos, ni ante los hombres, ni ante la justicia que ellos ejercen. Nosotros siempre somos los perros, ellos los amos: nosotros solo comemos los huesos, y ellos las perdices que nosotros cazamos (*El Huasquino*, ídem).

¿Qué noción de opinión pública mantener en pie ante este descargo?  
¿A qué público, o públicos lectores está dirigida semejante diatriba, encabezando el folletín popular de *Sebastián Cangalla*? ¿Cuál es el pueblo que imagina? ¿Cuál, esa parte que sabe leer y escribir? ¿Cuáles los intereses de lectura implícitos en esa *Historia*? Preguntas que, para comenzar a ser respondidas, precisan sin duda de un esfuerzo de relectura de ese largo y a la vez estrecho siglo XIX.

---

38 “Bref, j’ai bien voulu dire que l’opinion publique n’existe pas, sous la forme en tout cas que lui prêtent ceux qui ont intérêt à affirmer son existence. J’ai dit qu’il y avait d’une part des opinions constituées, mobilisées, des groupes de pression mobilisés autour d’un système d’intérêts explicitement formulés”; BOURDIEU, Pierre. *Questions de sociologie*. París: Minuit, 1984, p.250.

39 *El Huasquino*, n.195, p.1, 22/11/56.