



Labra, Diego. "Vivió Buenos Aires una "periódico-manía" hacia 1870? Una reflexión sobre los periódicos para "niñas", la prensa ilustrada y la ampliación del público lector porteño". *Estudios de Teoría Literaria. Revista digital: artes, letras y humanidades*, noviembre de 2020, vol. 9, n° 20, pp. 309-321

¿Vivió Buenos Aires una "periódico-manía" hacia 1870? Una reflexión sobre los periódicos para "niñas", la prensa ilustrada y la ampliación del público lector porteño

Did Buenos Aires experienced a "newspaper-mania" towards the 1870s?
Thoughts on newspapers for "Little girls", illustrated press
and the expansion of Buenos Aires' reading public

Diego Labra¹

Recibido: 02/03/2020
Aceptado: 02/09/2020
Publicado: 09/11/2020

Resumen

En el editorial inaugural a la tercera época del periódico el *Correo de las Niñas*, la "redacción" denuncia que hacia 1872 "una peligrosa enfermedad" que "la crítica" llamó "con justicia la periódico-manía" infectó Buenos Aires (N° 1, 9 de julio de 1876: 1) ¿Existió tal "periódico-manía" diez años antes que la fecha que la bibliografía acepta como el inicio del mercado editorial moderno en el país? ¿O es el diagnóstico una exageración propia del estilo hiperbólico de los redactores decimonónicos? Este artículo consiste en una aproximación a estas preguntas y analiza el panorama de los periódicos semanales y la litografía durante los 1860. En particular, el rol del citado *Correo de las Niñas*. Una publicación, poco estudiada hasta el momento, que combinó una serie de recursos editoriales innovadores orientados a la lectura por entretenimiento para convertirse en el primer título orientado al "bello sexo" que alcanzó éxito comercial.

Palabras clave

Prensa periódica; litografía; lectoras; entretenimiento; mercado editorial.

Abstract

In the inaugural editorial to the third epoch of the newspaper, *Correo de las Niñas*, the "editorial staff" denounced that around 1872 "a dangerous disease" that "the critics" called "with justice the newspaper-mania" infected Buenos Aires (III época, N° 1, 9 July 1876: 1). Did such "newspaper-mania" exist ten years before the date that the literature accepts as the beginning of the modern editorial market in the Argentina? Or is this diagnosis an exaggeration product of nineteenth-century's hyperbolic penmanship? This article presents an approach to these questions, analyzing the panorama of weekly newspapers and lithography during the 1860s. In particular, the role of the aforementioned *Correo de las Niñas*. A publication, little studied so far, that combined a series of innovative editorial resources oriented to reading for entertainment and became, we argue, the first title oriented to the "beautiful sex" that achieved commercial success.

Keywords

Periodic press; lithography; readers; entertainment; publishing market.

¹ Profesor en Historia y Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad Nacional de La Plata, y actualmente es becario posdoctoral del CONICET. Ha realizado estancias de investigación en la Universität Rostock, Alemania, en dos ocasiones diferentes (con financiación del DAAD y del CUA/DAHZ), y es estudiante del programa de doctorado conjunto ofrecido por la UNLP y la Uni-Rostock. Su área de especialización general son la historia cultural y los estudios culturales y, más específicamente, la cultura de masas, la historia de la prensa y los estudios sobre historietas. Contacto: diegolabraunlp@yahoo.com.ar



En el editorial inaugural a la tercera época del periódico el *Correo de las Niñas. Seminario del domingo dedicado al bello sexo*, la “redacción” denuncia que hacia 1872 “una peligrosa enfermedad” que “la crítica” llamó “con justicia la periódico-manía” infectó Buenos Aires (*Correo de las Niñas* o *CdLN*, III época, N° 1, 9 de julio de 1876, 1) ¿Existió tal “periódico-manía” diez años antes que la fecha que la bibliografía acepta como el inicio del mercado editorial moderno en el país? ¿O el diagnóstico es una exageración propia del estilo hiperbólico de los redactores decimonónicos?

En este artículo, que se desprende de la investigación realizada para una tesis doctoral, ensayaremos una respuesta para estas preguntas. Para ello, primero, nos detendremos en la década de 1860, particularmente en el rol de las publicaciones semanales y la litografía durante el decenio. Segundo, destacaremos al *Correo de las Niñas*, un periódico que se mantuvo en prensa intermitentemente por más de una década desde 1868. La publicación, poco estudiada hasta el momento, combinó una serie de recursos editoriales innovadores orientados a la lectura por entretenimiento para convertirse en el primer título orientado al “bello sexo” que alcanzó éxito comercial. Tercero y último, exploraremos cómo ese semanario no fue un caso aislado, sino solo el más destacado entre la serie de publicaciones para un lectorado feminizado que protagonizó la “periódico-manía”.

La década de 1860 como parteaguas en la historia de la prensa periódica porteña

La bibliografía reciente sobre la historia del impreso y la lectura en Buenos Aires y Argentina se caracteriza por una concentración cronológica “en las postrimerías de la centuria” (Pas, *Literatura, prensa* 7). Entre las razones detrás de ello se deben contemplar una variedad de factores heurísticos y metodológicos, desde los criterios de conservación de los contemporáneos hasta el hecho que, mientras más nos acercamos al siglo XX, la producción periodística crece exponencialmente. También es cierto, como señala Hernán Pas, que existe cierta afinidad electiva entre los académicos, informada por corrientes y tradiciones tanto extranjeras como locales, que llevaron a desviar la mirada hacia los fenómenos sociales y políticos en torno a 1880.

Una consecuencia de este sesgo es que se ha validado una cronología que afirma que solo se puede hablar de un “mercado editorial moderno” en Buenos Aires luego de esa fecha (Pastormerlo). Punto de partida de los libros pioneros de la renovación en el campo de estudio del impreso decimonónico (Eujanian; Romano; De Diego), todos ellos reforzando una periodización ya propuesta por Adolfo Prieto años antes. La producción existente ha elegido mayormente preocuparse por cuando “la imprenta y el mercado editorial” alcanzaron un “desarrollo significativo”, afirma Pas (*Literatura, prensa*), eludiendo “las aristas más complejas de su condición de novedoso artefacto cultural” y el proceso por el cual se llegó a dicho estadio (7).

Pas no se encuentra solo en ese diagnóstico, ya que un puñado de investigaciones publicadas en las últimas dos décadas –disimiles en cuanto al objeto de su interés dentro de la prensa– coinciden en el llamado a atender el perfeccionamiento de diferentes aspectos del periódico durante las décadas centrales del siglo XIX, particularmente entre 1830 y 1860 (Megías; Bocco; Roman; Molina).

Este nuevo recorte cronológico también pone en entredicho el peso otorgado a la batalla de Caseros para la historia de la prensa en Buenos Aires. A pesar de ser en esencia un hecho político y militar, el derrocamiento del gobierno federal de Juan Manuel de Rosas se ha utilizado como parteaguas desde el mismo momento de la gesta, creando una imagen de esos quince años como una edad oscura y estéril para la impresión y la lectura, la cual se repitió en toda la bibliografía posterior hasta llegar a nuestros días (Galván Moreno; de Sagastizábal; Szir).

Nuestra evaluación de lo editado durante las décadas de 1840 y 1850, en cambio, demuestra que las condiciones en que era impresa no tuvo un quiebre tan sonado el año 1852. Las limitaciones que imponía un mercado editorial aún no consolidado, que llevaban a la mayoría de periódicos a desaparecer en menos de seis meses continuaban vigentes. Por la misma razón, se prolongaba la dependencia de la subvención estatal. Refuerza esta noción de continuidad la producción posterior de Pas (“Variedades y escritura”; “Eugène Sue”), en la cual explora que los aspectos que se asociaban a la “prensa moderna” de los 1870 y 1880 en realidad fueron innovaciones de la década de 1840.

Es durante la década de 1860 cuando identificamos un cambio cualitativo en la prensa porteña. Salta inmediatamente a la vista una “presencia creciente” de imágenes impresas en el “cúmulo de publicaciones” (Roman 6). Se puede apreciar además que, distanciándose de los limitados experimentos con sencillos clisés importados durante los 1850, estos nuevos periódicos contenían litografías de página completa expresamente elaboradas para ellos.

El intento de introducir imágenes en la propuesta editorial se encontró en la génesis de muchos fracasos durante los primeros sesenta años del siglo XIX. Si el prospecto de una publicación de salida periódica era ya de por sí un proyecto oneroso y arriesgado que rara vez llegaba a buen puerto, incluir ilustraciones no podía sino amplificar el desafío técnico, el costo material y el riesgo comercial. Por esta razón el éxito casi simultáneo que disfrutaron *El Mosquito* (1863-1893) y el *Correo del Domingo* (1864-1868), ambos agraciados con el expresivo y detallado trabajo del litógrafo francés Henri Meyer, representó un parteaguas.

A primera vista, ambos no podrían ser más diferentes, siendo el primero un periódico “satírico-burlesco” de cuatro páginas y suscripción mensual en línea con sus contemporáneos (Roman), y el segundo un semanario de lujosa propuesta editorial de dieciséis páginas, que tradujo su alto costo de suscripción en un uso generoso de la litografía y una oferta textual variada que privilegió la publicación de novelas por entregas. Lo que compartieron, sin embargo, fue el deseo por expandir y diversificar su público suscriptor. Para ello adscribieron a la por entonces novedosa intención de entretener al lector, desplegando un repertorio de recursos que se asociaba mayormente con lectores mujeres y jóvenes en una prensa predominantemente leída por hombres (Poblete, “Lectura y experiencia”; Pas, *Literatura, prensa*; Goldgel).

Una verdadera confluencia “entre la tecnología, las fuerzas del mercado y la estética” dentro de la cual la litografía ocupó un lugar especial (Littau 47), esta búsqueda se tradujo en un suceso hasta entonces inédito para publicaciones semanales porteñas. El éxito, reflejado principalmente en la nueva longevidad que disfrutaron, no solo redefinió las expectativas para los periódicos ilustrados, sino que vino a probar por primera vez que impresos con propuestas editoriales orientadas a la lectura por entretenimiento podían ser comercialmente viables y desembocó en el auge bautizado por el citado redactor contemporáneo como “periódico-manía”.

Mas como veremos a continuación, si hablamos de publicaciones protagonistas de la transformación del mercado editorial porteño durante la década de 1860, la trilogía está incompleta si no mencionamos al *Correo de las Niñas* (1868-¿1873?); este poco estudiado semanario ilustrado, destinado para el “bello sexo”, no solo disfrutó de buenas ventas y se mantuvo en prensa por mucho más tiempo de lo que era costumbre entonces, sino que sentó las bases para la “periódico-manía” que vendría con su propuesta editorial centrada en la noción de la lectura por entretenimiento.

El Correo de las Niñas

Quien recurra a la bibliografía, clásica y reciente, sobre la prensa en el Buenos Aires del siglo XIX extraerá una certeza casi incontrovertible: no existió ningún periódico llamado el *Correo de las Niñas*. Periódico semanal. Revista de modas, teatros, bailes, paseos, &, &, &, (1868-¿1873?). Los principales comentaristas contemporáneos, como Juan María Gutiérrez, Alberto Navarro Viola o Ernesto Quesada, no hacen ninguna mención. En el siglo XX, la producción que intentó reconstruir el panorama editorial general o específico, mayormente a partir de lo realizado por autores recién citados, también lo omitió completamente (Galván Moreno; Cavalario; Vincens). Solo recientemente, María Florencia Buret realizó una primera mención en un trabajo académico, utilizando como fuente auxiliar ejemplares de su tercera época.

El *Correo de las niñas* apareció por primera vez el domingo 6 de septiembre de 1868. Ausente su nombre en los periódicos contemporáneos y en todas las reconstrucciones historiográficas, no podemos precisar a ciencia cierta cuando terminó su “primera época”. El vacío documental nos obliga a inferir que se mantuvo entre seis y ocho años en prensa, y acumuló de doscientos y hasta trescientas entregas entre 1868 y su final entre 1873 y 1875.² Cifras impresionantes para el período y que, incluso sin contar sus sucedáneas “épocas”, lo ponen en el exclusivo club de los semanarios decimonónicos que sobrevivieron más de un lustro.

En contraste con el *Correo del Domingo*, fue un impreso materialmente más modesto que, en lugar de una propuesta editorial suntuosa y costosa para coleccionar, apostó a ser vendido de manera libre en las calles, sin necesidad de suscripción y al precio popular de un peso. Se trató de una estrategia comercial inédita para un periódico ilustrado, solo antecedida en Buenos Aires por el diario *La República* apenas unos meses antes (Cavalario 85). La apuesta, si hemos de creerle a sus productores, los condujo a tirar miles de ejemplares cada semana (*CdLN*, I época, N° 62, 7 de noviembre de 1869, 1).

Los redactores en jefe y “propietarios” se presentaron en el encabezado de cada número con nombres de fantasía, “Fray Capadocio”, quien en realidad era Máximo López Torres, y “Zorela”, seudónimo de Severo Ortiz (*CdLN*, I época, N° 5, 4 de octubre de 1868, 1). Lamentablemente, uno de los pocos hechos que conocemos con certeza acerca de la biografía de “Fray Capadocio” es que la fiebre amarilla que hizo estragos en Buenos Aires allá por 1871 arrasó con la familia López Torres (Buret 212), y terminó la corta vida de Máximo cuando este tenía solo veinte años. Su deceso prematuro propició su canonización como “padre” del semanario (*CdLN*, I época, N° 136, 4 de junio de 1871), y relegó el nombre del cofundador Severo Ortiz al olvido (*CdLN*, III época, N° 1, 9 de julio de 1876, 1).

Concebido por esta dupla, el *Correo de las Niñas* fue una empresa discursiva dispuesta a interpelar a las jovencitas con su ideario sobre cómo debía contribuir el “bello sexo” a la sociedad porteña. “Nosotros decimos que la mujer con la instruccion y educacion que hoy recibe seria lo mismo con y sin derechos”, arenga el “Fray Capadocio”, “pero que no hay razon para que su educacion sea mas limitada que la del hombre, para que su esfera de accion sea mas estrecha” (*CdLN*, I época, N° 175, 2 de marzo de 1872, 1).³ Con este fin recuperó el espíritu de *La Camelia* (1852), *Álbum de Señoritas* (1854) y sobre todo de *La Moda* (1837-1838); permitió la introducción de recursos entretenidos en la propuesta editorial del semanario –o “seducción

² El final de la primera época del *Correo de las Niñas* se encuentra entre el último número conservado en la Biblioteca Central de la Universidad Nacional de La Plata, con fecha de marzo de 1873 (*CdLN*, año IV, N° V, 23 de marzo de 1873, 1), y el lanzamiento de una “segunda” y breve encarnación en junio de 1875 (*CdLN*, II época, N° 1, 13 de junio de 1875).

³ Se mantiene la tipografía original en todas las citas.

mercantil” como la llamó Juan Bautista Alberdi— para atraer al público deseado con miel más que con vinagre (*La Moda*, N° 1, 18 de noviembre de 1837, 1).

La apreciación de los letrados porteños de la práctica de la lectura se mantenía constante desde tiempos de Alberdi, ordenándola en dos polos antitéticos: esta podía ser “seria, responsable (incluso erudita)”, o “aparencial, dispersa e imitativa” (Pas, *Literatura, prensa* 93). La primera era “legítima”, “productiva” y “masculina”, y la segunda, todo lo contrario. La lectura por placer o entretenimiento era asociada con el sexo femenino, que en el esquema de la modernidad ilustrada era entendida como menos afín a la razón: más pasional, excluida del ámbito de lo público y político, y restringida al mundo del hogar y lo privado, donde se creía que disponía de peligroso tiempo de ocio (Poblete, “Lectura y experiencia”; Batticuore; Pas, *Literatura prensa*; Goldgel; Vincens).

Como su nombre lo indica, el *Correo de las Niñas* hizo explícitamente de las “queridas lectoras” sus interlocutoras (*CdIN*, I época, N° 11, 15 de noviembre de 1867, 3). Se dejó en claro que si “las cotorras coquetas” han de declararle la guerra al semanario no es importante. La redacción contaba con “vencer” al capturar como lectorado “aquellas huries, hijas de Eva, que no pasan de veinte y cinco primaveras” para instruir las antes que la “coquetería” las alcance (*CdIN*, I época, N° 13, 29 de noviembre de 1868, 1). Es decir, la redacción encabezada por López Torres decidió apostar por recursos discursivos y formales considerados por entonces como propios de la lectura por entretenimiento u ocio; así respondió a su deseo de alcanzar al público joven y femenino para instruirlo en los valores de la civilización. Por supuesto, esto no significa que solo mujeres se hayan suscripto y leído al semanario. Pero sí implica que construyó su propuesta editorial en torno a un público lector feminizado que era considerado ajeno a la razón y afín a lo pasional, al ocio, etc.

Para empezar, predominó una confección de la página dispuesta para la lectura sencilla: cuatro páginas impresas donde predominó el blanco sobre negro de la tinta. En lugar de las clásicas dos columnas de texto, se aumentó la cantidad a tres o cuatro, dando lugar a mayor cantidad de contenido escrito por carilla. De todos modos, en términos relativos se continuó plegando la disposición tipográfica al fin de proveer una lectura más fácil, rápida y legible en comparación a los atiborrados diarios contemporáneos, que alcanzaban ya hasta seis o siete columnas.

A pesar de la consistente vocación pedagógica buscada por López Torres, la disposición formal de los discursos se mantuvo fiel a la promesa de una lectura amena y accesible. Luego del ensayo que solía ocupar la primera plana con un debate sociológico y filosófico sobre el destino de la mujer en la sociedad argentina, el semanario se caracterizó por ofrecer escrituras que fuesen sobre todo fáciles y rápidas en su consumo, “legibles” como sintetiza Beatriz Sarlo, y que privilegiaran sobre todo el “placer” y la satisfacción inmediata en el acto de leer (14).

En el *Correo de las Niñas* se escribió a los “tjeretazos” (*CdIN*, I época, N° 107, 18 de septiembre de 1870, 3), derramándose la brevedad, fragmentariedad y carácter autocontenido de la escritura presente desde las “Noticias Varias” o las “Misceláneas” al resto del periódico. Fueran en las “Estocadas”, los “Tomatazos” o las “Confesiones”, la prosa siempre fue redactada con conciencia de una necesaria inmediatez. Atrás quedaron los largos artículos de dos o tres carillas que requerían una inversión considerable de tiempo y concentración. Aquí se escribió con puntuación frecuente y párrafos cortos, y se dispuso en la página con elementos tipográficos como barras, guiones, puntos, letra negrita y posteriormente pequeños grabados, que ordenaban visualmente la lectura (*CdIN*, I época, N° 142, 16 de julio de 1871, 3).

En ninguna parte del semanario fue más cierto esto que en los “Chasques”, luego “Estocadas”, que solían cerrar cada edición del periódico (*CdIN*, I época, N° 78, 6 de marzo de 1870). Allí se agruparon parrafadas dispares, mayormente fragmentos literarios, intervenciones lúdicas y crónicas de la vida porteña, donde la sociabilidad urbana fue comentada, impresa y

publicada. También podemos encontrar escritos lúdicos como, por ejemplo, las “Charadas” firmadas por “Samuel” (*CdlN*, I época, N° 5, 4 de octubre de 1868, 4).

La sociabilidad urbana fue el eje de discusión más frecuente, pudiendo leerse acerca de las tertulias, los paseos del domingo donde se salía a ver y a ser visto, o los conciertos y eventos públicos más sonados. Por ejemplo, se informó oportunamente que la fecha de un “concierto filantrópico” se había “transferido para el Viernes 8 del corriente” (*CdlN*, I época, N° 4, 4 de octubre de 1868, 4). El *Correo de las Niñas* junto con la “Revista de la semana” –luego llamada “Capadociadas” y más tarde aún “Confidencias” (*CdlN*, I época, N° 78, 6 de marzo 1870)– ayudaron a establecer al impreso como el lugar donde leer durante el tiempo de ocio acerca de una sociabilidad asociada al recreo.

Por supuesto, López Torres no se privó de desplegar observaciones y juicios acerca de los hábitos y prácticas de ciertos sectores, y en particular de las mujeres. Pero también funcionaron como un foro donde redactores y lectores, y establecieron un diálogo impreso sobre su propia sociabilidad, como reflejó el pedido a “Palomejo” para que enviase “los cuentos y anécdotas que nos ha prometido” (*CdlN*, I época, N° 3, 27 de septiembre de 1868, 4).

Tras el fallecimiento de López Torres, “Heliogábalo” y “D’Artagnan” heredaron el control editorial del periódico, y promovieron de manera aún más proclive la lectura por entretenimiento en una posición ideológica que el fundador atribuyó a la juventud y falta de experiencias (*CdlN*, N° 37, 61 [sic] de mayo de 1869: 1). No es que “Heliogábalo”, quien sospechamos fue Benjamín Posse, negara los peligros que amenazaban la “virtud” de las mujeres en la sociedad del siglo XIX, sino que entendió pragmáticamente que una lectura que prometa “momentos agradables” puede generar más beneficios que pérdidas (*CdlN*, I época, N° 35, 9 de mayo de 1869, 4).⁴

Unos meses después de Posse (quien se incorporó a la redacción en el número treinta y siete), desembarcó en las páginas del semanario Ventura Lynch (h) o “D’Artagnan”.⁵ Originalmente ingresó como ilustrador a fines de 1869 (*CdlN*, I época, N° 63, 14 de noviembre de 1869), mas con la muerte de López Torres y la transición de Posse a director, se le asignó el puesto de redactor en jefe, mientras continuó en paralelo participando como litógrafo residente (*CdlN*, I época, N° 141, 9 de julio de 1871). Encontramos rastros de su involucramiento incluso entrada la década de 1880 (*CdlN*, VII época, N° 522, 6 de marzo de 1881).

Con la incorporación de “D’Artagnan” y sus “mosqueteros” como redactores (*CdlN*, I época, N° 85, 24 de abril de 1870, 1), el alcance del “inventario urbano” del *Correo de las Niñas* creció (Fritzsche). Mientras la “Crónica” siguió ocupándose de relatar lo “esplendido” de los paseos por el “Parque” y la “galantería” de las “tertulias” (*CdlN*, I época, N° 91, 5 de junio de 1870, 3), Lynch abrió el juego consagrando las “Estocadas” como una sección fija (*CdlN*, I época, N° 85, 24 de abril de 1870, 1), y propició la inclusión y promoción de, por

⁴ Una firma del equipo redactor que reza “Posse, Linch y Lopez Torres” nos permite deducir por proceso de eliminación que se trata del primer firmante, probablemente Benjamín Posse (*CdlN*, I época, N° 110, 2 de octubre de 1870, 1). Este fue una figura muy activa en la prensa, participando como “articulista intencionado y de elegante y personal estilo” en *El Nacional* y *La Tribuna* de los Varela, desde 1868 a 1876. También dirigió y redactó su propio periódico titulado *El Fígaro* (*El Diario*, 1933, edición extraordinaria, cuarta sección: 3). Como veremos, también fundó el imitador *Semanario de las Niñas. Semanario literario* (1872).

⁵ En una ocasión en que se despidió transitoriamente del periódico Ventura Lynch (hijo), o Ventura Robustiniiano Lynch, firma con su nombre propio (*CdlN*, I época, N° 146, 12 de agosto de 1871, 2). Nació en el seno de una familia rica y buena posición social en 1851. Como periodista participó en *El Monitor de la Campaña*, escribiendo sobre el negocio agropecuario que heredó de su padre, *La Nación* y *La Patria Argentina* (Cortazar 88 y 89). Si bien las breves biografías recuerdan su paso al frente del *Correo de las Niñas*, Lynch es mayormente recordado por sus aportes a la música nacional, un costado presente en el semanario en la forma de partituras regaladas a los suscriptores (Forte VII). Gracias al folletín *Costumbres del indio y del gaucho*, fruto de sus viajes por la campaña bonaerense, es considerado por los estudiosos como uno de los más tempranos folkloristas del país.

ejemplo, el circo Chiarini o el Teatro de la Alegría. Así, la temática que desde el comienzo había sido un eje temático predominante, se convirtió también en una fuente alternativa de ingreso para la redacción.

Salvo contadas excepciones (*CdlN*, I época, N° 34, 25 de abril de 1869, 1; *CdlN*, I época, N° 72, 23 de enero de 1870, 1; *CdlN*, I época, N° 141, 9 de julio de 1871, 1), la lectura dinámica configurada mediante la oferta de las variedades, las adivinanzas y la crónica de la sociabilidad urbana no dejaron lugar para la novela por entregas. La demanda de un consumo más involucrado, constante e intenso de la novela –para 1860 parte integral de diarios y semanarios por igual, y reconocida por Cantilo como la lectura por entretenimiento por excelencia en Buenos Aires (*Correo del Domingo*, I época, N° 1, 1 de enero de 1864, 6)– simplemente parece no haber cuajado en el periódico. Desde su bajo precio, su compromiso con una prosa legible y la falta de marcadores tipográficos o materiales que incentivaran la encuadernación de los ejemplares, las decisiones editoriales que hicieron a la propuesta editorial *Correo de las Niñas* dejan ver en claro el favor de la redacción por una lectura breve, fragmentada y diversa, rápida, extensiva y que nunca insumiera demasiado tiempo.

Además de leerse, el semanario también podía verse. La litografía fue otro de los puntos fuertes en la propuesta editorial que se integró para satisfacer ese creciente “deseo de ver y poseer imágenes” del público porteño, del cual los impresores y redactores eran más que conscientes luego del éxito del *Correo del Domingo* y *El Mosquito* (Szir 1). El gran ilustrador fue “D’Artagnan”, cuyo trabajo, aunque cualitativamente inferior al realizado por los contemporáneos Meyer y Stein, destacó entre todos los publicados.

Dos características distinguieron a la litografía en la propuesta editorial del semanario. Primero, la vocación por entretener al lector mediante lo cómico de la caricatura. Estas imágenes buscaron la risa mediante el “quiebre de previsibilidades” que habilitaba la sátira visual (Roman). Segundo, la política representó un interés relativamente menor en un repertorio temático con ejes fuertes en lo autorreferencial y la sociabilidad urbana. Los dibujos sobre los mismos redactores y el mundo de las publicaciones porteñas (*CdlN*, I época, N° 24, 14 de febrero de 1869: 4; *CdlN*, I época, N° 63, 14 de noviembre de 1869: 3; *CdlN*, I época, N° 87, 8 de marzo de 1870, 3), convivieron con otras acerca de la moda y el lujo (*CdlN*, I época, N° 66, 5 de diciembre de 1869, 3; *CdlN*, I época, N° 88, 15 de marzo de 1870, 3; *CdlN*, I época, N° 91, 5 de junio de 1870, 4; *CdlN*, I época, N° 96, 10 de julio de 1870, 8).

La actualidad que inspiró a la caricatura con mayor frecuencia fue aquella de la sociabilidad urbana y las diversiones públicas, la misma que acaparó la atención de los textos publicados en las páginas contiguas. De hecho, a menudo ilustraban directamente los mismos eventos discutidos en las “Estocadas”, sumando un nivel más a la puesta en escena, como una accidentada puesta de “MacBeth” en el Colón (*CdlN*, I época, N° 88, 15 de marzo de 1870, 3), o al espectáculo del Circo Chiarini (*CdlN*, I época, N° 93, 19 de junio de 1870, 4).

En esta selección temática, la redacción del *Correo de las Niñas* efectivamente se alejó de la urgencia de la política que caracterizaba a su principal competidor en la prensa ilustrada, *El Mosquito*. Otro tanto reconoció “Heliogábalo” al pedir disculpas a sus lectoras por publicar a causa de “un error involuntario” una “caricatura que se refiere á cuestiones políticas”, claramente fuera de lugar en un “semanario dedicado al bello sexo” (*CdlN*, I época, N° 176, 9 de marzo de 1872, 2).

Privilegiar el ocio y la sociabilidad como temas de la sátira significaba que, para descifrar hermenéuticamente el quiebre de previsibilidades donde residía lo cómico, no era ya necesario estar embebido en las últimas noticias que traficaban los diarios. Por un lado, se desanclaba la efectividad de la caricatura a la actualidad de un acontecimiento o personaje que mañana podría no ser tan relevante. Por otro, hacer foco en la cotidianidad de la vida urbana

acercaba la litografía a los intereses del lectorado feminizado que cortejaba la propuesta editorial.

La lectura de la imagen se hace accesible, legible, al convertir al periódico en su propio universo de referencia. Sin tantas intermediaciones para capturar su imaginación y desanclada de saberes externos que hicieran más trabajosa su lectura, la caricatura era lo más accesible que podía ser a ojos de esa hipotética lectora. Entonces, el *Correo de las Niñas* no funcionó solo como un “inventario urbano” para guiarse en el mundo de la sociabilidad urbana y las diversiones públicas, sino que en sí mismo promovió el entretenimiento con su lectura.

La litografía fue una parte tan importante de esta misión como la escritura legible, como lo supieron por igual defensores y detractores dentro de la redacción. En coyunturas específicas la tensión entre las diferentes posturas acerca del lugar de la moda, la frivolidad y lo entretenido llegó a plasmarse en el acto de eliminar las caricaturas del semanario (*CdlN*, I época, N° 174, 24 de febrero de 1872, 1). Mas, bajo esta dirección mancomunada de “Heliogábalo” y “D’Artagnan”, la vocación pedagógica, necesaria debido al horizonte de posibilidad del discurso sobre el ocio, la lectura y la mujer, se fue diluyendo a una expresión menos militante que en los años de Máximo López Torres.

Es por ello que restituir el periódico en la cronología de la prensa porteña es análogo a poner una pieza de rompecabezas en un hueco que tenía su forma. La transformación formal y material del periódico en la década de 1860 fue tan importante como el *Correo del Domingo* y *El Mosquito*. Consolidando en el imaginario editorial el éxito que podía alcanzar una publicación “dedicada al bello sexo”, desató una verdadera catarata de imitaciones que contribuyeron al diagnóstico de una “periódico-manía” que enfermó a Buenos Aires hacia 1870 (*CdlN*, III época, N° 1, 9 de julio de 1876, 1).

La década de 1870 comienza con una “periódico-manía”

Como ya mencionamos, la longevidad del *Correo de las Niñas* fue un primer signo de su éxito, teniendo en cuenta la corta vida media de cualquier publicación porteña. Conocer a ciencia cierta cuántos ejemplares vendió es más difícil porque la única fuente al respecto es el propio periódico, y es sabido que los redactores exageraban las cifras con fines publicitarios (Pas, *Literatura, prensa*; Roman). Según diversos editoriales, la tirada del semanario alcanzó entre seis mil y ocho mil ejemplares (*CdlN*, I época, N°53, 5 de septiembre de 1869, 1; *CdlN*, I época, N° 96, 10 de julio de 1870, 6), un guarismo descomunal para el período que lo pondría en la misma liga que *La Tribuna* (1853-1884), uno de los diarios contemporáneos más vendidos (Pastormerlo).

Aunque esas cifras fuesen reales, si solo se tratase del éxito de una o dos publicaciones difícilmente se hubiese declarado que Buenos Aires se sumía en una “fiebre periodística” que pobló las calles de la ciudad con “cuadrillas de muchachos atronando los oídos de los transeúntes con las voces del ‘El Yris. La Cartera misteriosa, La Aurora’ y otras publicaciones...”; y una pluralidad de “pasquines” réprobos que “lograron llamar la atención” de “todo el mundo, jóvenes, viejos, hombres, mujeres, grandes y chicos” (*CdlN*, III época, N° 1, 9 de julio de 1876, 1).

Los catálogos de colecciones conservadas en los repositorios documentales (por ejemplo, en la Biblioteca Nacional “Mariano Moreno”, la Biblioteca Central de la Universidad Nacional de La Plata, el Museo Histórico Nacional, etc.), sin embargo, respaldan el diagnóstico arrojando un marcado incremento en la cantidad de periódicos conservados, comenzando a crecer sostenidamente desde 1869 y marcando un punto álgido hacia 1872, año que el editorial señala como el cenit de la “enfermedad” de los “pasquines”. Lo que es más, la mayoría de estos títulos se promocionaban como orientados a la mujer lectora.

Algunos impresos oportunistas como *La Cartera Misteriosa. Periódico potpurri* (1872) o *La Campana. Periódico de Literatura joco-seria* (1872) intentaron aprovechar al auge de la prensa orientada al “bello sexo” disfrazando sus propuestas editoriales afines a un diario político con secciones como “Correrías”, “Chismes” (*La Carta Misteriosa*, N° 12, 3 de marzo de 1872, 1). Otros, se apegaron con más dedicación al semanario analizado en este artículo, imitando recursos discursivos, formales y materiales, o hasta el título, convirtiendo a “...de las Niñas” en una marca de época.

Del *Semanario de las Niñas. Semanario literario* (1872), cuyo redactor en jefe fue Benjamín Posse, solo se conserva el primer número lanzado el 12 de mayo de 1872. No mucho más conocemos de *El Recreo de las Niñas. Semanario dedicado al bello sexo* (1872), cuya admiración por López Torres fue tan grande que no solo el redactor eligió como seudónimo “Fray Jerundio”, sino se plagió por completo el texto “La mujer” (*El Recreo de las Niñas*, N° 2, 27 de octubre de 1872, 1), publicado originalmente un año antes (*CdlN*, N° 138, 18 de junio de 1871, 1).

Todo indica que *El Eco de las Niñas. Semanario satírico literario* (1871-1872) alcanzó alguna medida de éxito, contando solo “ocho cientos noventa y nueve” lectores en su “séptima lista de suscripción” (*El Eco de las Niñas*, N° 32, 18 de febrero de 1872: 1), pero permaneciendo en prensa durante por lo menos dos años. Se lanzaron además una segunda época con el subtítulo “Semanario de literatura y variedades” (*El Eco de las Niñas*, N° 72 24-11-1872: 1), y una publicación complementaria, el *Ecos Perdidos. Periódico semanal ilustrado. Joco-sério, crítico-burlesco* (1872), que básicamente consistía en una propuesta editorial idéntica al *Eco de las Niñas*, pero con el agregado de la litografía.

En el caso de *El Eco de las Niñas* encontramos nombres conocidos entre los créditos. “El Peregrino”, infame redactor en jefe provisorio que quitó las caricaturas del *Correo de las Niñas* (I época, N° 174, 24 de febrero de 1872, 1), fue uno de los colaboradores. A la cabeza de su segunda época encontramos a Casimiro Prieto Valdés y Eduardo Vila de Stultz (*El Eco de las Niñas*, N° 72, 24 de noviembre de 1872, 1), quienes, junto a dos otros redactores reincidentes, Fernando Centeno y Eugenio Matta, habían formado parte del semanario de corta vida llamado *El Alba. Revista semanal de literatura, modas y teatros. Dedicada a las hijas de Eva* (1868-1869). La coincidencia no fue una excepción, sino indicio de la red compacta de personajes que circularon entre diferentes publicaciones para el “bello sexo” hacia 1870.⁶

El seguimiento del elenco también revela que este no fue un circuito autocontenido, sino que se superponía sobre otro círculo preexistente, cuyo epicentro fue la Universidad de Buenos Aires. Los mismos jóvenes estudiantes que colaboraron en semanarios como *Correo de las Niñas* o *Eco de las Niñas*, también nutrían las redacciones de “periódicos literarios” y políticos relacionados con la sociabilidad estudiantil universitaria, como lo fueron *La Regeneración* (1857-1858), *La Nueva Generación* (1858, 1860 y 1861), *La Universidad* (1864), *El Eco de la Juventud* (1864) o *El Estudiante* (1867, 1872).

La relación con el estudiantado de la Universidad de Buenos Aires fue explícita en el *Correo de las Niñas*. Temprano en la historia del periódico se excusó a ciertos redactores de participar en un número, aduciendo que eran “pobres estudiantes” en época de examen (*CdlN*, I época, N° 13, 29 de noviembre de 1868, 2). Esta fue una figura retórica que se repitió a lo largo de los años. En otro ejemplo, este de 1869, con ocasión de la incorporación de “Cárlos”

⁶ Como “El Peregrino”, “Ariosto” formó parte tanto del *Correo de las Niñas* y *El Eco de las Niñas*, mientras que como vimos, Posse creó el *Semanario de las Niñas*. Fernando Centeno transitó por *El Alba*, *El Correo de las Niñas* y posiblemente bajo el seudónimo “Damasco Centeno” fue parte de *El Recreo de las Niñas* (N° 1, 20 de octubre de 1872, 1). “El Solitario” y “Mehemet”, ambos colaboradores en *La Cartera Misteriosa* (N° 12, 3 de marzo de 1872, 1), fueron respectivamente redactor principal de *La Campana* (N° 2, 8 de septiembre de 1872, 4) y colaborador del *Recreo de las Niñas* (N° 1, 20 de octubre de 1872, 1).

en calidad de colaborador se da a entender que la mayoría de los colegas en la redacción son estudiantes como él (*CdLN*, I época, N° 30, 28 de marzo de 1869, 4). Inversamente, encontramos en *Los Negros* (1869-1870), un periódico definido como foro de la intelectualidad joven de “nuestra Universidad” (*Los Negros*, N° 6, 24 de abril de 1869, 2), artículos firmados por “El Peregrino” (*Los Negros*, N° 25, 6 de septiembre de 1869, 1; *LN*, N° 95, 21 y 22 de enero de 1871, 4), e ilustraciones de “D’Artagnan” (*Los Negros*, N° 33, 31 de octubre de 1869, 1). Máximo López Torres, quien recordemos murió con solo veinte años, fue identificado como estudiante y colaborador asiduo de esa prensa universitaria (*CdLN*, I época, N° 136, 4 de junio de 1871, 1).⁷

Esta imagen de un efervescente mundo de semanarios editados para entretenimiento e instrucción de un lectorado feminizado, como hemos señalado al comienzo, contradice el consenso cronológico establecido por la bibliografía más general (Prieto; Eujanian; Romano; De Diego), y anticipa por más de un lustro la periodización propuesta por Vincens para los periódicos destinados al “bello sexo” (89) ¿Era posible acaso un auge editorial de este calibre antes de la década fundacional de 1880?

La lectura de algunos autores, como Juan Poblete (“De la lectura”), nos permiten interpretar el aumento de las ventas de periódicos en Latinoamérica hacia el último tercio del siglo como consecuencia de la incorporación paulatina de un lectorado diversificado perteneciente a incipientes sectores medios urbanos. En números absolutos, la transformación económica empujó el crecimiento demográfico, aumentando la cantidad consumidores de manera exponencial en el lapso de unas pocas décadas (Newland). Pero, también, produjo un “vasto y heterogéneo conjunto que suele subsumirse bajo el nombre de clases medias” que comenzaba a definir sus contornos hacia 1870 (Hora y Losada 623 y ss.), y que ingresaba al pujante mercado de consumo con su disponibilidad (limitada) de dinero y tiempo (Rocchi 20).

Otro punto a favor de la hipótesis de los lectores de sectores medios como el factor de peso son los índices de alfabetización particularmente altos de Buenos Aires en relación con el resto del país, e incluso del mundo. Gracias a las campañas alfabetizadoras impulsadas por Sarmiento desde 1860 (Batticuore), pero por sobre todo a la oferta de las instituciones privadas que de manera constante satisficieron la demanda educativa de los sectores altos y medios de la ciudad (Newland 54 y ss.), al filo de 1870 en la capital se duplicaban los porcentajes de alfabetización nacional con más de un cuarenta y seis por ciento (Newland; Pas, *Literatura, prensa*). Especialmente importante a los periódicos analizados aquí era el guarismo por sexo, las mujeres también llegaban a casi la mitad que se reconocía con la capacidad de leer (Batticuore; Vincens).

Otro efecto del crecimiento económico vertiginoso sobre la prensa fue la publicidad. A medida que se consolidaba un mercado de consumo en la ciudad, la demanda por publicitar comercios y productos comenzó a ser un factor más importante en las estrategias comerciales de redactores e impresores porteños. Claudia Roman señala a Henri Stein, quien heredó hacia 1870 la dirección de *El Mosquito*, como un pionero en este respecto, conjugando en sus publicidades ilustradas “el sostén económico de la publicación, el cuidado de su propuesta visual y la dimensión satírica del periódico” en una salida tan innovadora como elegante (299).

El *Correo de las Niñas*, que a diferencia de los semanarios para el “bello sexo” u orientados a la lectura de entretenimiento que lo antecedieron hizo lugar a la publicidad desde

⁷ La pertenencia de estos redactores en circuitos de mayor respetabilidad, como la Universidad de Buenos Aires y la nómina de periódicos diarios políticos y mercantiles, también ofrece una posible explicación a la práctica ubicua del uso de seudónimos. La participación en semanarios orientados a la lectura por entretenimiento de un lectorado feminizado se presentaba como un prospecto dañino para la reputación periodística, e incluso reputación a secas, de estos jóvenes letrados que se codeaban en los círculos más altos de la sociedad porteña. Solo la muerte, como en el caso de López Torres, pareció eximir de la necesidad de ello.

su comienzo, también fue parte de este salto cualitativo en lo comercial. Hacia su número centenario, la venta de espacio de la página se adoptó como parte integral de la propuesta editorial, promocionando que la publicación se prestaba “admirablemente para los AVISOS de interés doméstico, de ornato, de artículos de lujo, de superfluidades, de modas”, todo lo que interesaba a las familias “verdaderas consumidoras” que leían el periódico “de punta á cabo” (*CdLN*, I época, N° 96, 10 de julio de 1870, 6).

Este rumbo se aceleró hacia fines de 1871, ya sin López Torres como parte de la redacción, cuando aparecen los primeros anuncios a página completa promocionando el taller fotográfico de Victoria 528 (*CdLN*, I época, N° 164, 16 de diciembre de 1871, 4), o a la tienda de guantes y sombreros “Orion” de calle San Martín 120 (*CdLN*, I época, N° 170, 27 de enero de 1872, 4; *CdLN*, I época, N° 171, 5 de febrero de 1872, 1). Ese mismo año se publicó el *Almanaque del correo de las niñas: para 1871* (1871), en el que se combinó un calendario y alrededor de setenta páginas de variedades, epigramas, textos literarios y chistes con treinta y siete páginas de avisos. Esta estrategia no fue exclusiva de Lynch, encontrando ejemplos de avisos ilustrados de Hesperidina o Sombreros Perissé en otras publicaciones de la “periódico-manía” (*El Eco de las Niñas*, N° 32, 18 de febrero de 1872, 4).

En conclusión, hemos intentado demostrar hasta aquí que los periódicos editados durante la década de 1860 y 1870 no solo protagonizaron una “periódico-manía” desatada en Buenos Aires, entre los que destacamos el poco citado semanario *Correo de las Niñas*, sino que antecedieron en términos cuantitativos al “mercado editorial moderno” que la bibliografía ubica hacia 1880. Aún más, afirmamos que publicaciones como esta, y otras como el *Correo del Domingo*, *El Mosquito*, etc., representaron cualitativamente un salto en aspectos discursivos, formales y comerciales que posibilitaron esa “modernización”.

La descripción que hace Geraldine Rogers de *Caras y Caretas* (1898-1941), destacada por el “uso fragmentario, rápido y extensivo” que distinguió su “mezcla desprejuiciada” (38), la “centralidad” que otorga a “la fotografía de actualidad”, la “ficcionalización de las noticias”, el “sustento en los anuncios” y su intención de alcanzar una “amplia audiencia” mediante un “bajo precio” (17), demuestra cuánto del *magazine* pionero que revolucionó la prensa porteña fue en realidad fue una continuación de una propuesta editorial que venía siendo configurada desde hacía tres décadas antes.

Obras citadas

Fuentes

La Moda. Buenos Aires, 1837-1838.

Camelia. Buenos Aires, 1852.

Álbum de Señoritas. Buenos Aires, 1854.

El Mosquito. Buenos Aires, 1863-1893.

Correo del Domingo, primera época. Buenos Aires, 1864-1868.

Correo de las Niñas, primera época. Buenos Aires, 1868-¿1873?

Correo de las Niñas, tercera época. Buenos Aires, 1876-1877.

Correo de las Niñas, séptima época. Buenos Aires, 1881-?

El Alba. Buenos Aires, 1868-1869.

Almanaque del correo de las niñas para 1870: dedicado a las bellas porteñas. Buenos Aires, 1870.

Almanaque del Correo de las Niñas: para 1871. Buenos Aires, 1871.

El Eco de las Niñas. Buenos Aires, 1871-1872.

Ecos Perdidos. Buenos Aires, 1872.

La Cartera Misteriosa. Buenos Aires, 1872.

La Campana. Buenos Aires, 1872.
Semanario de las Niñas. Buenos Aires, 1872.
El Recreo de las Niñas. Buenos Aires, 1872.

Referencias

- Batticuore, Graciela. *La mujer romántica: Lectoras, autoras y escritores en la Argentina: 1830-1870*. Buenos Aires, Edhasa, 2005.
- Bocco, Andrea. *Literatura y periodismo 1830-1861. Tensiones e interpretaciones en la conformación de la literatura argentina*. Córdoba: Ed. Universitat/Facultad de Filosofía y Humanidades, Universidad Nacional de Córdoba, 2004.
- Buret, María Florencia. *La emergencia de la literatura fantástica argentina en revistas culturales (1861-1884). Americanismo y cosmopolitismo en los textos fantásticos de Gorriti, Wili (Torres y Quiroga), Monsalve y otros autores*. Tesis doctoral. Doctorado en Letras. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad Nacional de La Plata, 2017. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1461/te.1461.pdf> [Consultado el 4 de junio de 2018]
- Cavalero, Diana. *Las revistas ilustradas en el siglo XIX*. Buenos Aires, Asociación Argentina de Editores de Revistas, 1996.
- Cortazar, Augusto Raúl. “Quién es quién en el folklore. Ventura R. Lynch”. En *Selecciones Folklóricas Codex*, núm. 1, 1965, pp. 88-90.
- De Diego, José Luis (dir). *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2006.
- de Sagastizábal, Leandro. *La edición de libros en la Argentina. Una empresa de cultura*. Buenos Aires, Eudeba, 1995.
- Eujanian, Alejandro. *Historia de las revistas argentinas 1900-1950: La conquista del público*. Buenos Aires, Asociación Argentina de Editores de Revistas, 1999.
- Forte, Vicente. “Estudio preliminar”. En Lynch, Ventura. *Cancionero Bonaerense*. Buenos Aires: Imprenta de la Universidad, 1925, pp. V-XIV.
- Fritzsche, Peter. *Reading Berlin 1900*. Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press, 1996.
- Galván Moreno, Carlos. *El Periodismo Argentino. Amplia y documentada historia desde sus orígenes hasta su presente*. Buenos Aires, Editorial Claridad, 1944.
- Goldgel, Víctor. *Cuando lo nuevo conquistó América. Prensa, moda y literatura en el siglo XIX*. Siglo Veintiuno, Buenos Aires, 2013.
- Hora, Roy y Losada, Leandro. “Clases altas y medias en la Argentina, 1880-1930. Notas para una agenda de investigación”. En *Desarrollo Económico*, núm. 200, 2011, pp. 611-630.
- Littau, Karin. *Teorías de la lectura: libros, cuerpos y bibliomanía*. Buenos Aires, Manantial, 2008.
- Megías, Alicia. “Prensa y formación de la opinión pública. Rosario a mediados del siglo XIX. En *Cuadernos del Ciesal*, núm. 4, 1998, pp. 67-87. http://historiapolitica.com/datos/biblioteca/prensaxix_megias.pdf [Consultado el 25 de octubre de 2017]
- Molina, Hebe Beatriz. *Como crecen los hongos. La novela argentina entre 1838 y 1872*. Buenos Aires, Teseo, 2011.
- Newland, Carlos. *Buenos Aires no es pampa: La educación elemental porteña 1820-1860*. Buenos Aires, Centro Editor Latinoamericano, 1992.
- Pas, Hernán. “Eugène Sue en Buenos Aires. Edición, circulación y comercialización del folletín durante el rosismo”. *Varia Historia*, núm. 64, 2018, 193-225.

- Pas, Hernán. “Variedades y escritura periódica. Notas para una historia del folletín en el Río de la Plata”. En Delgado, Verónica y Rogers, Geraldine (eds.). *Tiempos de papel: Publicaciones periódicas argentinas (siglos XIX-XX)*. La Plata, Universidad Nacional de La Plata, 2016, pp. 54-66. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.488/pm.488.pdf> [Consultado el 13 de febrero de 2018]
- Pas, Hernán. *Literatura, prensa periódica y público lector en los procesos de nacionalización de la cultura en Argentina y en Chile (1828-1863)* Tesis doctoral. Doctorado en Letras. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad Nacional de La Plata, 2010. Disponible en: <http://www.fuentesmemoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.356/te.356.pdf> [Consultado el 25 de octubre de 2017]
- Pastormerlo, Sergio. “1880-1899. El surgimiento de un mercado editorial”. En De Diego, José Luis (dir.). *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2006, pp. 1-28.
- Poblete, Juan. “De la lectura como práctica histórica en América Latina: la primera época colonial y el siglo XIX”. *Cuadernos de Literatura*, núm. 39, 2016, pp. 57-94.
- Poblete, Juan. “Lectura y experiencia de lo nacional: los almanaques en el siglo XIX chileno”. En Schidt-Welle, Friedhelm (ed.). *Ficciones y silencios fundacionales. Literaturas y culturas poscoloniales en América Latina (siglo XIX)*. Madrid, Iberoamericana/Vervuert, 2003, pp. 285-297.
- Prieto, Adolfo. *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*. Buenos Aires, Siglo XXI, 2006 [1988].
- Rocchi, Fernando. *Chimneys in the desert. Industrialization in Argentina during the export boom years, 1870-1930*. Stanford, Stanford University Press, 2006.
- Rogers, Geraldine. *Caras y Caretas: Cultura, política y espectáculo en los inicios del siglo XX argentino*. La Plata, EDULP, 2008. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.413/pm.413.pdf> [Consultado el 13 de febrero de 2018]
- Roman, Claudia. *La prensa satírica Argentina del Siglo XIX: palabras e imágenes*. Vol. 1 y 2. Tesis doctoral. Doctorado en Letras. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Buenos Aires, 2010.
- Romano, Eduardo. *Revolución en la lectura. El discurso periodístico-literario de las primeras revistas ilustradas rioplatenses*. Buenos Aires, Catálogos/El Calafate Editores, 2004.
- Sarlo, Beatriz. *El imperio de los sentimientos: Narraciones de circulación periódica en la Argentina [1917-1927]*. Buenos Aires, Catálogos, 1985.
- Szir, Sandra. “De la cultura impresa a la cultura de lo visible. Las publicaciones periódicas ilustradas en Buenos Aires en el Siglo XIX”. Colección Biblioteca Nacional Estudios, 2010, 18:36.
- Vincens, María. “Pasiones prohibidas: lectoras, consumo y periodismo en la Argentina de 1880”. *Badebec*, vol. 4, núm. 7, 2014, pp. 85-108.