

Magazines y periódicos: zonas de superposición en la lucha por el mercado (1898-1904)

por Geraldine Rogers
(Universidad Nacional de La Plata)

RESUMEN

La relación entre el semanario Caras y Caretas y los periódicos La Nación y El Diario muestra indicios de competitividad en el incipiente campo periodístico y una marcada tendencia a la adaptación a los requerimientos del mercado. Alrededor de 1900 diarios y revistas comenzaban a disputarse anunciantes y lectores, por lo que intentaban capitalizar las técnicas y formatos más aceptados. Esto explica la incorporación de ciertas formas narrativas (como el folletín) y una cambiante valoración de los materiales publicables, según los recursos técnicos de los que disponían (por ejemplo la capacidad de procesar e imprimir fotografías) y de la posición en el campo periodístico. Esta dinámica produjo transformaciones rápidas, diversidad, y paradójicamente, ciertas coincidencias, ya que diarios y revistas se copiaban unos a otros los recursos que garantizaban su prosperidad.

Hacia fines del siglo XIX el naciente campo periodístico argentino era ya muy sensible a la lógica del mercado, que se volvía hegemónica determinando el modo de funcionamiento de diarios y revistas en un terreno cada vez más interdependiente: el robo de formatos, la copia de recursos técnicos y la circulación de profesionales entre uno y otro medio eran moneda corriente y generaban un espacio permeable a los préstamos y traspasos.¹

La modernización de la prensa en el cambio de siglo implicó que sin dejar de cumplir las funciones políticas que habían sido dominantes hasta entonces, obtuviera una gradual autonomía económica de partidos y facciones, a cambio de una mayor dependencia del éxito de venta y de la capacidad de atraer a sus páginas anuncios comerciales. El grado de modernización es, por supuesto, relativo, según las instituciones y los términos de comparación que se tomen en cuenta. Algunos especialistas actuales tienden a considerar el proceso como algo más tardío y sostienen que si bien el periodismo adecuaba sus estrategias de interpelación y su aspecto formal a un público cada vez más amplio, todavía funcionaba en forma dependiente del sistema político por su modo de financiamiento y por su estilo.² Los contemporáneos, en cambio, advertían ya hacia fines de siglo importantes indicios de autonomización económica con respecto a la política.³

¹ Las reglas básicas de funcionamiento del campo periodístico provienen de Bourdieu, Pierre. "L'emprise du journalisme", en *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, n° 101-102, Paris, Seuil, marzo 1994, pp. 3-9.

² Saïta, Sylvia. *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*, Buenos Aires, Sudamericana, 1998, p. 28. Cf. también Zimmermann, Eduardo. "La prensa y la oposición política en la Argentina de comienzos de siglo. El caso de *La Nación* y el partido republicano", en *Estudios sociales*, año VIII, n° 15, Santa Fe, Argentina, 2° semestre de 1998, pp. 45-70; Sidicaro, Ricardo. *La política mirada desde arriba. Las ideas del diario La Nación 1909-1989*, Buenos Aires, Sudamericana, 1993; Ramos, Julio. "Límites de la autonomía: periodismo y literatura", en *Desencuentros de la modernidad en América Latina*. México, Fondo de Cultura Económica, 1989.

³ Cf. Navarro Viola, Jorge. "Los nuevos rumbos del periodismo", en Navarro Viola, Jorge (director). *Anuario de la prensa argentina 1896*, Buenos Aires, Coni, 1897.

En un número especial *La Nación* dice que desde 1883 "la administración dio a la empresa, exclusivamente política hasta aquella fecha, un carácter comercial, y el diario, sin dejar de mantener su bandera, entró en un terreno más sólido, encauzándose en la corriente de avisos de que estaba apartado, y que es la principal fuente de que vive el periodismo". *La Nación. Un siglo en sus columnas*, Buenos Aires, edición especial de *La Nación*, 4 de enero de 1970.

En el *Anuario de la prensa argentina 1896* se señalaba, además, la tendencia a la disminución de la cantidad de diarios y a la multiplicación del número de magazines ilustrados y otras revistas dedicadas a intereses específicos. La información diaria se había concentrado en sólo seis periódicos de información general que aumentaban su tirada y mejoraban sus técnicas de impresión —*La Prensa, La Nación, El Diario, El Tiempo, Tribuna y La Voz de la Iglesia*— mientras muchos otros desaparecían. Las revistas, por su parte, invadían de tal modo el mercado que amenazaban con desplazarlos:

El resultado inmediato de este enorme desarrollo adquirido por el periodismo especial, parece haber sido la disminución numérica de los grandes diarios, del periódico en general. Esta vez los pequeños, con la fuerza del número, se diría que han absorbido a los más grandes [...]. Si comparamos los diarios que existían [en] el año 1878, que hemos enumerado, con los que actualmente existen [...] vemos que su número no ha crecido en proporción con el total de la prensa.⁴

Para compensar, los diarios incorporaban un contenido más misceláneo e intentaban copiar algunos recursos gráficos, como el grabado y más tarde la fotografía, que atraían fuertemente a los lectores de revistas:

La prensa ilustrada, que no contaba en un principio más que con dos o tres representantes destinados a la caricatura política, aumenta paulatinamente en calidad y número, comenzando la publicación de los periódicos y revistas ilustradas de todo género, tan abundantes hoy. Hasta los mismos diarios no vacilan ya en intercalar en sus columnas grabados que no siempre satisfacen los deseos de un público cada vez más exigente.⁵

En la Argentina la lucha por el mercado generó una zona de intersección entre diarios y revistas, siguiendo una tendencia iniciada a fines de la década de 1880 en el periodismo norteamericano.⁶ La relación de *Caras y Caretas* con los periódicos —señalaremos aquí los casos de *El Diario* de Manuel Láinez y *La Nación* de los Mitre— muestra que desde fines del siglo XIX agentes e instituciones del campo periodístico ejercieron una supervisión permanente sobre las actividades de los otros, a fin de sacar provecho de sus triunfos y contrarrestar sus avances. Esta dinámica producía una transformación incesante, que era, por un lado, fuente de diversidad, y por otro, generadora de cierta uniformidad en la oferta, ya que diarios y revistas se copiaban unos a otros los recursos a los que atribuían el éxito.

La Nación, el diario de “elevado espíritu” leído por “los doctores, los maestros y los estudiantes”⁷ se distinguía de *Caras y Caretas*, que estaba destinada a un público mucho más heterogéneo en cuanto a su formación, clase social, edad y género. Pero aun con estas diferencias, una serie de elementos muestra una importante historia en común y señala vínculos que no han sido hasta ahora estudiados. Bartolomé Mitre y Vedia, que había dirigido el diario hasta 1893 y era el hijo mayor de su fundador, figuraba como director de *Caras y Caretas* en la circular del 19 de agosto de 1898 en la que se anunciaba la próxima salida de la revista. Sin embargo, el proyecto no pudo concretarse: Mitre y Vedia renunció al cargo cuando el primer número estaba en prensa y retiró a último momento sus textos ya impresos. Las razones de la

⁴ Navarro Viola, Jorge. *Op. cit.*, p. 19.

⁵ El anuario dice que en 1896 los diarios comenzaban a “abarcar todas las materias posibles” para un público que “comprende de todo y todo lo quiere: literatura, ciencia, política y filosofía, novedades y crónica social o policial. Todo se lo tiene que servir en forma corta y concreta”. Navarro Viola, Jorge. *Op. cit.*, pp. 18-23.

Navarro Viola, Jorge. *Op. cit.*, p. 18-19.

⁶ Hollis, Daniel Webster. “New York World”, en *The Media in America*, Santa Barbara, ABC-Clio, 1995.

⁷ Términos de Blasco Ibáñez citados por Saïta, Sylvia. *Op. cit.*, p. 32.

decisión que no son claras, aunque se la suele atribuir a presiones del general Mitre sobre su hijo. El anuncio había tenido cierta repercusión, por lo que el ex director se excusó públicamente firmando la nota “Sin careta” en la primera edición del semanario.⁸ Además de este intento fallido en la dirección, las dos publicaciones compartieron un grupo de escritores y periodistas profesionales en el permeable aparato cultural de la época:⁹ Jorge A. Mitre, Francisco Grandmontagne, José S. Álvarez, Godofredo Daireaux, Juan Pablo Echagüe, Alberto Ghirardo, Julio Jaimes (Brocha Gorda), Roberto Payró, Pedro Palacios (Almafuerte) y Casimiro Prieto (Aben Xcar, Alí Atar), entre otros. Pero ni sus diferencias ni sus afinidades impidieron que ambas publicaciones entablaran una competencia en el mercado. Una serie de cambios producidos en *Caras y Caretas* y en *La Nación* entre 1898 y 1904 pueden interpretarse en ese sentido. Modificaciones mutuas dan cuenta de una dinámica interrelación entre magazines y periódicos que —aun siendo muy diferentes— se disputaban parte del público y de los anunciantes, se copiaban los formatos y compartían el staff de periodistas, estableciendo con ello un área de superposición.

Desde el primer número en 1898, y sin perder de vista su carácter misceláneo y multifuncional, *Caras y Caretas* adoptó funciones informativas: dedicaba un espacio importante a notas de actualidad semanal acompañadas con fotografías, que los diarios todavía no podían incluir en su edición cotidiana. Los periódicos registraron ese avance de diverso modo: *El Diario*, fundado por Manuel Láinez en 1881, intentó desacreditar desde sus páginas la credibilidad de la imagen fotográfica en los semanarios ilustrados, mientras que *La Nación* invadió a su vez el espacio del magazine editando un suplemento semanal, de menor tamaño, contenido misceláneo y multitud de fotografías. Cuando entre 1903 y 1904 los periódicos comenzaron a incorporar fotos en su edición diaria, *Caras y Caretas* —la revista más exitosa de aquellos años— vio amenazado su lugar de privilegio como gran vidriera de imágenes, lo que la impulsó a su vez a nuevos cambios: aumentó la oferta de material coleccionable no sometido a la exigencia de actualidad y comenzó una nueva etapa con la publicación de su primer folletín, un género que había demostrado desde mucho antes su éxito en los periódicos.

Como veremos, la polémica que *Caras y Caretas* entabló con *El Diario* a propósito de la fotografía periodística corrobora el perfil moderno y competitivo que comenzaba a adquirir el naciente campo periodístico. Los criterios para adjudicar valor al material publicable (su carácter de imagen o de texto, por ejemplo, o su calificación con relación a valores como la “fidelidad” a los hechos, la actualidad, el carácter instructivo o de entretenimiento, su cualidad efímera o resistente al paso del tiempo, entre otros) comenzaban a depender de los recursos técnicos de los que cada institución disponía y de su posición relativa en términos de competencia dentro del campo periodístico.

Fotografía y miscelánea: del semanario al periódico

Caras y Caretas entraba en prensa los jueves a la mañana y salía a la venta los sábados. La edición del 6 de julio de 1901 incluía una nota titulada “Los sucesos del miércoles. Manifestación antiunificadora”.¹⁰ Allí se aclaraba que el objetivo en estas dos páginas no era relatar lo sucedido en la protesta (que había derivado en actos de violencia contra Roca y Pellegrini y contra los periódicos oficialistas *La Tribuna* y *El País*) sino publicar fotografías sobre esos hechos, que muchos de los lectores ya habían leído en los diarios. La aclaración muestra el valor diferencial y específico atribuido a la llamada “información gráfica” o “información ilustrada” con relación a la escritura:

Ya en máquina nuestro periódico, la gravedad de los sucesos ocurridos el miércoles en Buenos Aires, nos obliga a retirar algunos materiales para dar cabida a las notas

⁸ Mitre y Vedia, Bartolomé. “Sin careta”, en *Caras y Caretas*, n° 1, Buenos Aires, 8/10/1898.

⁹ Cf. Rivera, Jorge B. “Prólogo”, en *Textos y protagonistas de la bohemia porteña*, Buenos Aires, CEAL, 1980, p. III.

¹⁰ *Caras y Caretas*, n° 144, Buenos Aires, 6/7/1901.

ilustradas que de dichos sucesos nos fue posible obtener y a las que no podemos acompañar más que con algunas líneas escritas a la ligera. Por otra parte nos releva de hacer más detallada esta crónica las muy completas aparecidas en los diarios.

Desde el comienzo *Caras y Caretas* incluyó notas informativas en las que abordaba hechos y protagonistas de la actualidad social, política y cultural de la semana, del mismo modo en que lo hacían los periódicos. Sin embargo, agregaba el plus de las ilustraciones fotográficas, novedad que los diarios argentinos todavía no estaban en condiciones de incluir por razones técnicas ligadas al tiempo de producción.¹¹ La condición prodigiosa y a la vez aparentemente irrefutable de las imágenes captadas por la cámara garantizó desde el principio el ávido interés de los lectores, que si bien estaban habituados al uso de la fotografía en retratos y paisajes contaban ahora con la posibilidad de curiosear escenas de acontecimientos muy recientes, como fiestas populares y de la alta sociedad, estrenos teatrales, visitas protocolares y actos políticos.¹²

Los números especiales que la revista dedicaba a sucesos notables y recientes generaban ventas extraordinarias y reediciones por la predilección de los lectores hacia las fotografías. Entre agosto y septiembre de 1900 *Caras y Caretas* convirtió el asesinato del rey italiano Humberto I en un verdadero suceso mediático. Las circunstancias y los protagonistas —un regicidio cometido en un atentado anarquista— eran propicios para suscitar la curiosidad popular y la revista sacó provecho de la oportunidad. Además de la abundante “información gráfica” que fue publicando en todos los números durante esas semanas, solicitó mediante un aviso “a los fotógrafos y aficionados del país, las vistas que hayan tomado”¹³ de los homenajes, desfiles y otras manifestaciones de duelo realizadas en las provincias. Las colaboraciones —que eran pagadas— integraron una edición extraordinaria¹⁴ de 90 páginas y 500 imágenes (ilustraciones, fotografías y grabados) de la que se vendieron 60.000 ejemplares. *Caras y Caretas* usó este recurso antes que los otros semanarios argentinos que, en general, no publicaban todavía notas de actualidad, y cuyo uso de la fotografía se limitaba al retrato.

El avance de esta revista en el espacio informativo, gracias a su superioridad técnica en el plano de las imágenes, potenció los esfuerzos por contrarrestar la competencia dentro del campo periodístico. El 4 de septiembre de 1904 *La Nación* invadió el campo del magazine ofreciendo una miscelánea que tenía mucho en común con el contenido del semanario:¹⁵ un suplemento ilustrado que salía los jueves, cuyos rasgos (frecuencia, composición miscelánea, tamaño reducido, carácter coleccionable, centralidad de la fotografía) copiaba indudablemente a los semanarios como *Caras y Caretas*, como puede verse en la descripción que hacía al anunciarlo:

Contendrá abundante información gráfica sobre nuestros acontecimientos de actualidad y sobre los más interesantes y sonados que ocurran en el extranjero. Tendrá también escogida lectura complementaria con ilustraciones, de manera de

¹¹ El uso de fotografías se había instalado en los periódicos y magazines ilustrados norteamericanos a fines de la década de 1890, durante la guerra de Cuba. En Argentina, los diarios *La Prensa* y *La Nación* comenzaron a incluirlas entre 1903 y 1904 respectivamente.

¹² Algunas de las fotos de actualidad en los primeros tres meses de *Caras y Caretas* (octubre a diciembre de 1898) se titulan: “Exposición Nacional”, “Entierro del Dr. Carlos Ramírez”, “El gran premio Internacional (Hipódromo argentino)”, “Transmisión del mando presidencial”, “Casamiento del Dr. Nicolás Avellaneda”, “La peregrinación a Luján”, “Ascensión del globo ‘Nansen’”, “En la fiesta de los muertos”, “Novedades teatrales: ‘La feria de Sevilla’ y ‘Ópera italiana’”, “El corso de las flores”, “Elecciones municipales”, “La boda de Sara Unzué”, “Manifestación a los marinos italianos”, “Colocación de la piedra fundamental de la iglesia ortodoxa”.

¹³ *Caras y Caretas*, n° 98, Buenos Aires, 18/8/1900.

¹⁴ *Caras y Caretas*, Edición extraordinaria, suplemento del n° 102, Buenos Aires, 20/9/1900.

¹⁵ Esta estrategia seguía el modelo del periodismo norteamericano, del que se decía ya en 1888: “Las ediciones dominicales de los grandes diarios son, prácticamente, magazines semanales y se dirigen activamente a los lectores de éstos”. Mott, Frank Luther. “The End of a Century”, en *A History of American Magazines 1885-1905*, Cambridge-Massachusetts, Harvard University Press, vol. IV, 1957.

proporcionar al lector, en forma agradable e instructiva, un conocimiento completo de los asuntos tratados. Así, la nota ilustrada correrá a la par, puede decirse, de la palabra impresa, dando las artes gráficas forma nueva y más perfecta a la acción del periodismo...¹⁶

El suplemento exhibía gran despliegue gráfico para ilustrar las notas de actualidad. A los dos meses agregó más textos literarios y —respondiendo a la demanda del público— redujo aun más su tamaño: “Son muchos los que nos han manifestado el deseo de que redujésemos el formato para que los números pudiesen coleccionarse con más facilidad y que aumentáramos el material de lectura para darles mayor interés”.¹⁷ Los textos literarios que, como el folletín, se incluían en el cuerpo del diario, comenzaron a publicarse a partir de entonces en el Suplemento Ilustrado. Esto acentuó su carácter misceláneo, al agrupar en un solo lugar fotografías de actualidad y literatura, reproduciendo así la tendencia a la absorción y concentración propia de los magazines.¹⁸

En 1904, un año después que *La Prensa*, *La Nación* incorporó un recurso técnico decisivo, el fotograbado con máquina rotativa, que le permitió publicar fotos de actualidad en la edición diaria y suprimirlas del Suplemento Ilustrado, que se volvió entonces exclusivamente “literario”:

Nuestro Suplemento debe sufrir una modificación en su aspecto, haciéndose la supresión en el mismo de las ilustraciones de actualidad que la hoja diaria habrá publicado en la semana, para abundar en otras que por su carácter revistan un interés general, siempre oportuno aun mucho tiempo después de publicado. Como consecuencia, el Suplemento de *La Nación* se conservará para ser encuadernado periódicamente, a fin de ser guardado en las bibliotecas como un libro de consulta al par que de amena lectura. Abundarán en mayor proporción que hasta ahora las páginas literarias y científicas, cuentos y episodios, ilustrando el texto con figuras que hagan más agradable e instructiva la lectura.

Esta capacidad de adaptación a la demanda y la incorporación rápida de los avances tecnológicos iba dando a *La Nación* el perfil de moderna empresa periodística: el número de ejemplares vendidos era creciente y en 22 meses, entre 1902 y 1904, alcanzó el récord de 100.000 avisos publicados.¹⁹ La imagen de su fundador, el general Mitre, indiferente al veredicto del mercado se alejaba definitivamente.²⁰

Una disputa en torno a la fotografía de prensa

Pero al comenzar el siglo no existían todavía procedimientos de impresión y máquinas apropiados para el desarrollo de la fotografía en la prensa diaria. La frecuencia con que se publicaba una revista como *Caras y Caretas*, en cambio, hacía posible el procesamiento de

¹⁶ Reproducido en: *La Nación. Un siglo en sus columnas*, Buenos Aires, 4 de enero de 1970, p. 87.

¹⁷ *La Nación*, Buenos Aires, 5/11/1902.

¹⁸ El carácter pionero de la prensa semanal y comercial es una tendencia recurrente en la historia del periodismo. Williams, Raymond. *The Long Revolution*, London, The Hogarth Press, 1992.

¹⁹ En la década de 1880 había llegado a ese número de anuncios en 5 años y medio, en la de 1890 en algo menos que 4. El dato es publicado por el propio diario el 24/7/1904 y citado en *La Nación. Un siglo en sus columnas*, *Op. cit.*

²⁰ Galván Moreno, C. *El periodismo argentino*, Buenos Aires, Claridad, 1944, p. 260.

El relato que contribuyó a fijar esa imagen es citado también por Sidicaro: “El carácter político y escasamente comercial que Mitre acordaba a su diario quedó registrado en una anécdota narrada por varios biógrafos. Cuando el administrador de la empresa, Enrique de Vedia, le comunicó que los suscriptores se borraban en forma alarmante, Mitre le contestó: ‘Cuando haya renunciado el último imprenta dos, uno para usted y otro para mí’”. Sidicaro, Ricardo. *La política mirada desde arriba. Las ideas del diario La Nación 1909-1989*, Buenos Aires, Sudamericana, 1993, pp. 16-17.

imágenes de la actualidad semanal, lo que le permitió hasta 1904 invadir la función informativa propia de los periódicos. Esta ventaja generó reacciones públicas y ataques, como la que protagonizó *El Diario*, un vespertino dirigido por Manuel Láinez que salía tres veces por día y que según Navarro Viola era “el diario más leído en la capital”.

En mayo de 1900 Eustaquio Pellicer, fundador de *Caras y Caretas*, respondió en una nota editorial²¹ —el lugar más autorizado para hacer explícitas las políticas de la revista— a una opinión del periódico sobre el uso de la fotografía en los semanarios ilustrados. Allí contestó de manera jocosa y fanfarrona a las críticas de *El Diario* al uso de la fotografía, elemento que hacía muy exitosos a los semanarios ilustrados en un campo que el periódico reivindicaba como propio, la actualidad informativa: “*El Diario* [...] la emprendió días atrás contra la información gráfica de las revistas ilustradas, pretendiendo equiparar a los fotógrafos poco menos que con el microbio de la bubónica”. Pellicer enumeró las acusaciones y respondió a cada una de ellas. Al reproche sobre la molesta persecución a los protagonistas de las noticias Pellicer respondió que tal acoso no era exclusivo de los fotógrafos, ya que los redactores de los diarios cometían la misma falta. Al cargo sobre las distorsiones generadas por la fotografía mal impresa señalaba un problema similar o aun peor en los textos: “¿Y acaso la información escrita no adolece del mismo insanable defecto? ¿De cuándo acá un repórter, por verídico que sea, puede *competir* en fidelidad con una fotografía, por mal que ésta se reproduzca?”. La lógica mercantil de la competencia —nótese el modo casual con que se la nombra— determina el eje de estas discusiones en las que se percibe la dinámica y no siempre pacífica intersección entre los campos del magazine y del periódico, muy atento cada uno de ellos a los cambios operados en el otro. Como señala Pellicer burlonamente en el final de su nota, Láinez no alcanzaba a comprender aún que en 1900 la imagen fotográfica de actualidad —mucho más que el mero texto escrito— era un elemento central en la lucha de las publicaciones por conquistar el mercado:

Desengáñese *El Diario*: la única información que se impone es la gráfica, a base de magnesio, de kerosene o de simple fósforo, pues con cualquiera de los tres sistemas se obtiene mayor claridad que con la información a base de tinta.

Subrayando la idea de esta nota, todo el número parecía destinado a mostrar la contundencia de la imagen fotográfica, con lo que *Caras y Caretas* resaltaba su superioridad, en comparación con las ediciones diarias que no podían incluir fotos junto al texto de las noticias. Así, pocas páginas más adelante se publicaba la propaganda de una casa comercial especializada “Fotografía. Aparatos útiles y drogas” y una nota informativa en dos páginas y catorce imágenes sobre “El concurso de la Fotográfica de Aficionados. Además, el aviso “Colaboración fotográfica de *Caras y Caretas*” apelaba a los *free lancers* que pudieran enviar material para ser publicado, lo que muestra que el semanario, antes que los periódicos argentinos, contribuyó a la formación del fotógrafo de prensa independiente, una de las figuras centrales del periodismo moderno:

No obstante poseer nuestro semanario un servicio completo de corresponsales fotográficos dentro y fuera del país, la conveniencia de asegurar para *Caras y Caretas* la más amplia información gráfica, nos ha decidido a solicitar la colaboración de todos los fotógrafos y aficionados de la Argentina y extranjeros. [...] Las fotografías deberán reproducir sucesos y personas de actualidad que puedan interesar al público, y en general todo aquello que represente un tema curioso.

La remuneración económica ofrecida por cada colaboración fotográfica (entre 5 y 10 \$ m/n según el tamaño y más por “sucesos de extraordinaria resonancia”), y el contraste de esa

²¹ “Sinfonía”, en *Caras y Caretas*, n° 83, Buenos Aires, 5/5/1900.

generosa convocatoria con la advertencia que en la contratapa interna de cada número se dirigía a los colaboradores literarios aficionados (“No se devuelven los originales, ni se pagan las colaboraciones no solicitadas por la Dirección, aunque se publiquen”) muestra el valor que la revista atribuía en ese momento a la imagen. La foto periodística —que durante algunos años fue un recurso privilegiado de *Caras y Caretas*— se imponía de manera contundente en el campo periodístico.

Folletines: del periódico al semanario

Como hemos visto, en 1904 *La Nación* dio a conocer un progreso técnico decisivo: la inclusión diaria del grabado. Si bien los cambios anunciados por el periódico tardaron en concretarse, *Caras y Caretas* percibió que comenzaba lentamente a perder su exclusividad como versión gráfica de la actualidad semanal, con lo que también produjo una innovación para no ceder terreno. En agosto de ese mismo año comenzó a publicar “La pesquisa” de Paul Groussac como su primer folletín, iniciando una serie ininterrumpida en un formato exitoso que, a su vez, tomó de los diarios.

Dos meses antes, una nota trataba sobre la afición creciente por la lectura, que llevaba a un público cada vez más amplio a bibliotecas, proveedores populares y almacenes. Las fotos que ilustraban el artículo mostraban escenas de lectura en bares y bibliotecas, salas y dormitorios, coches y almacenes. Las damas, estudiantes, padres de familia, compadres orilleros y changadores aparecían como lectores ávidos cuyas diversas preferencias satisfacían con el consumo de los distintos géneros populares disponibles:

Las damas también toman parte en ese torneo del saber, y se agarran a un novelón por entregas como a un clavo ardiendo, y entre puntada y puntada, hacen el comentario del pobre Rocambole a quien acaban de coser a puñaladas. Otras hay, que apenas se nos cuele el invierno, hacen su novelista favorita a Invernizio o a Carlota Braemé.

Pero los novelistas privilegiados, los mimados por el sexo femenino, los que tienen el mágico poder de conmover sus incommovibles corazones, son el jorobado Ohnet con sus novelas dignificadoras de la burguesía, y el psicólogo Bourget, el disculpador de cuanto pecado pueda cometer una Eva...

El sexo fuerte lee todo y para todo; para instruirse [...] y para recreo y esparcimiento del alma, como el buen padre de familia que a la luz de una apestosa lámpara, lee a su prole con frase sentenciosa ‘Diego Corrientes o el corazón de un bandido’; o bien para recreo e instrucción, como el compadre orillero que a través de toda novela gauchesca ve un tratado para el buen manejo del cuchillo e importancia del tabuco para ganar elecciones.²²

Ante la perspectiva de perder sus privilegios en el campo de la imagen, el semanario registró la inclinación por “el folletín de los diarios traducido a tanto la línea”, que entre otras formas de literatura popular, garantizaba la permanencia de un público atento a los capítulos sucesivos del “novelón por entregas”. A “La pesquisa”²³ le siguieron en *Caras y Caretas* durante ese año: “La última pesquisa” de Arthur Conan Doyle;²⁴ “El robo de los dos millones. Episodio histórico de las postrimerías del restaurador de las leyes”²⁵ de Rafael Barreda, “El falso inca”²⁶ de Roberto Payró y “El paraguas misterioso”,²⁷ producción propia encargada por el

²² Goyo Cuello, “Veladas de invierno. La lectura para todos”, en *Caras y Caretas*, n° 297, Buenos Aires, 11/6/1904.

²³ Sin firma. *Caras y Caretas*, Buenos Aires, 27/8 a 17/9/1904. Su autor, Paul Groussac, ya había publicado el texto en *Sud-América* (1884, con el título “El candado de oro”) y en *La Biblioteca* (1897).

²⁴ *Caras y Caretas*, Buenos Aires, 24/9 a 15/10/1904.

²⁵ *Caras y Caretas*, Buenos Aires, 22/10 a 26/11/1904.

²⁶ *Caras y Caretas*, Buenos Aires, 26/11 a 11/3/1905.

semanario a trece escritores (Carlos O. Bunge, Manuel Carlés, José L. Cantilo, Diego Fernández Espiro, Alberto Ghirardo, José Ingenieros, Gregorio de Laferrere, Severiano Lorente, José Luis Murature, David Peña, E. Del Valle Ibarlucea, Roberto Payró, Eduardo Holmberg), cada uno de los cuales redactó un capítulo a partir del final del anterior y sin un plan previo. Durante los años siguientes *Caras y Caretas* continuó publicando numerosos folletines de misterio, policiales, históricos y sentimentales para abastecer a sus numerosos lectores: “El teniente coronel Fray Luis Beltrán” de Eduardo de la Barra (1905), “Las tentativas de asesinato al Presidente Sarmiento”(1905) de Rafael Barreda, “Más allá de la autopsia” (1906) y “Don José de la Pamplina” (1905) de Eduardo L. Holmberg, “El diario de Eva” (1907) de Mark Twain, “Los robos en la granja de Lenton” (1905), “El misterio del camafeo Stanway” y “El caso del testamento de Holford” de Arthur Morrison (1906), “La tapera del cuervo” (1906) de Javier de Viana.

Traducidos, reciclados o de producción propia, los folletines son un ejemplo de los préstamos y traslados entre diarios y revistas, y de la existencia de corrientes de permeabilidad entre el circuito de la cultura ‘elevada’ y el de la producción más comercial y popular. Así lo atestigua el hecho de que el primer folletín en *Caras y Caretas* fuera del conspicuo Paul Groussac, quien ya lo había dado a conocer en 1884 en el aristocrático diario *Sudamérica*, y en 1897 en la prestigiosa revista *La Biblioteca*. El inicio de la serie en 1904, de manera simultánea a su pérdida de exclusividad en la oferta de fotografías, da cuenta del funcionamiento del semanario en un campo periodístico competitivo e interdependiente.

²⁷ *Caras y Caretas*, Buenos Aires, 24/9 a 24/12/1904.

BIBLIOGRAFÍA

A.A.V.V.

1970 *La Nación. Un siglo en sus columnas*, Buenos Aires, edición especial de *La Nación*, 4/1.

Bourdieu, Pierre

1994 “L’emprise du journalisme”, en *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, n° 101-102, Paris, Seuil, marzo, pp. 3-9.

Duncan, Tim

1980 “La prensa política: Sud-América”, en Gallo y Ferrari *La Argentina del Ochenta al Centenario*, Buenos Aires, Sudamericana.

Galván Moreno, C.

1944 *El periodismo argentino*, Buenos Aires, Claridad.

Hollis, Daniel Webster

1995 “New York World”, en *The Media in America*, Santa Barbara, ABC-Clio.

Mott, Frank Luther

1957 *A History of American Magazines 1885-1905*, Cambridge-Massachusetts, Harvard University Press, vol. IV.

Navarro Viola, Jorge

1897 “Los nuevos rumbos del periodismo”, en *Anuario de la prensa argentina 1896*, Buenos Aires, Coni.

Ramos, Julio

1989 “Límites de la autonomía: periodismo y literatura”, en *Desencuentros de la modernidad en América Latina*. México, Fondo de Cultura Económica.

Rivera, Jorge B.

1980 “Prólogo”, en *Textos y protagonistas de la bohemia porteña*, Buenos Aires, CEAL.

Saítta, Sylvia

1998 *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*, Buenos Aires, Sudamericana.

Sidicaro, Ricardo

1993 *La política mirada desde arriba. Las ideas del diario La Nación 1909-1989*, Buenos Aires, Sudamericana.

Williams, Raymond

1992 *The Long Revolution*, London, The Hogarth Press.

Zimmermann, Eduardo

1998 “La prensa y la oposición política en la Argentina de comienzos de siglo. El caso de *La Nación* y el partido republicano”, en *Estudios sociales*, año VIII, N° 15, Santa Fe, Argentina, 2° semestre.