



Varia Historia

ISSN: 0104-8775

ISSN: 1982-4343

Pós-Graduação em História, Faculdade de Filosofia e
Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais

pas, Hernán

Eugène Sue en Buenos Aires: Edición, circulación y comercialización del folletín durante el rosismo

Varia Historia, vol. 34, núm. 64, 2018, Enero-Abril, pp. 193-225

Pós-Graduação em História, Faculdade de Filosofia e
Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais

DOI: 10.1590/0104-87752018000100007

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=384454519007>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UAEM
redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Eugène Sue en Buenos Aires

Edición, circulación y comercialización
del folletín durante el rosismo

Eugène Sue in Buenos Aires

Edition, Circulation and Marketing
of the Feuilleton during the Rosismo

HERNÁN PAS

Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (UNLP)

Investigador Adjunto del CONICET, IdIHCS.

Calle 51 e/ 124 y 125 (1925), Ensenada, Buenos Aires, 1900, Argentina

hpas@fahce.unlp.edu.ar

RESUMEN En 1845, la agencia local en Buenos Aires de *El Correo de Ultramar* — publicación mensual parisina dedicada al público hispano — anuncia en grandes avisos que se iniciaba la suscripción de dos conocidos folletines, *El judío errante* de Eugène Sue, y *Los misterios de Londres*, de Paul Féval. En ese mismo aviso se daba cuenta de una edición española ilustrada de *Los misterios de París*, que también distribuía la agencia de *El Correo*... A partir de entonces la prensa de Buenos Aires, así como los impresores y editores locales, halló en los famosos folletines de Sue y de Dumas un campo de competencia editorial a ser explorado. Este estudio analiza la introducción del folletín en Buenos Aires, en particular los exitosos folletines de Eugène Sue, en un período — el del gobierno rosista — en general mal o descuidadamente examinado, prestando atención en las modalidades de edición y sus demandas lectoras.

PALABRAS CLAVE folletín, Eugène Sue, Buenos Aires, edición, siglo XIX

ABSTRACT In 1845, the local agency in Buenos Aires of *El Correo de Ultramar* — a monthly Parisian journal dedicated to the Hispanic public — was announcing in big notices that there was beginning the subscription of two famous feuilletons, *The Wandering Jew* of Eugène Sue, and *The Mysteries of London*, of Paul Féval. In that same notice he noticed an illustrated Spanish edition of *The Mysteries of Paris*, which also distributed the agency of *El Correo* ... Thenceforth, the press of Buenos Aires, as well as the printers and local publishers, found in the famous feuilletons of Sue and Dumas an unknown field of publishing competence. This essay analyzes the introduction of the feuilleton in Buenos Aires, especially Eugène Sue's successful feuilletons, in a period — that of the government rosista — in general badly or carelessly examined, focusing on modalities of editing and reading demands.

KEYWORDS serialized novel, Eugène Sue, Buenos Aires, edition, 19th century

INTRODUCCIÓN

La década de 1840 marca la definitiva constitución del folletín en tanto género nacido del impreso periódico: los nombres de Eugène Sue, Alexandre Dumas, Honoré de Balzac, Victor Hugo, George Sand (Aurore Lucile Dupin) se imponen no sólo en Francia sino también a nivel mundial. Entre junio de 1842 y octubre de 1843, Sue dio a conocer *Los Misterios de París* en el *Journal des Débats*, y un año después, en junio de 1844 comenzó a publicar *El judío errante* en *Le Constitutionnel*; Balzac, que venía de ensayar frustradamente la nueva modalidad de publicación con *La Vieille fille* en la sección *Variedades* de *La Presse*, continúa con la versión folletinesca de *Splendeurs et misères des courtisanes* la saga abierta con *Les deux poètes* (de *Ilusiones perdidas*); y Dumas, que inauguró con *Le Capitaine Paul* el folletín en *Le Siècle*, publica en marzo de 1844 en ese mismo periódico *Les Trois Mosquetaires* y en agosto del mismo año *Le Comte de Monte-Cristo* en el *Journal des Débats*.

La obra de Sue, y en particular *Mystères de Paris*, alcanzó rápidamente — en el entramado novedoso provisto por la técnica del folletín y

la expansión del mercado del impreso — el valor de caso paradigmático. Sus *Mystères* migraron continental y mundialmente, en un movimiento que puede ser reconocido como la primera gran expansión global del consumo literario popular. Rápidamente, comenzaron a aparecer no sólo traducciones (italianas, alemanas, españolas, holandesas), sino también reproducciones y apropiaciones en distintos puntos del mapa.¹ Además de *Los Misterios de Londres*, Paul Féval, publicada bajo el seudónimo de Francis Trolopp en el *Courrier Français*, hubo *Los misterios de Madrid* y *Los Misterios de Barcelona*. En Italia, aparecieron en 1847 *I misteri di Napoli*, y dos años después *I misteri di Torino scritti da una penna in quattro mani*. En Portugal, aparecieron los *Misterios de Lisboa* (1845); en Inglaterra, previsiblemente, los *Misterios de Londres* (1844), pero también *Misterios de Manchester* (1851); en Alemania, *Los Misterios de Berlín* (1845), y *Los Misterios de Hamburgo* (1855). En EEUU, aparecieron *Los Misterios de Boston* (1844), *de Nueva York* (1847), *de Filadelfia* (1853). Y en Latinoamérica, desde México hasta el Río de la Plata, la novela de Sue corrió la misma suerte: en 1851, se publicó *Antonio y Anita, o los nuevos Misterios de México. Novela religiosa y moral*, escrita en francés por Eduardo Revière y traducida al español por Carlos Seran; poco después aparecieron *Los Misterios de San Cosme* (1851) y *Los Misterios de Chan Santa Cruz* (1864). Hubo también *Los Misterios de Mérida* (1846), en Venezuela, y *Los Misterios de Brasil* (1845), *de Río de Janeiro* (1854) y *de Bahía* (1860). En la prensa fluminense también se publicaron, como sabemos, *Los Misterios del Plata*, de Juana Manso, y en 1856 aparecieron en *La Tribuna* de los Varela *Los Misterios de Buenos Aires*, novela escrita por Felisberto Pélissot, un emigrado francés radicado en Tucumán.²

1 En el clásico estudio de Bory se resaltan algunos datos de esa expansión hacia otros países, en particular los referidos a la apropiación de su título: “Chaque ville se veut Paris pour le mystère” (BORY, 1962, p.288). Hubo hasta misterios húngaros: *Mystères hongrois*, de Ignace Nagy. Ver: BORY, 1962.

2 Ver Nelson SCHAPOCHNIK, 2010.

El Río de la Plata, y particularmente Buenos Aires, no fue una excepción de esa temprana expansión mercadológica de los folletines franceses. No obstante, producto de una larga tradición bibliográfica que ha sellado la suerte de esos años rosistas, la recepción, circulación y comercialización editorial de las afamadas novelas de Eugène Sue y Alexandre Dumas han pasado hasta hoy desapercibidas en la historia de la cultura letrada rioplatense, y ha primado por tanto una vaga idea respecto de su consumo, confinando su recepción a un público lector restringido, capaz de leer a los novelistas franceses en su idioma original, o de adquirir sus traducciones a elevados costos en el extranjero.³ Al contrario, un estudio detenido de la prensa rioplatense — en este caso la de Buenos Aires — evidencia un consumo ampliamente expandido, al punto de generar una competencia editorial cuya magnitud, como enseguida veremos, carecía hasta entonces de antecedentes.

Luego del proceso revolucionario, y a medida que la situación institucional se fue afianzando, la rada de Buenos Aires recibía, junto con los paquetes de mercancías, cada vez más paquetes de libros e impresos provenientes de Europa, en especial de Francia y España. Ya para 1830 existían en la ciudad cinco librerías, y un lustro después había ya más del doble de esa cantidad. En una de esas cinco librerías de principios de 1830 funcionó el Gabinete de lectura del francés Théophile Duportail, quien en 1836 vendería su fondo de comercio al librero Marcos Sastre, conocido por su actividad cultural y pedagógica.⁴

3 En el único trabajo conocido sobre el tema, SCHAPOCHNIK, 2015 se ha sorprendido de no hallar *Los Misterios de París* en la prensa periódica de Buenos Aires y Montevideo. En consecuencia, el crítico imaginó que el folletín de Sue pudo haber llegado a los lectores de Buenos Aires a través del *Jornal do Commercio*, periódico de mucha circulación en el Río de la Plata por entonces. Como veremos en el cuerpo de nuestro trabajo, fue el *Correo de Ultramar* el periódico que propulsó la llegada de los folletines franceses (entre ellos, desde ya, los de Sue) al Río de la Plata. Y fueron los editores locales los que, mediante ediciones piratas (mayormente provenientes de traducciones españolas), proveyeron de su lectura a una amplia franja del lectorado local.

4 Éste último fundaría en 1835 su propio Gabinete de lectura y, dos años después, el célebre Salón Literario (ver: WEINBERG, 1957). A esos Gabinetes de intercambio letrado deben sumarse las asociaciones extranjeras o de comercio, entre las que cabe destacar la Sociedad Filantrópica Francesa, la Sociedad de Beneficencia de los Artesanos o la Union Library and Reading Room

Una de esas cinco librerías del período, la llamada Librería de la Independencia, publicaba a mediados de 1830 el siguiente aviso de venta de libros:

*En francés... Biographie Universelle... Les cabinets et les peuples... Condillac, Clarisse Harlowe. Contes moraux. Confessions de J.J. Rousseau... Caractères de Labruyère. Cours de Littérature... Diderot, d'Alambert... Libertés de l'Eglise... De Jouy... Lettres de Jumus, d'Emile... Montesquieu... Maximes de La Rochefoucauld... Voyages d'Azara, d'Alibey, d'Antenoc, de Macaarth... En español... Atala... Anales de la Juventud... Cartas turcas, id a Heloisa... Cartas persianas, id. Peruanas... Ensayo sobre las costumbres y las preocupaciones.*⁵

La prevalencia de autores y obras francesas era una tendencia que en Buenos Aires se venía dando desde años antes y que constituiría uno de las fuentes principales de la formación de la juventud universitaria bonaerense. En 1825, la misma *Gaceta* había publicado un aviso de libros entre los que sobresalían *Las ruinas de Palmira*, de Volney, la *Corina o Italia* de Mme. de Staël, así como obras de Molière junto a otras de Rousseau.⁶

En los años siguientes, la comercialización de libros extranjeros no dejaría de acrecentarse, y las ofertas de las librerías comenzarían a ocupar cada vez más espacio en las columnas de los periódicos. En el marco de esa tendencia general, los títulos más afamados de los folletines franceses se convirtieron en una constante y creciente presencia en las páginas de avisos de los diarios bonaerenses. Esa oferta editorial es una muestra elocuente de una circulación y de un consumo que se

Buenos Ayres de la colectividad inglesa. Merecen mencionarse asimismo las asociaciones de carácter étnico, como las Corporaciones o Sociedades Africanas, que jugarían un rol destacado en la manutención y orientación pública del régimen rosista. Sobre este punto, ver González Bernaldo de QUIRÓS (2007).

5 *La Gaceta Mercantil*, Buenos Aires, n. 1940, 6 jul. 1830.

6 Sobre la circulación de libros en la década de 1820, ver: PARADA, 1998. Sobre los años siguientes, del mismo autor: PARADA, 2005; 2008.

acrecentaban lenta pero progresivamente, vinculados a la expansión de lectores de capas medias, en su mayoría jóvenes y mujeres. No obstante, hay que decir que al día de hoy sigue siendo brumosa la cuantificación de la población lectora. Para el final de este período, la fuente inevitable son las *Memorias* de Benito Hortelano. El editor español — llegado a Buenos Aires en 1851 — deja entrever allí que un periódico como el *Diario de Avisos* (1849-1852), podía alcanzar alrededor de 1600 abonados.⁷ Si bien la cifra debe tomarse con cautela — entre otras cosas, porque los suscriptores representan a un público selecto, y no del todo fidedigno en cuanto a la extensión real de la lectura —, ofrece una primera aproximación al campo de lectura.⁸ Como sea, el folletín en la prensa vino a incentivar un nicho de producción editorial — las ediciones baratas, las “bibliotecas”, los “álbumes” — que, innegablemente, contribuyó (y se construyó) con el crecimiento del público lector.⁹

DEL CORREO DE ULTRAMAR A LAS EDICIONES LOCALES

Una de las empresas editoriales, de alcance continental, que impulsó de modo sostenido la difusión y comercialización de los folletines franceses en el Río de la Plata fue *El Correo de Ultramar*. Este periódico misceláneo, cuyo subtítulo rezaba “periódico político, literario, mercantil e industrial”, producido y editado en París para un amplio público hispanoparlante que incluía, de modo estratégico, a las distintas cabeceras americanas de los antiguos virreinatos — desde México hasta Buenos Aires y Montevideo —, fue fundado en 1842 por Xavier de Lasalle y

7 Luego de los sucesos de febrero de 1852 (caída de Rosas), Hortelano se asocia con Mitre y fundan *Los Debates*, periódico que consiguió, según ha dejado consignado en sus *Memorias*, la cifra inigualable hasta entonces de 2.300 suscriptores. Benito HORTELANO, 1936, p.196.

8 Como contrapartida, las escasas listas de suscriptores que se conservan de los periódicos de la época resultan documentos valiosos a la hora de tentar la cantidad de ejemplares en circulación.

9 El primer registro censal de la ciudad de Buenos Aires, del año 1855, arroja las siguientes cifras de alfabetización: 58,5% de alfabetizados (y de ese total, 63,9% varones, y 55,3% de mujeres). Cf. Carlos NEWLAND, 1992.

constaba inicialmente de tres partes claramente diferenciadas: una parte política, una revista literaria y una revista de modas.¹⁰ Su distribución en las antiguas cabeceras coloniales se daba a través de sucursales instituidas con la presencia de un agente, encargado de mediar la suscripción y la venta al público. El carácter misceláneo del *Correo* también definía su postura política: conservador en términos políticos y liberal o reformista en lo social. Por encima de su oferta literaria, durante su aparición en la década de 1840 en Buenos Aires un atractivo de orden político podían ser sus anunciados artículos relativos a la cuestión del Plata, recogidos y traducidos de los diarios europeos (principalmente franceses e ingleses). Pero lo que definía a la empresa era sin duda su carácter de *magazine* popular, que proponía expandir el saber de la burguesía ilustrada al resto de las clases sociales:

Nuestra ambición es interesar, distraer, instruir de un modo ameno, sin violencia ni fastidio evitando todo lo que trasciende a análisis y pedantesca severidad; procurando difundir la luz a todas las clases, y que la lectura asidua de esta obra, independientemente de su recreo, comunique a nuestros lectores, ese lenguaje ameno, esa producción elegante, esos conocimientos generales que al trato de los viajeros, literatos, sabios y artistas, debe la clase aristocrática.¹¹

Curiosamente, el primer anuncio del *Correo* que apareció en la prensa de Buenos Aires se publicó en francés. Decía, entre otras cosas, que el periódico estaba destinado a los países americanos de habla hispana, que su tamaño era mayor al de la *Revue des deux Mondes*, y que su tipografía se destacaba por el cuidado y la elegancia. Ubicado en las quinta y sexta columnas de la página 3 de *La Gaceta Mercantil*, es decir en un sitio interno por lo general de mayor o distinta jerarquía al de la última página destinada a los avisos, sobre el final anunciaba la publicación de una edición en español ilustrada tanto de *Los Misterios*

10 Sobre el *Correo de Ultramar* puede consultarse: Catherine SABLONNIERE (2007).

11 “Ilustración del Correo de Ultramar”, *La Tribuna*, n. 17, 27 ago. 1853, p.4.

de París como de *El Judío Errante* — recordemos que en ese momento esta última novela se estaba publicando en *Le Constitutionnel*.¹² Este anuncio, entonces, es una de las primeras (si no la primera) menciones a la publicación de los folletines de Sue en Buenos Aires.



La Gaceta Mercantil, N° 6393, 12/02/1845.

Aviso en francés del *Correo de Ultramar*; pág. 3, cols. 5-6.

Estamos a comienzos de 1845, *Los Misterios...* dejaron de aparecer apenas dos años antes, mientras que *El Judío Errante* estaba contemporáneamente publicándose en el diario de Désiré Véron; en México, por ejemplo, si bien hubo ediciones librescas de *Los Misterios de París* en venta desde 1844, fue el periódico *El Siglo Diez y Nueve*, con su publicación en folletín a partir del 16 de septiembre de 1845, el que propulsó y terminó de instalar la novela de Sue entre el amplio público mexicano (Suárez de la Torre, 2015a); por su parte, se sabe que en Brasil la novela

12 *La Gaceta Mercantil*, n. 6393, 12 feb. 1845.

ya circulaba en formato de libro — por entregas — antes incluso de que acabara su publicación original en el *Journal des Débats*; pero fue el *Jornal do Commercio* quien lo reeditó en folletín entre el 1 de septiembre de 1844 y el 20 de enero de 1845 (Schapochnik, 2010).

Es decir, considerando a las ciudades de México y Rio de Janeiro como dos emporios de edición importantes entre las viejas cabeceras virreinales, Buenos Aires no parece haber quedado muy rezagada respecto de la recepción y comercialización de los primeros *best-sellers* de la literatura industrial, como las definiera Sainte-Beuve. Industrial, pero sobre todo mundial, dado que la expansión de estas novelas, como dijimos, barrió los límites geográficos. Para el caso particular de Hispanoamérica, esa expansión se vio en gran parte propulsada y administrada por la intermediación de *El Correo de Ultramar* y sus respectivas agencias.

Siete meses después de aquel primer aviso en francés, un nuevo aviso del *Correo de Ultramar*, esta vez en español y publicado tanto en *La Gaceta Mercantil* como en el *Diario de la Tarde*, notificaba a sus suscriptores que los números del periódico correspondientes al año 44 — en donde había comenzado a publicarse *El Judío Errante* de Sue y *Los Misterios de Londres* de Féval — ya podían retirarse de la agencia y, en columna aparte, más importante aún, informaba acerca de la edición española de *Los Misterios de París* — edición barcelonesa, de la Imprenta de Saurí —, cuya traducción corrió por cuenta de D. A. X. San Martín y cuya venta alcanzaba ya el cuarto tomo:¹³

Misterios de París

ILUSTRADOS

Edición Española

TRADUCIDOS POR A. X. MARTIN

Esta obra se compone de 80 entregas las que forman 4 tomos en octavo y ya se han publicado los tres primeros tomos y las 14 primeras entregas

13 *Los Misterios de París*, edición adornada de cien láminas, traducida por D. A. X. San Martín, Empresa del Barcelonés, Barcelona, Imprenta de Saurí, 1845. Esta fue una de las versiones más difundidas y comercializadas en los países hispanoparlantes, desde México hasta Buenos Aires.

del tomo cuarto. El precio de cada entrega es de dos reales vellón de España para los suscriptores del “Correo de Ultramar” y cuatro reales vellón para los que no son suscriptores, es decir, 8 pesos fuertes a obra entera para los suscriptores del “Correo” y 16 para los demás.¹⁴

Como se ve, lo novela de Sue en español ya venía comercializándose por la agencia del *Correo de Ultramar*, y estipulaba un precio preferencial para los suscriptores del periódico. Resulta evidente la conexión entre los editores del *Correo* y los traductores y editores españoles de las obras francesas, a tal punto que algunas de las sucesivas traducciones — como la de Martínez López, por ejemplo — serán realizadas de modo exclusivo para el periódico de Lasalle.

Todo indica que el ingreso de traducciones españolas producidas en la península intensificó la circulación y estimuló, asimismo, las aventuras editoriales privadas, lindantes obviamente con la piratería. Así, poco más de diez días después de estos doble avisos del *Correo* apareció el primer anuncio de una edición local, encarada por la Librería y Litografía Argentina. El anuncio ocupaba una larga columna, y llevaba, como cuando aparecía un nuevo periódico, el subtítulo de “Prospecto”. Allí, el redactor modulaba entre preguntas retóricas algunas de las representaciones más extendidas respecto del éxito de la novela. Decía:

Los prospectos de una obra como la presente deberían reasumirse en estas dos palabras [sic]: “Los Misterios de París”, porque ¿quién hay ya que dude del mérito de la obra de M. Eugenio Sue? ¿Quién no la ha leído, o cuando menos no ha hecho de ella el objeto de animadas conversaciones? ¿Y a qué atribuir ese éxito inmenso y universal? ¿Será acaso porque la creación de Sue es una creación fantástica, exagerada e imposible? No; los “Misterios de París” han pasado o pasarán por las manos de todos, y serán leídos y releídos por cuantos saben leer, y en

14 *La Gaceta Mercantil*, n. 6578, 06 sep. 1845, p.2, col. 3. El aviso también se publica en el *Diario de la Tarde*, n. 4194, 06 sep. 1845

todos los idiomas, porque son la vida de París, o más bien porque son escenas de ella, lo que con todo rigor y la fuerza de su eminente talento ha trazado Sue.¹⁵

Una novela destinada, aun sin ser leída, a ser objeto de “animadas conversaciones”, a pasar de mano en mano y ser intensamente frecuentada por cuantos saben leer, con las diversas competencias de lectura que supone para la época el sintagma “saber leer”, es una descripción del fenómeno de la lectura popular que devela, en parte, los alcances comerciales de la propuesta. Al final del anuncio se introducían las condiciones de venta y suscripción, añadiendo la noticia de que también se publicarían con igual modalidad *El judío errante*, y *Los Misterios de Londres* de Féval:

Se publicará periódicamente en esta Ciudad, reimpressa y corregida por la “librería y litografía argentina” de G. Ibarra, calle de Potosí n. 28, donde se halla abierta la suscripción.

Todos los sábados saldrá a luz un cuaderno en 4º compuesto de 32 páginas, sus tapas correspondientes, y su precio será el de 5 pesos para los suscriptores.

El próximo sábado 27 del corriente aparecerá el primer cuaderno que se entregará en la citada librería.

Sucesivamente se irá publicando del mismo modo el “Judío Errante” y los “Misterios de Londres”.¹⁶

Es de suponer que la edición local que prometía la imprenta de Ibarra se haya basado en una de las traducciones españolas que ya circulaban en Buenos Aires, muy probablemente la de la imprenta de Saurí, de Barcelona. En este sentido, “reimpresa y corregida” parece ser un modo eufemístico de nombrar el plagio, la traslación pirata a los tipos de

15 *La Gaceta Mercantil*, n. 6585, 18 sep. 1845, p.2, col. 4.

16 *La Gaceta Mercantil*, n. 6585, 18 sep. 1845, p.2, col. 4.

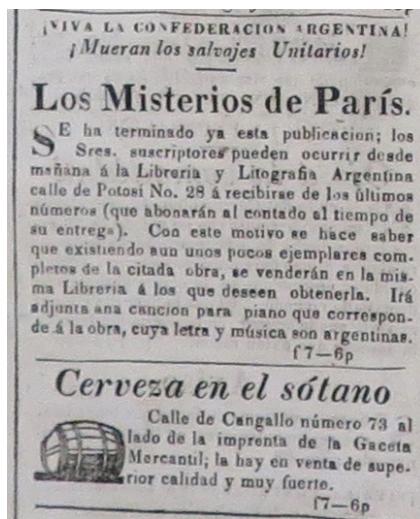
imprenta locales. No han quedado registros de estas primeras ediciones particulares, por lo tanto no puede corroborarse si esa corrección ha implicado alguna intervención significativa por parte del editor, fuera lexical, fuera de contenido, como ha ocurrido en otros casos.¹⁷ El ímpetu por ganar espacio en un escenario comercial que empezaba, en términos editoriales, a diversificarse progresivamente induce a pensar en una traducción más bien expeditiva. El anuncio deja ver algunos de los rebusques retóricos típicos de estas publicidades, como aquel que señala la exclusividad del precio — “5 pesos para los suscriptores” —.¹⁸ Asimismo, el antícpio de los otros dos títulos en boga por entonces no hace sino reforzar el carácter comercial y algo diligente de la empresa. Desde entonces, otros avisos promocionales saldrán a competir en los principales diarios de Buenos Aires con el *Correo*. A comienzos de 1846, sendos anuncios informaban sobre la última entrega de la novela en las oficinas de la librería de Ibarra:

17 Las apropiaciones de los misterios parisinos han tenido en ocasiones claros y diversos sentidos, como lo muestran los casos de Londres y México. La traducción algo radical de Dugdale en Inglaterra, con papel barato y formato pequeño, buscó afianzar el costado sensacionalista de la novela, aspirando a un público popular y obrero, mientras que los editores mexicanos practicaron un tipo de censura que buscó edulcorar y moralizar los pasajes más crudos de las descripciones del bajo fondo, excluyendo incluso las ilustraciones que aludían a ellas. Ver CHEVASCO (2003) y SUÁREZ DE LA TORRE (2015b).

18 Entre 1846 y 1847, *La Gaceta Mercantil* y el *Diario de la Tarde*, los dos periódicos más importantes del período rosista, cobraban 1 peso el número suelto, y 15 pesos la suscripción mensual. Asimismo, la reedición de las *Rimas* de E. Echeverría que en 1846 llevó adelante Arzac se hizo en cuatro entregas a un costo de 4 pesos cada una, es decir 16 pesos en total toda la obra (mientras que a los no suscriptores les saldría, según anunciaba su editor, 20 pesos).



La Gaceta Mercantil,
Nº 6699, 06/02/1846



Diario de la Tarde,
Nº 4329, 20/02/1846

Entre febrero y marzo de 1846, el nombre de Sue y sus dos más celebrados folletines se instalaron en la prensa de Buenos Aires definitivamente. Hacia fines de febrero y principios de marzo, el agente del *Correo* vuelve a publicar un doble aviso en ocasión de haber promovido una nueva edición española de *El Judío Errante*, cuya traducción se debía a la pluma de D. P. Martínez López. En este caso, a diferencia de lo que había ocurrido con la traducción de *Los Misterios de París*, Martínez López realizó la traducción a pedido de la redacción del *Correo de Ultramar*, puesto que la edición corrió por cuenta de la imprenta de París.¹⁹ El dato de una edición propia de la empresa de Lasalle no es menor, sobre todo si se lo dimensiona en una escala global del mercado editorial. En los primeros avisos, esa circunstancia quedaba relativamente despejada con la aclaración: "Publicación del *Correo de Ultramar*", que encabezaba el suelto, aunque la bajada no subrayaba con suficiente afán promocional

19 *El Judío Errante*, ilustrado por Gavarni, traducción de D. P. Martínez López, París, Imprenta de Lacrampe, redacción del *Correo de Ultramar*, 1845, 8 tomos. Cf. Dionisio HIDALGO. *Diccionario General de Bibliografía Española*, Imprenta de Julián Peña, Madrid, 1867, p.462.

esa novedad: “*El Judío Errante* por Eugenio Sue, edición española, traducción ilustrada del Sr. D. P. Martínez López, contendrá de 500 a 600 láminas grabadas en acero y madera, unas sueltas y otras intercaladas representando los varios personajes, escenas, vistas, etc.”²⁰

No obstante, pocos meses después, en mayo de ese mismo año, un nuevo aviso publicado primero en *La Gaceta Mercantil* y luego en el *Diario de la Tarde* indicaba, ahora sí con marcado autobombo, los esfuerzos de la empresa por satisfacer las demandas del público hispano-americano, comprando los derechos de la ilustración francesa de la novela. A ello se sumaba, el hecho destacado de que el propio Eugène Sue fuera supuestamente el supervisor de esa traducción. El aviso decía así:

PUBLICACIÓN
DEL CORREO DE ULTRAMAR
EL JUDÍO ERRANTE
POR EUGENIO SUE – Traducido por
D. P. Martínez López

Deseando la Administración del *Correo de Ultramar* dejar satisfechas las repetidas instancias que de diferentes puntos de América le han dirigido, se resolvió a comprar para una edición en español el derecho exclusivo de ilustrarla con todas las mismas láminas y viñetas de la edición francesa.

[...]

La traducción está confiada a la elegante pluma de D. P. Martínez López, bien conocido como autor de la importante historia de Chile, y otras varias obras de enseñanza aprobadas por la Dirección de Estudios de Madrid, y por el Consejo real de la Universidad de París, y se hará bajo la dirección de su ilustre autor Eugenio Sue.²¹

Al observar los recursos empleados por empresas editoriales como las del *Correo* se vuelve tangible el mecanismo de reproducción en

20 *Diario de la Tarde*, n. 4336, 28 feb. 1846; *La Gaceta Mercantil*, n. 6721, 04 mar. 1846.

21 *La Gaceta Mercantil*, n. 6770, 05 may. 1846; *Diario de la Tarde*, n. 4392, 08 may. 1846.

términos continentales e incluso mundiales: los agentes de cada ciudad cabecera de Latinoamérica, en su mayoría burgueses ilustrados, libreros, militares reconocidos, diplomáticos o periodistas, encargados de mediar y dar a conocer las novedades editoriales a los suscriptores, recibían sus paquetes de un circuito de distribución y expansión que parece haber seguido las previsibles rutas de los navíos comerciales. El *Correo* llegaba — vía Southampton — a las Antillas, probablemente a Cuba o Puerto Rico, y de allí se distribuía hacia el sur por la ruta del Pacífico. No es de extrañar, entonces, que las novedades reprodujeran esa ruta. Y que los ritmos temporales siguieran ese curso: primero La Habana o Puerto Rico, luego México y Nicaragua, Cartagena de Indias, Caracas, Lima, Bogotá, Valparaíso, Santiago de Chile y por último el Río de la Plata. Es posible pensar, no obstante, que los desfases en la distribución de las noticias tengan que ver o bien con la precariedad de las agencias, o bien con la especulación editorial. Esto último parecería indicar que el aviso sobre la nueva traducción de Martínez López se haya publicado en Buenos Aires recién en mayo de 1846, cuando un año antes ese mismo aviso ya se había dado a conocer en el periódico *El Siglo Diez y Nueve* de México.

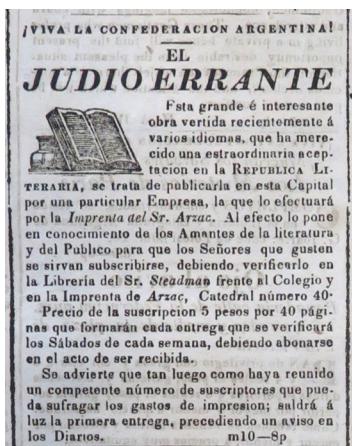
| | | |
|--|---|---|
| <p>PUBLICACION DEL CORREO DE ULTRAMAR, EL JUDIO ERRANTE, Por EUGENIO SUE—Traducido por D. P. Martinez Lopez.</p> | <p>ciutas negras para chaquetas lana y seda de 25 varas, añadida seda azul, botones de príncipe de metal, pañuelos borla de al- id, de algodón de mano, ge- cuero de mono, fresados del panos de varias clases y por- de otros artículos relativos que manfestaran al tiempo de qu-</p> | <p>AVISOS. AGENCIA GENERAL DEL CORREO DE ULTRAMAR, 2º Calle de la Montesina.</p> |
| <p>DESDEANDO la Administración del Correo de Ultramar dejar satisfechas las repetidas instancias que de diferentes puntos de América le han dirigido, se resolvió á comprar para una edición en español el derecho exclusivo de ilustrarla con todas las mismas lá- minas y vinetas de la edición fran- cesa.</p> | <p>ciutas negras para chaquetas lana y seda de 25 varas, añadida seda azul, botones de príncipe de metal, pañuelos borla de al- id, de algodón de mano, ge- cuero de mono, fresados del panos de varias clases y por- de otros artículos relativos que manfestaran al tiempo de qu-</p> | <p>EL JUDIO ERRANTE. Ilustrado por Gravurá.—Légal grabado por MM. L. hole, Hart, y Ringer.</p> |
| <p>La obra completa constará de cuatro volúmenes que saldrán á luz en 90 entregas destinadas á formar la pareja de los Misterios de París. La traducción está confiada á l elegante pluma de D. P. Martínez López, bien conocido como autor de la importante historia de Chile, y otras varias obras de enseñanza aprobadas por la Dirección de Es- tudios de Madrid, y por el Consejo real de la Universidad de París, y se</p> | <p>ciutas negras para chaquetas lana y seda de 25 varas, añadida seda azul, botones de príncipe de metal, pañuelos borla de al- id, de algodón de mano, ge- cuero de mono, fresados del panos de varias clases y por- de otros artículos relativos que manfestaran al tiempo de qu-</p> | <p>EL JUDIO ERRANTE. Ilustrado por Gravurá.—Légal grabado por MM. L. hole, Hart, y Ringer.</p> |

La Gaceta Mercantil, N° 6770,
05/05/1846

El Siglo Diez y Nueve, N° 1277,
Méjico, 29/05/1845

Pero no sólo empresas de alcance transcontinental hallaron en los folletines franceses una senda auspiciosa para la especulación comercial. Los impresores o editores locales — desde México al Río de la Plata, incluyendo Brasil — también pudieron observar que las novelas de Dumas y Sue habían generado una demanda verdaderamente inaudita, y que por lo tanto eran materia propicia para ir en busca de un lectorado ya predisposto por las noticias — y ediciones — que venían de Europa. Ya hemos visto como, en septiembre de 1845, el taller litográfico de Ibarra producía una primera edición local de *Los Misterios de París*, que ofrecía en suscripción a los lectores de Buenos Aires, a publicarse en entregas. Pero Ibarra no fue el único que incursionó en el terreno de la edición popular. El 10 de marzo de 1846, es decir a una semana del primer aviso del *Correo* sobre la nueva traducción de Martínez López, se anunciaba en las páginas del *Diario de la Tarde* una edición criolla de *El Judío Errante*, a cargo esta vez de una “particular empresa privada”, que era el modo en que comenzaba a conocerse en la ciudad la actividad editorial de José María Arzac, asociado por entonces con la librería de Steadman.²²

22 José María Arzac nació en Buenos Aires. Durante la segunda mitad de la década de 1820 se instaló en Montevideo y realizó algunos trabajos tipográficos, como la publicación de dos almanaques y de distintos periódicos (*La Gaceta de Comercio*, *El Observador Oriental*). De regreso a Buenos Aires, fundó en 1833 la imprenta que lo haría trascender como uno de los mejores impresores durante el período rosista. Publicó una *Galería de ilustres contemporáneos* (dedicada a célebres figuras extranjeras, principalmente francesas), la edición “federal” de las *Rimas* de E. Echeverría en 1846, las ediciones locales de *El Judío Errante* y *El Conde de Monte-Cristo*, y algunos periódicos, como el *Diario de Avisos* (1849-1852), donde iría a recalcar, recién llegado, el impresor español Benito Hortelano.



Diario de la Tarde, 1846. Aviso de la Imprenta de Arzac
sobre edición castellana de *El judío errante* de Sue

Como se estilaba por entonces con las publicaciones por entregas, la versión local comenzaría a editarse una vez alcanzado un número suficiente de suscriptores capaz de solventar los gastos de la impresión. Por un aviso posterior, de abril del mismo año, sabemos que la edición, efectivamente, se puso en marcha: “La Empresa — dice — había anunciado la semana pasada en un aviso por este mismo *Diario*, que las entregas de mañana sábado que son 3º y 4º serían llevadas a sus casas, pero se ve en la necesidad de no poderlo verificar en razón a que el sujeto que tenía ya convencido para este trabajo se halla hoy gravemente enfermo”²³ El aviso muestra las características contingentes de un incipiente mercado local — o, con más precisión, de una empresa editora particular —, en el que la modalidad de suscripción domina el intercambio comercial del impreso y en el que se necesitan, entre otras cosas, de otros servicios o recursos que los de imprenta. Al mismo tiempo, las características en las ofertas de edición evidencian el vínculo de este público popular con la ilustración, esto es, con imágenes grabadas o litografiadas que, representando escenas o personajes emblemáticos, acompañan las entregas. “En los dos cuadernos que se han de repartir mañana” — dice

23 *Diario de la Tarde*, n. 4380, 24 abr. 1846, p.3, col. 1.

el aviso de Arzac — van litografiadas las láminas de *Dagoberto y las dos huérfanas*”.²⁴ Y, al final, anticipa: “En las entregas sucesivas irán otras de las más notables, pues los empresarios están decididos a complacer a toda costa a sus favorecedores”.²⁵ En este tipo de literatura, la ilustración parece ser el dispositivo privilegiado para captar mayor cantidad de lectores, como demostraba contemporáneamente el formato *magazine*. Las sucesivas exploraciones de Arzac en este terreno — por ejemplo, su edición, también por entregas, a mediados del 47, de *El Conde de Monte-Cristo* de A. Dumas — no dejarían por ello de escatimar recursos en lo relativo a la reproducción de estampas alusivas.

La entrada de las novelas de Sue y Dumas parece haber avivado la especulación comercial de las imprentas locales de un modo que hasta entonces no lo había hecho ni siquiera la aparición de las *Rimas* de Esteban Echeverría. Los imprentesores y editores locales Ibarra y Arzac no sólo competían abiertamente entre sí, repartiéndose los suscriptores, publicando incluso en una misma página avisos sobre dos novelas de Sue, como ocurre con frecuencia,²⁶ sino también con el *Correo de Ultramar*, cuya empresa editorial contaba con un soporte material y económico mayor, de alcance continental y transoceánico.

En el contexto de esa competencia, de ese verdadero *boom* editorial alrededor de Sue, el 16 de marzo de 1846 — es decir en el preciso contexto de los anuncios que venimos describiendo —, el *Diario de la Tarde* publica en el zócalo del periódico nada menos que *El Judío Errante* de Eugène Sue — habría que agregar que es el primer folletín publicado materialmente en el zócalo de un periódico en Buenos Aires —, y lo hace en un momento en el que el nombre de Sue pero sobre todo los títulos de sus dos famosas novelas se habían impuesto a los ojos de los

24 Parece referirse a la escena del capítulo dos cuando, camino a Mockern, Dagoberto muestra a las dos huérfanas, la encina donde antaño él y su padre, el General Simón, fueron abatidos. Imagen que aparece reproducida en algunas de las traducciones conocidas, como por ejemplo la de Wenceslao Ayguals de Izco, Madrid, 1845.

25 *Diario de la Tarde*, n. 4380, 24 abr. 1846.

26 Ver, por ejemplo, *La Gaceta Mercantil*, 02 de may. 1846.

lectores bonaerenses. Su publicación en el periódico, por tanto, debe ser considerada como una apuesta editorial de la redacción, a cargo por entonces de Simón Méndez.²⁷

Desde su fundación en 1831, el *Diario de la Tarde* venía publicando textos de carácter literario — extractos de relatos de viaje, cuentos extraídos de otros periódicos, curiosidades —, y hubo momentos en su trayectoria, como por ejemplo el año 1844, en que la redacción decidió colocar en la primera página textos con el título de Variedades o Misceláneas, otorgándoles un lugar y espacio físico preponderantes. A diferencia de lo que ocurría con *La Gaceta Mercantil*, las interferencias del discurso político en el *Diario de la Tarde* fueron puntuales y, en comparación con *La Gaceta...*, ocuparon mucho menos espacio. No es que el discurso oficial no impregnara sus columnas, pero lo hacía sin asфиксiar el margen misceláneo que, desde su inicio, supo afianzar el diario como característica diferencial. Esa característica se vio reforzada con la publicación del folletín de Sue, y permitió al periódico experimentar con una zona de lectura no del todo explorada: la del entretenimiento. Al finalizar la publicación de *El Judío Errante*, el *Diario de la Tarde* comenzó a publicar un Álbum Universal de literatura, el cual, por su disposición en caja y tipografía distintas, permitía al lector no sólo leerlo sino también recortarlo y colecciónarlo. Y el 22 de marzo de 1847 un suelto aparecido en la segunda página avisaba a los lectores que, con el mismo formato del Álbum, el *Diario* comenzaría a editar — cosa que hizo a partir de abril de ese mismo año — *El Conde de Monte-Cristo* de A. Dumas.

27 La redacción de este singular periódico rosista fue mudando con el tiempo. Desde su aparición en 1831 hasta febrero de 1846, el redactor fue Pedro Ponce, quien había fundado además la Imprenta Argentina, donde se imprimía el periódico. Le sucedió Simón Méndez, quien permaneció en la redacción hasta mayo de 1849. A Méndez le sucedió Lázaro Almada, quien permaneció en la redacción hasta febrero de 1852; caído Rosas, se hizo cargo brevemente Cayetano Casanova.



Diario de la Tarde, Nº 4650, 22/03/47

Como vemos, para 1846 la circulación y publicidad de las obras de Sue en Buenos Aires han alcanzado una dimensión importante, que permite inducir en consecuencia un público lector suficientemente amplificado como para sostener la demanda de diversas ediciones: a los sucesivos anuncios del *Correo de Ultramar*, que culminaron con la edición exclusiva de *El Judío Errante*, se fueron sumando las iniciativas locales, como los casos de G. Ibarra y J. M. Arzac. Iniciativas que implicaron también a la redacción de uno de los tres periódicos oficiales, el *Diario de la Tarde*, que decidió ofrecer en sus páginas a sus lectores, aprovechando la demanda creciente de un tipo de lectura ajena a las contingencias políticas, el folletín que medio año antes habían culminado de leer los franceses en el zócalo de *Le Constitutionnel*.

DE LOS PERIÓDICOS A LAS LIBRERÍAS

Más que el nombre de Eugène Sue fueron sus afamados títulos, casi como si fueran una marca, los que se impusieron a la vista de los lectores. En efecto, los títulos de *Los Misterios de París* y *El Judío Errante*

adquirían mes a mes no sólo mayor espacio y mayor frecuencia de aparición en la prensa, sino también mayor jerarquía visual, aspecto que puede corroborarse al observar la espesa tipografía con que eran promocionados en sus páginas. La disposición tipográfica colocaba esos títulos en una misma escala visual que los encabezamientos de anuncios o avisos comerciales: *Los Misterios* o *El Judío Errante* podían equipararse, en tanto tipografía destacada, a las tipografías más densas que encuadraban todo tipo de publicidades, como por ejemplo "Ojo al aviso", "Se necesita", "Marítima", "Aduana", "Aviso interesante", "Avisos nuevos", "Se vende"; "Se ofrece". Más aún, en algunos casos la tipografía de las novelas de Sue se distinguían claramente del resto de los anuncios, ya sea por su mayor tamaño, ya por su distinto formato. (Ver figuras 8 y 9).

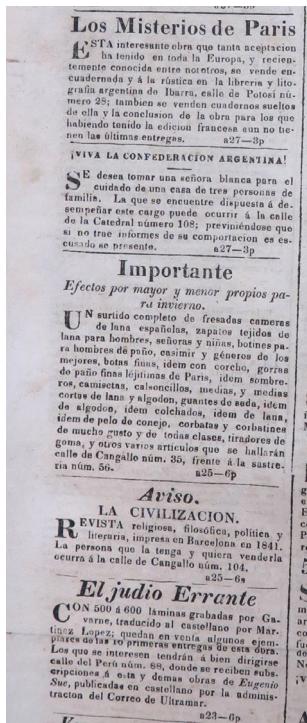


Fig. 8. *Diario de la Tarde*. Aviso sobre *Los misterios de París*. Tipografía destacada



Fig. 9. *Diario de la Tarde*, N° 4346, 12/03/1846. Página 3, en segunda columna, aviso de *El Judío Errante* de Arzac

La invasión de las novelas de Sue en las páginas de la prensa porteña era el signo evidente de una penetración en los circuitos de lectura de los estratos medios y medio-altos de la sociedad rioplatense. Así, a medida que las ofertas de lectura se renovaban con nuevas ediciones promovidas en la prensa también comenzaron a aparecer avisos de librerías que, a partir de entonces, incluían los títulos más difundidos de los folletines franceses. En general, las ofertas de libros, si bien iban reorganizándose con la llegada de nuevos títulos, eran en el último lustro más o menos un listado ya conocido. Al catálogo de la Librería Argentina analizado por Alejandro Parada, en el que gramáticas, diccionarios, textos de historia y jurisprudencia, además de literaturas clásica y española dominan entre el resto de literatura moderna — aunque asoman, desde ya, los nombres de Humboldt, Chateaubriand, Sismondi, Scott —, se podrían sumar algunos títulos y autores que en la década de 1840 empiezan a ser frecuentes — además de los clásicos, como el *Telémaco* de Fénélón, que es una persistencia en las demandas y ofertas de lectura en toda la época. Privilegiando las referencias literarias, podemos citar: las cartas de *Eloísa y Abelardo*, *Emilio o la Educación*, *Viaje por América* de Chateaubriand, *Oscar y Amanda*, *El último Mohicano* de Fenimore Cooper, *Los tres españoles o los misterios*, *Moralba, jefe de bandoleros*, *Pablo y Virginia*, y algunas otras novelitas de autores menores.²⁸

28 Las “cartas” de Eloísa y Abelardo muy probablemente remitan a *Julia, o la Nueva Eloísa*, de Rousseau, cuyo subtítulo original fue *Lettres des deux amans*; *Pablo o Virginia* de Jacques-Henri Bernardin de Saint-Pierre; *Los tres españoles o misterios del Palacio de Montilla*, de autor desconocido, publicado en París en 1840 por la Imprenta de Pillet; *Oscar y Amanda, o los descendientes de la Abadía*, es la versión española de *The Children of the Abbey* (1796), de la escritora inglesa Regina-Maria Roche.

Se vende.

Los Misterios de París

ESTA interesante obra que tanta aceptación ha tenido en toda la Europa, y recientemente conocida entre nosotros, se vende encuadrada y á la rústica en la librería y litografía argentina de Ibarra, calle de Potosí número 28; también se venden cuadernos sueltos de ella y la conclusión de la obra para los que habiendo tenido la edición francesa aun no tienen las últimas entregas. a27-30

VIVA LA CONFEDERACION ARGENTINA

SE desea tomar una señora blanca para el cuidado de una casa de tres personas de familia. La que se encuentre dispuesta á desempeñar este cargo puede, ocurrir á la calle de la Catedral número 108; previniéndose que si no trae informes de su comportación es excusado su presente. n.º 27-32.

Se ofrece
Una aña de leche buena y sin biva, en la calle del Parque num. 342. j3-3p

Se alquila
UN almacén seco y expuesto, muy adecuado para depósitos y también para negocio, con un cuarto y las dependencias. Se alquila en la calle de la Catedral. Término el num. 69 de escaj para obtener la llave y tratar acuerdo en la calle del 25 de Mayo No. 17. j3s-5p *

Se alquila
Una cesta en la cuneta de la Iglesia de San Domingo num. 11, 13 y 15. Se alquila en la calle de la cuneta de la Iglesia para depósitos. 6 cuartos y una cosa; tiene puerta de zaguán, dos buenas piezas para vivir, cocina, los jardines, jardín de baño y un cuarto para dormir. Se alquila en la cuesta de la Iglesia de Tardes de rosario.

VIVA LA CONFEDERACION ARGENTINA!
Mueran los salvajes Unitarios!

Gran baratillo de SANGUÍNEAS.

EN la barriada de la calle de los Artes y plazas de los Artes num. 82, se hallarán sangrías al rán domo-prem de tres y cinco pesos cada una, y por muy señor de quedadas. j3-3p

VIVA LA CONFEDERACION ARGENTINA!
Mueran los salvajes Unitarios!

El judío Errante
SÁNA a los 12 del día jueves el Señor de la Catedral y el día viernes entra en la imprenta del Sr. Alfonso de la Catedral número 40, por los cuatro cuadros, 29 y 30, a 31. En la que se acompañaría la 14. mina de la interesante ARIELINA, en el locutorio.

El Judío Errante
Publicado del Correo de Lima OS Sres. suscriptores a esta edic.
que el presidente de la república
se servirá ordenar que la imprenta
Catedral número 40, en las 6 horas de cada
noche, donde se halla, les entregará hasta la 14.
Partir todo tuvo que cesar
presentar los recibos correspondientes. j12-18p

VIVA LA CONFEDERACION ARGENTINA!
Mueran los salvajes Unitarios!

Ariso.

A los acreedores del fondo D. P. Sheridan.

NO habiendo cumplido la comisión de los acreedores del fondo D. P. Sheridan, para el 26 del pasado punto se da la ocupación del Tribunal de Cuentas de la Ciudad de Buenos Aires, en la oficina de la Junta Popular Intermedia en la Ciudad. Manuel Macellá se aveva de acuerdos con los acreedores del fondo Sheridan para que el Tribunal de Cuentas del Juzgado de lo Civil y de lo Mercantil, en la causa número 4 del año de 1848, resolviese la deuda que se asistió en noticia de sus heras, para que asistiera el ex presidente don Artes, Julio 1 de 1848.

j2-2p

Siba.

VIVA LA CONFEDERACION ARGENTINA!
Mueran los salvajes Unitarios!

Por tercera y última vez y enjolada.

Tránsito de Comercio 4 de junio
todos los acreedores del fallecido D. Emilio para que se les pague lo que se deba en su honor, la prima herencia del Teniente de 1º Constante ya nombrado, siendo que no asistiere de todos los acreedores el Tribunal de Cuentas, se procederá en el Tribunal de lo Civil y Mercantil de la Ciudad de Buenos Aires.

Se avisa por edictos en el Dívario de la justicia de noticia de los mismos acreedores

Página de avisos del *Diario de la Tarde*. Observar en la imagen derecha dos anuncios de *El Judío Errante* en la misma página.

Avisos de *Los Misterios de París* y de *El Judío Errante* en *La Gaceta Mercantil*

Si bien el primer aviso de venta de *Los Mistères de Paris* en francés aparece en marzo de 1845 (publicado por la librería Independencia), no será hasta fines del año 1846 y sobre todo durante 1847 que los listados de ventas de las librerías incorporen títulos de Sue, Dumas y Féval. Es decir que, salvo los anuncios de la librería de Ibarra, que comercializaba su propia edición, o los de Arzac-Steadman que, como

p. 193-225, jan/abr 2018 215

vimos, trabajaban asociados, durante casi dos años no hubo mayores ofertas que las que se canalizaron por medio del *Correo de Ultramar*.²⁹

El 18 de enero de 1847, la misma Librería Independencia publica un nuevo listado en el que aparecen *Los Misterios...*, edición francesa en 4 tomos ilustrados. Poco después, en febrero, la librería Ortiz ofrece *El Judío Errante*, versión española, en 4 tomos. Cuatro meses más tarde, el 30 de junio, un nuevo catálogo de la Librería Independencia publicado en *La Gaceta Mercantil* anunciaba, bajo el título “Livres en français”, a *Les Mystères de Londres* de Trolopp (Féval) y *Les Mystères de Paris* de Sue. En marzo de 1848, la librería de Gregorio Ibarra publicaba un extenso listado encabezado por *Los Misterios de París*, en español, en dos tomos. Entre estos avisos, además, hay que contar los de Arzac y los de la Imprenta Argentina, es decir del *Diario de la Tarde*, promocionando ediciones propias de *El Conde de Monte-Cristo* de A. Dumas. Para marzo de 1849, puede decirse que la constitución de los catálogos ya estaba atravesada por la nueva ola del folletín francés. Un ejemplo: el 21 de marzo la Librería del Plata daba a conocer su catálogo en el *Diario de la Tarde*, entre cuyos títulos figuraban no sólo *El Judío Errante* y *Los Misterios de París*, ambos en traducción española, e ilustrada, la del último a cargo de Antonio Flores, no sólo *Los Misterios de Londres*, que, como vimos, ya había aparecido en otros avisos, sino también *Martín, el expósito, o las memorias de un ayuda de cámara*, del autor de *Los misterios, Los siete mil pecados capitales*, de Martínez Villergas, obra en verso que, como se sabe, se apoya en la popularidad de *Los siete pecados capitales* del mismo Sue, y *La Parodia del Judío Errante, Jeremiada constitucional en diez partes*, de Charles Philipon — el emblemático director de *La Caricature* y *Le Charivari* — y Louis Huart, cuyo discurso satírico también se apoya en el subtexto de la novela en folletín.³⁰ Este verdadero

29 De hecho, la misma Librería Independencia publica su “Último catálogo de libros” en abril de 1845, o sea un mes después del anuncio de venta de *Los Misterios de París* en francés, y en él no hay ningún título de estos autores. Cf. *La Gaceta Mercantil*, n. 6439, 10 abr. 1845, p.4.

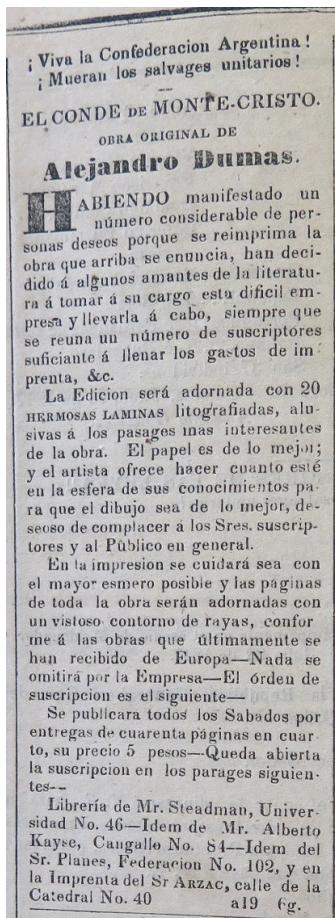
30 Por efecto del folletín o de ediciones a bajo costo fue que comenzaron a conocerse otros títulos anteriores de Sue o Dumas, como por ejemplo *Atar-Gull* (1831) o *Mathilde* (1839), del primero, o *Le Capitaine Paul* (1838), del segundo.

aluvión de la literatura folletinesca francesa abarcó varios niveles e implicó a todos, o casi a todos, los circuitos de lectura. El *Diario de la Tarde*, donde se publicó el aviso de la Librería del Plata que acabamos de comentar, ofrecía en esos precisos momentos la octava entrega de *La Reina Margarita*, de Alexandre Dumas. Este microclima editorial folletinesco, esparcido en la prensa oficial de Buenos Aires, interpelaba a — y era interpelado por — una audiencia que, podemos suponer, era bastante más amplia y diversificada de lo que comúnmente se cree.

Diario de la Tarde. Aviso
Librería Independencia



Diario de la Tarde.
Aviso Librería Ortiz



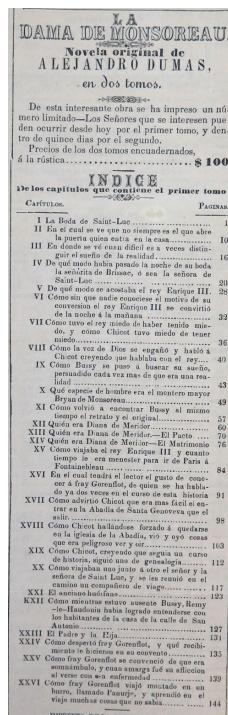
La Gaceta Mercantil, N° 7141,
21/08/1847. Suelto anunciando
la publicación de *El Conde de
Monte-Cristo* de A. Dumas



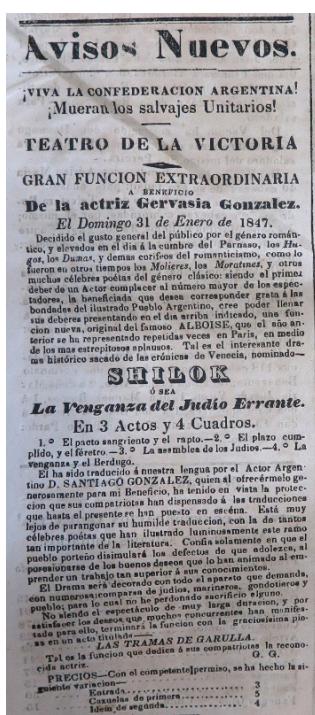
La Gaceta Mercantil. Aviso Librería
Argentina sobre *Misterios de París*
(primer renglón)

Por lo demás, el *efecto Sue* tuvo un alcance significativo. Por lo pronto, removió el incipiente circuito de intercambio editorial, ajustando la oferta literaria a una demanda puntual. Que esa demanda se hacía sentir lo demuestra la diversa gama de iniciativas editoriales, que no sólo incluyó a la imprenta del *Diario de la Tarde*, como vimos, sino que alentó, de un modo novedoso, a la abierta competencia. Hacia fines

de 1848, *La Gaceta Mercantil*, que hasta entonces no había sido sino una instancia de mediación en la publicidad literaria, daba a conocer en un anuncio que ocupaba algo más de la mitad de una columna su edición en dos tomos, encuadrados a la rústica, de *La Dama de Monsoreau*, de Alexandre Dumas, continuación de la saga abierta con *La Reina Margarita* — que, no casualmente, acababa de publicarse en el zócalo del *Diario de la Tarde*. El folletín había llegado. Y al parecer el público lector lo recibió ávidamente, a tal punto que los regentes del Teatro de la Victoria, al organizar una función extraordinaria a beneficio de la actriz Gervasia González, decidieron subtitular la obra *Shylock* de Dulac y Alboise, basada en la historia del *Mercader de Venecia* de Shakespeare, con una evidente resonancia a Sue: *Shylock, o sea La Venganza del Judío Errante*.



La Gaceta Mercantil,
diciembre de 1848.



Diario de la Tarde,
26/01/1847, pág. 2

El aviso de *El Judío Errante* llega a la primera página del periódico. *Diario de la Tarde*, N° 4634, 03/03/1847, col. 2.

VISIBILIDAD Y LECTURA. A MODO DE CONCLUSIÓN

Un aspecto notable en la dinámica de captación del público lector, cuya figura palpable en este período es la del *suscriptor*, por parte de estas plataformas de edición folletinesca, es la apelación a la imagen. En efecto, la “cultura de lo visible” impregna las ofertas de lectura de los sueltos y anuncios que buscan expandir los campos de lectura. Como hemos visto, los títulos de las afamadas novelas — antes que los nombres de sus autores — eran presentados mediante una tipografía destacada, cuyos dibujos competían con los de otros anuncios no menos importantes o llamativos — como los del teatro, por ejemplo, u otros espectáculos públicos. Ediciones populares, que al parecer no podían dejar de estar acompañadas por sus grabados. Las escenas típicas, representativas de distintos pasajes narrativos, no se ofrecían tan sólo como complemento de lectura sino también como puerta de entrada o, llanamente, como parte — y una parte importante — de la lectura. De hecho, la reproducción de la imagen a través de la prensa impuso, sobre todo a partir de periódicos como el *Penny Magazine* (1830) de Londres, o el *Magasin Pittoresque* (1833) de París, una nueva sensibilidad lectora, cada vez más estimulada, para usar una fórmula de D. F. McKenzie, por el registro de elementos no verbales en el diseño tipográfico de la publicación (McKenzie, 2005, p.34). Según han postulado, entre otros, Michel Melot (1990), el dominio de la imagen supuso a su vez nuevos géneros y nuevas prácticas de escritura, puesto que los escritores no podían eludir su proximidad iconográfica, que los obligaba en muchos casos a modificar su texto.³¹

Estamos ante un fenómeno netamente moderno, expresado a nivel gráfico por el formato *magazine*, que como sabemos alcanzará su mayor desarrollo hacia el final de la centuria. No obstante, cabe advertir que ese formato tuvo sus inflexiones particulares, en especial mediante la combinación de literatura por entregas, o folletín, y estampas litográficas o

31 Me he ocupado en otro trabajo del uso de la litografía y la imagen en Latinoamérica y de las posibles conexiones con la literatura costumbrista de la época. Cf. PAS, 2011.

grabados en impresos periódicos. El uso de la imagen en general ha sido evaluado como un modo de seducción de las culturas populares, según una larga tradición ilustrada, tan próximas a lo sensitivo como lejanas de los códigos escritos. De allí el frecuente vínculo que se suele establecer entre textos ilustrados y lectura popular. En este punto, en el Río de la Plata, la cuestión se vuelve particularmente problemática puesto que, en general, las culturas populares suelen ser entendidas como culturas rurales o campesinas, cuya interpelación literaria peculiar ha sido, notablemente, la *gauchesca*. Intentaremos despejarla sopesando algunos indicios de la circulación del folletín en Buenos Aires a mediados del XIX.

¿Quiénes leían las novelas de folletín ilustradas tan promocionadas por la prensa bonaerense? ¿Estamos ante un consumo popular, diferencial, distante del que encarnaba el circuito de lectura de la élite? Y, en ese caso, ¿cómo definir o delimitar a este público consumidor de folletines o novelas por entregas?

El aviso de *El Correo de Ultramar* que anunciaba la edición española de *Los Misterios de París* de San Martín puede ofrecernos alguna clave. Luego de explicitar las condiciones de venta y suscripción — que hemos citado más arriba —, se hacía la siguiente aclaración:

Con el objeto [de] que no se extravíen, laceren o marchiten, en manos de los criados las láminas separadas del texto que van con cada entrega, no se mandará depositar dichas entregas de los “Misterios de París” en casa de los suscriptores.

Los Sres. suscriptores del “Correo” que no puedan ocurrir personalmente se servirán mandar sacar las entregas que les corresponden por personas de su confianza, presentando el último recibo que los acredite como suscriptores del “Correo de Ultramar”. Con las seis últimas entregas de los “Misterios de París” vienen las doce primeras entregas del “Judío Errante Ilustrado”.³²

32 *La Gaceta Mercantil*, n. 6578, 06 sep. 1845.

El cuidado en las entregas de las ilustraciones, a las que no deben tener acceso los criados, indica que los grabados o litografías que acompañaban a estas novelas eran considerados un objeto de lujo, no meramente un adorno o atavío que complementaba a la lectura. Parece, en definitiva, que estamos ante un público lector *popular urbano* cuyos intereses o gustos fueron interpelados — como este trabajo procuró demostrar — principalmente por la prensa periódica. De hecho, una de las características formales y cualitativas que quizás mejor definan a este tipo de lector — lector de folletines, lector de la prensa diaria — es la representada por la figura de la *miscelánea*. Acorde con la propia superficie variada del periódico, más que una modalidad extensiva, lo que el público lector popular urbano pone en práctica es una lógica fragmentaria y expresiva de la lectura, lectura sinuosa y como por saltos — de una entrega de folletín a otra, de una imagen a otra, de un periódico a otro — que presupone también un tipo de edición popular, es decir no libresca, personal y a la vez “masiva”, o sea industrial.

Industrial, cabe aclararlo, no con el significado que otorgó a esta literatura Charles Agustín Sainte-Beuve, sino más bien respecto de las nuevas técnicas y tecnologías que sedujeron a Walter Benjamin. En este sentido, el periódico ha sido, en el siglo XIX, no sólo la plataforma principal de circulación de la lectura sino también la “tecnología intelectual” que dominó sus modulaciones, prácticas y discursos. En consecuencia, si asumimos, con Roger Chartier, que los dispositivos escriturarios y formales — es decir, tipográficos — son un factor clave en la construcción de sentido, de los lectores, y a la vez de la historia de la lectura, parece imprescindible incorporar una perspectiva material de la lectura popular a fin de no reiterar esquemas preconcebidos. A fin de afirmar, precisamente, el movimiento que va de la historia del libro a la historia de la lectura.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CHEVASCO, Brian P. *Mysterymania: The Reception of Eugene Sue in Britain, 1838-1860*. Berna: Peter Lang, 2003.
- GONZÁLEZ BERNALDO DE QUIRÓS, Pilar. *Civilidad y política en los orígenes de la nación argentina*. Buenos Aires: FCE, 2007.
- HORTELANO, Benito. *Memorias de Benito Hortelano*. Buenos Aires: Espasa Calpe, 1936.
- MCKENZIE, D. F. *Bibliografía y sociología de los textos*, Madrid, Ediciones Akal, 2005.
- MELOT, Michel. Le texte et l'image. In : CHARTIER, Roger; MARTIN, Henri-Jean (org.). *Histoire de l'édition française, III. Le temps des éditeurs. Du romantisme à la Belle Époque*, Paris: Fayard/Promodis, 1990. p.329-355.
- PARADA, Alejandro. *El mundo del libro y de la lectura durante la época de Rivadavia*. Una aproximación a través de los avisos de La Gaceta Mercantil (1823-1828). Buenos Aires: UBA, Cuadernos de Bibliotecología, n.17, 1998.
- PARADA, Alejandro *El orden y la memoria en la Librería de Duportail Hermanos: un catálogo porteño de 1829*. Buenos Aires, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas, Facultad de Filosofía y Letras, UBA, 2005.
- PARADA, Alejandro *Los libros en la época del Salón Literario. El Catálogo de la Librería Argentina de Marcos Sastre (1835)*, Buenos Aires, Academia Argentina de Letras, 2008.
- PAS, Hernán. La seducción de las imágenes. El ingreso de la litografía y los nuevos modos de publicidad en Latinoamérica. *Caracol. Revista do Programa de Pós-Graduação da Área de Língua Espanhola e Literaturas Espanhola e Hispano-Americana*, FFLCH, Universidade de São Paulo, n. 2, p.10-41, 2011.
- SABLONNIERE, Catherine. El *Correo de Ultramar* (1842-1886) y la ciencia: entre labor educativa y propaganda política. *IV Encuentro Internacional de Historiadores de la Prensa en Iberoamérica*, Chiapas, México, 2007. Disponible en: historiadoresdelaprensa.com.mx/hdp/files/272.pdf

- SCHAPOCHNIK, Nelson. Edição, recepção e mobilidade do romance *Les mystères de Paris* no Brasil oitocentista. *Varia Historia*, Belo Horizonte, vol. 26, nº 44, p.591-617, jul/dez 2010.
- SCHAPOCHNIK, Nelson. Mysterymania: de Paris au Rio de la Plata. In: Dominique KALIFA; Marie-Ève THERENTY (dir.). *Les Mystères urbains au XIXe siècle: circulations, transferts, appropriations*. Disponível: www.medias19.org. Consultado: 01 ene. 2016
- SUÁREZ DE LA TORRE, Laura. Une notoriété sans égale parmi les lecteurs mexicains: *Les Mystères de Paris* d'Eugène Sue . In : KALIFA, Dominique; THERENTY, Marie-Ève (dir.). *Les Mystères urbains au XIXe siècle: circulations, transferts, appropriations*, 2015a. Disponível: www.medias19.org. Consultado: 15 may. 2016.
- SUÁREZ DE LA TORRE, Laura (coord.). *Tras las huellas de Eugenio Sue. Lectura, circulación y apropiación de Los Misterios de París*. México: Instituto Mora, 2015b.
- WEINBERG, Félix. *El Salón literario*. Buenos Aires: Hachette, 1957.