

Hernán Pas. Literatura/Opini3n...  
Estudios 18:36 (julio-diciembre 2010): 242-270

## LITERATURA/OPINI3N P3BLICA. APORÍAS DE LA CULTURA LETRADA EN SUDAMÉRICA

Hernán F. Pas  
Universidad Nacional de La Plata/CONICET  
Hernan\_pas@yahoo.com

### *El magisterio de la “p3blica opini3n”. Un episodio ejemplar*

El 14 de noviembre de 1834 los peri3dicos de Buenos Aires anunciaron la aparici3n de *Los consuelos*, “poemas originales de Esteban Echeverría”, editados por la Imprenta Argentina. Como se sabe, la tradici3n y la historia literaria han convertido ese episodio en el moj3n ineludible de una doble consagraci3n: la del propio poeta y la del romanticismo en el Plata. Los mismos comentarios que aparecieron en los peri3dicos de la 3poca parecerían confirmarlo; el 3nico que a los laudos de rigor sum3 una mirada relativamente cr3tica concluy3 desestimando buena parte del volumen con palabras tan sencillas como contundentes: “las cuerdas que 3l ha pulsado con dulzura y armonía han resonado ya otras veces entre nosotros con bastante 3xito” (*Diario de la Tarde*, n3 1041, 24/11/34). Como el resto, este comentario tambi3n se public3 an3nimamente, aunque sabemos, por el registro epistolar que se conserva, que su autor fue Juan Thompson, uno de los miembros de la joven generaci3n e hijo de la m3s renombrada *salonnière* de la 3poca, Mariquita S3nchez.

A mediados de la d3cada de 1830, la figura de la “opini3n p3blica” –que hasta entonces había funcionado como eslab3n ret3rico de la discusi3n pol3tica– se expandi3 e hizo visibles los proyectos literarios de las nuevas 3lites letradas, constituyendo un fen3meno peculiar en el lento proceso de institucionalizaci3n letrada. Su funci3n contingente e hist3rica, por lo tanto, resulta fundamental para pensar concepciones lim3trofes como las de “escritor p3blico”, “espacio p3blico” o “p3blico lector”. Este trabajo se propone examinar el problema de la “opini3n p3blica” y su vinculaci3n con las concepciones literarias de la 3poca –y, por corolario, con las figuraciones de los p3blicos lectores– que comenzaron a socializarse y definirse a trav3s de la prensa peri3dica, tanto en

Recibido: 2 de diciembre de 2010

Aceptado: 11 de enero de 2011

La indignación del vate romántico ante semejante invectiva lo llevó a tomar la pluma y escribir, bajo la máscara de “Un verdadero amigo del autor”, la respuesta pública que su amigo y futuro biógrafo, Juan María Gutiérrez, calificaría de “absurda” e inadmisibles. En esa respuesta, publicada en *La Gaceta Mercantil*, aparece un nudo problemático con el que quiero comenzar esta reflexión sobre los lazos entre opinión pública y literatura en Sudamérica. Decía Echeverría:

Hubiera deseado que no hubiese puesto en cotejo intempestivamente sus producciones, con las de los poetas que le han precedido en la carrera, pues no es al Sr. articulista, a pesar de su magisterio, a quien toca pronunciar el fallo sobre su intrínseco y relativo mérito, sino a la pública opinión, y al tiempo, únicos jueces a quienes, como dijo un crítico de la *Gaceta*, deben su celebridad algunos poetas inmortales (*La Gaceta Mercantil*, n° 3437, 27/11/34, p. 2).

Además de la ostensible contrariedad de pretender conciliar intimidad afectiva con ecuanimidad reflexiva –aspecto que justamente desconcertó a Gutiérrez–, la respuesta pone en escena el sentido inherentemente aporético del magisterio público de la opinión. En efecto, resulta algo más que curioso que Echeverría niegue la validez del comentario aparecido en el *Diario de la Tarde* y, al mismo tiempo, reserve al juicio de la “opinión pública” el mérito o demérito de la obra literaria. En ese movimiento, el vate postula implícitamente el carácter ideológico de su presunción: si para Echeverría es el público lector el encargado de fallar a favor o en

Chile como en el Río de la Plata, entre principios de los años 30 y mediados de los 60.

*Palabras clave:* Opinión pública, prensa periódica, literatura, público lector.

*Literature/public opinion. Aporias of the Lettered Culture in South America*

In the mid 1830s, the notion of “public opinion” –until then just a rhetorical link in the political arena– expanded to the point of making visible the literary elites of the new learned elites, thus giving shape to a singular phenomenon in the slow process of lettered institutionalization. As a result, its contingent and historical function turns out to be fundamental for thinking borderline concepts such as “public writer”, “public space”, or “readership”. This paper aims to examine the issue of “public opinion” and its connection to the literary conceptions of the period –and, as a corollary, with the figurations of readerships –that began to be socialized and defined in the newspapers both in Chile and in Río de la

contra de la obra po3tica, su concepci3n del p3blico deber3a haberlo llevado a admitir que la de Thompson era, sin m3s, una manifestaci3n de ese fallo. De modo que la separaci3n entre p3blico y cr3tica no hace m3s que denegar la materialidad cierta que transforma la mera opini3n subjetiva (*doxa*) en opini3n virtualmente racional (*ratio*), esto es, en la llamada "opini3n p3blica". Como si Echeverr3a depositara la legitimidad del juicio en el p3blico lector y, al mismo tiempo, negara la cualidad del mismo en su exteriorizaci3n emp3rica.

En el p3rrafo anterior hemos asumido, ciertamente, una serie de presupuestos que ser3n analizados en las p3ginas que siguen. En primer lugar, el de una concepci3n de "opini3n p3blica" que demuestra, en el razonamiento del autor de las *Rimas*, el 3mpetu de una continuidad ilustrada que atenaza y determina buena parte de la sensibilidad rom3ntica. En segundo lugar, la concepci3n del p3blico (lector) y de lo *p3blico* (como espacio c3vico de la *polis*) derivada de esa visi3n, nos informa acerca de los presupuestos ideol3gicos que inciden en las concepciones literarias de la 3poca, as3 como de las tensiones evidentes que esos presupuestos generan frente al sistema de la prensa peri3dica y de la publicidad. En efecto, al expandir el espectro de objetos y formas de lectura y apelar a la ubicua figura del p3blico, la prensa peri3dica ofrec3a sin dudas una instancia novedosa de legitimaci3n letrada (que es, en definitiva, lo que est3 en la base de la discusi3n de Echeverr3a con su cr3tico).

Por 3ltimo, existe un aspecto esencial de esa concepci3n, relativo a las condiciones y a la materialidad de la formaci3n hist3rica de la "opini3n p3blica", que aun en ese intercambio epis3dico entre poeta y cr3tico

Plata, between the early 1830s and mid 1860s.

*Key words:* Public Opinion, Newspapers, Literature, Readership.

puede entreverse siguiendo su propia lógica discursiva. Si Echeverría niega el valor de ese juicio crítico mediante la descalificación de su hipotético sustento, esto es, mediante lo que despectivamente llama “amistosas conversaciones” o malas lecturas<sup>1</sup>, es porque tácitamente lo confronta con el ideal: aquella opinión racionalmente fundada que se gesta en el debate de ideas de personas entendidas. No sorprende, entonces, que sea el propio Echeverría el que, mediante el recurso de una firma enmascarada, se asuma portavoz de ese ideal (quién mejor, si no, que el propio poeta para hablar de una materia tan “sublime” —las comillas no hacen más que colegir la inflexión romántica de ese atributo— como la poesía).

En este sentido, resulta sugerente señalar que una de las prácticas periodísticas tardo-coloniales que habilitarían el pasaje a un nuevo tipo de función publicitaria subsistirá como elemento residual en la prensa liberal y romántica de las décadas del 30 y del 40, aunque los motivos de esa persistencia, por supuesto, sean disímiles. Así explica Lempérière el sutil deslizamiento de la función que cumplían las publicaciones amparadas por las autoridades reales hacia el fin de la Colonia: “Con el pretexto de dar a conocer informaciones útiles y acertadas, el periódico escenificaba opiniones. Se trata de una escenificación, e incluso de una ficción, puesto que el editor, según el privilegio de imprimir, era el único autor de los artículos publicados” (1998: 70). Aunque amparado en un pacto de lectura mediado por otros intereses, el recurso de escenificación o ficcionalización de las opiniones aparecerá de modo recurrente en las publicaciones de las nuevas élites letradas. Por encima de los factores políticos, tal subsistencia parece expresar el sistema de la prensa periódica decimonónica y, también, lo que se entiende en la época por “formación de opinión pública”: tanto las prácticas de las que se vale el editor o redactor del periódico como la calidad del público lector (imaginado, deseado, inferido) con el que esas mismas prácticas se confrontan.

En las páginas que siguen intentaremos aclarar los conceptos adyacentes a la llamada *opinión pública* —que la crítica especializada ha caracterizado como “referencial” y “conceptual”— para, en un segundo momento, indagar en las implicancias prácticas e ideológicas de la formación de una cultura literaria a mediados de siglo en Sudamérica (específicamente en Chile y en el Río de la Plata). En general, el problema de la opinión pública ha sido abordado desde perspectivas historiográficas atentas a su influjo en el terreno político. En este trabajo, no obstante, y aunque lo político es constitutivo del fenómeno, nos inte-

resa enfocar –o, si se prefiere, reenfocar– la formación de los programas literarios de la cultura romántica hispanoamericana bajo la lógica de la publicidad, esto es, examinar hasta qué punto y de qué modo el sistema de la prensa periódica, en general, y de la opinión pública, en particular, incidió en los programas y escritos literarios de la época. Para ello, indagaremos en las concepciones de *público* y de *opinión pública* de la época e intentaremos captar, contrastándolas, las condiciones materiales que afectaron, tanto simbólica como institucionalmente, su desenvolvimiento.

### *¿Opinión pública o público de la opinión?*

La opinión pública, se dice, es el gran tribunal de la humanidad, la luz que señala el camino del bien y de la verdad, juez sin miedo y sin odio que premia o castiga sin que nada sea parte a influenciar sus fallos, conciencia de la sociedad que puede más que ejércitos y escuadras, que cadalsos y verdugos, que presidios y cadenas; palabra misteriosa que se escapa nadie sabe de dónde, cómo ni cuándo, pero que penetra en todas partes: en la choza como en el palacio, sin curarse de guardas, espías, centinelas, puertas, cerrojos ni espesas murallas; palabra misteriosa que alienta al justo que sufre, hace temblar al poderoso que abusa, sonrojarse al que ha cometido una falta, huir al criminal (*La Semana*, n° 44, 05/05/60).

Con estas palabras comenzaba el chileno Justo Arteaga Alemparte su reflexión sobre la “opinión pública” en el periódico que redactaba junto a su hermano en Santiago, en mayo de 1860. Como se puede apreciar, el fragmento inicial apela a la figura retóricamente establecida desde la irrupción de la prensa ilustrada en los años de la revolución. La noción de la “opinión pública” como “gran tribunal de la humanidad [...] luz que señala el camino del bien y de la verdad” proviene de una representación iluminista que apelaba al ámbito de la razón universal y de la sana moralidad de los individuos, y que atribuía además una concepción trascendental y filantrópica a la prensa periódica como instrumento de expansión de las “luces”, tal como señala Bernardo Subercaseaux sobre el ingreso de la imprenta en Chile y los escritos periódicos de Camilo Henríquez (Subercaseaux, 1993: 15-29).

La ironía de Alemparte resulta así más efectiva en la medida en que lo que su escrito se propone es, justamente, poner en crisis esa idealizaci3n. No deja de ser reveladora sin embargo la imagen que en este primer pasaje cobra la figura de ese “tribunal” como “conciencia” que todo lo penetra, pero cuyo funcionamiento se desconoce: “palabra misteriosa que se escapa nadie sabe de d3nde, c3mo ni cu3ndo, pero que penetra en todas partes: en la choza como en el palacio”. Como la figura artífice que señaala Subercaseaux, aqu3 ese tribunal tambi3n es una “m3quina”, s3lo que, a diferencia de Echeverría, Alemparte ya no cree ni en la unívoca predestinaci3n de su faena ni en la virtud trascendental de su mecanismo. Lejos de eso, el art3culo da cuenta de una doble condici3n problemática. Por un lado, la dificultad de definir el modo en que esa m3quina opera. Por el otro, lo equívoco de su constituci3n. Porque, “¿qu3 es la opini3n p3blica?” se pregunta Alemparte, y ensaya una respuesta que, aunque simplificadora en su pesimismo sobre la articulaci3n de lo p3blico, no deja de proveer una instancia de reflexi3n ineludible para abordar las representaciones y definiciones te3ricas e hist3ricas sobre el asunto:

La opini3n p3blica, seg3n los m3s entendidos, es el juicio que forma la mayoría de la sociedad sobre los hombres y los sucesos. Si hay alguna definici3n que diga m3s que esta no la conocemos. Por tanto, ciñ3ndonos a ella vamos a permitirnos nuestras observaciones.

¿De qu3 se compone una sociedad? –De hombres, es claro.

¿En cu3ntas categorías se dividen esos hombres? En hombres de talento y necios.

¿Por cu3les est3 la mayoría?

Corred los paseos, los teatros, los caf3s, los salones; id examinando uno por uno a cuantos entran o salen, hablan o gritan, miran o duermen, comen o beben, y hallareis la contestaci3n a la pregunta anterior (*La Semana*, ídem).

El escrito de Alemparte escenifica los elementos centrales de una construcci3n ideol3gica moderna que combina un ideal deliberativo con una concepci3n unanimista de la opini3n, aunque no llegue a desarticular los t3rminos de esa conjunci3n. Si en lugar de “hombres de talento y necios” hubiese especulado con las distintas clases o estratos sociales que conformaban por entonces la sociedad chilena, tal vez habr3a ganado en complejidad lo que evidentemente su pensamiento disip3 en tono moralizante.

En efecto, los principales estudios sobre el surgimiento de la “opinión pública” en la Francia prerrevolucionaria advierten que el fenómeno estuvo ligado al proceso de secularización que llevó, como sostiene K. M. Baker, a “una crisis del poder absoluto”, en cuyo contexto se apeló a “un principio de legitimidad exterior”, amparado en la crítica ilustrada de los *hommes de lettres*, quienes asumieron un rol determinante para la unción (y uso) del llamado “*tribunal du public*” (Baker, 1987: 55-57). En coincidencia, Mona Ozouf demostró hace ya varios años el uso ideológico y político de ese tribunal, así como el hecho de que su “única característica unánimemente aprobada era negativa: no era la opinión de la multitud,... El público no era el pueblo, que era tan presto para errar, tan indefinible, y tan fácilmente enardecido” (Ozouf, 1988: 9)<sup>2</sup>.

Es decir, como bien muestra el clásico estudio de Jürgen Habermas (1962), esa formación, la de “un público racionante”, dada por el contacto entre el ámbito privado y los poderes públicos del Estado, estuvo signada históricamente por intereses de clase y por los límites que esos intereses le impusieron. De allí que la propia descripción de Habermas quede presa de una visión monista y liberal y, ciertamente, reducida de la comunicabilidad política. Posteriormente, trabajos como los de Robert Darnton (2003) y Roger Chartier (1995) han matizado –e incluso, en el caso del primero, refutado– buena parte de esa descripción habermasiana sobre la esfera pública dieciochesca y prerrevolucionaria. En el caso latinoamericano, el volumen colectivo *Los espacios públicos en Iberoamérica*, editado por François-Xavier Guerra y Annick Lempérière (1998) recoge esa misma tendencia crítica y revisionista y ofrece, a su vez, un panorama complejizado del pasaje de las prácticas comunitarias del Antiguo Régimen a los espacios públicos de las nuevas repúblicas independizadas.

En su contribución, Annick Lempérière constata que el vocablo *público* tenía dos significaciones antes de las revoluciones liberales; por un lado, el público era el conjunto de los habitantes de la república (no el ente abstracto del “pueblo soberano” que irrumpirá con la revolución); por el otro, lo público estaba relacionado con la publicidad, es decir, era aquello que se hacía o decía “a vista de todos” (1998: 55). El cambio se produciría cuando la opinión se asentara en la inmanencia de las normas, es decir, cuando ninguna autoridad suprema pudiera otorgar el basamento para ese “tribunal de la humanidad”, como lo llamaba irónicamente Alemparte. No obstante, lo que quiero destacar

a prop3sito del art3culo de Lemp3ri3re es que muchas de las caracter3sticas de la cultura p3blica urbana del Antiguo R3gimen perviven en el espacio p3blico moderno, sin que esto signifique una contradicci3n en s3 misma ni represente un destiempo en la modernidad de las pr3cticas discursivas. De all3, tambi3n, que tal pervivencia o permanencia de valores tradicionales atravi3se buena parte de la centuria y represente uno de los 3rdenes donde se constate con mayor certeza la continuidad del ideario ilustrado. Continuidad que puede avizorarse en uno de los escritos m3s conspicuos de la nueva generaci3n rioplatense, esto es, el *Dogma o Palabras Simb3licas* (1846), donde se admite que: “la soberan3a del pueblo s3lo puede residir en la raz3n del pueblo, y que s3lo es llamada a ejercer la parte sensata y racional de la comunidad social” (Echeverr3a, 1972: 144 y 152). A pesar de que esta reflexi3n permanece atada a la coyuntura pol3tica librada por el voto masivo instalado por el gobierno de Rivadavia –y su denostada consecuencia, la legitimidad popular de Rosas–, lo cierto es que la idea de una soberan3a acotada y restrictiva ya hab3a sido enunciada un cuarto de siglo antes por los publicistas y legalistas de la independencia, y fue una preocupaci3n constante de la pol3tica moderna instaurada con la revoluci3n. En 1816, por ejemplo, el redactor de *El Observador Americano*, Manuel Antonio de Castro, sosten3a lo siguiente:

Sin este orden constitucional severamente observado, en vez de ser el pueblo soberano quien se deje ver en las plazas o asambleas p3blicas, aparecer3 el poder de la multitud m3s fuerte, m3s animosa, o m3s ignorante. La rep3blica siempre expuesta a terribles sacudimientos degenerar3 en confusa *Olocr3cia*, cuyo despotismo es tanto m3s violento, cuanto es mayor el n3mero de los d3spotas y m3s impetuosa la acci3n tumultuaria de la muchedumbre (*El Observador Americano*, n3 3, 02/09/16, pp. 18-19).

Reflexiones como 3sta colman las p3ginas de los peri3dicos posrevolucionarios. Al igual que en las metr3polis, la “opini3n p3blica” no pod3a ser expresada por la voluntad general, sino que quedaba restringida a un fuero de expertos y publicistas versados <sup>3</sup>. El conflicto se plantea, entonces, en el orden de la *representaci3n*. En este sentido, la teor3a habermasiana de la racionalidad comunicativa tambi3n merece ser revisada. Ya no por el sentido teleol3gico-liberal de su propuesta, o por el car3cter localizado de su descripci3n, sino



porque el supuesto normativo de que los problemas pr3cticos poseen una soluci3n racional –libre de coacciones– implica un funcionalismo inherente que desatiende, o lo que es peor, desmerece, las contingencias, instancias y determinaciones irreductiblemente hist3ricas del fen3meno<sup>4</sup>.

A este respecto cabe recuperar aqu3 una temprana revisi3n de la concepci3n habermasiana sobre la “esfera p3blica”. En su estudio *Public Sphere and Experience. Toward an Analysis of the Bourgeois and Proletarian Public Sphere*, Oscar Negt y Alexander Kluge ofrecen un enfoque materialista de categor3as te3ricas como la de esfera p3blica burguesa, y la contrastan con las esferas p3blicas proletaria y postindustrial. Lo relevante del enfoque de Negt y Kluge es que socava los fundamentos cr3ticos que presupone la teor3a habermasiana al demostrar las implicancias materiales de ese constructo de comunicaci3n burguesa, aun en sus aspectos netamente hist3ricos. Seg3n estos autores, la definici3n hist3rica se deriva de la red distribucional de la propia esfera p3blica; 3sta, por lo tanto, se manifiesta a s3 misma como algo invariable, ocultando las estructuras concretas de producci3n social y, sobre todo, la historia del desarrollo de sus instituciones. Revisando argumentos protoformadores de ese aparato ideol3gico –como el pensamiento de Kant y de Hegel– Negt y Kluge afirman que “la construcci3n de la esfera p3blica deriva toda su sustancia de la existencia de dueos de propiedad privada” y que, al mismo tiempo, “la esfera p3blica no puede basarse en las caracter3sticas emp3ricamente arbitrarias de estos propietarios” (1993: 10). De all3 que Kant se vea obligado a negar esa base material a fin de sostener la ilusi3n de la universalidad comunicativa como algo general. “Pero es un ‘general’ abstracto, al que le faltan todos los elementos concretos de lo burgu3s que constituir3an una esfera p3blica ‘viente’ [*living public sphere*]” (idem).

La “opini3n p3blica” se convierte as3 en la instancia ilusoria a la vez que pr3ctica de una nueva comunicabilidad pol3tica, cuya imagen totalizadora describ3a muy bien Arteaga Alemparte al decir que su “palabra”, sin saber c3mo, penetraba todos los 3rdenes sociales. No obstante, la reflexi3n del propio periodista de *La Semana* remedaba esa construcci3n ideol3gica pues, precisamente, supon3a una opini3n homog3nea y unificada, una totalidad apote3sica impuesta como por arte de magia, m3s cercana a la concepci3n unanimista del per3odo ilustrado que a la versi3n deliberativa recuperada por el asociacionismo rom3ntico<sup>5</sup>. Entre uno y otro momento –digamos, entre el per3odo

revolucionario y mediados de la década del 30– se produciría un cambio significativo con el desarrollo de la prensa periódica y el surgimiento de las empresas editoriales de las nuevas promociones letradas. Cuando en *El Semanario de Santiago* (1842) uno de sus redactores se preguntaba “¿Qué sacaríamos con que todos los chilenos supiesen leer si no leyeran?”, y pasaba a formular la necesidad de “excitar el gusto a la lectura con escritos apropiados a las circunstancias de los lectores” (*El Semanario de Santiago*, n° 13, 29/09/42), evidentemente el viejo modelo del publicista ilustrado se hallaba en declive. Desde entonces, nuevas modalidades de intervención pública comenzarían a expandir el campo letrado a partir de una diversificación de las funciones discursivas acorde con los afanes del nuevo público lector que, aun sin ser sustancialmente distinto, impartía nuevas exigencias a la literatura<sup>6</sup>.

Sin embargo, como lo muestra el alegato de Arteaga Alemparte, el modelo de la opinión pública permaneció por mucho tiempo atado a los parámetros de la publicidad emanada de las Cortes de Cádiz. Ello explica, por ejemplo, que Alemparte no pueda despachar la opinión pública con la sarcástica indiferencia con que lo haría, por la misma época, Karl Marx al publicar el primer volumen de *El capital*<sup>7</sup>. En esa imposibilidad puede que se fijen los límites institucionales e ideológicos –así como las contradicciones– de las prácticas y empresas letradas de la cultura literaria de mediados de siglo. Límites y contradicciones que, por cierto, pueden corroborarse en la inestable consideración del público lector con el que esas mismas prácticas se confrontaban.

### *Las figuras del nuevo público*

Proteo, el público cambia de forma y de esencia,  
no sólo según los casos, sino también según las circunstancias, los días  
y las horas, merced a lo cual no sabe un pobre autor como arreglarse con él.

*El Alegre*, Valparaíso, 1846.

En el periódico *El Curioso*, publicado en Buenos Aires en 1821, se pone en escena un acto de lectura, en forma de diálogo versificado, en el que una niña aparece leyendo ciertos “secretitos de hermosura” mientras su madre la reconviene para que se incline a tareas conformes a su edad, pero sobre todo a su sexo:

Vieja: Deja muchacha ese papel: no quiero  
que leas esas cosas. Vete al punto  
al aposento y toma el costurero.

Niña: Pero mi madre ¿acaso (yo pregunto)  
de lo que aquí he leído hay diferencia  
a lo que se nos dice todo el día?

[...]

Niña: Yo a esto leo con gusto, y me contento  
[...] en los triunfos que obtiene la belleza:  
lo demás no me importa

[...]

De mi solo interés y cuidado  
son ciertos secretitos de hermosura  
que el Curioso galán nos ha apuntado (*El Curioso*, n° 3, 1821).

Este diálogo ejemplifica la convivencia de dos órdenes culturales superpuestos: por un lado, la circulación del periódico –que se llama, además, “científico-literario”– indica una nueva práctica de lectura, accesible y cotidiana, al alcance de la mano de una “niña”; por el otro, la “vieja” comadrona reproduce la visión patriarcal heredada de la Colonia: la niña no debe leer (menos un periódico) sino “tomar el costurero”. La escena es interesante, además, en términos genéricos. Muestra, al identificar a la niña con la sección de misceláneas del impreso, la diversificación de los objetos de lectura así como la propia naturaleza diversificada del registro periodístico<sup>8</sup>. El título mismo y la autorreferencia al universo de las curiosidades nos están indicando la confluencia de nuevas prácticas y condiciones de lectura. Por lo demás, como se han encargado de demostrar los estudios que indagaron en esa confluencia genérica (Masiello, Zanetti, Poblete, Silva Beauregard, Batticuore, entre otros), la figura de la mujer lectora concentra la imagen de los nuevos sectores e intereses que ingresan en el circuito del impreso.

Curiosamente, fueron los escritores formados bajo la nueva sensibilidad romántica los que intentarían transformar los roles adjudicados a ese tipo de lectura: no ya el interés de “ciertos secretitos de hermosura” –mediante el cual

la niña justificaba su osadía—, sino temas 3tiles, moralmente sazonados, que se espera que el p3blico lector femenino haga suyos. A ese mismo p3blico —que solía confundirse con “la masa”, el pueblo o la plebe— se lo conminaba a salir de la “ociosidad mental” mediante lecturas convenientemente alejadas del “placer de los sentidos”. Y aunque la experiencia demostraría que ese placer pod3a ser redireccionado (operaci3n que est3 en la base de la hip3tesis de Poblete sobre la narrativa de Blest Gana), lo cierto es que una visi3n paternalista e ilustrada —a fin de cuentas laica, pero que en ese punto transig3a f3cilmente con pruritos de la moral religiosa— estrechar3a los l3mites que los peri3dicos, en esencia, no hac3an m3s que expandir.

As3, ya en la d3cada del 40 *El Semanario de Santiago*, empresa editorial en la que coincid3an los miembros de la Sociedad Literaria presidida por Jos3 Victorino Lastarria, a la par de proclamar, como vimos, escritos que atendieran a los intereses del nuevo p3blico, se ocupaba de describir las pr3cticas lectoras de ese mismo p3blico en t3rminos abiertamente displicentes. Tal postura contradictoria se puede ver en un art3culo que versa sobre el pr3stamo de libros. Dice el an3nimo redactor: “Todo el mundo pide libros prestados, pero todo el mundo no presta; porque poco es el mundo a quien se le puede prestar” (*El Semanario de Santiago*, n3 3, 28/07/42). Con esa definici3n, la doble valorizaci3n del objeto revela su aspecto social: el mal h3bito, aunque necesario, del pr3stamo se restringe a aquel sector de la sociedad que sabe usufructuar los dos valores del producto: posesi3n y lectura. En cambio, el sector medio, que se representa en este art3culo ligado al 3mbito dom3stico de la mujer, s3lo usufruct3a el primero de esos valores: “el sexo amable que tan amablemente se queda con los libros”. Al describir el pasaje del libro por ese ambiente se describe asimismo un tipo de lector particular:

Al dilatado embargo que sufren [los libros], se agregan las contusiones producidas por los golpes, la descuadernaci3n [sic], los disparates que, en letras gordas, escribe en sus p3ginas la hermanita, las esquinas dobladas que, afortunadamente, nunca pasan del primer cap3tulo, los borrones que reciben al copiar unos versitos, o las hojas que le cortan para no tener el trabajo de copiar, y, finalmente, todo el tr3nsito que los m3seros tienen que hacer por la interminable calle de amarguras de la casa; y esto, cuando los vuelven, que por lo com3n pasan de amiga a hermano, y de hermano a amiga (3dem, 23).

El libro es un objeto cuyo valor simbólico se impone al interés por el conocimiento. Los libros prestados, según se indica, no se leen o se leen poco (los dobleces como marcas de lectura no pasan del primer capítulo), pero circulan de mano en mano. Con un tono similar al de Sarmiento cuando desde las páginas de su primer periódico exclamaba “o comprar o no leer *El Zonda*”, este redactor pregona en contra de una práctica que, supone, además de limitar el mercado del libro, incluye consecuencias materiales y morales: “No falta bobo que crea que la señorita ha leído su libro, le habla de él, la hace mentir, la ruboriza” (ídem).

La escena describe casi un lugar común de la cultura letrada de la época: frente al valor de la lectura como bien cultural, como una práctica de lectura seria, responsable (incluso erudita), surge otra aparential, dispersa e imitativa, marcando una diferencia social que, en éste como en muchos otros casos, también es de género. La proximidad entre el mundo femenino (frívolo o apasionadamente disgregado) y el mundo de las capas bajas de la sociedad (ya sean “rotos” o siúuticos, en la tradición chilena) tiene como sustrato implícito una metáfora orgánica de lo social: la inmadurez de su evolución. De ahí que en muchos casos a esa cadena metafórica se sume la imagen del niño, el infante incapaz de comprender por sí mismo y que, por lo tanto, debe ser instruido. Lo sintomático, como mostró Andreas Huyssen (1986), es que esas mismas imágenes sean atribuidas, con distintas variantes doxológicas, también al *pueblo* (con más precisión: proletariado y masas pequeño-burguesas).

Quienes afrontaron la tarea de evaluar y medir los componentes de un nuevo público lector en el Río de la Plata, lo hicieron bajo la misma prerrogativa ilustrada. Los jóvenes redactores de *La Moda*, pero principalmente Alberdi a través del seudónimo “Figarillo”, establecieron una sutil estrategia de intervención pública, amparada en la etiqueta de lo frívolo, con la que intentaron imponer nuevos códigos culturales en una Buenos Aires dominada cada vez más por el federalismo rosista<sup>9</sup>. En uno de los “Boletines cómicos” de Alberdi, subtítulo significativamente “Un papel popular”, se aborda la necesidad de “escribir para el pueblo”. Antes de empezar esta tarea, el escritor ilustrado pretende “explorar el campo”, para lo cual pone en escena la ficción de “un pueblo en miniatura” integrado por una mujer, un tendero, un zapatero y un artesano, al que luego se agrega un anciano letrado “formado en las famosas universidades de Charcas y Córdoba”. Consultados en sus intereses, el

resultado de la pesquisa es que ese “inter3s popular” deber ser reencauzado: frente al pueblo –“la gente que no sabe ni piensa”– hay que escribir sin importar lo que diga:

Las masas son santas porque son el cuerpo del pueblo, digámoslo así, ellas mueven, tambi3n sostienen, edifican [...] pero no legislan no inician no presiden. No deben ser consultadas directamente en tales materias, porque carecen de la conciencia de sus altas necesidades, ser3a preguntar a un adolescente que necesita ser instruido qu3 cosas le son convenientes. Enseñar estas cosas, en tanto que tales no pareciese es lo que importa [...] Persistir en enseñarles es el deber, que si ellos son realmente buenos, un d3a ser3n aceptados y tanto m3s honrados los servicios del escritor cuanto m3s mal reconocidos hayan sido al tiempo de dispensarlos (*La Moda*, n3 18, 17/03/38, p. 5).

Como ha se3alado Batticuore (2005: 33), evidentemente la de Alberdi es una pedagog3a supeditada por la urgencia que lo lleva a la paradoja de abogar por una cultura democr3tica desde una postura que solicita “obediencia y acatamiento”. Pero justamente por eso, la caracterizaci3n que los letrados de la nueva generaci3n realizan del “pueblo como p3blico” resulta menos inmediata, y, por lo tanto, m3s problem3tica, que la tajante divisi3n que esas escrituras establecen entre un p3blico de iguales –p3blico ilustrado– y un p3blico popular –gente que “no sabe ni piensa”. Menos inmediata en tanto en las mismas p3ginas de *La Moda* se postulan otras im3genes igualmente representativas de ese p3blico imaginado al que los autores denominan “la masa”. M3s problem3tica porque, como espero demostrar, la imagen inferida del p3blico se asienta en una perspectiva ilustrada cuyo modelo de “opini3n p3blica” permanece condicionado por una tradici3n inalterablemente logoc3ntrica.

A ra3z de un cambio editorial –suprimir las car3tulas del semanario y agregar m3s espacio para la redacci3n–, uno de los boletines c3micos, por ejemplo, especula sobre las consecuencias que ello acarrear3a en la recepci3n del p3blico. El art3culo ficcionaliza un di3logo con un “t3ctico viejo”, que comenta:

Eso de que la gente sólo quiere las ideas, V. lo dice. Lo que yo sé es que las gentes sólo quieren los colores. Lo que yo veo es que no se conoce ni se quiere conocer los escritos sino por las tapas [...] Las tapas son la vida y la muerte para Vds. Por las tapas son buenos para las niñas: y por las tapas y el nombre no sirven para los hombres, porque los hombres como las niñas, no ven las cosas, sino las tapas: si quieren ser leídos de éstos, hagan un papel grande, porque para ellos no es serio lo que es serio, sino lo que parece serio (*La Moda*, n° 6, 23/12/37, p. 4).

De este fragmento se deducen al menos dos cuestiones que resultan de interés en relación con las imágenes del público (y de la “opinión pública”). Por un lado, el pasaje muestra una relativa conciencia de la importancia material del impreso: las tapas, las carátulas, los colores, el tamaño, indican la necesidad de pensar el comercio del impreso vinculado con una cultura de la imagen propiamente mercantil y moderna<sup>10</sup>. Pero conciencia, al fin, relativa, en la medida en que la escenificación de ese aspecto comercial es presa del sarcasmo (“lo cierto es que la forma es todo, la substancia nada”, se dirá inmediatamente), típico además de la retórica partisana que subraya la distancia generacional con los doctos de antaño (quien comenta es un “táctico”, sí, pero “viejo”). Por otro lado, emerge en este pasaje una imagen algo distinta del público-“masa”: aquí no hay ni artesanos, ni tenderos, ni zapateros (es decir, no hay una composición del “pueblo”) sino niñas y hombres. Esas figuras, además, ocupan el lugar de la gente que “no sabe ni piensa”. ¿Qué diferencia, entonces, al “pueblo-masa” de estos hombres y niñas? Desde el prurito ilustrado de un Alberdi, parecería no existir diferencia alguna. De hecho, la concepción generalizada de estos jóvenes escritores sobre la mujer es que ésta, en la flamante república, es ni más ni menos que una “niña” y necesita consecuentemente una instrucción moral adecuada. Lo que permanece en ese sopesar del público es una concepción iluminista, no romántica, de la cultura; más específicamente, una concepción que otorga a la palabra escrita una función transmisora y reproductora de una cabal racionalidad. Frente a los colores y las tapas, la escritura de las ideas: ese debería ser el lema a seguir. Y justamente, lo que viene a aclarar esa imposibilidad por parte de Alberdi de operar desde otro prototipo ideológico, es lo que vuelve más problemática esa caracterización. La noción de público permanece atada a una concepción forense de la “opi-

ni3n p3blica" (Palti, 2007: 162), desde la cual el pueblo siempre ocupa el lugar del significante vacio: el *pueblo* es todo aquello que resiste al modelo de lector ilustrado y, a la vez, no es nada.

### *Un contrapunto necesario: p3ginas plebeyas, lecturas perras*

Por supuesto que, como alegato contrapuesto, las mismas p3ginas de esos y otros peri3dicos de la cultura rom3ntica ofrecen materiales con los que podr3a socavarse el modelo ilustrado del p3blico lector. En buena medida, la variabilidad de las figuraciones del p3blico es lo que determina la imagen de Proteo utilizada por *El Alegre* en el ep3grafe anterior, y es tambi3n esa imagen la que en parte orienta y justifica aquellos estudios que, como el de Poblete (2003), han ofrecido una mirada novedosa sobre las intermediaciones del p3blico (o los p3blicos) que hicieron visibles nuevas demandas y formas de producci3n cultural en la agenda de las 3lites. Sin embargo, tal vez hayan sido los impresos cuya redacci3n y circulaci3n apuntaban a un sector social mucho m3s amplio, en general iletrado o semiletrado, los que evidenciaron de modo rotundo los l3mites de esa figuraci3n elitista y jer3rquica del espectro p3blico.

Sabemos que la llamada "prensa popular" circul3 en forma de gacetas u hojas sueltas, aunque tambi3n que existieron peri3dicos que introdujeron en sus p3ginas un desv3o significativo de la norma dominante –tanto pol3tica como ling3stica–, en l3nea con los panfletos que circularon a fines del r3gimen colonial. En Chile, el florecimiento de ese tipo de publicaciones –luego de su declive con el predominio del diario impreso a principios del 30– suele datarse en los a3os de la guerra con Espa3a, esto es, 1865-66, y su apogeo en los inicios de la d3cada siguiente. Para entonces, los versos de Bernardino Guajardo, uno de los m3s famosos poetas populares de Chile, llegar3an a ser codiciados por un profuso p3blico lector (Kim Verba, 1993: 142 y 145). No obstante, es posible inferir que ya a mediados de la d3cada del 50 –y tal vez antes–, el sistema de la "prensa popular" contaba con sus vates o gaceteros an3nimos y, por ende, con un p3blico relativamente asiduo. Lo cierto es que a mediados de 1850 el poeta minero Pedro D3az Gana publicaba su primer peri3dico, *El Huasquino*, entre cuyas p3ginas dar3a a conocer su *Historia de Sebasti3n Cangalla*, una suerte de biograf3a novelada –escrita en prosa y en verso<sup>11</sup>. En



el introito de ese folletín, el redactor de *El Huasquino* denunciaba categóricamente el subterfugio de esa noción de público a la que solía apelar de forma abstracta la élite letrada: “Imbécil y estúpido pueblo: yo te saludo con el debido respeto y te dedico la historia de mi vida, sin tratarte de respetable ni ilustrado: porque me he propuesto narrar la pura verdad en el hilo de mi historia, y no quiero mofarme de ti, como lo hacen frecuentemente algunos llamándote *ilustrado y respetable*” (*El Huasquino*, n° 195, 22/11/56, p.1). A continuación, exponía los motivos de ese subterfugio:

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

A pesar de que en las páginas de *El Huasquino* la veta satírica y mordaz se diluyó en una retórica que compartía varios de los tópicos comunes de la época –como, por ejemplo, el tópico del amor romántico o el de la instrucción de la mujer–, esta *Historia de Sebastián Cangalla* ofrecía de modo perentorio una visión del público –y de lo público– algo más que provocadora.

En Buenos Aires, a la tradición de la gauchesca inaugurada por Bartolomé Hidalgo se sumaría la temprana actuación del gacetero popular Luis Pérez quien, durante el primer lustro de 1830, desarrollaría una empresa editorial particularmente significativa, la cual rebasaría, incluso, su proselitismo rosista. Llama la atención, en este sentido, la enorme versatilidad del publicista para incorporar a sus publicaciones los diversos temas, lenguajes y personajes de un público lector “plebeyo” diseminado en los suburbios y en las campañas de la provincia. Los títulos de sus gacetas son representativos de esa amplitud recep-

tiva: *El Gaucho*, *El Torito de los Muchachos*, *De Cada Cosa un Poquito*, *La Gaucha*, *La Negrita*, etc. En estas gacetas populares, en su mayoría escritas en verso, exponer y publicar son términos aledaños. De allí que lo icónico se alíe a la lógica de la opinión publicitada:

Soy un aguatero  
De aquesta ciudad  
Y aunque soy un pobre  
Soy buen federal

Tengo en mi carreta  
Bueyes colorados  
Y dos banderitas  
Que traigo a los lados

Llevan en la frente  
Cada uno testera  
Con letras doradas  
Que las lee cualquiera

En ellas publico  
Cual es mi opinión;  
Pues no dicen más  
Que FEDERACION (*El Gaucho*, N° 19, 02/10/30).

El aguatero que hace esta exposición, dice esta gaceta, expone además la virtud del sistema político: la federación aquí es el ícono de la democracia en su sentido más pleno. Pero tal representación quizás se haga más explícita –y verdaderamente democrática a nivel discursivo– en el modo de incorporar a la tarea periodística y publicitaria el universo femenino. Con una diferencia notable respecto de las visiones dominantes de la época –tanto ilustradas como románticas–, las gacetas populares de Pérez no dudan en darle voz a la mujer. El lugar que esa ficción otorga al llamado “sexo débil” es, además, el de la propia redacción e intervención pública: *La Gaucha* y *La Negrita* son algunas de las publicaciones destinadas a efectuar esa trasposición.

La extensión a una serie de “hojas sueltas” de la pendencia iniciada tempranamente con la llamada “guerra de los moños” (que se originó a partir de un comunicado publicado en *La Gaceta Mercantil* donde se denostaba la acción de inmiscuir, por parte de Pérez, a las mujeres en cuestiones políticas) manifiesta claramente la posición profeminista del versátil gacetero. Bajo el título de “Contestación de Ticucha a Don Cunino”, uno de esos papeles despliega una retórica belicista y desafiante: “¿Para que nos provocó/ A salir a la campaña,/ No teniendo usted bigotes/ Para cumplir su palabra?” (*La Gaucha. Contestación de Ticucha a Don Cunino*, hoja suelta). El significado de esa refriega sorprende, insistimos, por la avanzada posición liberal respecto al rol de la mujer en momentos en que el discurso público (como el de *La Aljaba* o, años después, el de *La Moda* en Buenos Aires, y, con más ostentación, el de los periódicos chilenos de la misma época) se presenta reticente y moderado frente a los alcances de los proyectos de reivindicación femenina. La escenificación de esta interesante querrela se extendió en otros papeles sueltos, sin fecha, y sobre los cuales es difícil precisar sus trayectorias. Pero vale la pena transcribir los versos que pudieron haber funcionado como cierre, para ver en todo su alcance esa posición inusitada del popular gacetero:

Si antes hubiera sabido  
De las hembras el poder,  
Primero me hubiera ahorcao  
Que llegarlas a ofender.

Mas agora que conozco  
Lo que vale una mujer,  
Una y mil veces me pesa  
Tan injusto proceder<sup>12</sup>.

La escenificación de esta querrela muestra la variedad de registros y canales de la opinión pública publicitada, al mismo tiempo que manifiesta la diversidad de los códigos de representación letrada: mientras la prensa ilustrada y romántica fragua la imagen de un público extendido, las gacetas populares construyen la suya desde un registro que se aproxima a la comunicabilidad efectivamente mayoritaria: la de los no letrados.

*El mundo todo es máscaras*

Digamos, brevemente, que enmascarar la palabra del *pueblo* no sólo es una operación calculada, mediante la cual se llevarían a cabo las disputas por la legitimidad política, sino también la manifestación concreta de las características más o menos objetivas del *público real* de las élites letradas: más o menos objetivas en tanto otras prácticas de lectura favorecen ciertamente la circulación y la posibilidad de una relativa ampliación del número de lectores previstos por el sistema de suscripción. Pero, aun contemplando dichas prácticas, es evidente que sobre su potencial expansivo se impone el diagrama –no sólo ideológico sino también político, social e institucional– de la ciudad letrada. Aun en un régimen moderadamente permisivo en cuanto al debate público como lo era el chileno de los años 40, las posibilidades de la circulación del impreso periódico eran más bien efímeras. Sarmiento, que desde la redacción de *El Progreso* batallaría por despertar el interés del sujeto lector a fin de ampliar la lista de suscriptores al “primer diario” santiaguino, a poco de andar reflexionaba del modo siguiente:

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

La frase del *Figarillo* alberdiano –“predicar en desierto”– podría acompañar cualquiera de las publicaciones periódicas de la época<sup>13</sup>. De hecho, la carencia de suscriptores era uno de los motivos principales de desaparición de las empresas periodísticas (aunque no haya sido éste el caso de *El Progreso*, periódico que nació y circuló bajo el amparo del gobierno de Bulnes). En este sentido, las pocas listas de suscriptores de los periódicos que se conservan de la época resultan un documento único pues permiten dilucidar las características de un público selecto que, aunque no resulte fidedigno en cuanto a la extensión real

de la lectura (hay que tener presente el sistema de préstamos o lecturas colegiadas), sí puede considerarse representativo del sostén económico de esas empresas. La revisión de esas listas, por lo demás, ofrece un panorama de los ritmos de expansión de los lectores, acercándonos con relativa probidad al desarrollo institucional del sistema periodístico de la época. Si a principios de la década del 40 la cantidad de suscriptores promediaba los doscientos –constatación que, como vimos, exasperaba el ánimo de Sarmiento–, a comienzos de la siguiente esa cifra no llegaba siquiera a duplicarse<sup>14</sup>.

Notablemente, ante la falta de una socialización extendida de la lectura –o, con más precisión: ante la efectiva carencia de un lectorado extendido–, el intercambio fingido construye un imaginario que permite legitimar la intervención pública que absorbe *de facto* el poder político. A tal punto se comprueba la insuficiencia de ese intercambio, que el simulado buzón de la prensa<sup>15</sup> llegó a alcanzar los contornos de un género autónomo. *El Talismán*, periódico publicado por los exiliados argentinos en Montevideo, ofrece un catálogo de las poses asumidas por el escritor público que sorprende por su despojada confianza:

El comunicado es a veces el periodista mismo, que, teniendo deseos de decir alguna insolencia o alguna animosidad indigna [...] toma las máscara de ‘un suscriptor o de un imparcial’, dice su torpeza, arroja luego la máscara y vuelve a presentarse muy orondo y muy serio a tratar de los altos intereses del país. La ‘correspondencia’ es una perpetua farsa de ‘carnaval’, una mascarada continua, donde pobres diablos se disfrazan de ‘padres de familia, de ciudadanos, de patriotas, de amigos de la razón’, como los taberneros se visten de duques y reyes en las noches de carnaval. Bajo la máscara del comunicado, todo el mundo se ve dispensado de la buena educación y de los buenos estilos: firmarse ‘un ciudadano, un imparcial’ y volverse un marinero, un soldado en su lenguaje, es todo uno; lo que da lugar a creer que la verdadera careta, el verdadero disfraz es el que traen en la sociedad cuando se presentan como gentes educadas y civiles; y que nunca están menos enmascarados que cuando están enmascarados (*El Talismán*, n° 16, 27/12/40, p. 2, col. 2.).

La declaración desmenuza las modalidades de publicidad de la élite letrada que los propios redactores de *El Talismán* supieron utilizar en ese y en otros periódicos. Desenmascara el enmascaramiento y ofrece tipos, así como los viajeros ofrecían cuadros de costumbres. El modo condescendiente en que es introducida la figura del carnaval, como “perpetua farsa”, no repara sin embargo en su impulso democratizador puesto que aquí el énfasis está colocado en su valor nocivo, en el uso cínico del anonimato, al modo en que lo había hecho Mariano José de Larra en su famoso escrito “El mundo todo es más-caras”.

En conexión con esto último, existe un aspecto adicional cuya relevancia nos obliga a repensar el sistema de la autoría (y de la publicidad) en el siglo XIX. En efecto, la práctica del anonimato, como vimos al comienzo en relación al episodio crítico de *Los Consuelos*, podía significar, además de una evidencia de la inestabilidad de los códigos letrados, una estrategia voluntaria de mediación pública. Un ejemplo característico lo ofrece un “remitido” publicado en *El Alegre* de Valparaíso, que comenzaba apelando a la figura de la opinión desde una típica posición de género: “Al dirigirme a Ud. sólo pretendo el que me sirva de vía para que mis quejas logren la *apetecida publicidad*, denunciando ante *el tribunal de la opinión femenina* los subrepticios ataques que cada día experimenta la integridad del bello sexo” (*El Alegre*, N° 17, 1846, p. 2, col. 1) (Las cursivas son nuestras). El escrito discurre acerca de los atropellos sufridos por la mujer en los paseos y festividades públicas, y lo hace apelando a un tono beligerante para desenmascarar con más acidez las actitudes patriarcales del sector masculino de la sociedad. Hacia el final del escrito, sin embargo, una nota aclaratoria del redactor nos informa sobre la supuesta transposición del remitido: “Espero que las señoras anónimas que me favorecieron, no ha mucho, con su carta, me dispensarán dos cosas: la primera, el haber tardado más de lo que hubiera querido en hacer públicas sus quejas, y segunda el haberme separado un poco del asunto principal en la redacción de las ideas por ellas remitidas” (*El Alegre*, ídem, p. 3, col. 2). Si las supuestas autoras de la carta apelan al anonimato, el redactor, por su parte, en su traspaso al papel público se convierte en el mediador de los intereses enunciados. Como ha señalado con acierto Silva Beauregard, durante la primera mitad de siglo la función del redactor se confundía con la tarea de “recopilar, clasificar, escoger, resumir y poner orden en los materiales que recibe para

formar con ellos un nuevo texto” (2007: 38). Por lo tanto, la concreción de esa apetecida publicidad debe necesariamente transigir con las argucias utilizadas por el redactor, lo que nos lleva a reflexionar sobre la transitividad de los códigos convertidos en materia pública. Porque si bien es cierto que, aun en un circuito acotado como el de la prensa sudamericana de mediados de siglo, el periódico estrechó los límites entre público y autor, no menos cierto es el hecho de que durante buena parte de la centuria distintas instituciones (e incluso su misma precariedad) modelaron las competencias lingüístico-literarias que podían hacerse “visibles” –es decir, legitimarse– en el unguido espacio de la “opinión pública”.

Indagar en esos aspectos materiales permite aguzar el significado práctico y retórico de las empresas editoriales del período, así como observar con más precisión el carácter contingente de sus usos y estrategias mediadoras. Retomando el clarificador excursus sobre la opinión pública que realizó hace ya algunos años Pierre Bourdieu (1984), podríamos conjeturar que la fuerza retórica de la prensa periódica de mediados del siglo XIX alentaba la formación de un público lector ciudadano, y restringía, –como lo hizo desde que asumió su función proselitista– las manifestaciones bastardas a su propia matriz dominante. Este fenómeno puede ayudarnos a dilucidar, por ejemplo, las equívocas motivaciones que llevaron a mantener inédito por más de tres décadas un texto como *El matadero*, de Esteban Echeverría, mientras que los cuadros costumbristas de un Jotabeche (José Joaquín Vallejo) podían circular con profusión pues, al igual que ocurría con el lustre risueño de *El Alegre*, el reformismo irónico de sus artículos nunca abandonaba la concepción ilustrada de la opinión publicitada; ese principio del “buen sentido” consagrado por la élite y que rige, como sabemos, la ética del provinciano Martín Rivas en la novela homónima de Blest Gana<sup>16</sup>.

En términos generales, tales aspectos nos permiten observar la tensión existente entre un uso pedagógico de la literatura –que comprende incluso sus inflexiones de tono ameno y pueril– y los atisbos ficcionales que en los intersticios de esa misma literatura revertían la moralidad del anhelado prototipo ciudadano –aproximándose, de ese modo, y no por azar, a las disruptivas modulaciones de la prensa popular. La figura de la “opinión pública” nos demuestra, en todo caso, que la distancia entre su realidad empírica y su

conceptualizaci3n no puede pensarse desligada de los protocolos de representaci3n –política y literaria–, como tampoco de las determinaciones materiales que marcaron (y marcan) la l3gica de su intermediaci3n.

### Notas

- <sup>1</sup> Escribía en su respuesta Echeverría: “Creo Sr. articulista, que en esto de críticas es preciso irnos muy a tontas, y no lanzarnos a decir cuánto se nos pase por la imaginaci3n, y cuanto nos hayan sugerido mal digeridas lecturas, o amistosas conversaciones” (*La Gaceta Mercantil*, ídem, p. 2).
- <sup>2</sup> En todos los casos en que la versi3n original del texto citado no est3 en castellano, la traducci3n me pertenece.
- <sup>3</sup> Ozouf recuerda esa visi3n extendida a trav3s de las palabras que escribi3 Condorcet en 1776: “Cuando se habla de opini3n, hay que distinguir tres especies: la opini3n de las personas ilustradas, que precede y termina constituyendo la opini3n p3blica; la opini3n cuya autoridad genera la opini3n del pueblo; la opini3n popular, finalmente, que es la que surge de la parte del pueblo m3s est3pida y m3s miserable”, en *Réflexions sur le commerce des blés* (Ozouf, 1988: 9).
- <sup>4</sup> Adem3s de la literatura pornogr3fica y plebeya que recupera Robert Darnton (véase *Edici3n y subversi3n*), otros trabajos han aportado una visi3n ciertamente m3s compleja del fen3meno. Sarah Maza (1987: 73-90), por ejemplo, ha estudiado la incidencia de las “memorias judiciales” en la trasposici3n al espacio p3blico de c3digos y valores políticos mediante el recurso folletinesco de la literatura melodramática en la 3poca prerrevolucionaria. En esas memorias, “la cr3tica social [a las costumbres cortesanas] emergía como una cr3tica política que oponía la ley, expresi3n de la voluntad general, a los intereses particulares” (Maza, 1987: 84). Asimismo, Mona Ozouf indag3 en las pr3cticas concretas de la “opini3n p3blica” del mismo per3odo, prestando atenci3n a la singular modalidad de los rumores, instalados por la propia administraci3n p3blica, con los que 3sta adquiriría un “sondeo de opini3n” (Ozouf, 1988: 9). Para el caso latinoamericano, remito al volumen colectivo *Los espacios p3blicos en Iberoam3rica*, ya citado. All3 Desram3 examina, por ejemplo, la incidencia del manuscrito y de la cultura oral en la prensa chilena de las primeras d3cadas revolucionarias (1998: 273-299). Tambi3n para el caso chileno, ver Gonz3lez Bernardo de Quir3s (1999).
- <sup>5</sup> Por cierto, la ambivalencia entre el modelo unanimita y el modelo deliberativo ha sido, en t3rminos hist3ricos, m3s bien compleja (sobre este punto, véase Palti, 2007). Recientemente, Eugenia Molina analiz3 el problema de la “opini3n p3-



blica” en el Río de la Plata, demostrando que la polisemia del término que deparó el proceso revolucionario no ocultaba el hecho de que desde el inicio del proceso predominaba la idea de una opinión ilustrada, basada en la racionalidad, faro y tutora de las multitudes, pero también en los vínculos sociales que intervenían en su producción, y que se extendería más allá del período propiamente “ilustrado” (Molina, 2009: 107-117).

- <sup>6</sup> Antonio Cornejo Polar señaló la necesidad de atender a la formación, con la independencia, de un nuevo público “no porque sea definitivamente distinto o más vasto que el colonial, sino porque negocia otra articulación con la literatura a la que exige condiciones hasta entonces inéditas” (1995: 13). Además del de Poblete (2003), auspiciosos como agudos trabajos sobre el tema son los de Cecilia Rodríguez Lehmann (“*La ciudad letrada* en el mundo de lo banal. Las crónicas de moda en los inicios de la formación nacional”) y Víctor Goldgel Carballo (“La moda del progreso. El Río de la Plata hacia 1837”) publicados en esta misma revista (2008, 16:32: 203-226 y 227-247). Un intento de contribuir a la discusión con algunos de los planteamientos en esa línea, puede verse en mi trabajo “Frivolidad y seducción. Las formas de lo banal en la prensa periódica sudamericana en la primera mitad del siglo XIX”, en *Mapocho* 68: 147-163.
- <sup>7</sup> Sobre el final del prólogo al primer volumen de *Das Kapital* (1867), Marx desestimaba los “prejuicios de la llamada opinión pública” con un adagio levemente modificado de *La Divina Comedia* de Dante: *Segui il tuo corso, e lascia dir le genti!*, consagrándose, en cambio, a los juicios de la crítica científica (Marx: 2000). Por supuesto, la diatriba de Arteaga Alemparte participa de esa visión negativa. Pero el hecho de que el periodista chileno dedique varias columnas del periódico a denostar esa figura, por un lado, y que no termine de desarticular su construcción ideológica —como dirían Negt y Kluge, la base material que la hace posible—, por el otro, muestra la distancia entre una y otra invectiva. Y es que la de Alemparte convive todavía con una visión ilustrada de la opinión que por esos años había padecido en Chile los estertores de la revuelta del 59. En la antesala de esa revuelta, los redactores de *El Correo Literario* aún la utilizaban como un producto ilustrado para vituperar las maniobras del presidente Montt: “Nada es mas seguro para juzgar del crédito i confianza que inspira un gobierno, que la opinión pública [...] Solo los interesados en la opresión, en la tiranía i en su propio engrandecimiento miran en ella un obstáculo a sus depravados intentos i tratan de matarla o de ahogarla al menos” (*El Correo Literario*, n° 15, 24/10/58).
- <sup>8</sup> Sobre este punto, ver el trabajo de Víctor Goldgel en este mismo dossier.
- <sup>9</sup> Sobre *La Moda* me he explayado ya en otro trabajo (Pas, 2008: 83-103). Sigue siendo imprescindible la introducción de Oría a la edición facsímil (1938). Asimismo, lec-

turas más recientes son las de Iglesia y Zuccotti (1997) “El estilo democrático: último grito de la moda”. *Mora. Revista del Área Interdisciplinaria de Estudios de la Mujer* 3: 64-73, y Area (2006) “Patria y moda: moldes para cuerpos políticos” en *Una biblioteca para leer la Nación*. Rosario: Beatriz Viterbo, pp. 33-67.

<sup>10</sup> Sobre este aspecto, ver el trabajo de Sandra Szir en este mismo dossier.

<sup>11</sup> Agradezco a Bernardo Subercaseaux el haberme señalado la existencia de esa publicación, así como la omisión de ese y otros periódicos “populares” en la historiografía liberal de las letras chilenas.

<sup>12</sup> Y concluye: “Yo por mi parte confieso/ Que me doy por targinado,/ Y que en la lid con las hembras/ Hi salió redotao”. *El Gaucho. Suspensión de armas. Capitulación de Don Cunino con Ticucha*, hoja suelta, s/f.

<sup>13</sup> En uno de los boletines cómicos que publicaba Alberdi bajo ese seudónimo en *La Moda*, el escritor argentino, retomando ingeniosamente la frase de Larra “Escribir en Madrid es llorar”, había dicho: “Escribir en *La Moda* es predicar en desiertos, porque nadie la lee. ¿Para que la han de leer?” (*La Moda*, n° 17, 10 de marzo de 1838, pág. 2, col. 2).

<sup>14</sup> La lista de suscriptores del *Museo de Ambas América*, aquella que repasó Sarmiento al publicar el primer diario de Santiago, se compone de 187 firmas, de las cuales una treintena corresponden a ministerios y órganos de gobierno (tomo I, pp. 493-495). Asimismo, la lista publicada en 1846 por *El Alegre* de Valparaíso consta de 101 suscriptores de Santiago y 120 de Valparaíso. Hacia fines de esa década, Sarmiento se vanagloriaba de contar para *La crónica* con un total de trescientos sesenta y ocho, diseminados entre Santiago y las provincias (*La crónica*, n° 16, 13/05/49, p 1). Cantidad nada menuda para la época, sin dudas, aunque en su composición prevalezca la estrechez jerárquica del público portuario y capitalino. Así lo demuestra un remitido enviado desde Vallenar: “Los suscriptores de la *Crónica* hemos estado enfadados como dos meses, sin recibirla desde que se nos entregó el número 13 [...] Estas tardanzas causan mucho fastidio y desaliento en los 13 suscriptores que tiene aquí, pues que ya hablan de retiro” (*La crónica*, n° 27, 29/07/49, p. 8).

<sup>15</sup> En “La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica”, Walter Benjamin se refirió al proceso por el cual los periódicos contribuyeron al desarrollo de lo que llamó una “competencia politécnica”, es decir, al hecho de que buena parte de los lectores pasaran ocasionalmente a ocupar el lugar de escritores: “La cosa empezó al abrirles su *buzón* la prensa diaria” (Benjamin, 2002: 50-51).

<sup>16</sup> En sus artículos de costumbres, Jotabeche coloca al “provinciano” en una zona intermedia similar a la que ocupa el protagonista de la famosa novela de Blest Gana: su “aire de familia” (su familiaridad provinciana) lo distingue del santiaguino ha-

condado o elegante, pero también del “roto”: “Eso sí: con los rotos no capitula jamás”. Cfr. “El provinciano en Santiago”, en Vallejo, José Joaquín (1911).

### Bibliografía

- Baker, Keith Michael (1987) “Politique et opinion publique sous l'Ancien Régime”. *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations* 1: 41-71.
- Batticuore, Graciela (2005) *La mujer romántica. Lectoras, autoras y escritores en la Argentina: 1830-1870*. Buenos Aires: Edhasa.
- Benjamin, Walter (2002) “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica” en Benjamin, W. *Ensayos* (Tomo I). Madrid: Editora Nacional. pp. 25-68 (1° edición 1980).
- Bourdieu, Pierre (1984) “L'opinion publique n'existe pas”. *Questions de sociologie*. Paris: Les Éditions de Minuit. pp. 222-235 (1° edición 1973).
- Chartier, Roger (1995) *Espacio público, crítica y desacralización e el siglo XVIII. Los orígenes culturales de la Revolución francesa*. Barcelona: Gedisa.
- Cornejo Polar, Antonio (1995) “La literatura hispanoamericana del siglo XIX: continuidad y ruptura (hipótesis a partir del caso andino)” en González Stephan, Lasarte, Montaldo y Daroqui (comps.). *Esplendores y miserias del siglo XIX. Cultura y sociedad en América Latina*. Caracas: Monte Ávila. pp. 11-23.
- Darnton, Robert (2003) *Edición y subversión. La literatura clandestina en el Antiguo Régimen*. Madrid: Turner/FCE.
- \_\_\_\_\_ (1991) “An Enlightened Revolution?”. *New York Review of Books* XXXVIII: 17: 34
- Echeverría, Esteban (1972) *Obras completas*. Buenos Aires: Antonio Zamora.
- González Bernaldo de Quirós, Pilar (2007) *Civilidad y política en los orígenes de la nación argentina*. Buenos Aires: FCE (1° edición: 1999).
- \_\_\_\_\_ (1999) “Literatura injuriosa y opinión pública en Santiago de Chile durante la primera mitad del siglo XIX”. *Estudios Públicos* 76: 233-262.
- Guerra, François-Xavier, Annick Lempérière et al. (1998) *Los espacios públicos en Iberoamérica. Ambigüedades y problemas. Siglos XVIII-XIX*. México: Centro Francés de Estudios Mexicanos y Centroamericanos-FCE.
- Habermas, Jürgen (1986) *Historia y crítica de la opinión pública*. México: Gustavo Gili.
- Huysen, Andreas (1986) “Mass Culture as Woman: Modernism's Other” en Huysen, Andreas *After the Great Divide*. Bloomington: Indiana University Press. pp. 44-62.
- Kim Verba, Ericka (1993) “Las hojas sueltas [Broadside]: Nineteenth-Century

- Chilean popular Poetry as a Source for the Historian". *Studies in Latin American Popular Culture* XII: 140-158.
- Lempérière, Annick (1998) "República y publicidad a finales del Antiguo Régimen (Nueva España)" en Guerra y Lempérière. pp. 54-79.
- Maza, Sarah (1987) "Le tribunal de la nation: les mémoires judiciaires et l'opinion publique à la fin de l'Ancien Régime". *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations* 1: 73-90.
- Molina, Eugenia (2009) *El poder de la opinión pública. Trayectos y avatares de una nueva cultura política en el Río de La Plata, 1800-1852*. Santa Fe: Universidad Nacional del Litoral.
- Negt, Oscar and Kluge, Alexander (1993) *Public Sphere and Experience. Toward an Analysis of the Bourgeois and Proletarian Public Sphere*. Minneapolis: University of Minnesota Press, translated by Peter Labanyi, Jamie Daniel and Assenka Oksiloff (1° edición: 1972)
- Ozouf, Mona (1988) "'Public Opinion' at the End of the Old Regime". *The Journal of Modern History*. Supplement: Rethinking French Politics in 1788 60: 1-21.
- Palti, Elías (2007) *El tiempo de la política. El siglo XIX reconsiderado*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Pas, Hernán (2008) "La Moda: la musa sin patria es guacha" en Pas, Hernán. *Ficciones de extranjería. Literatura argentina, ciudadanía y tradición (1830-1850)*. Buenos Aires: Katatay, pp. 83-103.
- Pas, Hernán (2010) "Frivolidad y seducción. Las formas de lo banal en la prensa periódica sudamericana en la primera mitad del siglo XIX". Mapocho. *Revista de Humanidades y Ciencias Sociales* 68: 147-163.
- Poblete, Juan (2003) *Literatura chilena del siglo XIX: entre públicos lectores y figuras autoriales*. Santiago: Editorial Cuarto Propio.
- Silva Beauregard, Paulette (2007) *Las tramas de los lectores. Estrategias de la modernización cultural en Venezuela (siglo XIX)*. Venezuela: Fundación para la Cultura Urbana.
- Subercaseaux, Bernardo (1993) *Historia del libro en Chile (Alma y Cuerpo)*. Santiago de Chile: Andrés Bello.

### Hemerografía

- Diario de la Tarde*. Buenos Aires, [1834].
- El Alegre*. Valparaíso, 1846-1847.
- El Correo Literario*. Santiago, 1858 (1° época).

*El Curioso. Periódico Científico-Literario-Económico.* Buenos Aires, 1821.  
*El Gaucho.* Buenos Aires, 1830.  
*El Huasquino.* Vallenar, 1856-1857.  
*El Observador Americano.* Buenos Aires, 1816.  
*El Progreso.* Santiago, [1842-1845].  
*El Semanario de Santiago.* Santiago, 1842-1843.  
*El Talismán.* Montevideo, 1840.  
*La Crónica.* Santiago, 1849-1850.  
*La Gaceta Mercantil.* Buenos Aires, [1834].  
*La Moda.* Buenos Aires, 1837-1838.  
*La Semana.* Santiago, 1859-1860.

*Hojas sueltas:*

*La Gaucha. Contestación de Ticucha a Don Cunino* (s/f)  
*El Gaucho. Suspensión de armas. Capitulación de Don Cunino con Ticucha* (sf)