

Bibliographica

vol. 7, núm. 1
primer semestre 2024

ISSN 2594-178X



Universidad Nacional Autónoma de México

El Correo de Ultramar y su impacto editorial en Buenos Aires

El Correo de Ultramar and Its Editorial Impact in Buenos Aires

Sección Bibliographica, p. 55-78

Hernán Pas

Universidad Nacional de La Plata,
Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales,
La Plata. República Argentina

hpas@fahce.unlp.edu.ar

<https://orcid.org/0000-0003-4365-7662>

Recepción: 16.10.2023 / Aceptación: 28.11.2023

<https://doi.org/10.22201/iib.2594178xe.2024.1.476>

- Resumen** *El Correo de Ultramar* (1842-1886), periódico ilustrado publicado en París y distribuido entre el público hispano de América, tuvo un rol central en el ingreso y la difusión de la literatura por entregas (las afamadas novelas francesas aparecidas en los folletines de los diarios parisinos, como *Los misterios de París* o *El conde de Montecristo*) en las principales ciudades de Latinoamérica. En este trabajo se analiza el efecto editorial que produjo *El Correo* de Xavier de Lasalle en el incipiente mercado del impreso rioplatense.
- Palabras clave** *El Correo de Ultramar*; novelas por entrega; ilustración; mercado editorial; siglo XIX.
- Abstract** *El Correo de Ultramar* (1842-1886), an illustrated newspaper published in Paris and distributed among the Hispanic public in the Americas, played a central role in introducing and spreading serial novels (the famous French *roman-feuilleton*, which appeared in Parisian newspapers, such as *The Mysteries of Paris* or *The Count of Monte Cristo*) in the main cities of Latin America. This analysis focuses on the editorial effect that Xavier de Lasalle's *El Correo* produced in the emerging printing press market in Buenos Aires.
- Keywords** *El Correo de Ultramar*; serialized novels; illustration; publishing market; 19th century.

Introducción

Durante las décadas de 1820 y 1830, las publicaciones editadas en Londres por Rudolph Ackermann, la mayoría dirigidas por españoles exiliados en la llamada “década ominosa” del absolutismo fernandiano (1823-1833), dominaron el circuito de impresos ilustrados con destino a los países de habla hispana. A los famosos catecismos –manuales didácticos de agricultura, moral, medicina o historia– o los *No me olvides* –adaptación de los *Forget me not* publicados en Londres, especie de almanaques ilustrados de fin de año– Ackermann fue sumando mensuarios en español de carácter misceláneo y de divulgación científica, como las *Varietades o Mensajero de Londres* (1823-1835), el *Correo Literario y Político de Londres* (1826), *El Instructor o Repertorio de Historia, Bellas Letras y Arte* (1834-1841) y *La Colmena. Periódico Trimestre de Ciencias, Artes, Historia y Literatura* (1842-1845).

Estos periódicos, sobre todo *El Instructor* y *La Colmena*, con periodicidad mensual o trimestral, representaban para el público hispano una extensión de los *illustrated weeklies*, encabezados por *The Penny Magazine* (1832), editado por Charles Knight y la Society for the Diffusion of Useful Knowledge (modelo que hallaría en Francia su expresión homóloga con el *Magasin Pittoresque*, en 1833). En definitiva, se trataba de publicaciones comerciales que buscaban una ampliación del público lector –es decir, de suscriptores– a partir de una propuesta tipográfica de carácter misceláneo, enciclopédico e ilustrado, cuya consolidación y posterior expansión se debió en buena medida a la alianza que este tipo de impresos estableció con los relatos seriados.¹

En ese contexto, el surgimiento en 1842 de *El Correo de Ultramar* marcó un hito en la serie de publicaciones destinadas a los países de América Latina. Editado en París, de redacción bilingüe al comienzo, el periódico dirigido por Xavier de Lasalle se convirtió rápidamente en uno de los principales impresos europeos para lectores hispanos.² En ese rápido proceso, atento a la creciente

¹ Patricia Anderson señaló hace tiempo que el universo de la imagen debía ser analizado junto con los avisos (*advertisements*), que empezaron a constituirse en pequeñas viñetas o dibujos autónomos dentro del periódico, y con las novelas seriadas a bajo costo (“sold in penny parts”), que acrecentaron la demanda del nuevo público lector (las más populares en Londres fueron *Uncle Tom’s Cabin*, de Harriet Beecher Stowe, y *The Mysteries of London*, de George W. Reynolds), Patricia Anderson, *The Printed Image and the Transformation of Popular Culture, 1790-1860* (Oxford: Oxford University Press, 1991), 196-198.

² Véase Diana Cooper-Richet, “La presse hispanophone parisienne au XIXe siècle: *El Correo de Ultramar* et les autres”, *Çédille, Revista de Estudios Franceses*, núm. 16 (2019): 81-100,

diversificación de las demandas lectoras, Lasalle fue transformando y variando su oferta editorial a lo largo de los años en su periódico. Al subtítulo “Periódico político, literario, mercantil e industrial” con el que se publicó en 1842, su editor fue añadiendo otros títulos y suplementos como la *Revista Literaria y de Modas* (1842-1853), *El Correo de Ultramar. Parte Literaria e Ilustrada Reunidas* (1853-1886), y *La Moda del Correo de Ultramar. Periódico de las Novedades Elegantes, Destinado a las Señoras y Señoritas* (1869-1886). En todos los casos, la publicación buscaba combinar el afán noticioso con la divulgación y el entretenimiento. En este sentido, el programa de *El Correo* confluía con el surgimiento del formato *magazine*, cuya etimología remite a la explicación que el fundador del clásico *The Gentleman’s Magazine* (1731-1922), Edward Cave, otorgaba al nombre de su impreso: un depósito o almacén de vida y sabiduría de la época.³

Dicha inscripción puede verse claramente en la presentación de 1853 de la *Parte Literaria e Ilustrada Reunidas*, en donde se habla del éxito de la “ilustración inglesa” (en la tradición del *magazine*), pero sobre todo se hace hincapié en la calidad (y cualidad) visual del impreso. La nota de presentación a los lectores advertía sobre los cambios:

El celo con que cada uno de nosotros desempeñará su respectiva tarea, las diversas mejoras y ventajas que presentará nuestra publicación, comparada a las demás existentes en los distintos puntos de Europa, la belleza tipográfica del texto, los numerosos y variados grabados que esmaltarán nuestras páginas [...], no nos permiten duda alguna acerca del resultado de la presente transformación.⁴

Acorde con los adelantos técnicos de la época, *El Correo* alcanzaba por fin su inflexión “magazinesca”. El recurso de la imagen se presentaba como el

y Jean-Yves Mollier, “Traduction et mondialisation de la fiction: l’exemple d’Alexandre Dumas père en Amérique du Sud”, en *Vingt-quatrième Assises de la traduction littéraire (Arles 2007)* (Arles: Actes Sud, 2008).

³ Edward Cave extrajo el título para su periódico de la resonancia arábiga del término *makhzen* (“depósito o almacén”), puesto que, según declaró, “his periodical was intended to be a storehouse of wisdom and life of the age, and therefore could also be described as a magazine”, citado por Daniel Fader y George Bornstein, *British Periodicals of the 18th and 19th Centuries* (Michigan: The University of Michigan, University Microfilms, 1972), vii.

⁴ “A nuestros lectores”, *El Correo de Ultramar. Parte Literaria e Ilustrada Reunidas*, año 12, núm. 1 (1853): 2.

elemento principal de esta renovación impresa: “Para tan vasta empresa, insuficiente es la palabra, y pálido el texto más animado: así los grabados formarán la parte principal de nuestra obra”.⁵

El Correo de Ultramar ha sido objeto en los últimos años de diversas aproximaciones críticas. Se ha observado el carácter contradictorio entre un discurso político moderado, más bien conservador, y su rol de divulgador de los avances científicos y técnicos;⁶ su dominio en el paisaje mediático de ultramar y los intereses materiales de algunos de sus redactores y editores propietarios, con algunas regiones específicas de América Latina⁷ (el tipo de representaciones romántico-costumbristas de la literatura de viajes esparcida en sus páginas sobre la geografía americana, con evidentes resonancias humboldtianas;⁸ los posibles modos en que la literatura de folletín dialoga con el perfil editorial y político de la publicación).⁹

Sin desatender estos antecedentes, nuestra propuesta se aparta de las miradas panorámicas, temáticas o contenidistas, para concentrarse, en cambio, en el impacto editorial y literario que tuvo *El Correo de Ultramar* en el Río de la Plata, especialmente en Buenos Aires. Si efectivamente *El Correo* se convirtió en una vidriera de alcance continental, una prestigiosa y requerida publicación

⁵ *Ibid.* El lugar destacado de las imágenes se fundamentaba precisamente en la posibilidad de transmitir sensaciones o emociones que la palabra impresa, supuestamente, no lograba reponer: “¿Por qué es tan insulsa la lectura de un drama y tan interesante su representación? Porque la lectura no puede conservar la vibración patética de la voz, ni los ojos anegados en lágrimas, ni la expresión movediza de la fisonomía [...]. Ahora bien, nuestra publicación tiene por objeto conservar, por una feliz alianza del grabado y el lenguaje, todos esos elementos de vida, todas esas condiciones de agitación”, *ibid.*

⁶ Catherine Sablonniere, “*El Correo de Ultramar* (1842-1886) y la ciencia: entre labor educativa y propaganda política”, ponencia presentada en el IV Encuentro Internacional de Historiadores de la Prensa en Iberoamérica, Chiapas, México, 2007.

⁷ Diana Cooper-Richet, “París y los ambos mundos: une capitale au cœur du dispositif de production et de mise en circulation de livres et de journaux, en espagnol, au XIXe siècle”, *Cahiers des Amériques Latines*, núms. 72-73 (2013), acceso el 15 de enero de 2024, <http://cal.revues.org/2895>; y Cooper-Richet, “La presse hispanophone parisienne...”.

⁸ Beatriz Ferrús Antón, “América Latina en *El Correo de Ultramar*. Parte Literaria e Ilustrada Reunidas: literatura de viajes e imaginarios”, *Cuadernos de Ilustración y Romanticismo*, núm. 27 (2021): 673-692.

⁹ Teixeira Marques analiza la inserción en la *Revista Literaria* del *Correo* del folletín *Los Misterios de Londres*, de Paul Féval, novela publicada originalmente en el *Courrier Français*, demostrando el virtual interés de los editores dadas las tematizaciones en contra Inglaterra que aparecen en la novela, coincidentes con el programa editorial de la publicación parisina, Mariana Teixeira Marques, “Literatura itinerante: notas sobre la ‘Revista literaria’ de *El Correo de Ultramar*”, *Letras* 23, núm. 47 (2013): 125-134.

miscelánea que a nivel hispano competía con otras empresas de largo prestigio, como la *Revue des Deux Mondes*, a tal punto que célebres escritores como el peruano Ricardo Palma o el galo-uruguayo Isidore Ducasse (conde de Lautréaumont) guardaban en su biblioteca una colección completa,¹⁰ no menos cierto es que su inserción y circulación en las distintas ciudades cabecera produjo –o impulsó– una transformación editorial novedosa. La combinación entre publicidad, folletín y entregas a bajo precio, según lo observaba Roger Chartier para el caso francés,¹¹ no sólo reorganizó el mercado editorial, sino que trastornó la propia superficie del periódico. En Buenos Aires, el fenómeno empezó a hacerse efectivo con la difusión de *El Correo* y sus productos impresos.

El Correo de Ultramar y el mercado de los periódicos en español

A mediados de la década de 1830, cuando el librero y pedagogo Marcos Sastre fundó el Gabinete de Lectura en el que se desarrollarían los encuentros del célebre Salón Literario, si bien ya circulaban las obras de Walter Scott, Chateaubriand, Humboldt, Rousseau –la *Nueva Eloísa* y el *Telémaco* eran las obras más promocionadas por los avisos de las librerías– e incluso Villemain –cuyos *Cours* sobre la literatura francesa fueron profusamente citados en toda Hispanoamérica–, la literatura romántica todavía se restringía a lecturas de cenáculo y a menciones esporádicas en la prensa de autores canónicos como Byron o, en la tradición española, Mariano José de Larra. No obstante, las novedades literarias llegaban sobre todo a través de la prensa venida de Europa –*Le Globe*, *Revue Encyclopédique*, *Revue des Deux Mondes*, *Edinburgh Review*, entre las más leídas–, a la que empezaban a sumarse mensuarios o revistas en español, como las mencionadas de la empresa Ackermann (en particular *El Instructor* y su continuación, *La Colmena*).¹²

¹⁰ Cooper-Richet, “París y los ambos mundos...”, 209.

¹¹ Roger Chartier, “De la historia del libro a la historia de la lectura”, en *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna* (Madrid: Alianza, 1993), 26-45.

¹² Para reponer el contexto intelectual, sigue siendo imprescindible el estudio sobre el Salón Literario de Félix Weinberg, *El Salón Literario de 1837* (Buenos Aires: Hachette, 1977). Ver, asimismo, los importantes trabajos de Alejandro Parada alrededor de la lectura y el libro entre 1820 y 1835: Alejandro E. Parada, *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, 1998), y *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).

En 1835, el litógrafo suizo César Hipólito Bacle lanzó el semanario ilustrado *El Museo Americano* (1835), al que le siguió *El Recopilador* (1836), buscando interceder en la embrionaria demanda de publicaciones ilustradas. Algunos de los más conspicuos integrantes de la llamada Generación romántica argentina, como Juan María Gutiérrez, Esteban Echeverría y Juan Thompson, dieron a conocer sus primeros ensayos en el último semanario de Bacle.¹³

1835 fue el año en que Juan Manuel de Rosas asumió su segundo mandato, con las consabidas facultades extraordinarias. El conflicto desatado tres años después con Francia, que determinó el bloqueo portuario, sumado a los movimientos de sublevación de la facción unitaria y al levantamiento de Fructuoso Rivera contra Oribe en Montevideo, llevó a una concentración del régimen rosista —no sólo en términos presupuestarios— que impactó notablemente en el espacio público. Al exilio de los intelectuales románticos reunidos antaño en el Salón Literario, siguió una consecuente restricción de publicaciones periódicas.¹⁴ No obstante, la acotada circulación de *El Correo de Ultramar* durante los primeros años no parece explicarse por los conflictos bélico-políticos que caracterizaron el periodo sino, con mayor probabilidad, por los plausibles vaivenes de la competencia editorial. En efecto, todavía en 1843 —y, en parte, en 1844— la lectura miscelánea del público bonaerense estaba dominada por las ofertas de Ackermann, como deja ver el siguiente aviso de *La Gaceta Mercantil*:

LA COLMENA

Sucesora del *Instructor*

2° y 3° NÚMEROS

De este importante, nuevo y utilísimo periódico de ciencias, artes, historia y literatura, acaba de recibirse. Si el *Instructor* pudo merecer la general acogida que obtuvo durante su prolongada existencia, LA COLMENA espera no ser menos digna que su predecesor.

Ella de suyo ofrece a toda clase de personas varios conocimientos de profunda instrucción en todos los ramos: la diversidad de materias que forman

¹³ Sobre el *El Museo*, ver Sandra Szir, "Romanticismo y cultura de la imagen en los primeros periódicos ilustrados en Buenos Aires. *El Museo Americano*, 1835-1836", *Estudios* 18, núm. 36 (julio-diciembre de 2010): 296-322. Sobre *El Recopilador*, ver mi reedición: Hernán Pas, ed., comp. y est. preliminar, *El Recopilador. Museo Americano. Antología*, Reediciones & Antologías (Buenos Aires: Biblioteca Nacional, 2013).

¹⁴ En 1840 sólo quedaban en plaza tres periódicos: *La Gaceta Mercantil*, de carácter oficial a partir de 1835, *The British Packet*, destinado a la comunidad inglesa, y el *Diario de la Tarde*.

su programa, la belleza de sus láminas, la elegancia de su tipo [...], hacen por todas estas razones confiar obtendrá de este ilustrado público una protección igual a la del *Instructor*. LA COLMENA se publica en Londres en forma de cuaderno; su volumen es triple mayor que el *Instructor*, y se recibirá por trimestre: se admiten suscripciones en la Librería N° 51, calle de la Universidad, frente al Colegio.¹⁵

Puede conjeturarse que el fenómeno tenía un alcance continental y que los primeros años *El Correo de Ultramar* no sólo debió competir con publicaciones similares de Londres o Madrid —el *Museo de las Familias*, por caso—, sino también afianzar sus vínculos con agentes locales que garantizaran sus disposiciones empresariales. La reseña que le dedicó Domingo Faustino Sarmiento desde *El Progreso* chileno, ante la aparición de su primer número, viene a reforzar esta idea:

El Correo de Ultramar es un periódico nuevo en su jénero, mui superior al cuentero del *Instructor* i a la *Colmena*. Estos dos últimos no están destinados a darnos la consecuencia del siglo en que vivimos. Son periódicos atrasados, por más que estén bien impresos. Por su medio no llegaremos nunca a comprender la verdadera situación de las sociedades en que vivimos, ni el carácter que tiene hoi el pensamiento humano, ni las doctrinas en que se apoya, ni la escala en que se desenvuelve. *El Correo de Ultramar* nos hace esperar todo esto, tanto por la capacidad del conocido escritor que dirige la redacción (en la que necesariamente deben estar enrolados una porción de hombres dignos de asociarse con Mr. de Cassagnac), cuanto por la especie de manifiesto que hace de las materias que tratará.¹⁶

Como era habitual en Sarmiento, ante la novedad editorial proveniente de Francia su consideración se vuelve expresión de deseo. La ligereza del encomio no impide advertir, sin embargo, los programas contrapuestos. Esa competencia, sumada a las necesarias inversiones destinadas a afianzar una red de comi-

¹⁵ *La Gaceta Mercantil*, 11 de febrero de 1843: 1, col. 4. En las citas, se ha respetado la ortografía de los originales.

¹⁶ Domingo Faustino Sarmiento, "*El Correo de Ultramar*", *El Progreso*, 10 de febrero de 1843. Un año más tarde, cuando Sarmiento se hace una idea más fidedigna acerca del pensamiento conservador de Cassagnac —a quien había llamado "escritor de juicio, observador, prudente, moderado i eminentemente socialista"—, no trepidará en criticar su posición consensual hacia el gobierno de Rosas.

sionistas confiables, puede explicar las infructuosas tentativas de *El Correo* por imponerse durante los primeros años.¹⁷

El periódico de Lasalle, cuyo surgimiento responde, entre otros motivos, a intereses materiales de su principal redactor, el esclavista Bernard Granier de Cassagnac, constaba inicialmente de tres partes, claramente diferenciadas: una sección política, una revista literaria y una de modas.¹⁸ Su distribución en las antiguas cabeceras coloniales se daba a través de filiales instituidas, con la presencia de un agente –militar, librero, periodista o comerciante– encargado de mediar la suscripción y la venta al público. Puede presumirse, por los nombres que aparecen en el cabezal del periódico, que en la mayoría de los casos se trataba de sujetos pertenecientes a la colectividad francesa. En Montevideo, primero, y luego en Buenos Aires, el comisionista responsable durante los primeros años de *El Correo* fue el “fourierista” Eugène Tandonnet, quien años después trazaría amistad con Sarmiento en el viaje que lo condujo a Francia.¹⁹ Los anuncios en la prensa local dejan entrever precariedad en el sistema de suscripción. Así, si a principios de 1845 la sucursal para el registro a nombre del francés se ubicaba en el Hotel del Río de la Plata, calle de la Alameda núm. 4, “donde se reciben provisionalmente (de 11 Hs. de la mañana a 3 Hs.) todas los pedidos y reclamos”, meses más tarde la improvisada oficina de suscripciones se mudaba a la Calle de las Artes núm. 264, y el aviso correspondiente, por otra parte, no ofrecía señas del comisionista.²⁰ A partir de 1846, cuando Tandonnet ya está en Río de Janeiro, el encargado de oficiar de mediador en la suscripción será el librero Carlos Clarmont, quien recibirá los pedidos en su librería de la calle Perú. Recién entonces, pero sobre todo a partir de 1853, cuando *El Correo* lanza su versión ilustrada, las suscripciones al periódico ultramarino hallarían un perdurable patrocinio.²¹

¹⁷ De hecho, como dejamos asentado más adelante, a pesar de los esfuerzos, no logramos acceder a los primeros números del periódico. Ver nota 26.

¹⁸ Bernard Granier de Cassagnac viajó a las Antillas francesas en 1840. Un año después, se casó con Rosa de Beaupin de Beauvallon, una joven criolla de la isla de Guadalupe, cuyo padre era un rico plantador y exoficial del Primer imperio.

¹⁹ Sarmiento conoció a Tandonnet en el vapor *La Rose*, entre marzo y abril de 1846, en su viaje desde Río de Janeiro a Le Havre. Véase un detallado desarrollo de su relación, y de la vida de Tandonnet en el Río de la Plata, en Horacio Tarcus, *El socialismo romántico en el Río de la Plata (1837-1852)* (Buenos Aires: FCE, 2016), 280-317.

²⁰ *Diario de la Tarde*, 6 de septiembre de 1845: 3, col. 1.

²¹ Desde 1853, las suscripciones a *El Correo* se tramitaron en la Librería Lucien, ubicada en la calle Victoria –actual Avenida de Mayo–, donde también tenía su imprenta el diario de Héctor Varela, *La Tribuna*.

Dicha estabilidad parece ser relativamente proporcional al crecimiento publicitario de *El Correo de Ultramar* en los diarios porteños. En efecto, los anuncios destacados, aunque esporádicos al principio, se transformarán en la década siguiente en pequeños carteles tipográficos, o pequeños afiches –ocupando dos y hasta tres columnas, incluso en la primera página–, en los que prevalecerá, como marca decisiva, la palabra “Ilustración” (imágenes 1-6). Para entonces, el éxito asegurado de *El Correo* se comprueba incluso con la emergencia de otros periódicos similares, como *El Mundo Pintoresco* y *Literario*, de corta duración, o *El Eco-Hispanoamericano*. *Revista Quincenal Enciclopédica* (1854-1872).

Literatura por entregas e ilustración

En trabajos previos he analizado el rol decisivo de *El Correo de Ultramar* en la difusión y comercialización de los folletines franceses en el Río de la Plata, refiriéndome especialmente a las obras de Eugène Sue y Alexandre Dumas.²² Al calor de los avisos publicitarios de *El Correo* en la prensa local y de las crecientes suscripciones que tales avisos permiten inferir, el *Diario de la Tarde*, uno de los periódicos oficiales de Buenos Aires, terminó publicando en marzo de 1846 *El judío errante* de Eugène Sue.

Desde entonces, el tan precario como embrionario mercado editorial rioplatense comenzó a ensayar, a través de librerías e impresores locales, las primeras ofertas de literatura por entregas, apoyándose en el éxito obtenido con las novelas introducidas en *El Correo*. Se trata de un fenómeno editorial, el de las entregas y el de la publicidad, que había despuntado un lustro antes en las grandes ciudades europeas (París y Madrid, pero también Lyon y Toulouse, Barcelona y Sevilla), y que Roger Chartier ha señalado como uno de los episodios más significativos en la evolución de la lectura del siglo XIX.²³

En el Río de la Plata ese proceso, si bien paulatino y a destiempo de los antecedentes citados, comenzó a esbozarse hacia finales de la década de 1840,

²² Véase Hernán Pas, “Eugène Sue en Buenos Aires. Edición, circulación y comercialización del folletín durante el rosismo”, *Varia Historia* 34, núm. 64 (2018): 193-225; y Hernán Pas, “Crímenes ilustrados: folletín e imaginario visual en la prensa rioplatense, 1846-1880”, *Bibliographica* 4, núm. 2 (2021): 15-44.

²³ Chartier, “De la historia del libro...”, 25-46. Ver, asimismo, Roger Chartier y Henri Jean-Martin, dirs., *Histoire de l'édition française. II. Le livre triomphant, 1660-1830* (París: Fayard / Promodis, 1990). Ferreras, por su parte, ubica a comienzos de la década de 1840 el surgimiento de las entregas como estrategia editorial en España, Juan Ignacio Ferreras, *La novela por entregas (1840-1900)* (Madrid: Taurus, 1972), 48-49.

precisamente cuando *El Correo de Ultramar* instauró su dominio entre las publicaciones ilustradas en lengua hispana.

El carácter misceláneo y comercial de *El Correo* definía, en buena medida, o más bien justificaba, su postura política. En la Buenos Aires rosista, sus editores se cuidaron de no enemistarse con el gobierno –como lo hicieron en Chile con el gobierno conservador de Manuel Bulnes, o en México con el de Antonio López de Santa Anna–, con el previsible objetivo de conquistar al público lector rioplatense.²⁴

Durante sus primeros años, *El Correo* se presentaba como un hebdomadario de ocho páginas, a dos columnas, con cinco ediciones mensuales. Tenía algunas secciones fijas –que se mantuvieron a lo largo de los años, aun con los cambios de formato–, como *Ultramar*, dedicada a noticias de América Latina y Estados Unidos; *Noticias y Hechos Diversos*, que solía ubicarse en la anteúltima página y recoger noticias de otras partes del mundo; y la sección *Folletín*, en el típico zócalo, inaugurado con el *Journal des Débats*. La octava, y última, página estaba destinada a los avisos.

Como se ve, la oferta editorial, a no ser por la extensión de ocho páginas (en lugar de las típicas cuatro), no parece distanciarse de la que había empezado a trazar la prensa comercial parisina desde un lustro antes con *La Presse* y *Le Siècle*. Por ello, Lasalle diseñó un suplemento a *El Correo*, su *Revista Literaria y de Modas*, el cual, según dejan ver los avisos reproducidos en los periódicos locales, era el verdadero *plus* editorial de la empresa. Gracias a esa dualidad, los suscriptores podían disfrutar número a número de la lectura de *El judío errante*, publicado en el folletín del periódico principal, y, al mismo tiempo, de las sucesivas entregas de *Los misterios de Londres*, de Paul Féval (con el seudónimo de Francis Trollope), editado meses antes en el *Courrier Français*. Uno de los primeros avisos aparecidos en Buenos Aires daba cuenta de esa oferta especial de lectura:

²⁴ En varios números de 1845, los redactores de *El Correo de Ultramar* expusieron sus críticas al bloqueo anglo-francés contra Buenos Aires. El editorial del número 53, por ejemplo, abordaba de lleno la cuestión: “Dedúcese de ahí que la Francia y la Inglaterra tengan el derecho de intervenir, de armar navíos, levantar tropas para forzar a Buenos Aires y Montevideo a permanecer en paz? [...]. Nosotros hemos protestado contra semejante política con motivo de la conducta de los Estados Unidos respecto a México, y protestamos igualmente contra el mal espíritu, y contra la mala voluntad y las calumnias de los diarios franceses respecto de Buenos Aires y del presidente Rosas; y esto no solamente en lo que concierne a los diarios de París, sino también a los de Inglaterra”, *El Correo de Ultramar*, núm. 53, 25 de septiembre de 1845.

Se avisa a los suscriptores del *Correo de Ultramar* que habían pedido las colecciones completas del año 1844 (en el cual han empezado a publicarse el *Judío Errante*, y los *Misterios de Londres*) que dichas colecciones han llegado y que pueden mandarlas tomar en el oficio de correspondencia del *Correo*, calle de las Artes número 264, desde las 11 de la mañana hasta las 3 de la tarde.²⁵

En párrafos anteriores sostuvimos que a principios de la década de 1840 el circuito editorial extranjero estaba dominado por las producciones de Ackermann, con las cuales *El Correo de Ultramar* llegó a competir. A esa hipotética competencia hay que agregar, además, que durante los primeros dos años de esa década no se registran en la prensa rioplatense avisos publicitarios de la empresa de Lasalle.²⁶ El primer registro es un aviso publicado el 12 de febrero de 1845 en *La Gaceta Mercantil*, y buscaba destacar a *El Correo* entre las publicaciones francesas –y europeas– destinadas especialmente a un público hispano-americano, pero lo hacía, paradójicamente, en francés (ver imagen 7).

En los hechos, puede afirmarse que el impacto inicial de la inserción de la empresa de Lasalle en el Río de la Plata fue la instalación de la modalidad de venta por entregas, a través de la publicidad y suscripción, de las novelas más exitosas de la llamada “literatura industrial”,²⁷ comercializadas a través de la administración de *El Correo*. Rápidamente, libreros y editores locales –José María Arzac y Gregorio Ibarra– comenzaron a publicar anuncios en los diarios de Buenos Aires, prometiendo ediciones locales (en español) de *Los misterios*

²⁵ *Diario de la Tarde*, 6 de septiembre de 1845: 3, col. 1.

²⁶ No hemos tenido acceso a los primeros 15 números de *El Correo de Ultramar*, distribuidos supuestamente durante 1842-1844. Ni el Tesoro de la Biblioteca Nacional ni el Archivo General de la Nación, ni la Hemeroteca de la Biblioteca de la Universidad Nacional de La Plata ni el Museo Mitre, tampoco la Biblioteca del Congreso, guardan existencias de la publicación durante esos años. El hecho de que el primer aviso conocido estuviese escrito en francés sugiere que la distribución debió ser, durante esa primera etapa, más bien acotada. Ni siquiera en los periódicos franceses publicados en Montevideo, *Le Messager Français* (1842-1843) y *Le Patriote Français* (1843-1850), que comenzaron tempranamente a publicar folletines, hay menciones al *Correo*. Por lo demás, el hecho parece representar una realidad continental. En Cuba, como puede corroborarse en el *Diario de La Habana*, todavía en 1842 las suscripciones a semanarios extranjeros corresponden al *Panorama Universal* y al *Museo de las Familias*. En México, *El Instructor* y *La Colmena* dominan los avisos hasta 1844, y los primeros anuncios de *El Correo de Ultramar* aparecen recién a comienzos de 1845 en *El Monitor Constitucional* y *El Siglo Diez y Nueve*.

²⁷ Charles A. Sainte-Beuve, “De la littérature industrielle”, *Revue des Deux Mondes*, Quatrième Série, t. 19 (1839): 675-691.

de París, *El judío errante* y *El conde de Montecristo*, que fueron las novelas, junto con *Los misterios de Londres*, de Féval, que *El Correo* instaló entre los lectores urbanos de Buenos Aires (imágenes 8-9).

La práctica de las entregas, así como la inserción del folletín en los periódicos rioplatenses –en *El Comercio del Plata* de Montevideo, primero, y en el *Diario de la Tarde* de Buenos Aires, inmediatamente después–, más que ser resultado del impacto de la prensa francesa, respondió en buena medida a la gran difusión que alcanzaron entre los lectores de Buenos Aires –y de Montevideo– los célebres títulos de Dumas, Féval y Sue promocionados por *El Correo de Ultramar*.

En 1849, el impresor y editor Arzac –quien había realizado ediciones locales, presumiblemente piratas, de las afamadas novelas francesas– publicaba su propio periódico, el *Diario de Avisos*. Un año después, arribaría a Buenos Aires Benito Hortelano, editor español con experiencia en trabajos de edición popular o comercial en Madrid.²⁸ Hortelano propuso algunos cambios al *Diario* de Arzac y escribió un prospecto ofreciendo a los lectores el *Semanario Pintoresco Español*, célebre publicación fundada por el costumbrista Ramón de Mesonero Romanos en 1836, que se publicaría hasta 1857. En sus *Memorias*, el editor español sostiene que al cabo de un mes la suscripción del *Diario* subió de 600 a 1 200 suscriptores, y en el segundo mes dio otro salto, alcanzando la cantidad de 1 600 abonados.²⁹ No obstante estos recuerdos interesados de Hortelano, en lo sustancial, el formato del *Diario de Avisos* parece haber respondido a un interés comercial previamente esbozado por su impresor, que venía ya ensayando, como vimos, distintas estrategias de edición comercial.³⁰

En abril de 1852, Bartolomé Mitre lanzó *Los Debates*, continuación del *Agente Comercial del Plata*, que se publicaba también desde 1849. En su primer número, al calor del nuevo clima de ideas que acompañó al triunfo de Justo José de Urquiza, propuso nacionalizar el folletín. Éste representaba un género y un formato ya ineludibles. Como se leía en un suelto de *Los Debates*: “El folletín

²⁸ Véase Benito Hortelano, *Memorias de Benito Hortelano* (Buenos Aires: Espasa-Calpe, 1936). Ferreras describe el contexto madrileño donde el *Espartero* de Hortelano pudo ser un éxito de ventas, cuando las entregas empezaban en España a conformar una estrategia editorial; y cómo, a falta de repartidores, Hortelano debió recurrir a miembros de las milicias para distribuir los ejemplares de sus ventas.

²⁹ Hortelano, *ibid.*, 196.

³⁰ Además, Arzac publicó una *Galería de ilustres contemporáneos* (biografías ilustradas de reconocidos escritores europeos); el *Silabario Argentino*, de José A. Wilde, en 1845; y reimprimió las *Rimas* de Esteban Echeverría en 1846 (la denominada edición federal).

en los periódicos modernos es como esos bajos relieves que corren graciosamente al pie de las columnatas dóricas. Lo mismo que en las obras del artista, el pensamiento serio del escritor se refugia en la forma severa de la columna; los caprichos tienen su lugar en el friso esculpido cuidadosamente en los ratos de ocio”.³¹

La jerarquización entre lecturas serias y lecturas ociosas tenía como subtexto la breve historia del género en la prensa rioplatense, pero responde a una configuración ideológica más amplia.³² La propuesta de Mitre llegará a ser cumplida recién en la década de 1880, con algunas de las novelas canónicas de la literatura argentina publicadas en los folletines de los diarios de Buenos Aires –*La gran aldea*, de Lucio Vicente López; *En la sangre*, de Eugenio Cambaceres–, pero sobre todo con las novelas populares con gauchos de Eduardo Gutiérrez, aparecidas en *La Patria Argentina* (1879) y su pasaje a partir de 1884 al teatro circense criollo.

De *El Correo de Ultramar* al *Correo del Domingo*

Antes de ese suceso, el *Correo del Domingo*, semanario ilustrado que comenzó a publicarse en enero de 1864, parece haber incorporado la tendencia al *magazine* propagada en Buenos Aires por *El Correo de Ultramar*, sobre todo a partir de 1853, con su *Parte Literaria e Ilustrada Reunidas*. Dicha tendencia, que proponía expandir el saber de la burguesía ilustrada al resto de las clases sociales,³³ parece haber repercutido en el programa de José María Cantilo, director y redactor principal del *Correo del Domingo*. Más allá del nombre (*Correo*) y del carácter ilustrado que identifica a las dos publicaciones, una lectura com-

³¹ “Folletín”, *Los Debates*, núm. 1, 1o. de abril de 1852: 2.

³² Thérénty se refirió al tema como “oposiciones axiológicas”, sobre las que propuso repensar en términos de conjunto, de interrelaciones del “arriba” y el “abajo” del impreso; Marie-Ève Thérénty, “El folletín en los periódicos del siglo XIX: ¿hecho literario o fenómeno social?”, en *La invención de la cultura mediática. Prensa, literatura y sociedad en Francia en el siglo XIX* (México: Instituto Mora, 2013), 11-29.

³³ Uno de los primeros anuncios sobre el nuevo formato ilustrado decía: “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”, “Ilustración del Correo de Ultramar”, *La Tribuna*, núm. 17, 27 de agosto de 1853: 4.

parativa entre secciones y diseño tipográfico evidencia una cercanía por demás llamativa. En efecto, además de una prevalencia marcada de los grabados en la publicación, como hemos dicho al inicio, la versión literaria e ilustrada lanzada a partir de 1853 por Lasalle duplicaba la cantidad de páginas (de 8 pasaba a tener 16) e incorporaba algunas secciones que perdurarían con leves cambios, como Historia de la Semana, Revista de Moda, Revista de París. Cada número iniciaba con un “Sumario” que anunciaba las materias incluidas en el mismo –además del frontispicio superior, que exponía un grabado donde un barco a vapor (símbolo del *Correo*) cruzaba el océano, uniendo a ambos continentes–. Por otra parte, sintomáticamente, desaparecían por completo los avisos publicitarios.

Retomando las palabras de Mitre, puede decirse que el *Correo del Domingo*, siguiendo el modelo de Lasalle, ensayó la nacionalización del *magazine*, incorporando un par de secciones fijas, La Semana –dedicada a noticias locales–, Variedades y, colocando al lado de las novelas por entregas de autores extranjeros obras de escritores locales (latinoamericanos) como Alberto Blest Gana, Juan María Gutiérrez, Vicente Fidel López, J. V. Lastarria, Gertrudis Gómez de Avellaneda, Guillermo Blest Gana, Francisco Acuña de Figueroa, Andrés Bello y Ricardo J. Bustamente, entre otros³⁴ (imágenes 10-11).

En esta nueva etapa, evidentemente las ilustraciones –grabados y litografías– ocuparon, como decían los redactores de *El Correo de Ultramar*, un lugar preponderante. Los avisos se empeñaron en destacar el carácter ilustrado de las publicaciones literarias. Una década después de la aparición del *Correo del Domingo*, el que sería considerado primer *best seller* de la literatura argentina, *El gaucho Martín Fierro* de José Hernández, incorporaba en su “octava edición”, de 1874, las primeras láminas del poema; no sólo un grabado alegórico en la portadilla del folleto, sino también ilustraciones interiores –las primeras imágenes del poema antes de *La vuelta de Martín Fierro*–: “Fierro luchando con el hijo de un cacique” y “Fierro y Cruz mirando las últimas poblaciones”. Un año antes, entre julio y septiembre de 1873, el poema de Hernández había sido reproducido en *El Correo de Ultramar*.³⁵ Cuando, hacia finales de 1879, Eduardo Gutiérrez comenzara a publicar en el folletín de *La Patria Argentina* su *Juan Moreira*, no sólo retomaría la saga del gaucho perseguido abierta por Hernández, sino

³⁴ Otro rasgo común es que, en ambos casos, las novelas publicadas por entregas no ocupaban el zócalo del semanario, puesto que estaban incorporadas en sus columnas (el formato *magazine* difiere del diario, entre otras cosas, por eso).

³⁵ Ver el segundo tomo de la monumental edición ilustrativa de Joaquín Gil a dicha obra; José Hernández, *Martín Fierro* (Buenos Aires: El Comercio, 1968), 2:15-32.

también la veta ilustrada inaugurada con el poema y por el *Correo del Domingo*, cuyos grabados habían ilustrado bucólicamente otro célebre poema gauchesco, *El Fausto*, de Estanislao del Campo (imagen 12).

Conclusiones

El prestigio alcanzado por el periódico de Xavier de Lasalle entre el público hispano se induce no sólo por la larga continuidad de *El Correo de Ultramar*, con más de cuatro décadas de edición, sino también gracias a las referencias de imprevisibles lectores, como el conde de Lautréamont, uno de los “raros” de Rubén Darío, a quien el poeta nicaragüense llegó a tildar de “poseso”.³⁶ La anécdota es indiciaria de uno de los rasgos definitorios de su diseño editorial: su carácter enciclopédico. Junto a la serie de novelas por entregas publicadas en sus páginas —que incluye folletines franceses, primero, españoles después, pero también novelas rusas e inglesas—, el progresivo despliegue de imágenes a partir de su versión ilustrada de 1853 convirtió a la publicación en un temprano *magazine*, cuyo éxito pareció fundarse tanto en la calidad de su impresión como en la generosidad de su mezcla.

En el número 377 de 1860, el texto “Los gauchos argentinos”, acompañado de un grabado alusivo (Imagen 13), ocupó el breve espacio de una columna. Allí se podían leer los tópicos románticos más asentados sobre la figura del gaucho, el cual “por sus instintos se acerca al hombre de la naturaleza”, que “el caballo es el elemento material que contribuye a obrar sobre su moral”, y para quien “el jefe del gaucho es siempre el mejor gaucho”, etc. Por su parte, el dibujo del grabado —de estilo romántico-costumbrista y emparentado con las líneas de movimiento que caracterizan las pinturas de Rugendas— consolida la imagen de su mimetización con el medio. Ello no impidió que, una década más tarde, un poema popular como el de José Hernández, cuyo contenido refuerza pero a la vez contradice la imagen bucólica dominante, haya podido publicarse íntegro el mismo año de su edición.³⁷

³⁶ En la reedición de 1905 de su libro *Los raros* Darío confesaba que, habiendo conocido a algunos de sus “ídolos de antaño”, reconoció más de un engaño en su forma de percibir. No era el caso de Isidore Ducasse, desde luego, fallecido en 1870. Véase Rubén Darío, *Los raros* (Buenos Aires: Espasa-Calpe, 1952).

³⁷ *El gaucho Martín Fierro* se publicó en 15 entregas en los números 1069 a 1083, entre julio y septiembre de 1873.

AGENCIA DEL CORREO DE ULTRAMAR

Está abierta la suscripción para el año 1858.

Con la repartición de hoy se acaba el año 1857. Las personas que quisieran seguir la suscripción para 1858, se servirán pasar por la Agencia á abonar el importe de las suscripciones.

No se repartirá ningún entrega de 1858 á los antiguos suscritores que no hayan recontado

PARTE ILUSTRADA: 52 números al año, con mas de 1,000 grabados, formando dos grandes volúmenes.

Por un año entero, con derecho á la prima, fs. 16-3

Por seis meses, sin derecho á la prima..... 8-4

PARTE DE NOVELAS: 12 cuadernos al año, formando 2 volúmenes gruesos, con láminas finas.

Por un año, fs. 5-6

Por seis meses, 2-7

PARTE POLITICA: 24 números al año, con las noticias mas nuevas y oficiales, folietines etc.

Por un año, 7-4

Por seis meses, 3-6

Para tener derecho al regalo se precisi suscribirse para el año entero a la ILUSTRACION.—[Ver el aviso que sigue]

LIBRERIA DE LUCIEN,

49—VICTORIA—49

MAGNIFICO REGALO

A TODOS LOS SUSCRITORES PARA EL AÑO ENTERO DE 1858.

A la parte literaria é ilustrada del **CORREO DE ULTRAMAR.**

EL CONDE DE MONTE-CRISTO.

FOR EL CELEBRE AUTOR ALEJANDRO DUMAS.

Espléndida edición, impresa en papel de lujo en dos gruesos volúmenes en 8.º mayor de mas de 1,000 páginas, con cubierta de papel de colores, ilustrada con 490 hermosísimas láminas grabadas en la mayor parte por G. STEAL, J. A. BLAIVE, LANTIER, E. COFFET, A. MARY, etc. etc.

El primer tomo contiene 211 láminas, de ellas 55 tiradas a parte.

El segundo tomo contiene 239 láminas, de ellas 56 tiradas a parte.

Condición única impuesta á los suscritores para tener derecho á esta hermosa prima.

Para tener derecho á recibir esta obra interesantísima, los suscritores á la Parte Literaria Ilustrada del **CORREO DE ULTRAMAR**, DEBERAN INSCRIBIRSE en las agencias ANTES DEL 30 DE JUNIO DE 1858, y entregar en los agerates el FRANCO INTEGRO de la suscripción por todo el año de 1858.

LIBRERIA DE LUCIEN,

49—VICTORIA—49

Año 16, 1858.

MUSEO DE LAS FAMILIAS,

Periódico mensual ilustrado, de Madrid.

Novelas, historia, poesía, religion, viajes, industria, ciencias, etc., etc. Por acreditados literatos de todos los países.

Esta interesante publicación se dá á luz por cuadernos de 24 páginas en 4.º mayor con preciosos grabados, bajo una cubierta en la que se insertan Anécdotas, cada una reparte un número de 8 columnas de impresores del

Boletín de modas

Con figurines de trajes, patrones y dibujos para bordados de todas

clases, iluminadas en Paris.

Se recibe puntualmente por el paquete inglés y se lleva á domicilio.

REGALOS:

En cada número acompaña de una hermosa portada en oro y colores, y doce magníficas láminas de acero; diferentes de las que se dieron en el pasado año de 1857.

Precio de suscripción por año..... 4 pesos fuertes.

LIBRERIA ESPAÑOLA de Federico Real y Prado, esquina de las Santa Rosa y San Francisco frente al Papel Sellado

Imagen 3. *El Nacional*,
10 de marzo de 1858: 4.
Aviso del *Correo* junto con la competencia
del *Museo de las Familias*.



IMPRENTA

DE

LA TRIBUNA

Calle de la Victoria Núm. 31.

Este establecimiento, uno de los mas valiosos en su género, que existe en la América del Sur, tan acreditado ya por el número de sus trabajos impresados, acaba de recibir un gran surtido de tipos, pomas y vitelas nuevas, con las cuales puede encargarse de la impresión de toda clase de impresiones. Cuenta con máquinas de imprimir de las primeras fabricaciones de los Estados Unidos, las que suministran por el menor precio relativo de precios, pueden dar de 4 á 6 mil ejemplares por hora, lo que coloca á sus impresiones en el caso de poder atender á sus favorecedores con la mayor prontitud.

Letras y papeles en varios idiomas, cartillas por gruesa. La Constitución de la Nación Argentina, lista y papel para imprenta, como igualmente todo género de útiles para el uso tipográfico muy particularmente.

Artículos de madera, y tipos, formando el surtido mas completo y variado, con una responsabilidad que asegura un pronto y exacto cumplimiento de los trabajos.

El establecimiento se encarga del arreglo, embalgamado y cambio de los tipos que se le encargan para las imprentas.

En cuanto á la impresión y portada, admiten personal que seria una adición, que no tardarían en aceptar.

Se reciben órdenes de compra y provisiones del exterior, para suplen las faltas, circulars, cuentas de venta, &c. &c.

Las espaldas para volúmenes y folios, se entregan en el menor día de su despacho.

Cuadros de todo tamaño con hornos, adobes y de gusto, cuadros para talleres, para escribir en papeles plúmbeos, tarjetas enterales á las direcciones postales de España.

Este establecimiento tiene el surtido mas completo que puede darse en su género, algunas de ellas de fabricaciones desconocidas hasta ahora en el país, presentadas en una lengua inglesa de alto.

El establecimiento se encarga de la corrección de todas las obras que se le encomiendan en español, inglés, alemán, catalán, portugués de Portugal como para sus propias impresiones.

Hay algunas veces para el extranjero:

- Comunicación en español, francés, inglés y alemán, en papel muy fino.
- Órdenes de facturas..... 12 1/2 por ciento
- Manifiestos..... 12 1/2 por ciento
- Resoluciones..... 12 1/2 por ciento
- Transcripciones..... 12 1/2 por ciento
- Partidas..... 12 1/2 por ciento

CORREO DE ULTRAMAR.

AÑO 1861.

PARTE LITERARIA ILUSTRADA.

Contiene 52 entregas al año que hacen dos grandes tomos con 100 grabados como sobre madera, y la lectura de mas de 60 tomos ordinarios, 24 cuadros de cuadros y varios papeles de bondades de E. Claret, folios.

LA VUELTA AL MUNDO.

Magnífica edición en un tomo en folio mayor de una de 500 páginas, con 204 láms. de las cuales 174 son tamaño de la obra y 21 mapas.

Condiciones de la suscripción con derecho al regalo.

Para el año de 1860 entero, con el regalo á la vez..... Pn. fs. 16

Por seis meses sin derecho al regalo..... 8

PARTE POLITICA.

24 números al año—Por un año..... Pn. fs. 1

NOVELAS ILUSTRADAS.

Una entrega mensual conteniendo 15 ó 20 gra sobre madera intercalada en el tomo, que cuando al año dos entregas ordinarias en 8.º mayor. Las primeras entregas llevan un el una de láminas por el paquete.

Por un año..... Pn. fs. 6

Los suscritores que tomen el tomo de las novelas, *Nicolas y Fátima*, recibidas en el año de 1858, como con Madrid, LA BODICA Y BIE DE

LOS VIAGEROS MODERNOS

EN LOS SIGLOS XVI, XVII Y XVIII.

Reconstruido, 12 reales fuertes—á la venta 2 rrs. fs.

NOTA.—El precio se paga adelantado: se puede suscribir á uno ó á dos de los tres partes.

Librería de Lucien, Victoria 110

Imagen 4. *La Tribuna*,
7 de octubre de 1861: 4.
Aviso, "afiche", del *Correo* junto
con anuncio de la imprenta.

CORREO DEL DOMINGO

PERIODICO LITERARIO ILUSTRADO

Se publica todos los Domingos por la Imprenta del SIGLO, Victoria 153. Precio de la suscripcion 30 pesos por cada cuatro entregas de 16 páginas cada una.—Numeros sueltos 10 pesos

SUMARIO—La Semana—Pedro de Oña, poeta épico del siglo XVI, por Juan M. Gutiérrez: Conclusion—Pensamientos, por José Mármol—Canto trascendental, por D. José de Castro y Serrano: Conclusion—La Cruz en casa de un nigromántico: Conclusion—El Manuscrito del Diablo, por D. José V. Lastarria: Conclusion—A una golondrina, poesía, por Guillermo Mata—El Cabo de Hornos, poesía, por el mismo—Para un albano, poesía de Luis Rodríguez Velasco (chileno)—Los últimos días de Pompeya.

La semana.

Las noches siguen largas, húmedas, tediosas. Agregando á estas condiciones actuales del tiempo, la situación presente del país, situación de

LOS ÚLTIMOS DÍAS DE POMPEYA



Reunión elegante y comida á la moda en Pompeya

guerra y de consiguiente de sacrificios y de suspensión de los negocios, resulta que los ánimos suelen estar mohinos y que poca jente sale de noche.

Los clubs mismos no están tan concurridos ahora. Faltan socios, que se han ido á la guerra. Las tertulias son naturalmente escasas. Los terteros no se ven tan animados.

Imagen 11. Correo del Domingo, núm. 79, 9 de agosto de 1865.

Portada: Sumario y "La semana".

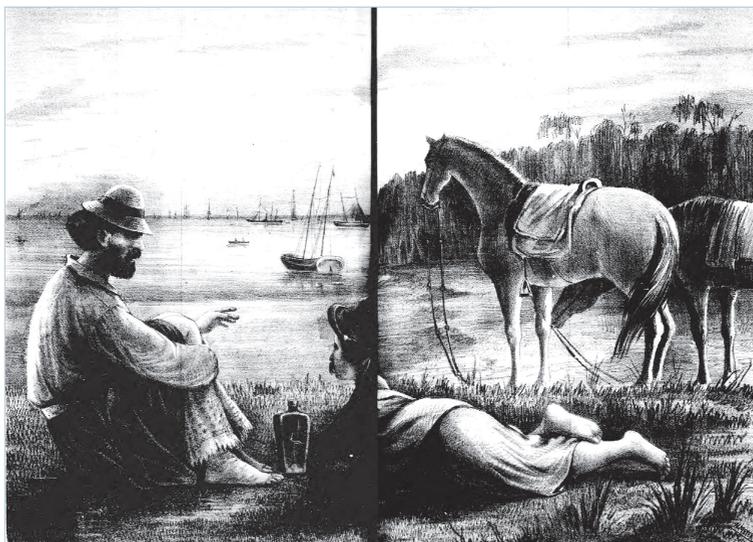


Imagen 12. "Impresiones del gaucho Anastasio de la representación de la ópera Fausto". *Correo del Domingo*, núm. 144, 30 de septiembre de 1866. Grabado acompañando el poema de Del Campo en páginas 192 y 193.



Imagen 13. *El Correo de Ultramar*, núm. 377, 1860. "Los gauchos argentinos".

Referencias

- "A nuestros lectores". *El Correo de Ultramar. Parte Literaria e Ilustrada Reunidas*, año 12, núm. 1 (1853): 2.
- Anderson, Patricia. *The Printed Image and the Transformation of Popular Culture, 1790-1860*. Oxford: Oxford University Press, 1991.
- Chartier, Roger. "De la historia del libro a la historia de la lectura". *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna*, 26-45. Madrid: Alianza, 1993.
- Chartier, Roger y Henri-Jean Martin, dirs. *Histoire de l'édition française. Le livre triomphant, 1660-1830. II*. París: Fayard / Promodis, 1990.
- Cooper-Richet, Diana. "París y los ambos mundos: une capitale au cœur du dispositif de production et de mise en circulation de livres et de journaux, en espagnol, au XIXe siècle". *Cahiers des Amériques Latines*, núms. 72-73 (2013). Acceso el 15 de enero de 2024. <http://cal.revues.org/2895>.
- Cooper-Richet, Diana. "La presse hispanophone parisienne au XIXe siècle: *El Correo de Ultramar* et les autres". *Çédille, Revista de Estudios Franceses*, núm. 16 (2019): 81-100.
- Darío, Rubén. *Los raros*. Buenos Aires: Espasa-Calpe, 1952.
- Diario de la Tarde*, 6 de septiembre de 1845: 3.
- Fader, Daniel y George Bornstein. *British Periodicals of the 18th and 19th Centuries*. Michigan: The University of Michigan, University Microfilms, 1972.
- Ferreras, Juan Ignacio. *La novela por entregas (1840-1900)*. Madrid: Taurus, 1972.
- Ferrús Antón, Beatriz. "América Latina en *El Correo de Ultramar. Parte Literaria e Ilustrada Reunidas*: literatura de viajes e imaginarios". *Cuadernos de Ilustración y Romanticismo*, núm. 27 (2021): 673-692.
- "Folletín". *Los Debates*, núm. 1, 1o. de abril de 1852: 2.
- La Gaceta Mercantil*, 11 de febrero de 1843: 1.
- Hernández, José. *Martín Fierro*. 2 vols. Edición ilustrativa por Joaquín Gil. Buenos Aires: El Comercio, 1968.
- Hortelano, Benito. *Memorias de Benito Hortelano*. Buenos Aires: Espasa-Calpe, 1936.
- "Ilustración del *Correo de Ultramar*". *La Tribuna*, núm. 17, 27 de agosto de 1853: 4.
- Mollier, Jean-Yves. "Traduction et mondialisation de la fiction: l'exemple d'Alexandre Dumas père en Amérique du Sud". En *Vingt-quatrième Assises de la traduction littéraire (Arles 2007)*. Arles: Actes Sud, 2008.
- Parada, Alejandro E. *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.

- Parada, Alejandro E. *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: Universidad de Buenos Aires, 1998.
- Pas, Hernán. "Crímenes ilustrados: folletín e imaginario visual en la prensa rioplatense, 1846-1880". *Bibliographica* 4, núm. 2 (2021): 15-44.
- Pas, Hernán. "Eugène Sue en Buenos Aires. Edición, circulación y comercialización del folletín durante el rosismo". *Varia Historia* 34, núm. 64 (2018): 193-225.
- Pas, Hernán, ed., comp. y est. preliminar. *El Recopilador. Museo Americano. Antología*. Reediciones & Antologías. Buenos Aires: Biblioteca Nacional, 2013.
- Sablonniere, Catherine. "El *Correo de Ultramar* (1842-1886) y la ciencia: entre labor educativa y propaganda política". Ponencia presentada en el IV Encuentro Internacional de Historiadores de la Prensa en Iberoamérica, Chiapas, México, 2007.
- Sainte-Beuve, Charles A. "De la littérature industrielle". *Revue des Deux Mondes*, Quatrième Série, t. 19 (1839): 675-691.
- Sarmiento, Domingo Faustino. "*El Correo de Ultramar*". *El Progreso*, 10 de febrero de 1843.
- Szir, Sandra. "Romanticismo y cultura de la imagen en los primeros periódicos ilustrados en Buenos Aires. *El Museo Americano*, 1835-1836". *Estudios* 18, núm. 36 (julio-diciembre de 2010): 296-322.
- Tarcus, Horacio. *El socialismo romántico en el Río de la Plata (1837-1852)*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2016.
- Teixeira Marques, Mariana. "Literatura itinerante: notas sobre la 'Revista literaria' de *El Correo de Ultramar*". *Letras* 23, núm. 47 (2013): 125-134.
- Thérenty, Marie-Ève. "El folletín en los periódicos del siglo XIX: ¿hecho literario o fenómeno social?". En *La invención de la cultura mediática. Prensa, literatura y sociedad en Francia en el siglo XIX*, 11-29. México: Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, 2013.
- Weinberg, Félix. *El Salón Literario de 1837*. Buenos Aires: Hachette, 1977. 