

El Americano en París (1872-1874). Mundialización y modernización periodística en un semanario ilustrado trasatlántico

Claudia Roman

Universidad de Buenos Aires-CONICET
balerdiroman@gmail.com

Resumen: El semanario ilustrado *El Americano* (1872-1874), dirigido por Héctor F. Varela, se publicó en París y tuvo una amplia distribución en Europa y América. Su programa resulta renovador, porque no solo proponía difundir las novedades americanas en Europa, sino crear una red entre repúblicas y regiones americanas. Se analizan aquí los modos en que la publicación buscó concretar ese propósito en términos discursivos, materiales y formales verbales y visuales. Asimismo, se busca comprender mejor algunas de las formas tempranas de articulación del americanismo en un momento en que la mundialización de la prensa cobraba especial impulso.

Palabras clave: prensa, americanismo, cultura impresa, cultura visual, mundialización.

Abstract: *El Americano* (1872-1874) was a weekly illustrated journal. It was published and edited by Hector F. Varela in Paris and achieved a wide circulation both in Europe and America. This innovative project tried not only to show American news in Europe, but to create a network among American regions and republics. The analysis focusses on how this publication attempted to achieve these aims in discursive, material and formal terms with respect to both verbal and visual aspects. An additional goal is to better understand some of the early expressions of Americanism during a period in which the globalization of the press became accelerated.

Keywords: Press, americanism, print culture, visual culture, globalisation.

A principios de la década de 1870, el argentino Héctor Florencio Varela (Montevideo, 1832- Río de Janeiro, 1891) decidió fundar en París un semanario ilustrado titulado *El Americano*¹. Impresa en castellano, esta publicación se distribuiría simultáneamente en los principales núcleos urbanos franceses, en Madrid y algunas otras ciudades europeas, y en una extensa serie de capitales americanas². La propuesta inicial incluía además una versión abreviada del mismo periódico en francés, con el objetivo de que su repercusión local se multiplicara.

El Americano (en adelante, *EA*) publicó su número «prospecto» el 3 de marzo de 1872 y el último el 20 de junio de 1874. Salía los jueves y completó un total de 120 números. Consta de cuatro pliegos de gran formato (70 x 57 cm.), a los que en alguna ocasión se añadió medio pliego más. Su diseño a tres columnas se imprimía, según declaraba la redacción, sobre «el mejor papel que hoy se nos puede entregar», encargado «expresamente» a la casa Sonnes de París. Eso posibilitaba «hacer la composición en un tipo pequeño», dado que el editor contaba ya —se subrayaba— con gran cantidad de material verbal y gráfico acumulado, cuya puesta en página cuida-

¹ La colección completa del semanario se encuentra, entre otros repositorios, en la Sala de Tesoro de la Biblioteca Nacional de Maestros (Buenos Aires, Argentina), donde se ha realizado la consulta para esta investigación. Parte sustancial de la colección (los ejemplares editados entre el 1 de abril de 1873 y el 16 de febrero de 1874) se encuentra digitalizada y accesible en la Hemeroteca Digital de la Biblioteca Nacional de España (<http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0004274287&lang=en>).

² Héctor F. Varela figura como editor y redactor en jefe, cargo que ocupó hasta los inicios del tercer año del periódico, en marzo de 1874 (*EA*, 1, III, 13 de marzo de 1874, p. 1). Su editor responsable fue Narcisse Blanpain (1839-¿?), redactor, tipógrafo, editor y colaborador de varios diarios parisinos de la época, quien se había establecido de manera independiente poco tiempo antes, en 1870, y se especializó en publicaciones ilustradas, en particular anticlericales. Véase Angelo DE GUBERNATIS: *Dictionnaire international des écrivains du jour*, 3 vols., Florencia, Louis-Niccolai éditeur-imprimeur, 1888-1891, esp. p. 326; recuperado de Internet (<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k5568346c/f332.image>). El periodista chileno Manuel J. VEGA se trasladó especialmente a París para convertirse en secretario de redacción del semanario. *EA* salió por la Imprenta Hispano-Americana de Rouge y Cía.; la administración y redacción estuvieron en un principio en el 17 de la Rue D'Aumale, también en París. Se conservan la ortografía y puntuación en las citas.

dosa era un objetivo no menor de la publicación³. La puntualización de aspectos gráficos y formales del diseño y la búsqueda de calidad de sus materiales, unidas a la premura por la velocidad periodística, fueron desde el inicio rasgos «modernos» que *EA* buscó asociar a su selección informativa, en la comprensión de que definirían la capacidad del semanario para integrarse y competir en el mercado de la prensa local e internacional. Cada ejemplar incluía abundantes ilustraciones y, muy a menudo, algún atractivo visual adicional (en los primeros números, un figurín de modas a color). *EA* prometía además editar dos calendarios (uno para las Repúblicas del Plata y otro para Europa) y una «biblioteca» de obras americanas.

El conjunto de estos elementos señala un proyecto ambicioso. El desafío se multiplicaba por la escala imaginada para la distribución: el prospecto tiró 20.000 ejemplares y aseguraba ediciones regulares de 10.000. Para el público hispanoparlante debió ser evidente que el nuevo semanario buscaba identificarse e incluso competir con *El Correo de Ultramar* (1842-1886), el primer y por entonces único periódico impreso ilustrado que podía jactarse de alcanzar tal escala; también se editaba en París, en castellano y en francés, y circulaba en América hispana mediante un complejo sistema que combinaba agencias de distribución y versiones locales. Con una retórica de ribetes épicos, el director de *EA* explicitaba esa presunción:

«Lo que nos ha costado á todos preparar el número anterior de *El Americano* lo refiere mi colega *Orión* en otro lugar. Ha sido una verdadera obra de romanos. En apoyo de lo que aquel amigo les cuenta á ustedes, yo les citaré un hecho elocuente para probarles las dificultades de todo género con que aquí lucha una empresa como esta. El *Correo de Ultramar*, que hace años se publica en París, no ha podido ir á América por el último correo, ¡porque no se pudo imprimir!!! ¿Para qué decir más?»⁴.

Algunos registros de la circulación de prensa en Buenos Aires permiten ponderar el efecto de aquellas cifras. En 1870, el primer número de *La Nación* tiró 1.000 ejemplares. En 1887, este y *La Prensa*, los diarios de mayor circulación, unos 18.000. El semanario

³ «Papel de imprenta» y «Los grabadores de *El Americano*», *EA*, 7 de marzo de 1872, pp. 13-14.

⁴ «El Correo de Ultramar», *EA*, I, 1, 15 de marzo de 1872, p. 2.

ilustrado de mayor circulación, *El Mosquito*, tiró 2.000 ejemplares durante la segunda mitad de la década de 1860. Solo a fines de siglo el magazine *Caras y Caretas* imprimió un primer número de 15.000, superando las cifras de Varela. Por eso, aunque *The Illustrated London News* hubiera llegado a vender 200.000 ejemplares semanales en la década de 1850 y hasta 300.000 hacia 1863⁵, desde la perspectiva de los lectores sudamericanos, los 20.000 ejemplares del prospecto de *EA* y los 18.400 que declaró su primer número resultarían cuantitativamente impactantes. *EA* había contratado, además, «un kiosko entero de los dos que hay frente a la nueva Opera y una fachada en seis distintos, colocados en los Boulevards»⁶, dato que sugiere la importancia estratégica que se asignaba a hacer visible el semanario ilustrado para los paseantes del centro parisino.

La voluntad de promover y afianzar lazos culturales trasatlánticos a través de una publicación periódica no era, desde luego, inédita. Durante el siglo XIX se publicaron en París al menos setenta y siete periódicos en español, probablemente acicateados por un público ampliado, producto de la recolocación de editores e impresores españoles exiliados bajo el reinado de Fernando VII en las primeras décadas y, más tarde, por los residentes americanos del Barrio Latino e incluso por las demandas editoriales de las elites de ultramar⁷. Desde la primera mitad del siglo existían publicaciones europeas que daban noticia de sucesos y personajes notables de diferentes regiones de América Latina y que insertaban colaboraciones regulares de corresponsales americanos⁸. En la mayoría de estos proyectos, sin embargo, prevalecía una perspectiva unidireccional de Europa hacia América⁹.

⁵ Toni WELLER: «Preserving Knowledge through Popular Victorian Periodicals: An Examination of *The Penny Magazine* and *The Illustrated London News*», *Library History*, 24, 3 (2008), pp. 200-207, esp. p. 202.

⁶ «A los accionistas de *El Americano*», *EA*, I, 4, 4 de abril de 1872, p. 71.

⁷ Diana COOPER-RICHET: «París y los ambos mundos: une capitale au coeur du dispositif de production et de mise en circulation de livres et de journaux en espagnol au XIX^e siècle», *Cahiers des Amériques Latines*, 72-73 (2013), pp. 208 y 202. Recuperado de Internet (<http://cal.revues.org/2895>).

⁸ Sobre todo en Madrid y en Cádiz. Véase Enrique RUBIO CREMADES: «Hispanoamérica y España a mediados del siglo XIX: el editor Francisco de Paula Mellado y la *Revista de Ambos Mundos*», *Anales*, 25 (2013), pp. 317-339, esp. p. 324.

⁹ En un extenso e irritable escrito contra Varela, redactado entre 1871 y 1872 pero inédito hasta su muerte, Juan Bautista Alberdi dedicó un apartado especial a

Aun teniendo en cuenta esos antecedentes, el proyecto de *EA* es original en varios sentidos. En primer lugar, porque su perspectiva no se presenta solo de manera unidireccional y tampoco como transatlántica, sino que privilegiará la creación de vínculos en dimensión interamericana. La redacción e imprenta en París garantizaban a *EA* una plataforma de visibilidad máxima para difundir y afianzar esos vínculos. Para trazarlos, Varela diseñó condiciones de producción, formales y discursivas singulares que buscaban potenciar su eficacia político-ideológica. Comprender ese despliegue retórico y material permite conocer mejor el momento de inflexión de los americanismos que letrados e intelectuales desarrollaron desde las primeras décadas del siglo XIX, así como también sus derivas hacia los rasgos enfáticos y rupturistas que experimentarían en las últimas, en un arco político cultural que puede pensarse entre el final de la Guerra de Cuba y la emergencia y diseminación del modernismo como vanguardia.

La red transatlántica de El Americano

Se ha afirmado que, aunque se editara en París, *EA* era «netamente argentino»¹⁰. Varela se preocupó por explicitar su prevención frente a un posible desvío en ese sentido. Por eso, aseguraba, «estudiadamente no hemos querido en los primeros números publicar ni retratos de hombres públicos argentinos ni *vistas argentinas*»¹¹. Estas declaraciones quedan refrendadas por la amplia variedad de la procedencia geográfica de los colaboradores

EA. Entre otras críticas, Alberdi afirma que el semanario no es novedoso u original, sino que es el último de una serie de publicaciones con las mismas características: «*La América* (Madrid), la *Revue des Races Latines* (París), el *Correo de Ultramar o de América [sic]*, el *Museo de Ambos Mundos*, la *América Latina Brazil and River Plate Mails*, el *Franc-americain* y el *Internacional [sic]*» (Juan Bautista ALBERDI: «Varela», en *Escritos póstumos*, vol. XII, *Ensayos sobre la sociedad, los hombres y las cosas*, Buenos Aires, Imprenta Juan Bautista Alberdi, 1900, pp. 37-157, esp. p. 123). En su conjunto, la serie sugiere la inserción de la publicación de Varela en una trama discursiva, editorial y comercial cuya densidad aún no ha sido explorada en profundidad.

¹⁰ Celedonio GALVÁN MORENO: *El periodismo argentino. Amplia y documentada historia desde sus orígenes hasta el presente*, Buenos Aires, Claridad, 1943, p. 225.

¹¹ «Índole de *EA*», *EA*, I, 12, 13 de junio de 1872, p. 214.

que en un principio convocó (e incluso al espectro más acotado, pero aún diverso, de quienes efectivamente enviaron sus textos)¹². Editar e imprimir en París era también una decisión táctica en términos técnicos para alcanzar un número de lectores extenso y geográficamente diverso, ya que facilitaba el acceso a una tecnología de imprenta que del otro lado del Atlántico estaba menos desarrollada y resultaba más difícil de amortizar. Al mismo tiempo, obviamente ubicaba al semanario en un espacio enunciativo prestigioso, «universal», que se proyectaría sobre la red transnacional informativa y cultural que buscaba articular.

Para Varela, *EA* era la estación de llegada de un proyecto de figuración personal, construido mediante una cuidadosa acumulación de prerrogativas y apoyos materiales que venía gestando desde dos décadas atrás. Héctor dirigía con su hermano Mariano el diario *La Tribuna* desde 1853. Junto a (y a menudo, en contrapunto con) *El Nacional*, ese era el único diario porteño que lograría atravesar el proceso político cultural abierto por la caída de Rosas y superaría la coyuntura de 1880. *La Tribuna* contaba, además, con un periódico gemelo que se publicaba en Montevideo, también bajo la dirección de Varela. Dentro del campo periodístico rioplatense, ambas publicaciones se legitimaban como herederas patrióticas, republicanas y liberales de la «generación proscripta». Para 1872, cuando decidió fundar *EA*, Héctor Varela contaba además con una cadena de vinculaciones significativas mucho más allá de este horizonte local, acumuladas mediante una combinación sagaz de sus actividades periodísticas y de ciertas intervenciones políticas que desplegó en especial a partir de su primer viaje a Europa en 1853. Designado cón-

¹² El prospecto da la nómina de futuros colaboradores confirmados: 42 residen en Europa (sobre todo, políticos, escritores y algunos empresarios franceses, españoles o americanos residentes allí: Víctor Hugo, Emilio Castelar, Émile de Girardin, Pablo Mantegazza, Manuel Fernández y González, Gertrudis Gómez de Avellaneda...) y 129 en América (entre ellos, Bartolomé Mitre, Guillermo Rawson, Andrés Lamas, Ambrosio Montt, José Gregorio Paz Soldán, Rafael Pombo y Ricardo Palma). Todos son figuras públicas reconocibles (y no redactores, reporteros o corresponsales cuya trayectoria se afine sobre todo en el periodismo), lo que refuerza tanto la dimensión público-política del semanario como su voluntad de construir redes político-culturales transamericanas. *EA* declara que los colaboradores efectivos serán aún más. La nómina, con variaciones, pero ocupando siempre un espacio físico cuya sola imagen es impactante, se repite en los primeros números («Colaboradores», *EA*, I, 0, 7 de marzo de 1872, p. 3).

sul general de Buenos Aires en París, Napoleón III no aprobó sus credenciales. El motivo, según la prensa contemporánea, habría sido una «condena» a su régimen que Varela había lanzado desde su periódico porteño. Esa razón permitía prestigiar y difundir su nombre pese a no haber ejercido el cargo. En posteriores viajes a Europa, Varela afianzó su figuración vinculándose a espacios centrales del publicismo y la política hispanoamericanos. En este sentido, su amistad con Emilio Castelar resultaría clave. Un episodio puntual impulsó esa trayectoria trasatlántica: su participación, en septiembre de 1867, en el Congreso de la Liga de la Paz y la Libertad celebrado en Ginebra. En esa oportunidad, Varela presenciaba las sesiones como parte del público. Frente a una alocución que fustigaba el republicanismo americano, solicitó la palabra. Su espontánea y elocuente defensa de la democracia americana fue reproducida por varios periódicos y en distintas lenguas. Desde entonces, el nombre de Varela fue asociado en repetidas ocasiones, en Europa y en América, al título honorífico de «el orador de Ginebra» con que la prensa contemporánea —no siempre sin ironía— solía aludirlo¹³.

La aparición del nombre de Varela como protagonista de noticias internacionales debe considerarse en confluencia con el modo en que *La Tribuna* le había servido como plataforma para convertirse en colaborador regular u ocasional de una serie de publicaciones trasatlánticas. El semanario francés *Le Monde Illustré*, por ejemplo, reprodujo su retrato y le dedicó una semblanza biográfica en 1867. Además, su firma era relativamente frecuente en publicaciones españolas como el diario *La Igualdad* o el semanario *Los Dos Mundos. Revista Universal Ilustrada*¹⁴. A todo esto se sumaba, por

¹³ Héctor VIACABA: «Varela, el porteño irresponsable», *Todo es Historia*, 222 (1985), pp. 9-13, esp. p. 10, y Salvador GARCÍA CASTAÑEDA: «El periódico *El Americano* (París, 1872-1874) y la independencia de Cuba», *Salina: revista de Lletres*, 15 (2001), pp. 175-180, esp. p. 180.

¹⁴ *Le Monde Illustré. Journal Hebdomadaire* reprodujo el retrato de Varela poco después de su arenga en el Congreso de Ginebra. En la misma edición, Léo de Bernard escribió su semblanza biográfica, donde destacaba la buena acogida que sus compatriotas americanos habían brindado a Varela en París (*Le Monde Illustré*, XI, 555, 16 de noviembre de 1867, pp. 300 y 302, respectivamente). El periódico madrileño *La Igualdad. Diario Republicano Federal* reprodujo y comentó con regularidad su correspondencia. En julio de 1870 lo postulaba como modelo de orador y de heroísmo civil («Héctor Florencio Varela», III, 493, Madrid, 26 de julio de 1870, p. 2, c. 1). Hacia 1870, cuando Varela colaboraba en el semanario español

último, su ejercicio sostenido de una modalidad del publicismo que no veía reñida la intervención política con la comercial. Su propio nombre, así como su nombre de pluma, Orión, estaban asociados a una sociabilidad que excedía con creces la del diarismo y le habían servido para llevar adelante acciones de propaganda de la más diversa índole, del combate de la fiebre amarilla a la venta de cigarrillos o sombreros, y hasta la organización de comparsas para los carnavales de 1869 y 1870.

Todo esto explica al menos parcialmente que, cuando en 1871 Varela decidió emprender una campaña continental para solventar una nueva publicación bajo la bandera de la defensa de los intereses americanos, lograra apoyos sustanciales. El resultado de esas gestiones se detalla en el «prospecto», que transmite con orgullo a los futuros suscriptores que *EA* cuenta con «ochenta mil duros, ó sean cuatrocientos mil francos depositados, actualmente, la mitad en casa de los señores Blacque, Vignal y Compañía, de París, y la otra mitad en casa de los señores Murrieta y Compañía, de Londres», que garantizarían su continuidad¹⁵. Al capital inicial se sumaban abundantes suscripciones oficiales de Uruguay y Bolivia, de las provincias argentinas de Córdoba, Santiago del Estero, Santa Fe y Corrientes, y la promesa de su concreción por parte del Gobierno de Chile¹⁶. «Buenos Aires y Colombia no han contestado aun», desliza Varela, y en su leve dejo extorsivo, la observación permite advertir hasta qué punto las suscripciones oficiales comprometían tanto el sostén material del periódico como la legitimación política de la red impresa de recepción que quería consolidar.

En ediciones sucesivas sumarían más suscripciones de gobiernos nacionales¹⁷ a las que hay que agregar las del «pueblo» de diversas localidades, en un total estimado de 4.600 entre las recogidas en Argentina, Chile, Uruguay y Perú. La agencia de distribución madrileña de Charles Bailly Ballière realizaba en la práctica esa tarea

Los Dos Mundos. Revista Universal Ilustrada, dirigido por Eduardo G. Gordon, escribían también allí Victor Hugo, Jules Michelet y Giuseppe Garibaldi, todos ellos convocados también por *EA*.

¹⁵ «Apoyos con que cuenta *EA*», *EA*, I, 1, 7 de marzo de 1872, p. 6.

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ Más adelante, por ejemplo, declara haber recibido el apoyo formal «de los gobiernos de Venezuela, México, Costa Rica y Nicaragua» («Apoyos oficiales», *EA*, I, 11, 23 de julio de 1872, p. 310).

que Varela presentaba casi en términos personales e hizo llegar el periódico además a diferentes ciudades españolas y francesas. En su segundo número, *EA* agradecía la recepción que le habían ofrecido publicaciones de París, Londres, Madrid, Málaga, Génova, El Havre, Burdeos, Liverpool, Ginebra «y otros puntos de Europa». Más adelante sumaría pruebas de su reconocimiento —ya que no siempre queda clara su circulación— por parte de medios colegas de «Brasil, Colombia, Venezuela, México y Centro América», Inglaterra, Italia, Portugal, Estados Unidos, California, y hasta Grecia y Turquía¹⁸. Cada mención a un país o región devenía así en un nodo de una red de recepción de lo americano de intensidad inédita. Todas esas «partes del globo»

«han tributado a EL AMERICANO los más honrosos elogios, saludándolo no como a uno de tantos órganos nuevos de la publicidad, que viene á tomar su puesto de honor en este gran foro de los tiempos modernos, la prensa, sino como á un campeón desapasionado y simpático de la fraternidad que debe ligar á ambos mundos en el altar de la libertad, y como al mensajero de América, que viene á revelar á la Europa sus tesoros, su civilización, sus costumbres, sus progresos, sus esperanzas, á defenderla de los ataques injustos que se le dirijan, á fomentar la emigración, á hacer conocer sus hombres eminentes, siendo, en una palabra, su representante y su heraldo»¹⁹.

Las palabras de *EA* no se alejan demasiado de las convenciones retóricas e ideológicas habituales en las publicaciones de su tiempo. Pero si ese fraseo se pondera en relación a su propio proyecto, el peso de tales convenciones se transforma de manera significativa.

¹⁸ A este conjunto habría que sumar las demás suscripciones particulares. Como en el caso de las americanas, no se dispone de documentación que permita precisar los ejemplares distribuidos. En cuanto a su precio, según informan sus ejemplares, las suscripciones individuales valían 60 reales por trimestre o 20 mensuales en España, 4 francos mensuales en París, 4,50 francos en el resto de Francia y 5 francos en el resto de Europa. En América los precios eran de 36 reales trimestrales o 12 mensuales. Los precios se mantuvieron constantes a lo largo de toda la vida de la publicación. Estos montos son similares, aunque algo menores, a los de un semanario ilustrado como el parisino *Le Monde Illustré* (que, durante el mismo periodo, se vende por 7 francos en París y 0,50 centavos el número suelto) o los del *Correo de Ultramar* (cuya suscripción semestral cuesta 39 francos en Europa y cuya parte política se vende, en el mismo territorio, por 5 francos).

¹⁹ «Carta», *EA*, I, 15, 2 de julio de 1872, p. 246.

Desde sus primeros números y en los sucesivos, *EA* intentó honrar ese programa mediante una estructura y sucesión de contenidos en los que la sobreabundancia y diversidad se exhibían como principios constructivos. Solía ubicar en sus primeras páginas algún artículo de fondo sobre cuestiones americanas, el relevo de las correspondencias y de la recepción del semanario en el mundo (incluyendo, con frecuencia, el establecimiento de polémicas y discusiones con algunos medios americanos y europeos, en particular españoles)²⁰. A veces anteponía a estas secciones el perfil de algún americano o americana célebre por sus logros intelectuales, empresariales o culturales. Después aparecían secciones como las «Cosas del mundo» o «revistas» de lo sucedido en uno o más países americanos; estudios y colaboraciones firmadas sobre personalidades de diferentes regiones de América o poesías de autores hispanoamericanos. No faltaban notas sobre novedades locales culturales y científicas, reseñas de bibliografía americana reciente, apuntes sobre modas femeninas y eventos sociales. El conjunto indiciaba la riqueza y heterogeneidad de bienes circulantes y ofrecidos para su consumo material y simbólico en las diferentes regiones americanas. También los adelantos materiales que podrían volver ese espacio más concreto para un lector lejano: monumentos, edificios y paseos siempre calificados de «modernos» se recorren y describen para un paseante imaginario. Para apuntalar ese mensaje, *EA* intercalaba en ese profuso contenido verbal una gran cantidad de imágenes de diferentes tamaños y que expresaban diferentes vínculos (ratificatorios, enfáticos, irónicos incluso) respecto del texto verbal. En las últimas páginas, como era habitual, se incluían avisos comerciales.

Para advertir qué configuraciones geográfico-culturales dieron forma a la recepción del semanario no resulta trivial recordar algunas líneas que marcaban el contexto en el que Varela lo puso a funcionar. *EA* comenzó a publicarse en París a un año de los episodios de la Comuna y bajo la inestabilidad de la presidencia de Adolphe Thiers —un motivo que se invoca de manera reiterada en el periódico, en particular por sus consecuencias económicas—. En Ma-

²⁰ Véase «El redactor de *El Americano* al Sr. L. Quesnel», *EA*, I, 23, 27 de agosto de 1872, pp. 378-379, o Fernando CASÓS: «El nitrato de soda ó los salitres del Perú (contestación a Lord Granville y al *Times*)», *EA*, I, 46, 10 de febrero de 1873, pp. 766-767.

dríd, mientras tanto, Amadeo I luchaba con varios conflictos entre los cuales el semanario puso el foco en las guerras carlistas y en los conflictos por el régimen esclavista en las colonias restantes, en particular en Cuba. Según Salvador García Castañeda, de hecho, se habría publicado para constituirse en «mediador entre el Partido Republicano Español y los independentistas durante la Guerra de los Diez Años (1868-1878)»²¹. El análisis de sus estrategias verbales y visuales que se presenta en las dos próximas secciones busca mostrar que, si bien esta campaña es central en la trayectoria del semanario, los intereses movilizados por *EA* la exceden y permiten vínculos múltiples, simétricos y en un dinámico reacomodamiento entre diferentes naciones y regiones americanas y europeas.

Lo americano como trama discursiva. Estrategias verbales.

Al recorrer la colección de *EA* resulta claro que esa ambiciosa aspiración reconocía tres grandes dimensiones. En primer lugar, instalarse como agente político y diplomático de las repúblicas americanas en Europa y en el mundo. Por eso, como lo hacen otras publicaciones internacionales de la época, reseña cambios institucionales y señala puntualmente la continuidad de elecciones nacionales, declaraciones parlamentarias y acuerdos interregionales americanos, al tiempo que funciona como vidriera de exhibición de sus protagonistas. En segundo lugar, buscaba ser órgano de difusión de la cultura americana en sentido estricto. Para ello, compila y enumera los «adelantos» literarios, de las artes plásticas y musicales americanas, pero también, y en función de lo anterior, describe grandes monumentos arquitectónicos y urbanísticos, sin abandonar del todo un tono pintoresquista-nacionalista. Por último, intentaba ser una suerte de gestor económico y financiero frente a los gobiernos y las casas de crédito europeas —sobre todo, las de Londres— paralelo a los gobiernos nacionales americanos, pero evidentemente articulado con muchos de ellos; tarea que, en buena medida, es condición de posibilidad de las anteriores. Si bien, para acotar su extensión, este trabajo se ocupa en particular de la segunda de es-

²¹ Salvador GARCÍA CASTAÑEDA: «El periódico *El Americano...*», p. 207.

tas funciones, resulta evidente que las tres están estrechamente imbricadas. El aspecto simbólico rige esa articulación. Para establecer esa función de mediación múltiple, interamericana y trasatlántica, *EA* se impuso la construcción de una red continental que postulaba ausente o fallida:

«Cierto es que la Europa no nos conoce, pero ¿se conoce la América a sí misma? ¿Conocen en Colombia la literatura argentina? ¿Conocen en Buenos Aires la literatura colombiana? ¿Saben en Caracas los progresos que ha hecho Chile? ¿Hay en Quito o San José muchos hombres que sepan lo que es la ciudad de Montevideo, ni en Montevideo más de cuatro literatos que conozcan la literatura del Perú?»²².

Es cierto que el americanismo que el semanario invocaba ya desde su título actualiza un movimiento que, como ya se mencionó, resulta coyunturalmente galvanizado por la Guerra de Cuba. Pero ni ese es su motivo excluyente ni surge entonces. Por el contrario, ha venido construyéndose como *locus* discursivo a lo largo del desigual proceso republicano que se desarrolla en todo el territorio americano a partir de una serie heterogénea de intervenciones intelectuales que reconocen cortes y perfiles diversos para su objeto²³.

Por lo demás, la voluntad de interrelación americana del semanario de Varela se define en términos culturales que tienen un correlato político: su límite son los pueblos de la «América Latina»,

²² «Explicaciones a los lectores», *EA*, I, prospecto, 7 de marzo de 1872, p. 6.

²³ Véase, por ejemplo, el clásico trabajo de Ángel RAMA: «Autonomía literaria americana», *Sin nombre*, 12, 4 (1982), pp. 7-24, así como, para diferentes aspectos de esta cuestión, los de Leoncio LÓPEZ-OCÓN, Jean-Pierre CHAUMEIL y Ana VERDE CASANOVA (eds.): *Los americanistas del siglo XIX. La construcción de una comunidad internacional*, Madrid, Iberoamericana Vervuert, 2005; Palmira VÉLEZ: *La historiografía americanista en España, 1755-1936*, Madrid, Iberoamericana, 2007; Rafael ROJAS: *Las Repúblicas de aire. Utopía y desencanto en la revolución de Hispanoamérica*, Buenos Aires, Taurus, 2010, e íd.: «Traductores de la libertad. El americanismo de los primeros republicanos», en Carlos ALTAMIRANO (dir.) y Jorge MYERS (ed.): *Historia de los intelectuales en América Latina*, vol. I, *La ciudad letrada, de la conquista al modernismo*, Buenos Aires, Katz, 2008, pp. 205-226. Sobre el americanismo como campo de conocimiento en el siglo XIX véase Horacio CRESPO: «El erudito coleccionista y los usos del americanismo», en Carlos ALTAMIRANO (dir.) y Jorge Myers (ed.): *Historia de los intelectuales en América Latina*, vol. I, *La ciudad letrada, de la conquista al modernismo*, Buenos Aires, Katz, 2008, pp. 290-311.

entendiendo ese adjetivo como sinónimo de «republicano». La América sajona, explica Varela desde el prospecto, goza de reconocimiento por parte de los europeos y no necesita, por tanto, de un órgano como el suyo²⁴. No obstante, Estados Unidos ingresó al universo informativo y estético de *EA* cuando fue posible subrayar su carácter de «República», ya fuera mediante el relevo de costumbres, noticias y movimientos sociales que se desarrollaban en sus «pueblos» o «estados» considerados localmente, ya como en una serie de imágenes —a veces, casi caricaturescas— de las campañas de las sufragistas. El caso verdaderamente problemático, en cambio, es el brasileño. En las postrimerías de la Guerra del Paraguay, Varela dedica una serie de notas a la relación entre el imperio de Pedro II y Argentina. En su narración, esos vínculos tienen un motivo recurrente cuyo origen está en el momento rosista: la oposición entre tiranía y gobierno (o en rigor, de una suerte de espíritu) liberal. Esa mirada se extrapola, de forma llamativa, como «perspectiva americana». Correlativamente, casi no hay información, noticias o imágenes con referencias culturales en sentido restringido (a las «artes», de la pintura a la arquitectura, literatura o música) o extenso (costumbres, modas) acerca de Brasil.

En la particular combinación que articula el diarismo decimonónico entre las personalidades públicas de sus directores y su línea editorial, *EA* encuentra, por añadidura, un cruce ideal para legitimarse. Los compatriotas de Varela recordarían con facilidad que, en décadas previas, el gran ademán americanista en el Río de la Plata había sido ejecutado por Juan Manuel de Rosas. *Archivo americano y espíritu de la prensa del mundo* se titulaba, de hecho, el periódico estatal encomendado a Pedro de Ángelis publicado en tres idiomas (castellano, francés e inglés) que buscaba —en parte, como *EA* de Varela— afianzar vínculos políticos, de negocios y, eventualmente, culturales, con las potencias europeas. Para la mayoría de

²⁴ «Puede decirse que el Nuevo Mundo es la encarnación más viva del espíritu moderno. La Europa entera tiene una conciencia íntima de esta verdad: lo cree así, y lo proclama, tratándose de los pueblos americanos *de origen sajón*, pero lástima nos causa decirlo: por ignorancia de lo que *verdaderamente somos* —mas que por mala voluntad ó egoísmo— no lo cree, ni ha querido creerlo nunca, tratándose de las Republicas de origen latino» («*El Americano*. Sus propósitos y su misión», *EA*, I, prospecto, 7 de marzo de 1872, p. 2; cursivas del original).

esos contemporáneos, términos como «sistema americano» o «americanismo», o el título de «gran americano» otorgado a Rosas por sus favorecedores, connotaban una etapa superada²⁵. En este contexto, *EA* produjo un gesto cuyo valor anecdótico subrayaba el deslinde de significados y la refundación que quería ejercer sobre esos términos. En el número *specimen*, Varela anuncia que se ha dirigido por carta a Rosas, «asilado» —así lo describe— en Southampton, para pedirle su retrato. Cuando Rosas pretexto que no puede proveerlo porque no cuenta con él y que tampoco tiene dinero para suscribirse, el periódico ordenará su «suscripción forzosa». En el horizonte de sus lectores este pequeño gesto opera como venganza y también como ratificación pedagógica de los nuevos alcances que el concepto de «americanismo» implica²⁶.

Una segunda dimensión del semanario expresa los límites y valencias de esa reformulación de «lo americano». Se trata de una zona de fuga que apunta de forma evidente al público femenino. Al revisar las secciones de modas, en efecto, puede advertirse que estaban firmadas por la «baronesa de Spar», la «vizcondesa de Rennevielle», la «vizcondesa del Lirio» y la «princesa Dora d'Istria». Si bien estos seudónimos se inscriben en una convención de la época sobre la autoría femenina en los periódicos, incluidos en este semanario, adquieren otras connotaciones. En el contexto de la prédica de *EA*, la corona resiste solo en el mundo de la fantasía femenina, de un modo a la vez «elegante» y minorizado, zumbón; en última instancia, quizá, como modo simbólico de constatar su derrota.

Entre esos dos bordes —la reformulación cuasi personal del americanismo de Varela como concepto y prácticas nuevas frente a las resonancias rosistas que pudiera conservar, y la postulación de que la monarquía quedaba relegada a lo simbólico, en la zona de los consumos femeninos— se consolida el núcleo discursivo e ideológico del periódico signado como tarea «patriótica». En cuanto a su contenido informativo, ese saber «patriótico» sobre lo americano se cons-

²⁵ Sobre los vínculos entre «americanismo» y «republicanismo» en el discurso estatal y de la prensa durante el gobierno de Rosas véase Jorge MYERS: *Orden y virtud: el discurso republicano en el régimen rosista*, Bernal, UNQ, 1995.

²⁶ «Una carta de Rosas», *EA*, I, prospecto, 7 de marzo de 1872, p. 13; «Juan Manuel Rosas», *EA*, I, 1, 15 de marzo de 1872, p. 29, y «Cosas del mundo», *EA*, I, 3, 4 de abril de 1872, p. 62.

truirá verbalmente insistiendo en una serie de tópicos de coyuntura que organizan una agenda latinoamericana transnacional y se añaden a la cuestión cubana: la defensa del empréstito del guano tomado por el Gobierno peruano en Londres, la protección de los intereses mexicanos frente a las pretensiones francesas o la celebración del ascenso de Antonio Guzmán Blanco en Venezuela, por ejemplo. Asuntos tan diversos como la discusión de los sistemas postales entre naciones americanas que encarecen la correspondencia y los periódicos; las demandas económicas de los europeos residentes en América por los perjuicios sufridos durante las guerras de independencia; el origen del hombre en América; la construcción de ferrocarriles, faros y caminos entre diferentes regiones de América Latina, o la literatura y las academias de la lengua americanas, son menciones habituales.

Correlativamente, el adjetivo «americano» se disemina, desde el título del semanario, para calificar numerosas secciones en las que la referencia (geográfica o cultural) cede a veces parte de su precisión para exhibir vínculos económicos o culturales comunes sobre otras particularidades. Así, aunque un artículo se refiriera a una cuestión concreta de índole nacional, o incluso a un único libro cuyo autor era americano, *EA* podría titularlo «Las repúblicas de América del sud» o «El Derecho público americano». En el mismo sentido se mencionaban como bloques homogéneos a «La Europa y La América en sus relaciones internacionales» o se compilaban noticias específicas y locales bajo el acápite «Ecos de América»²⁷. En casi todas las ediciones hay columnas dedicadas a «Poesías americanas», «Libros americanos» o reseñas de lo que denomina globalmente «Literatura americana». Más de una vez, en estas secciones, el contrapunto de la denominación generalizadora se encuentra al pie, en la firma, acompañada por la especificación de nacionalidad del autor. Lo «americano» tiene, por tanto, una extensión flexible: puede matizar lo local con una proyección internacional (como los estudios de Poey, fundador del observatorio de La Habana, aludidos como los de «Un sabio americano»)²⁸ o remitir, unificándolas bajo un mismo título, a situaciones tan disímiles como las de Uru-

²⁷ Véanse *EA*, I, 23, 27 de agosto de 1872, p. 378; II, 1, 24 de marzo de 1873, pp. 5-6; I, 4, 4 de abril de 1872, p. 66; II, 40, 21 de diciembre de 1873 pp. 630-631, y II, 41, 28 de diciembre de 1873, p. 647.

²⁸ «Un sabio americano», *EA*, II, 44, 18 de enero de 1874, p. 697, c. 1-3.

guay y de Haití. E incluso postular la unidad cultural de lo que, en rigor, es producto del mercado de consumos suntuarios o banales, como los «Trajes usados por las americanas en París»²⁹.

Varela, en suma, advierte en seguida que la prensa puede ofrecerle estrategias específicas —discursivas, gráficas, materiales— para articular un mapa dinámico y diferenciado del americanismo y que de esa construcción singular dependerá la real incidencia de su semanario. Esto explica que ejerza su papel de «redactor en jefe» a través de un proceso de ensayo y error que activa algunas de las estrategias periodísticas más convencionales y evidentes de su época, y también la creación de otras nuevas.

Un ejemplo notable de ese aprovechamiento de los hábitos del diarismo decimonónico es el uso de la «bienvenida» al nuevo diario por parte de medios colegas. En *EA* la convención cambia de escala, se magnifica: el semanario agradece reiteradamente los saludos que llegan de El Havre, Berlín, Málaga, Londres, Liverpool, Génova y Burdeos entre otros destinos «mundiales». El gesto es algo más que un ademán hiperbólico, en tanto propone desde el inicio que el nuevo medio será reconocido en términos planetarios como espacio de interlocución y de intervención de sus pares, y como portavoz no argentino, ni porteño, parisino o español, sino «americano». A este alcance de amplio rango se suma un segundo elemento. Más de una vez, cuando esa recepción le interesa en especial porque concierne al espacio hispanoamericano, *EA* no solo transcribe o discute —como era habitual— las opiniones vertidas por la prensa, sino que además opera sobre esos contenidos y organiza su sentido, explicándolo.

En efecto, *EA* recorta y yuxtapone esas «bienvenidas» y comentarios y compara, por ejemplo, lo que opina sobre un mismo punto un medio de Santiago y otro de la ciudad de México, uno de Valparaíso y otro de Copiapó³⁰. El resultado es un diálogo que existe

²⁹ Véanse «Las Repúblicas hispano-americanas en 1872», *EA*, II, 43, 20 de enero de 1873, p. 718; «Emigración a las Repúblicas hispano-americanas», *EA*, II, 43, 20 de enero de 1873, p. 726; «A los americanos», *EA*, II, 51, 8 de marzo de 1874, p. 813 y «Trajes usados por las americanas en París», *EA*, I, 9, 21 de mayo de 1872, p. 157.

³⁰ «Acogida de *El Americano* en América», *EA*, I, 11, 6 de junio de 1872, pp. 181, 183 y 184.

solo y a través de las páginas del periódico, mediante el que el lector recibe, dondequiera que esté, una «lectura americana» del semanario que tiene entre sus manos. Una variante de este tipo de estrategia se verifica a partir del número 15, cuando el redactor en jefe decide dirigir una carta a una serie de hombres de estado americanos de distintas nacionalidades y que viven distantes entre sí. La primera de esas cartas está dirigida a «los señores doctor D. Manuel Bilbao (Buenos Aires); doctor D. Juan de Dios Arlegui (Valparaíso); doctor D. Ambrosio Montt (Santiago); doctor D. Angel Custodio Gallo (Santiago); doctor D. Fernando Casós (Lima); doctor D. José A. Tavolara (Montevideo); doctor D. Fabio Carnevalini (Nicaragua)». Le siguen dos más³¹. Todas ocupan el espacio de la nota editorial. Su formato, explica Varela, obedece a la necesidad de responder «colectivamente» a «observaciones que me hacen, los consejos que me dan o las reformas que me indican» y a que «no sería fácil que a cada uno de ustedes contestase *separadamente*»³². Esto es así, además, porque las correspondencias que motivan la respuesta son contradictorias: si expresan la existencia de una trama americana, lo hacen también mostrando que esa trama no es necesariamente homogénea ni presupone la ficción de un acuerdo absoluto de posiciones entre esos pares.

De entre esos corresponsales, el abogado y liberal chileno Bilbao tenía una extensa trayectoria en la prensa chilena, peruana y porteña, y profusos contactos intelectuales en diferentes puntos de Europa y Estados Unidos. Desde 1867 dirigía uno de los diarios más modernos de Buenos Aires, *La República*. Arlegui, chileno también, era un abogado liberal, había sido opositor al Gobierno de Manuel Montt y era por entonces diputado nacional, igual que sus compatriotas (Ambrosio) Montt y Gallo Goyenechea, quien además de político e ingeniero minero había integrado y luego presidido la empresa constructora del ferrocarril entre Valparaíso y Santiago. Casós Flores, político y escritor peruano, había sido cónsul general de su país en Londres, donde había negociado con éxito el precio del guano en esa plaza. Dirigía *El Correo del Perú*. Tavolara, escritor y periodista uruguayo afín al Partido Colorado, colaboraba en *El De-*

³¹ «Carta. El redactor en jefe de *El Americano* a...», EA, I, 15, 2 de julio de 1872, pp. 246-250.

³² *Ibid.*

mócrata y dirigía la Biblioteca Nacional de su país. Carnevalini, nacido en Italia y emigrado a Nicaragua hacia 1856, era maestro, militar y periodista, y director del diario *El Porvenir*. Los corresponsales que Varela hilvana, en suma, se convertían en sus interlocutores por su carácter de publicistas americanos. Responderles era entablar un diálogo disperso, articulado por medio de un objeto tan nuevo como fantasmagórico: la «prensa americana».

La selección idiomática del periódico también desempeñó un papel importante. *EA* afirma que la «parte francesa» que prometía editar se dirigiría solo a acercar «la América y sus gobiernos» a los públicos europeos utilizando el francés como *lingua franca*. Los suscriptores americanos, de hecho, no la recibirían: su compromiso sería subvencionar, mediante la suscripción a la española, esa «obra de verdadero patriotismo, como será la de hacer circular en toda la Europa una edición francesa que haga conocer los hombres y las cosas de nuestra hermosa América»³³. La sección en francés, sin embargo, se haría desear. Su salida se ve reiteradamente demorada por la falta de autorización del gobierno local. Cuando por fin irrumpe, aparecerá de manera muy acotada y discontinua, bajo la forma de un breve *Bulletin financier*³⁴. La evidente precariedad de la autorización obliga al periódico a elegir los contenidos que considera más urgente transmitir en francés, que se revela entonces como lengua comercial para dar a conocer casas de crédito, agentes particulares y estatales, vaivenes de las Bolsas, de las divisas, de la circulación de bonos y bienes de los distintos estados, y el valor de sus colocaciones.

Ese mismo impulso mercantil informa en parte la voluntad republicana de *EA* en su dimensión igualitarista. En busca de una

³³ *Ibid.*

³⁴ Firmado por A. D'Arman, comenzó en noviembre de 1872 (*EA*, I, 36, 25 de noviembre de 1872, p. 602) y alcanzó regularidad solo hasta enero del año siguiente. En un momento muy posterior, el semanario insiste en anunciar su salida inminente, que incluiría: «1.º Revista política de Europa. 2.º Revista financiera de todos los valores circulantes en las bolsas de París y Londres. 3.º Estado mensual de los depósitos de guano del Perú en Europa; nota de las ventas de guano y su producto bruto por trimestre; estado trimestral de la deuda del Perú y sumas aplicables a su servicio y amortización; este se publicará quince días antes de los pagos y sorteos en París y Londres. 4.º Estado de la deuda de Chile» («A nuestros abonados de Europa y América», *EA*, III, 6, 27 de marzo de 1874, p. 101).

máxima extensión para su público, que imagina compuesto por gobiernos y literatos, por quienes lo leerían en «los salones» y «las alcobas», lo que le permitiría «popularizar» «a la vez los monumentos, costumbres, paisajes, obras públicas, plantas y, en una palabra, todo cuanto merezca ser conocido»³⁵. Esa máxima extensión de lo americano encuentra su cauce a través de una red que excede las suscripciones gubernamentales y particulares: la de los avisos comerciales. La mayoría de ellos ofrece perfumes, píldoras y leches blanqueadoras que se expenden exclusivamente en París. Pero una buena proporción —cerca de un tercio de las publicidades— propone acceder a elixires que, como las «píldoras de Hogg», pueden conseguirse a un «precio soñado» en los depósitos de Montevideo, Buenos Aires y Rosario o que, como la «Esencia etérea balsámica» —«el mejor tónico externo para los niños y las personas débiles»—, se encuentran en «todas las boticas americanas». A los bienes suntuarios y productos medicinales habituales en el diario de la época *EA* añade una oferta estratégica: se dirige a los «diarios americanos» para ofrecerles la provisión de su insumo fundamental. Como se declara «en relación con las grandes fábricas de papel de toda Europa», les ofrece «comprar todo el papel que se necesite, de cualquiera clase que sea, y á las condiciones más ventajosas». Entre la oferta de píldoras y cremas cuasi milagrosas, la de la provisión regular y económica de papel a los diarios americanos puede leerse como una panacea ante un problema reiterado que, de hecho, se extenderá hasta bien entrado el siglo xx; una vez más se trata de un gesto que, más allá del éxito o fracaso de su concreción, ofrecía una atractiva combinatoria de valor político, cultural y comercial, materializando la red americana simbólica, verbal y visual que tiende la prensa.

Imágenes americanas: la construcción de una red visual

El armazón verbal del semanario podía establecer entonces, a través de sus tópicos y de las estrategias de intervención ensayadas por Varela, el entramado de una conversación americana. La ima-

³⁵ «Explicaciones a los lectores», *EA*, I, prospecto, 7 de marzo de 1872, p. 6.

gen impresa no quedaría relegada a ser mero correlato o un comentario ornamental de esas estrategias, sino que sería objeto de nuevos ensayos en el contexto de la creciente avidez visual que signaba la época.

Hacia 1870 tanto en Europa como en América la prensa ilustrada había abierto un mercado de consumo ya relativamente consolidado desde la amplia difusión de la litografía hacia 1830 y 1840, cuando comenzaron a publicarse los primeros semanarios ilustrados y satíricos ilustrados en Londres y París, configurando una visualidad singular y propia³⁶. *EA* intervendría en ese campo visual densamente competitivo bajo la impronta del *Illustrated London News*, una verdadera «fábrica de imágenes» que las producía de forma integral, desde el envío del corresponsal gráfico —dibujante o fotógrafo que remitía su obra— a la puesta en página, atravesando varios pasos en una cadena específica que incluía la selección y adaptación por los grabadores, todavía entre la artesanía y la industria³⁷.

La prensa ilustrada había llegado ya a las principales ciudades americanas³⁸ inaugurando un espacio igualmente novedoso e imprescindible para una nueva imaginación, visual y reproducible, impresa, de eventos, actores y prácticas. En su impulso inicial y en su sostén confluyeron circunstancias políticas e informativas —las grandes guerras regionales de la Triple Alianza al sur y de Secesión al norte fueron cruciales— y técnicas que promovieron algunos proyectos periodísticos puntuales, vinculados con la circulación de noticias e imágenes transnacionales. *EA* se inscribe plenamente en ese cruce y lo hace presentando y poniendo en circulación internacional tanto personajes y eventos locales como representaciones e interpretaciones de «lo americano»³⁹.

³⁶ Sandra SZIR: «Reporte documental, régimen visual y fotoperiodismo. La ilustración de noticias en la prensa periódica en Buenos Aires (1850-1910)», *Caiana. Revista de Historia del Arte y Cultura Visual del Centro Argentino de Investigadores de Arte*, 3 (2013), http://caiana.caia.org.ar/template/caiana.php?page=articles/article_2.php&obj=121&vol=3.

³⁷ Sandra SZIR: «Imágenes y tecnologías entre Europa y la Argentina. Migraciones y apropiaciones de la prensa del siglo XIX», *Nuevo Mundo, Mundos Nuevos. Images, mémoires et sons* (2017), <http://nuevomundo.revues.org/70851>.

³⁸ Michael TWYMAN: *Breaking the Mould: The First 100 Years of Lithography*, Londres, British Library- Panizzi Lectures, 2001, p. 20.

³⁹ Para una historia de las «migraciones» e «intercambios» gráficos, visuales

Cada ejemplar de *EA* incluye unas diez ilustraciones a página completa, a doble página o en un cuarto u octavo de página en composiciones diversas. Esta abundancia no solo hacía atractivo al semanario, sino que permitía organizar con facilidad esas imágenes diversas en series que enlazaban sus ejemplares número a número. Es evidente que Varela cifraba grandes expectativas en la eficacia visual del semanario. Para concretarlas, encomendó la parte «artística» a Ernst Boetzel, quien había participado ya de varios salones parisinos. Con esa garantía anunció a los lectores la premisa que articularía el veneno visual que les ofrecería: la distribución complementaria entre imágenes europeas y americanas. Las primeras se tomarían en gran parte de otras publicaciones europeas (por su «actualidad» o «mérito»), mientras que las segundas serían «completamente originales». Muchas de las primeras fueron firmadas por artistas reconocidos⁴⁰. Entre las americanas hay mayor proporción de imágenes sin firma, pero las que la llevan pertenecen en su mayoría a un único ilustrador, Henri Meyer. Francés de nacimiento, Meyer había iniciado su carrera en Buenos Aires, donde dirigió e ilustró varios semanarios (*Tom Pouce*, *El Correo del Domingo* y *El Mosquito*). En 1867 regresó a probar suerte a París. Su perfil reunía exactamente lo que Varela necesitaba: en su juventud se había familiarizado con las ilustraciones de periódicos europeos, había conocido paisajes y personajes americanos, se había ejercitado en los principales periódicos ilustrados de Buenos Aires y anhelaba hacer una carrera profesional en París.

Entre las ilustraciones de «asunto» europeo abundan las notas estilizadas y narrativas, que se plasman en reproducciones pictóricas, figurines de moda, «tipos» y cuadros anecdóticos (con tópicos

y discursivos entre prensa europea y americana en el Río de la Plata véase Sandra SZIR: «Imágenes y tecnologías entre Europa y la Argentina. Migraciones y apropiaciones de la prensa del siglo XIX», *Nuevo Mundo, Mundos Nuevos. Images, mémoires et sons* (2017), <http://nuevomundo.revues.org/70851>.

⁴⁰ La lista incluye nombres de artistas ya célebres junto a los de un conjunto de trabajadores de las artes gráficas —impresores, editores, grabadores, xilógrafos y litógrafos—; firmas como las de G. Doré, L. Fildes, E. Freiesleben, García, H. Woods, A. Renard, H. Rousseau, Scherlen Sonderland, J. David, A. Bodin, X. A. Brend'amour, E. Stammed, A. von Menzel, H. Mokart y Ethlis. Muchas llevan la rúbrica de Burn Smeeton & Auguste Tilly, grabadores y xilógrafos, dueños de una de las casas más importantes del ramo en París.

clásicos, como la visita del pretendiente, y modernos, como el viaje en tren o el parlamento en sesión), ilustraciones de objetos de arte y —en menor medida— episodios urbanos noticiosos. Las «americanas», en cambio, tienden a conservar un valor «informativo», y en ellas predominan las vistas de ciudades modernas, alegorías (nacionales y de la unidad entre naciones) y retratos de hombres —y, en menor medida, mujeres— célebres.

Varias estrategias refuerzan esa oposición entre las dos series. La primera es la edición de una colección de partituras de himnos americanos con sus banderas cromolitografiadas como «regalo» para los lectores. Color, sonido y letra son así las primeras claves de una presentación sensorial y sinestésica de la trama americana como forma de llenar un vacío que se denuncia: «Tratándose de música, hemos creído que nuestros lectores preferirán a cualquier otra cosa tener una colección completa de los himnos americanos que hasta ahora no existen recopilados en un tomo o cuaderno»⁴¹. Aunque no se explicara, posiblemente su costo limitó la serie a cuatro entregas mensuales (las banderas e himnos de Perú, Argentina, Chile y Uruguay). La serie de los emblemas nacionales se desplazó entonces hacia la alegoría tanto de las naciones americanas como de los vínculos entre Europa y América (véanse imágenes 1 y 2)⁴².

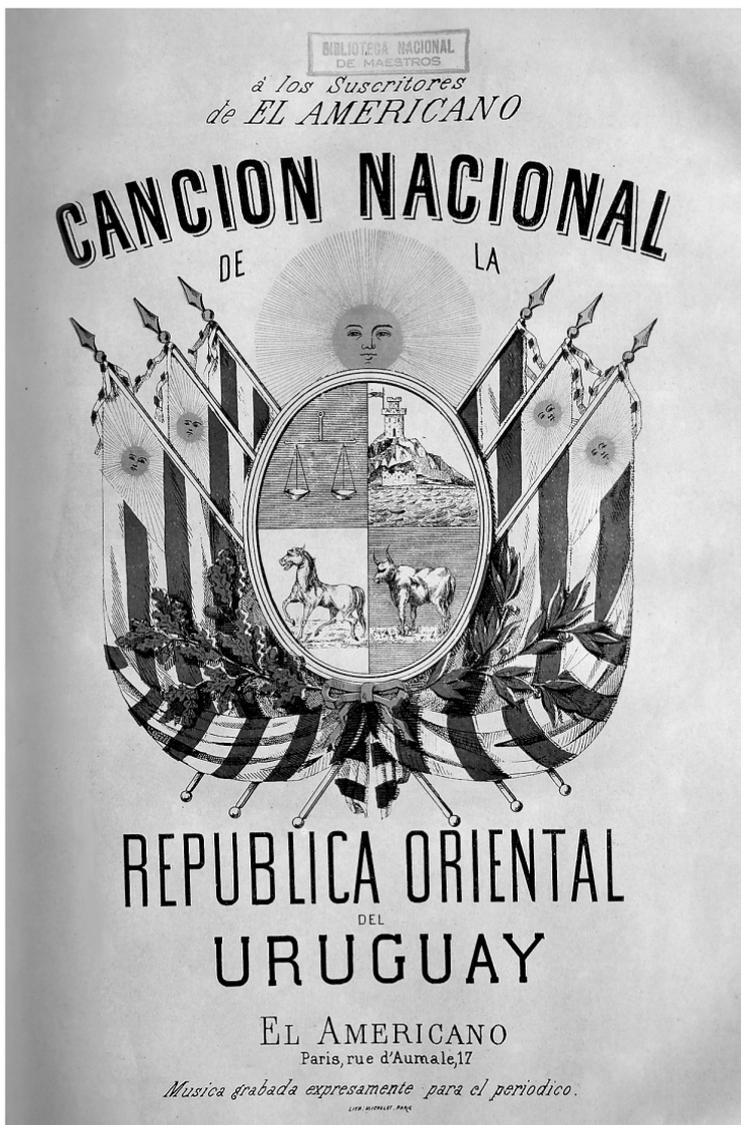
Las «Galerías», populares en la prensa decimonónica, se convierten en *EA* en manifestación del acervo continental. Poco después de iniciada aquella primera, el semanario anuncia contar con los retratos de treinta y tres americanos, cuyos nombres enuncia acompañados de su nacionalidad —incluyendo argentinos, bolivianos, chilenos, colombianos, costarricenses, mexicanos, uruguayos y venezolanos, un ecuatoriano y un cuadro colectivo de los «ministros americanos residentes en París»—, y disponer de sesenta más «de todo el continente». Promete además una galería de «tanta y tan bella mujer como honra el sexo en América» y otra de «Vistas, monumentos, edificios, ciudades y tipos *puramente americanos*»⁴³.

⁴¹ «Himnos americanos», *EA*, I, 12, 11 de junio de 1872, p. 218.

⁴² La colección se anuncia en el número 12 del primer año («A nuestros suscriptores», *EA*, I, 12, 11 de junio de 1872, p. 199) y se publicó en los números I, 13, 18 de junio de 1872 (Perú); I, 19, 30 de julio de 1872 (Argentina); I, 22, 30 de agosto de 1872 (Chile), y I, 25, 10 de septiembre de 1872 (Uruguay).

⁴³ «Retratos», *EA*, I, 14, 25 de junio de 1872, p. 241.

IMAGEN 1



Fuente: EA, I, 25, 10 de septiembre de 1872. Biblioteca Nacional de Maestros, Argentina. Original en tricromía.

Se trata de un compendio visual cuya amplitud y diversidad se presenta a la vez seductor a los sentidos y como argumento configurador de esa identidad geopolítica, republicana y continental.

En cuanto a las estampas de la naturaleza americana, no obstante su carácter informativo, suele subrayarse su ubicación en sede estética. Así ocurre, por ejemplo, con varias que reproducen las láminas del *Album de costumbres americanas*, de Juan León Palliere. Editadas una década antes, en 1864, esas imágenes se inscribían explícitamente en la estela costumbrista. Reproducidas en las páginas de este periódico moderno son una buena muestra, por un lado, de la tensión entre la representación de lo americano como patrimonio territorial y en términos de «naturaleza» y, por otro, de la tecnología de reproducción impresa que las convierte en «cuadros» artísticos, que podrían ubicarse de pleno derecho junto a las estampas de mendigos madrileños firmadas por Gustave Doré (como ocurre, de hecho, en el semanario). En el mundo cultural que diseñan las páginas de *EA*, los «trajes de última moda» que se lucen en un paseo en un lago suizo conviven sin sobresaltos con la parada de una diligencia en la pampa argentina (véase imagen 3)⁴⁴.

La identidad americana no se distingue ni define entonces por matrices estéticas o representacionales propias⁴⁵. Por el contrario, esas imágenes buscan, previsiblemente, equipararse a la visualidad europea y ofrecer un patrimonio simbólico tan valioso como aquel en términos estéticos, informativos y mercantiles; hacerse igualmente «consumibles». En el mismo sentido, las imágenes noticiosas del presente americano apuntan a establecer su sincronía, individual y en bloque, con la *imagerie* europea⁴⁶: muestran «adelantos» en infraestructura (el faro de Montevideo) y exhiben al lector piezas de arquitectura funcional o monumental (en especial si celebran hitos históricos, como la estela que se prepara en Lima para conmemorar a los caídos en la lucha del Callao contra la escuadra española). Con menos frecuencia, remiten a episodios noticiosos pun-

⁴⁴ Véase, respectivamente, *EA*, II, 43, 20 de enero de 1873, p. 720; *EA*, I, 6, 27 de abril de 1872, p. 100, y *EA*, II, 44, 18 de enero de 1874, p. 701.

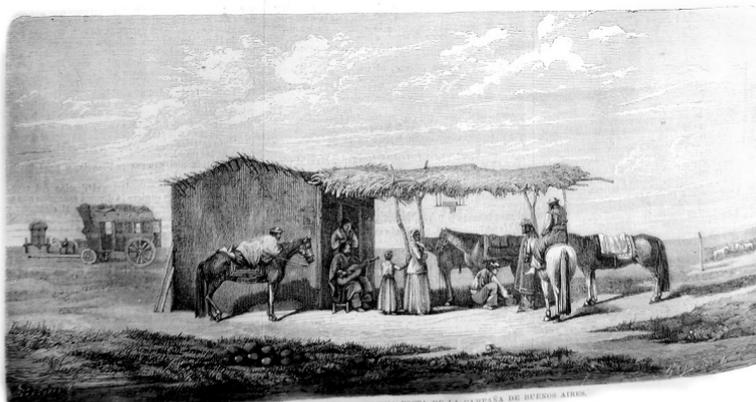
⁴⁵ Por eso Szir afirma que el «programa gráfico» de *EA* «resultó finalmente más europeo que americano». Véase Sandra SZIR: «Imágenes y tecnologías...».

⁴⁶ Philippe HAMON: *Imageries. Littérature et image au XIX^e siècle*, París, Librairie José Corti, 2001.

IMAGEN 3



TRÁNSITO DE UTEHA Y O DA. — PASO POR EL LAGO DE STIZA.



ESTACION DE VIA Y DILIGENCIA Y EN UNA PORTA DE LA CARRETA DE BUENOS AIRES.

Fuente: EA, I, 17, 16 de julio de 1872, p. 292. Biblioteca Nacional de Maestros, Argentina.

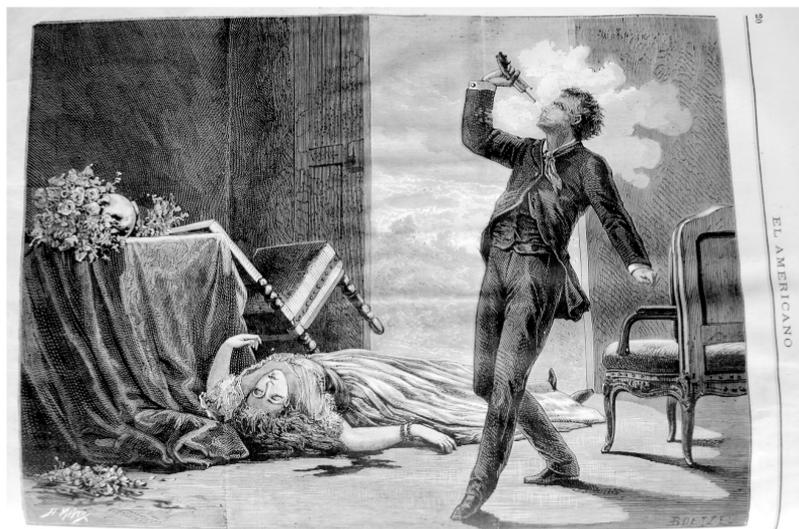
tuales (como la campaña de las sufragistas norteamericanas). La ilustración del drama pasional de Felicitas Guerrero en Buenos Aires, incluida en el *specimen*, es quizá el punto más extremo de ese impulso noticioso y de puesta en sincronía. Crimen escandaloso, pasional y eminentemente urbano, el asesinato de la damita de alta sociedad pondría a Buenos Aires de inmediato a la par de la peligrosidad de Londres o París. Aunque ese gesto no tenga continuidad, su ubicación en el prospecto le confiere voluntad de programa (véase imagen 4).

El modo en que *EA* decide distribuir y compaginar algunas de sus imágenes es también estratégico. Si la mera referencia a la cantidad y variedad de las imágenes evoca el efecto de «plétora» visual, la sintaxis que domina su puesta en página convierte esa abundancia en argumento que sostiene el programa ideológico del semanario. Esto se advierte en particular cuando reúne personajes o situaciones cuyos referentes están geográficamente distantes. El encuentro solo es posible, por tanto, sobre el papel. Así ocurre, por ejemplo, cuando se publican, en una misma página y enmarcados por la misma guarda ornamental, los retratos de «la lindísima hija de Montevideo» Justina de Escardó y su pequeño hijo, y de dos jóvenes «entre los que hay tantos puntos de contacto que los hemos puesto juntos en una página» (véase imagen 5). O cuando se ubica juntos en primera plana los de Eduardo de la Barra, Manuel M. Madiedo y J. María de la Jara, a quienes el texto presenta como parte de la «Galería de americanos»⁴⁷. O al acercar, sobre la misma plana, una vista de «Buenos Aires a vuelo de pájaro» y la reproducción de dos medallas acuñadas por el gobierno peruano para conmemorar el combate del Callao (véase imagen 6).

Correlato visual de las cartas colectivas del redactor, la sintaxis que articula estos diseños convierte a los públicos «nacionales» en espectadores de una esfera pública interamericana, cuya condición de concreción es, justamente, el semanario.

⁴⁷ Esos dos jóvenes son Manuel Argerich, periodista porteño, fallecido en la epidemia de fiebre amarilla, y Domingo Alemparic, de Concepción (Chile). Véase «Un medallón con tres retratos», *EA*, I, 4, 4 de abril de 1872, p. 52. El texto que acompaña al segundo conjunto de retratos (*EA*, I, 39, 18 de diciembre de 1872) indica la nacionalidad de cada integrante de la «Galería»: «chileno», «colombiano» y «peruano», respectivamente.

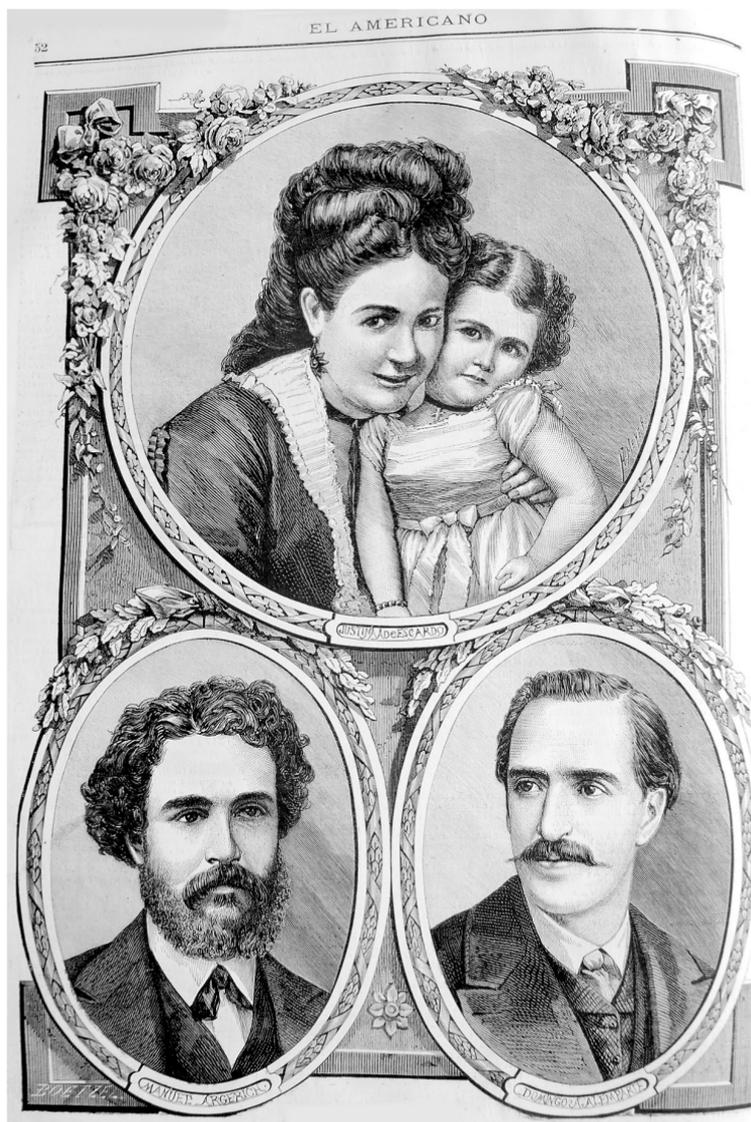
IMAGEN 4



Fuente: *EA*, I, prospecto, 7 de marzo de 1872, p. 20. Epígrafe: «Un drama sangriento en Buenos Aires. Asesinato de la señora Felisa de Álzaga», firmada por H. Meyer (dibujante) y Boetzel (grabador). Biblioteca Nacional de Maestros, Argentina.

Un último ejemplo que combina estrategias verbales y visuales sirve para mostrar la construcción de sentidos en común para y de los americanos. En su primer aniversario, *EA* incluyó una secuencia narrativa dibujada por Meyer, «Las aventuras de Pancracio de la Marmelada»; un ensayo de protohistorieta apoyado en el anclaje verbal de una narración sencilla, escandida en fragmentos que se suceden de forma lineal. Pancracio es un joven francés que, como otros, aprovecha las comodidades del hogar paterno para vivir sin estudiar ni trabajar. Su familia, reunida en asamblea, decide castigarlo enviándolo hacia la América salvaje para temprar su hombría y su valor. Allí, Pancracio hace lo que los americanos en Europa: visita lugares típicos, toma por peligroso o salvaje lo que resulta un paseo familiar y malinterpreta las costumbres civilizadas. Recorre, en suma, el espectro de motivos del viajero americano inexperto en tierra europea. Enfermo apenas por una vida levemente disoluta, se repone en un hogar porteño y, entretanto, escribe un libro. Consa-

IMAGEN 5



Fuente: EA, I, 4, 4 de abril de 1872, p. 52. Biblioteca Nacional de Maestros, Argentina.

rales hegemónicos y la unificación simbólica de un público —político, cultural y económico— americano.

A modo de conclusión

El semanario ilustrado *EA* (1872-1874) constituye un proyecto excepcional en la historia de la prensa americana decimonónica que invita a repensar algunos supuestos con que hasta ahora se la ha descrito. En primer lugar, porque reúne rasgos de formatos periodísticos diversos: del diarismo y de los semanarios ilustrados. En segundo, porque las diferentes dimensiones de su programa, verbales y visuales, ideológicas, simbólicas y de intervención efectiva, suspenden el presupuesto de la dependencia facciosa y local con que se ha considerado al diarismo americano de la época. Por último, porque cuestiona el aislamiento estrictamente «cultural», despojado tanto de rasgos comerciales como ideológico-programáticos e intelectuales, que se presupone propio de los semanarios ilustrados. Es una fuente temprana y fundamental para pensar «nuevas formas de articular la relación entre lo local o nacional y lo “universal”, destacando al mismo tiempo la dimensión transnacional de los fenómenos literarios y culturales»⁴⁹, y también la articulación de una esfera informativa a escala planetaria desde una perspectiva americana.

La voluntad de organizar un medio de prensa a partir de la financiación, distribución y circulación transnacional orientó su contenido. Las operaciones retóricas verbales y visuales que definieron su programa permiten advertir, más allá de lo acotado de esa experiencia, su audacia en la concepción del potencial de intervención periodística en una escala inédita. En este momento temprano, mundialización y modernización informativas resultan concepciones equivalentes y que se retroalimentan en el proyecto de Varela, y su articulación organiza todos los aspectos de la publicación. La aceleración del tiempo sobre la página, que gracias a la tecnología cablegráfica extendía sobre el planeta una red material que inmortalizaba la comunicación sin dejar de conservar marcas desacompa-

⁴⁹ María Teresa GRAMUGLIO: «El buen salvaje no existe. Para una lectura comparativa de dos textos románticos», *Nacionalismo y cosmopolitismo en la literatura argentina*, Rosario, e(m)r, 2013, pp. 356-363, esp. p. 363.

sadas y asimetrías entre regiones diversas, produjo el acortamiento de los plazos en que se difundían las noticias en el mundo⁵⁰, cambiando la noción de «actualidad» y de «momentos informativos globales»⁵¹. En las páginas de *EA* esos procesos y esas nociones se ponen a prueba y catalizan. Allí, sin duda, puede verificarse la cristalización de una red americana inmaterial y material, extensa y asimétrica, cuyos efectos hacen evidente, una vez más, la heterogénea y múltiple potencia de la prensa decimonónica.

⁵⁰ Lila CAIMARI: «En el mundo-barrio. Circulación de noticias y expansión informativa en los diarios sudamericanos del siglo XIX», *Boletín del Instituto de Investigaciones en Historia Argentina y Americana «Dr. Emilio Ravignani»*, tercera serie, 49 (2018), pp. 81-116.

⁵¹ «Rather than a picture of a colonized world in thrall to the great Western empires, instead, the half-century from the 1880s to the 1930s was marked by an alternative discourse in which networks of the mind, of shared interests, and changing values, emerged among people who understood, but were not dominated by the Western version of global modernity». Véase Sebastian CONRAD y Dominic SACHSENMEIER: «Introduction: Competing Visions of World Order: Global Moments and Movements, 1880s-1930s», en *Competing Visions of Global Order*, Nueva York, Palgrave Macmillan, 2007, pp. 1-6, esp. p. 8.