

Arte gráfico, modernidad y cultura visual en la revista ilustrada limeña *El Correo del Perú* (1871-1878)¹

Graphic art, modernity and visual culture in the Lima illustrated magazine El Correo del Perú (1871-1878)

Diana Elvira Mercedes Rodríguez Díaz

Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú

drodriguezd@unmsm.edu.pe

ORCID: 0000-0001-8398-230X

Resumen

Hacia el siglo XIX se inicia el proceso de masificación de la imagen a través del desarrollo de los nuevos procesos de reproducción técnica. En este marco surgen las revistas ilustradas que se convierten en soporte de la cultura letrada y marcan el auge del arte gráfico. La presente investigación tiene como objetivo demostrar cómo se transforma el sistema de producción artística y se configura el proceso de percepción visual del lector limeño moderno. Asimismo, cómo desde la revista *El Correo del Perú* se innova en la prensa con la inclusión de imágenes y cómo se elabora una cultura visual que construye un discurso de modernidad y progreso en el Perú decimonónico.

Palabras clave: arte gráfico peruano, cultura visual, modernidad, revista ilustrada decimonónica, *El Correo del Perú*

Abstract

Towards the 19th century, the process of massification of the image began through the development of new technical reproduction processes. In this framework, illustrated magazines emerged, which became the support of literate culture and marked the rise of graphic art. The present investigation aims to demonstrate how the artistic production system is transformed and the process of visual perception of the modern Lima reader is configured. Likewise, how the magazine *El Correo del Perú* innovates in the press with the inclusion of images and how a visual culture is elaborated that builds a discourse of modernity and progress in nineteenth-century Peru.

Keywords: Peruvian graphic art, visual culture, modernity, nineteenth-century illustrated magazine, *El Correo del Perú*

Fecha de envío: 20/12/2022

Fecha de aceptación: 24/3/2023

Introducción

El siglo XIX fue el periodo de la masificación de la imagen. Esto se debió al creciente protagonismo y difusión que tuvo a través de las revistas ilustradas tanto en Europa como en América. Un factor clave en este proceso fue el uso de los avances técnicos y de los métodos de reproducción como la xilografía o grabado en madera y, principalmente, la litografía, que fue descubierta a fines del siglo XVIII por Aloys Senefelder. Este nuevo procedimiento era realizado con tinta o lápiz graso sobre la superficie de una piedra, lo que permitió reproducir sobre el papel, la escritura o el dibujo en forma rápida y económica. Así se convirtió, como lo explican Giubbini y Armani (1997), en uno de los principales instrumentos para la difusión de las ideas progresistas, en estratos cada vez más amplios en el siglo XIX; pues, además de permitir utilizar con mayor facilidad imágenes y texto en los periódicos, facilitó realizar una producción de tiradas ilimitadas (p. 269) y a bajo costo, lo que amplió el alcance tanto de la difusión como del consumo de estos medios de prensa.

Asimismo, la litografía, además de ser una técnica eficaz para la reproducción masiva, tuvo su aplicación en la producción artística, pues posibilitó traspasar al papel la textura y la expresividad del dibujo. También facilitó la inclusión del color a través de la cromolitografía, a fin de obtener no solo impresiones en blanco y negro. Las cualidades plásticas de esta técnica hicieron que fuese adoptada por los artistas decimonónicos, quienes, además de convertirla en una herramienta de experimentación técnica, la utilizaron como un medio expresivo de sus subjetividades, complejidades, contradicciones y críticas, experiencias propias de la vida moderna. Esto se puede ejemplificar en la serie “Los toros de burdeos” (1824-1825) de Francisco de Goya, en los viandantes y en las escenas urbanas plasmadas en la obra gráfica de Théophile Alexandre Steinlen, en los carteles que representan los espectáculos y a los protagonistas de la vida nocturna de la Belle Époque de Henri de Toulouse-Lautrec, y en las caricaturas de Honoré Daumier reproducidas en

las publicaciones periódicas parisinas como *Le Charivari* y *La Caricature*, en los que articuló un discurso satírico y crítico hacia la sociedad de su época.

De esta manera, a través del uso de las técnicas de reproducción, como la xilografía y, en especial, la litografía, se constituyó un procedimiento económico, de fácil aplicación, que permitió una reproducción rápida y de calidad; lo cual permitió incorporar y difundir la imagen a través de los medios periodísticos en el siglo XIX. Es importante destacar el rol protagónico que adquirió la imagen impresa frente al contenido textual, y lo revolucionario que significó incluirla en la prensa, pues determinó la creación de un nuevo tipo de publicación: la revista ilustrada. La denominación misma de “ilustrada”, como lo explica Juan Miguel Sánchez (2008), se empleó, a partir de la primera mitad del siglo XIX, para designar a los medios periodísticos que utilizaron la reproducción de imágenes con el fin de otorgarles interés y actualidad a sus publicaciones (p. 43).

Esta novedad debió obtener una amplia aceptación social y consumo, pues se observa que, incluso en algunas de estas revistas, el término *ilustrada* se convirtió en una marca de identificación comercial que acompañó los rótulos de las publicaciones. De ahí que al indicarse que una revista era ilustrada se ofertaba y, en cierta forma, se garantizaba al lector lo que encontraría en el interior de la publicación: ilustraciones de noticias, de moda, literarias, publicitarias, caricaturas e historietas. Así la imagen multiplicada obtuvo de forma progresiva un uso amplio y diversificado en las revistas, marcando el inicio, la consolidación y el desarrollo de diversos géneros del arte gráfico en la prensa³.

Las revistas ilustradas se convirtieron rápidamente en los medios periodísticos en los que, a través del texto y la imagen, se difundía información sobre materias como literatura, arte, ciencia, industria, sucesos políticos, sociales y culturales, nacionales e internacionales, que despertaban interés no solo por sus contenidos, sino por su carácter de actualidad. A través de sus páginas se difundieron estilos de vida, moda y formas de consumo, creando los imaginarios cosmopolitas de la vida moderna. Además, se constituyeron en una fuente de riqueza estilística e iconográfica para los artistas gráficos; pues, a través de sus diseños, sus producciones y las reproducciones de obras publicadas en estas revistas, se difundieron los estilos en boga en Europa y América.

Es importante destacar que a través de estas publicaciones se desarrolló una red de intercambio cultural intercontinental, pues contaron con suscripciones dentro y fuera de Europa. Al respecto, puede mencionarse la publicación madrileña *La Ilustración Española y Americana* (1869-1921), que contaba con suscripciones tanto en España como en América y Asia. De igual manera, en el Perú, circularon revistas internacionales como *L'Illustration* (1843-1944, 1945-1955) de Francia, que se convirtió en una publicación que, además de difundir ideas y formas de vida entre

los miembros de la élite letrada limeña, también fueron medios de renovación y actualización artística. Sobre este aspecto, el escritor peruano Enrique A. Carrillo, en la sección de crónicas “Viendo pasar las cosas”, en 1908, señalaba la importancia de esta revista para la difusión sobre la actualidad teatral europea en Lima:

hace obra muy útil y benéfica la *Ilustración* de París (sobre todo, para los que vivimos lejos de los grandes centros europeos y en permanente retardo en lo que se refiere al movimiento de ideas y a la evolución de las costumbres), publicando quincenalmente un suplemento teatral, que contiene las producciones dramáticas que con mejor éxito se estrenan en los teatros de Francia. Allí los que observamos desde lejos, podemos recoger, de tiempo en tiempo, indicaciones “sugestivas”, como ahora suele decirse, y advertir puntos de vista nuevos, sobre los cuales resulta interesante disertar, aun cuando sea muy de ligero (2007, pp. 431-432).

De forma paralela también alcanzaron un notable desarrollo y auge las revistas especializadas, como las de moda, teatro y satíricas. Es importante precisar que muchas de estas publicaciones iban dirigidas a públicos específicos, como es el caso de las revistas de moda que fueron dedicadas al “bello sexo”, en las que además se abordaron diversos temas considerados útiles para la mujer, como literatura, arte, así como consejos beneficiosos para facilitar las labores del hogar.

La revolución perceptual, estética y social de la imagen reproducida

El uso de las imágenes en estas publicaciones periódicas decimonónicas permitió el surgimiento de un lector que se interesaba y hasta sentía predilección por informarse sobre las noticias de la actualidad política, social o cultural, no solo a través de la revisión de artículos, crónicas periodísticas o creaciones literarias (es decir, a través del discurso escrito), sino también por medio de las imágenes que lo interpelaban en las páginas de estas publicaciones. Con el texto y la imagen, el lector se convertía en testigo presencial y se hacía partícipe de los acontecimientos o hechos noticiosos de su época, sin importar las características espaciales y temporales de estos sucesos. La inmersión en la lectura le permitía experimentar la belleza del mundo moderno que Charles Baudelaire definió en sus ensayos como “particular” (p. 670), “circunstancial” (671) y “relativo” (p. 670), que se hallaba expresada en “la época, la moda, la moral, la pasión” (p. 672), los rasgos de las costumbres (p. 670) y en la vida de la ciudad “fecunda en motivos poéticos y maravillosos” (p. 526).

A partir del siglo XIX, la creación y el avance de los medios masivos de comunicación y el desarrollo de la tecnología, además de significar el dominio de nuevas

formas de producción y de reproductibilidad en el campo del arte y de la cultura visual e impresa, supusieron la transformación del proceso de percepción sensorial y la reconceptualización del ámbito sociocultural del individuo. Se estableció así un nuevo paradigma que fue advertido por artistas europeos como Paul Valéry, quien en su ensayo “La conquista de la ubicuidad”, publicado en 1928, describía ese apoderamiento del sujeto moderno de la facultad de estar “presente a un mismo tiempo en todas partes” (RAE, 2023) y que, hasta ese momento, desde un enfoque teológico, había sido solo prerrogativa exclusiva de la divinidad.

Para Valéry, el hombre moderno obtuvo el atributo de la omnipresencia y se la otorgó a la obra de arte a través de la tecnología, pues ahora “su presencia inmediata o su restitución en cualquier momento obedecerán a una llamada nuestra” (1999, p. 131), es decir, la obra ya no se limita ni por su materialidad ni por el continuo espacio-temporal y está sujeta a la voluntad del receptor. A través de la tecnología, “se sabrá cómo transportar y reconstituir en cualquier lugar el sistema de sensaciones —o más exactamente de estimulaciones— que proporciona en un lugar cualquiera un objeto o suceso cualquiera” (p. 131). Y esto no solo significaba la introducción de valores, modos y estilos de vida, sino toda una revolución que reestructuraba la percepción, la sensibilidad y la idiosincrasia del sujeto moderno. Las obras:

Ya no estarán sólo en sí mismas, sino todas en donde haya alguien y un aparato. Ya no serán sino diversos tipos de fuente u origen, y se encontrarán o reencontrarán íntegros sus beneficios en donde se desee. Tal como el agua, el gas o la corriente eléctrica vienen de lejos a nuestras casas para atender nuestras necesidades con un esfuerzo casi nulo, así nos alimentaremos de imágenes visuales o auditivas que nazcan y se desvanezcan al menor gesto, casi un signo. Así como estamos acostumbrados, si ya no sometidos, a recibir energía en casa bajo diversas especies, encontraremos muy simple obtener o recibir también esas variaciones u oscilaciones rapidísimas de las que nuestros órganos sensoriales que las recogen e integran hacen todo lo que sabemos. No sé si filósofo alguno ha soñado jamás una sociedad para la distribución de Realidad Sensible a domicilio (Valéry, 1999, pp. 131-132).

En este sentido, si bien se expone cómo la reproductibilidad técnica revolucionará la circulación y distribución de la obra de arte, permitiendo la facilidad de acceso y posibilitando su presencia en sectores sociales más amplios, también se enuncia el carácter efímero y evanescente que tendrán estas experiencias por su inmediatez. Pero el ensayista va más allá, pues avizora que estas transformaciones llegarán “quizás a modificar prodigiosamente la idea misma de arte” (p. 131).

En consonancia con las ideas de Paul Valéry e influenciado por el materialismo histórico, Walter Benjamin en *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, publicada en 1936, advirtió que la aplicación de los nuevos procedimientos de reproducción mecánica —además de implicar un nuevo modo de sensibilidad— evidenciaba la transformación social e ideológica del concepto y la función del arte.

El ensayista planteó una teoría que desmantelaba la perspectiva tradicional sobre la que se construyó históricamente la autoridad, el prestigio y el valor de la obra de arte, la cual estuvo dirigida a distanciar a la creación artística de las masas, “por cercana que pueda estar” (1989, p. 24). Benjamin identificó al aura como una cualidad inherente adjudicada a la obra, estableciendo con ello un parangón cuasi religioso, con el que cuestionaba cómo la tradición le otorgaba a la creación artística un “valor cultural” (1989, p. 28), es decir, que se le concedía un “honor que se tributa religiosamente a lo que se considera divino o sagrado” (RAE, 2023) y que Benjamin postuló para enfatizar el carácter inaccesible y “oculto” (1989, p. 29) de la obra de arte. De allí que, por su condición aurática, esta demandaba ser la “manifestación irreplicable de una lejanía” (p. 24), es decir, ser una pieza inalcanzable y auténtica donde prevalecía “el aquí y el ahora del original” (p. 21), pues era una obra única y por ello irreplicable. De esta manera, estos principios o valores, que se habían erigido en la historia del arte como juicios dogmáticos, es decir, eternos y universales, fueron creados más por un interés comercial antes que artístico

Precisamente porque la autenticidad no es susceptible que se le reproduzca, determinados procedimientos reproductivos, técnicos, por cierto, han permitido al infiltrarse intensamente, diferenciar y graduar la autenticidad misma. Elaborar esas distinciones ha sido función importante del comercio del arte. Podríamos decir que el invento de la xilografía atacó en su raíz la cualidad de lo auténtico (Benjamin, 1989, p. 21, nota al pie).

Pero, a su vez, esos criterios imperativos eran útiles para establecer valores y jerarquías, pues tenían como efecto el rechazo, el descrédito y la incompatibilidad con cualquier otra o nueva forma de producción artística, como sería el caso de los procedimientos de reproducción técnica de la imagen en el cine, en la fotografía o en el arte gráfico.

Así, para Benjamin, “por primera vez en la historia universal, la reproductibilidad técnica emancipa a la obra artística de su existencia parasitaria en un ritual” (1989, p. 27) y revoluciona la concepción de la naturaleza de la obra de arte, pues ahora con la imagen reproducida se “atrofia el aura” (p. 22) y se cuestionan los valores tradicionales de la singularidad, la unicidad y la lejanía que debía tener la

producción artística. Se establece así un nuevo modelo, inspirado y relacionado con la luz de los movimientos sociopolíticos y de los ideales de las masas que anhelaba “acercar espacial y humanamente las cosas” (p. 24). En consecuencia, la obra de arte multiplicada logra un “valor exhibitivo” (p. 28) que, en detrimento de lo cultural, le otorga “actualidad a lo reproducido al permitirle salir [...] al encuentro de cada destinatario” (p. 23), hasta lograr la cercanía, la accesibilidad y la apropiación del arte por parte del espectador. Así se plantea un nuevo paradigma de la producción artística, el cual se torna hacia las masas y a la praxis política y social de la obra.

Por tanto, las nuevas técnicas de reproducción y los medios de publicación periódicas conllevaron no solo novedosos procedimientos, medios de experimentación y creaciones artísticas, sino, además, nuevos sistemas de producción, distribución y consumo. De este modo, los artistas obtuvieron nuevos soportes y mayores espacios para la expresión y difusión masiva de sus creaciones, lo cual produjo la especialización y profesionalización del artista gráfico, quien formó parte de un sistema de trabajo organizado encargado de la visualidad del producto gráfico, como fueron los dibujantes, los entintadores y los grabadores.

Asimismo, como hemos revisado, se produjo reflexiones teóricas que además de sustentar estos nuevos modos de producción artística, trastocaron, cuestionaron y reformularon las bases conceptuales sobre la definición y la función misma del arte. Ahora como parte de la experiencia directa del mundo moderno, el arte poseería nuevos valores y praxis sociales, como la secularización, la actualidad, el carácter efímero, el cuestionamiento y la desacralización de los criterios tradicionales asociados al arte, la práctica política y social de la producción artística, la masificación de la obra, los valores progresistas asociadas a la obra reproducida, el arte asociado a la experiencia del hombre en su realidad inmediata y la apropiación de la creación artística por parte de las masas.

Por otro lado, la época de la reproductibilidad técnica, además de suponer la creación de nuevas disciplinas artísticas como el cine y la fotografía, que tuvieron un amplio desarrollo en el siglo xx, también revolucionó el proceso de producción de las artes plásticas, que lograron influenciarse mutuamente. Al respecto, puede mencionarse el caso de los pintores franceses Claude Monet y Edgar Degas o el pintor peruano Francisco Laso, quienes hicieron uso de la fotografía en su proceso creativo, así como también fueron influenciados por el lenguaje fotográfico en la elaboración de sus composiciones. Además, la modernización de los sistemas de reproducción técnica dio impulso a las artes gráficas, las que tuvieron un importante desarrollo y auge en sus diversos géneros como el cartel, pero, en especial, en nuestro tema de estudio, la ilustración (literaria, de modas, periodística y publicitaria) y la caricatura. Asimismo,

significó el surgimiento de un género nuevo: la historieta, que conjugaba la imagen y el texto.

La inclusión de la imagen en los medios de prensa otorgó mayor dinamismo a la producción y circulación de las obras gráficas, pues, por ejemplo, a diferencia de un libro ilustrado, las imágenes en prensa, siguiendo la pauta de la periodicidad de la publicación, cambiaban, se actualizaban y siguieron un ritmo de renovación constante en su formato, su estilo y sus creaciones visuales. Esto llevó no solo a ganar nuevos espacios de expresión artística —aunque no en forma exclusiva—, sino también permitió a la imagen obtener protagonismo en el aspecto comunicacional y masivo. Así se configura una nueva cultura de la visualidad en la era moderna e industrial en que la imagen se convirtió en una herramienta de comunicación, opinión y crítica o adhesión a los sucesos de actualidad, como fue en el caso de la caricatura política.

En este sentido, la inclusión de la imagen en la prensa trajo consigo una nueva manera de conceptualizar la información visual, no solo desde la perspectiva de la edición de los medios de prensa, sino también desde la perspectiva del lector. Como sostiene Jonathan Crary:

La ruptura con los modelos clásicos de la visión a comienzos del siglo XIX fue mucho más allá de un simple cambio en la apariencia de las imágenes y las obras de arte; fue inseparable de una vasta reorganización del conocimiento y de las prácticas sociales que modificaron de múltiples formas las capacidades productivas, cognitivas y deseantes del sujeto humano (2008, p. 18).

Esto evidencia una nueva forma de leer y de ver del sujeto moderno. Un esfuerzo del lector decimonónico en decodificar y entender los diferentes y nuevos lenguajes y registros gráficos. Estos aspectos llevan a que metodológicamente no solo se busque comprender la literalidad del texto, sino también leer e interpretar la gramática, la iconicidad de la imagen y, con ello, interpretar la visión de mundo que estas exponen. En este sentido, no pueden interpretarse las imágenes en un ejercicio mecánico en el que se busque cómo a través de ellas se introdujeron, por ejemplo, las ideas capitalistas del progreso, es decir, cómo se creaban formas de vida o de consumo o demostrar cómo en estas obras se evidencia una clara filiación o adhesión a los principios o líneas de los medios de prensa, pues los escritores, los editores y, en especial, los artistas gráficos también tenían sus propias ideologías y posiciones, y a través de sus producciones podemos ser testigos también de las tensiones que el proceso modernizador gestaba entre estos actores.

El arte gráfico en las revistas ilustradas limeñas

En el Perú, el proceso de masificación de la imagen a través de los nuevos procedimientos de reproducción técnica tuvo sus inicios hacia fines del siglo XIX, a través de la fotografía y el grabado. Fue con la técnica xilográfica, pero en especial con la litografía, hacia el último cuarto del siglo XIX, cuando se produjo el surgimiento de un nuevo género periodístico como fue la revista ilustrada, la cual se convirtió en un medio de creación artística y de reproducción y difusión de la imagen (dibujo o fotografía), además de cumplir un rol fundamental en la edificación de un imaginario visual nacional.

La imagen impresa obtuvo progresivamente un espacio privilegiado de difusión y circulación; también fue alcanzando una notable calidad tanto en su impresión como en su factura plástica. Destacó la obra de artistas gráficos como Evaristo San Cristóval, su hija Aurora San Cristóval, Belisario Garay, Carlos Fabbri, David Lozano, entre otros. Estos factores permitieron a las revistas ilustradas limeñas equipararse a sus homólogas europeas y americanas. Además, impulsaron el desarrollo de los diversos géneros de la gráfica.

Entre las revistas ilustradas que se publicaron en la capital destacaron *El Correo del Perú*, fundada por Trinidad Manuel Pérez en 1871 y considerada una de las primeras revistas artísticas. En 1887, se fundó *El Perú Ilustrado*, cuyo editor fue Peter Bacigalupi. En 1890, se publicó *La Ilustración Americana*, bajo la dirección de Enrique Guzmán y Valle y Manuel Moncloa y Covarrubias, con Evaristo San Cristóval como director artístico. En 1893, se editó *El Perú Artístico*, revista de literatura, arte y ciencias, que tuvo como director literario a Abelardo Gamarra “El Tunante” y como director artístico al dibujante y litógrafo Evaristo San Cristóval. Por el carácter de los contenidos vertidos en estas revistas, estas fueron dirigidas a un sector reducido, que tenía acceso a la educación y la cultura: la clase aristocrática de la Lima finisecular.

El Correo del Perú

El Correo del Perú, subtítulo como periódico semanal con ilustraciones mensuales, fue un semanario que se publicó de 1871 a 1878. Esta publicación sabatina fue impresa en los talleres de la Imprenta Liberal⁴, cuyo escritorio y almacén se ubicaba en la calle Espaderos 196 y su oficina y redacción, en la calle San Marcelo número 57.

El editor y propietario del semanario fue Trinidad Manuel Pérez (figura 1). Según una nota publicada en *El Perú Ilustrado*, Pérez era natural de Trujillo y, junto a su hermano el poeta Isidro Mariano, se dedicó durante algunos años a la enseñanza. En 1860, escribió una obra en tres actos, titulada *La industria y el poder*, que representó en el teatro Principal y que le valió el reconocimiento del público y la

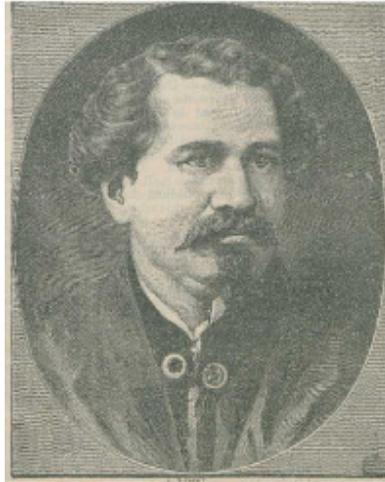


Figura 1

Retrato de Trinidad Manuel Pérez

Nota. Fuente: *El Perú Ilustrado* (1892), nro. 266, p. 1. Grabador: L. Dumont.

prensa. Asimismo, se dedicó a la labor periodística a través de *El Correo del Perú*, empresa que, gracias a su esfuerzo y a la calidad obtenida, logró reconocimientos: medallas en la Exposición Industrial en el Perú, en 1872; en la capital francesa, en 1873 (*El Perú Ilustrado*, 1892, nro. 266, p. 183); y en Chile (figura 2).



Figura 2

Medallas de las Exposiciones Industriales del Perú, Francia y Chile

La publicación trimestral se obtenía a través de suscripciones, que tenían un valor de 1 sol con 60 centavos para el ámbito local, mientras que para el exterior la suscripción era anual y con un costo de 6 soles con 40 centavos. También se ofrecía la venta de números sueltos al costo de 10 centavos, pero las ediciones que contenían ilustraciones se ofertaban a 30 (*El Correo del Perú*, 1871, nro. 1, p. 8) y se publicaban mensualmente. El único lugar para la suscripción y abono de la revista era el escritorio de la Imprenta Liberal. La venta se realizaba a través de las librerías de Lima y Callao, así como en establecimientos comerciales y cigarrerías.

El Correo del Perú se organizó en varias secciones. Al inicio tenía un texto de presentación a manera de editorial de la revista, seguido de una sección conocida como la “Revista política” o “Revista de la semana”, donde se realizaban comentarios referentes a los principales acontecimientos sucedidos en el país. Luego el apartado “La prensa”, que abordaba los asuntos comentados por los diarios locales durante la semana. La siguiente sección, “Teatro”, brindaba información concerniente a las óperas, zarzuelas, obras teatrales, músicos y cantantes que se presentaban en el teatro Principal. Asimismo, se incluían composiciones literarias como poemas, obras dramáticas o novelas que se publicaban en partes cada semana. La “Sección humorística” constituyó un espacio con notas ingeniosas acompañadas de ilustraciones o caricaturas. En la parte final se encontraba una sección de avisos publicitarios dividida en “Periódicos”, donde se registraba una lista con las principales publicaciones periódicas del Perú; luego, “Industria nacional”, texto publicado en varios idiomas, porque tenía la finalidad de “dar á conocer á los mercados de América y de Europa el estado, crédito é importancia de las principales casas comerciales del Perú” (*El Correo del Perú*, 1871, nro. 1, p. 6), esta sección se publicaba en español, inglés y francés; “Industria extranjera”, el cual servía “de guía para que los comerciantes, empresarios, agricultores y todas las demás profesiones industriales, puedan dirigirse á ellas y recibir directamente las muestra y precios corrientes de todas las plazas extranjeras” (1871, nro. 1, p. 7), por lo que se ofrecían diversos productos y servicios del Norte de América, Inglaterra y Francia; y, finalmente, “Avisos generales”, donde se ofertaban productos y servicios locales acompañados de viñetas publicitarias.

El semanario permitió la publicación de colaboraciones de escritores nacionales y extranjeros⁵ sobre diversos temas de interés ciudadano. En 1871, en su edición xvi, Carolina Freyre de Jaimes, en “Al bello sexo”, señalaba que “Las columnas de *El Correo del Perú* están abiertas por sus amables R. R. á todos productos de la inteligencia. La literatura, la moda, los artículos de costumbres, los ejemplos morales y religiosos tienen allí su lugar” (p. 120). Así, de acuerdo con estos principios, se publicaron discursos, traducciones, tradiciones, narraciones populares, noticias de provincias y novelas (como *Nurerdin-Kan*, la novela exótica peruana

de folletín). Además, el *Proyecto de un diccionario de peruanismos* de Juan de Arona, *Cañete. Apuntes descriptivos, históricos, estadísticos* de Enrique Larrabure e *Importancia de la educación del bello sexo* de Francisco de Paula y Vigil. De esta manera, desde sus páginas, se impulsó una publicación dirigida a un lector moderno ávido de noticias de actualidad científica y de creación literaria.

El semanario se presentaba como una publicación cuyos objetivos eran velar por la verdad; defender las libertades, los derechos, el orden y el progreso; difundir los buenos principios políticos; divulgar los conocimientos científicos; cultivar la literatura y las bellas artes; así como promover el desarrollo de la industria y el comercio en el Perú. Asimismo, exhortaba a la unión y colaboración de los pueblos de América Latina:

Los americanos formamos una sola familia; nuestras republicas se sostendrán con el auxilio recíproco del vecino: rómpanse de una vez los límites que nos dividen, mátense los odiosos celos que han engendrado mal comprimidas antipatías, y dése asiento al que cifra en el trabajo la fuerza impulsiva de nuestro progreso, el alimento nutritivo de nuestra sociedad, y habremos hecho una grande obra (*El Correo del Perú*, 1871, nro. 1, p. 1).

Recuérdese que por esos años se había producido la guerra hispano-sudamericana (1865-1866), en la que España tuvo el intento fallido de recuperar sus antiguas colonias americanas. Fue hacia 1871, año de publicación del primer número de la revista, cuando se firmó el convenio de armisticio, en Estados Unidos, entre España y Bolivia, Perú, Ecuador y Chile. Por ello, la revista se adscribe a la misión patriótica de “exterminar la guerra, por auyentar el fanatismo, por salir para siempre de la trégua con que aún nos amenaza la antigua metrópoli” (*El Correo del Perú*, 1871, nro. 1, p. 2).

Desde sus inicios, el semanario fue visto como un símbolo de civilización y progreso que equiparaba a la élite ilustrada limeña a la par de sus coetáneos europeos. Sobre este tema, Carolina Freire anotaba:

Hace mucho tiempo que en esta parte de la América se dejaba sentir la necesidad de una publicacion ilustrada que, como *El Correo de Ultramar* ó *La Moda Elegante*, ofreciese en sus columnas á la vez que esa variada lectura que alimenta é ilustra el espíritu, que pasea la imaginacion por las elevadas regiones de la ciencia, ese entretenimiento dulce y festivo que solaza el alma y distrae el ocio, esas armonías fugitivas que resuenan en el oído y se pierden en el murmurio del espacio, como las blandas notas de un himno religioso (*El Correo del Perú*, 1871, nro. xvi, p. 119).

A partir de junio de 1878, la publicación cambió de estructura y pasó a tener una periodicidad diaria. Así, se inició una segunda época, en que, si bien mantuvieron las secciones de actualidad, crónicas, noticias del exterior, avisos y notas oficiales, se dejó de incluir los grabados.

La visualidad de la revista

El Correo del Perú fue un medio periodístico local que innovó con su nueva forma de presentación, diseño y contenido, similar a las revistas internacionales que circulaban en el país, como *El Correo de Ultramar*, que se publicaba en París de 1842 a 1886, y la revista *La Ilustración Española y Americana*, editada en Madrid desde 1869 hasta 1921.

La publicación tenía un formato tabloide, lo cual debió dificultar su manejo. Asimismo, constaba de ocho páginas foliadas, de las cuales las tres últimas eran dedicadas a los anuncios publicitarios. La primera página de la revista presentaba una viñeta de encabezado, que contenía el título de la publicación y una composición alegórica, siguiendo el formato de sus homólogas europeas. La viñeta medía la tercera parte de la revista y hacía contrapunto visual con el resto de la página que se presentaba recargada de texto. Las páginas de la publicación estaban divididas en tres columnas y estaban saturadas de texto, que tenían un mismo tipo y tamaño de fuente, lo cual probablemente fue elegido para brindar mayor cantidad de información. Si bien se usan letras en mayúscula y en negritas para remarcar los títulos de los artículos, el ritmo en el diseño era monótono, lo que provocaba cansancio en el lector.

Como puede observarse desde sus inicios, *El Correo del Perú* se adhirió a los valores decimonónicos de desarrollo, progreso y modernidad inspirado en el paradigma europeo inglés y francés. Estos ideales se vieron expresados en el encabezado de la portada (figura 3).



Figura 3

Viñeta de *El Correo del Perú*

Nota. Tomado de la carátula del primer número de *El Correo del Perú* (1871).

La viñeta presenta un formato apaisado. Hacia el centro y en la parte superior se ubica el título de la publicación, *El Correo del Perú*, elaborado en una tipografía con serif y dispuesto en forma semicircular. En el centro de la composición y en primer plano, se representa el encuentro entre la alegoría de Europa y del Perú. Hacia la izquierda del eje central se ubica la imagen de Europa graficada con un canon alargado y estilizado, cuya iconografía se inspira en la alegoría que hizo Césare Ripa de este continente en el siglo XVII (figura 4). La imagen representaba a Europa como una mujer coronada, finamente vestida (civilizada) y rodeada de los símbolos de poder y del progreso occidental. En la viñeta de la revista se representa al continente con algunas variantes formales: en lugar de vestirse a la usanza de la mujer europea del siglo XIX, es una matrona romana, lleva el cabello recogido hacia atrás, viste un traje de reminiscencia clásica y calza unas sandalias o soleae; pero, al igual que la representación de Ripa, lleva una corona.

Figura 4

Europa.

Nota. Tomado de Ripa, 1611, p. 355.



Figura 5

América.

Nota. Tomado de Ripa, 1611, p. 360.



Hacia la derecha del eje central de la composición se ubica la alegoría del Perú, cuya imagen es proporcionalmente menor que Europa. Su composición se inspira en los lineamientos iconográficos de la alegoría de América de Ripa (figura 5), que representaba a una mujer semidesnuda (asociada a la barbarie), con el arco y la flecha en actitud amenazante, y bajo sus pies un animal salvaje y una cabeza humana. En el caso de la viñeta de la revista, la mujer lleva el cabello suelto, alrededor de la cabeza presenta una mascaipacha o borla inca, viste un faldellín que insinúa su pubis, y lleva un manto en la espalda cuyos extremos caen hacia los lados y sobre sus antebrazos, dejando al descubierto su torso desnudo. Si bien por pudor no se enfatizaron los pezones, las sombras de las costillas y el vientre, así como el dibujo del ombligo, sugieren su semidesnudez. La mujer no lleva calzado, solo unas tobilleras. Tampoco presenta el arco y la flecha en sus manos ni la presencia del lagarto a sus pies, que le conferirían una connotación amenazante en la alegoría de Cesare Ripa.

En ese sentido, es interesante cómo se configura la iconografía de esta alegoría en la revista, pues la presencia del manto le otorga un sentido de realeza y una connotación monárquica al origen histórico del Perú. Recuérdese que, en los escritos de los viajeros decimonónicos, se referían a los incas como los antiguos reyes de estas tierras. Sobre este punto, puede mencionarse el texto de Paul Marcoy *Voyage à travers l'Amérique du Sud, de l'Océan Pacifique à l'Océan Atlantique*, publicado en París en 1869 y que incluyó grabados de la nobleza incaica. En este aspecto se difunde la alegoría del Perú continuando el discurso que circulaba en Europa a través de los viajeros, es decir, se elabora una retórica visual de la nación como una soberana inca, pero traducida a los códigos europeos y que responde al ideario de las élites modernas y letradas en las que se dieran a conocer no como descendientes de los pobladores indígenas y amenazantes ideados por Cesare Ripa, sino como los descendientes de los nobles soberanos de estas tierras, a través de la cual se querían asemejar a las homólogas civilizaciones occidentales.

En la composición, la alegoría del Perú recibe cordialmente a la alegoría de Europa, que trae la civilización, la modernidad y la cultura simbolizadas por la presencia de diferentes elementos que se ubican hacia el área izquierda y en perspectiva hacia el fondo de la composición: las artes mayores representada en el busto (la escultura), la columna (la arquitectura), la paleta y el pincel (la pintura) y el libro abierto (la literatura); la ciencia, simbolizada por la esfera armilar, la rueda y los instrumentos de laboratorio; la modernidad, simbolizada por la presencia de las máquinas a vapor y la industria; y la fe representada por el edificio religioso. Por su parte y en contraste, la alegoría del Perú, a su vez, está acompañada por el escudo nacional y elementos que le otorgan un carácter exótico y fantástico a estas tierras, como la base de una estructura que presenta el relieve de un personaje fantasioso;

sobre ella está sentado un personaje sobrenatural, desnudo y de pequeño tamaño; asimismo, se observa una aljaba con flechas, así como elementos vegetales.

En el segundo plano de la composición de la viñeta se observa el mar con una embarcación a vapor en el área izquierda y otra a la derecha que simbolizan las comunicaciones y el comercio. En el tercer plano, se ubica un paisaje de serranía y, en el área derecha, un ferrocarril que recorre las montañas. Asimismo, se vislumbra el sol naciente (como el primer escudo nacional) —que es señalado por la alegoría del Perú— y cuyos rayos iluminan la palabra “Perú” del nombre de la publicación, como símbolo de la tradición que ilumina los albores del progreso de la joven república y la bonanza que se desea para el futuro de la nación.

En el centro de la composición, la alegoría de Europa acude presurosa —movimiento que se enfatiza por la disposición de las piernas, así como por la agitación de las telas de su traje— al encuentro con la alegoría del Perú. Europa se inclina ligeramente hacia el Perú y la coge de la mano en actitud maternal y comprensiva. Cabe mencionar que la unión de ambas manos se ubica próxima a la intersección de los ejes vertical y horizontal, y se convierte en el punto central o de interés de la composición y que sintetiza el concepto de unión y dependencia. De esta forma, se enfatiza el encuentro cordial entre el antiguo y el nuevo continente. Esta unión queda fortalecida por la inclusión de la cornucopia, que yace a los pies de ambos personajes, como signo de la abundancia y prosperidad, producto de la cohesión cultural y comercial de Europa y América.

Por otro lado, es interesante cómo el discurso visual tiene su correlato en el discurso escrito, pues en el texto “Espíritu de nuestro siglo” de Carolina Freire, publicado en *El Correo del Perú*, se indica:

La Europa que camina pesadamente arrastrando la cadena de sus recuerdos, ora destronando reyes y déspotas para cimentar repúblicas libres, renunciando á sus tradiciones para buscar en las vírgenes comarcas de América, la savia que haga reverdecir el viejo tronco de sus gastadas instituciones; marchando hacia la reacción mas odiosa; empapándose en la sangre de los propios ministros del altar; esa Europa nos ha ofrecido perniciosos ejemplos que nuestra sociedad se ha apresurado á imitar con la rapidez con que seria de desear que se imitase todo lo que es noble, bueno y santo. La civilizacion nos empuja hácia adelante. La electricidad, el vapor, suprimiendo las distancias, nos tienen á la palabra con todos los pueblos del mundo. La ciencia, ya lo hemos dicho, investigando lo desconocido, abre a nuestra vista los espléndidos tesoros de la naturaleza, abarca todo cuanto de maravilloso se encuentra en el cielo y en la tierra. La industria avanza y ofrece cada dia un

nuevo invento; una nueva fuente de riqueza y prosperidad general. De esta manera los pueblos de América que ayer solamente vegetaban en la ignorancia conservando sus costumbres patriarcales y sus santas creencias, estarán dentro de poco al nivel de esa Europa tan grande y preponderante ayer (1872, nro. vi, p. 41).

La publicación estuvo acompañada de grabados, pues, como se anunciaba en el subtítulo, si bien la revista era semanal, esta contaba con la publicación de ilustraciones con una regularidad mensual. Por ello su valor era 30 centavos. En estas ediciones se publicaban “monumentos, retratos, costumbres y vistas de los más importantes fundos rústicos” (*El Correo del Perú*, 1871, nro. i, p. 8). Parte del material periodístico como gráfico provino de revistas extranjeras como *El Instructor* de Santiago de Chile (Iglesia del Carmen) (*El Correo del Perú*, 1871, nro. xv, p. 115), *El Correo de Ultramar* de París, que le obsequiaron más de cien grabados, como se describe en la edición nro. xxx; pero sobre todo de *El Museo Ilustrado* de México, de donde se tomaron diversos grabados, en su mayoría de temas religiosos, como *La huida a Egipto* y *El Descendimiento* de Pedro Pablo Rubens (1873, nro. xv, pp. 116-117). Entre los ilustradores que figuraban en *El Correo del Perú* puede mencionarse a L. Dumond, F. Zavala, Huyot y Freeman.

En la revista predominó una imagen europeizada a través de la difusión de retratos, vistas urbanas, así como de referentes artísticos y culturales principalmente franceses e ingleses, frente a los grabados nacionales que se publicaban en menor cantidad y periodicidad. Esto no solo se debió, como se indicó anteriormente, porque se publicaron las obras obsequiadas por las revistas internacionales; sino porque, como indica Schwarz, “A pesar de poseer las más modernas instalaciones, las imprentas peruanas carecían de grabadores y tipógrafos. Los grabados eran hechos en Europa (Londres o París)” (2013, p. 76).

Esta situación también llevó a que, al enviarse al extranjero a realizar los grabados, estas imágenes fueran conceptualizadas bajo una perspectiva foránea en las que se incorporaron elementos ajenos al contexto local. Este aspecto era advertido por los redactores de la misma revista, pues respecto al grabado del exterior del Cementerio General (figura 6) se menciona con ironía:

Habiendo mandado á Inglaterra á un afamado artista grabador á quien designamos para que nos reprodujera las copias de los principales monumentos nacionales, nos ha puesto en el grabado del cementerio, que publicanos en este número, varios paseantes, cuyos trajes, si son de las gentes de Andalucía, no son por cierto de las de Lima; lo que prueba una vez mas *el exacto* conocimiento que se tiene en Europa de nuestras costumbres (*El Correo del Perú*, 1872, nro. v, p. 1).



Figura 6

Lima. Exterior del Cementerio General. Entrada principal

Nota. Fuente: El Correo del Perú (1872), nro. v, p. 37.

Asimismo, Schwarz, menciona que los grabados “una vez llegados a Lima, muchos eran, después de usados, alquilados a los diferentes medios para su reimpresión” (2013, p. 76). Al respecto, el investigador explica cómo en el Perú se reutilizaron algunos tacos de los grabados del libro *Apuntes históricos, descriptivos, estadísticos y de costumbres* (París, 1867) de Manuel Atanasio Fuentes en *El Correo del Perú* y en los libros de Carlos Prince, como *Lima antigua. Tipos de antaño* (Lima, 1890).

En este sentido, el reciclaje y la reutilización de las imágenes era una práctica muy común en el periodo; incluso el mismo Manuel Atanasio Fuentes también reutilizó obras de Francisco Fierro y de A. Bonaffé en sus publicaciones. De forma análoga este proceso también se dio en *El Correo del Perú*, lo cual nos delata sobre el proceso de circulación de las imágenes. Al respecto en un artículo titulado “Viaducto del Pasamayo” se mencionaba:

El Correo del Perú, en su anhelo de servir a los lectores y de hacer conocer los monumentos y obra de arte nacionales, continuará copiando copias importantes, y esperamos tener abundante material, hoy que son numerosos los caminos que se están construyendo y muchísimas las obras en proyecto ó principiada ejecución (*El Correo del Perú*, 1872, nro. 1, p. 116).

Este aspecto cambiará en forma determinante años más tarde en el Perú con la llegada de la litografía a los talleres de las revistas ilustradas, técnica que abaratará los costos de producción, mejorará la calidad técnica de reproducción y permitirá la incursión artística de dibujantes locales.

El Correo del Perú contó con la inclusión de retratos, los cuales se publicaron en forma eventual y limitada al interior de la revista. Se configuró una galería de personalidades ilustres nacionales, pero, en su mayoría, pertenecientes al ámbito internacional, asociados al ámbito político, científico, empresarial y artístico. A través de estos retratos se edificaba un proyecto de nación asociada al progreso y a la civilización, enfocado desde un horizonte cosmopolita. Entre los personajes que se publicaron en sus páginas se presentan presidentes y dignatarios como Don Pedro II, emperador de Brasil (1876, nro. x, p. 77); Jorge v, príncipe de Gales (1877, nro. v, p. 37); y José Balta, jefe de Estado del Perú (1873, nro. xxx, p. 236). A los políticos y diplomáticos como el Dr. Juan Manuel del Mar, magistrado y vicepresidente de la República, encargado del Poder Ejecutivo del Perú (1857) (1872, [Número extraordinario], p. xiii), y Manuel Nicolás Corpancho diplomático y poeta peruano. A los científicos, empresarios intelectuales y artistas como el Dr. Philippe Ricord, médico estadounidense (1877, nro. xl, p. 317); Enrique Meiggs, contratista de los ferrocarriles nacionales (1872, nro. xv, p. 117); Paul de Kock, novelista y dramaturgo francés (1874, nro. xxv, p. 197); Alejandro Dumas (hijo), escritor francés (1873, nro. xx, p. 157); Pedro Pablo Rubens, pintor flamenco (1876, nro. v, p. 117); Marietta Bulli-Paoli, cantante lírica italiana (1872, nro. xv, p. 117); María Wesmael, cantante lírica nacida en Bruselas y contratada para presentarse en Lima por D. Aurelio Fuentes (1872, nro. xx, p. 156); y el doctor Mehay, ilusionista extranjero en Lima (1874, nro. xxxvi, p. 289). Se grafica así la importancia que también se le otorgaba a los artistas y a los personajes del espectáculo que visitaban la capital.

Esta exaltación de personajes ilustres internacionales también se vio acompañado de referentes históricos locales, pues se incluyeron monumentos, costumbres y vistas de fundos y fábricas. Así, en 1872 se publicó en la revista la escultura ecuestre del Libertador Simón Bolívar (figura 7), sobre la que se mencionaba:

En el presente número cumplimos con el ofrecimiento que hicimos en nuestro prospecto á los lectores del *Correo del Perú*. Los grabados que lo ilustran hoy son enteramente nacionales. Uno de ellos es la copia de la estatua del gran Bolívar, erigida en la plaza de la “Constitucion” de esta capital. ¡Bolívar!... ¿Necesitaremos hacer la biografía del libertador de un mundo? Para ello tendríamos que escribir la historia de América. Desde el Orinoco hasta

el Potosí su nombre está escrito en cien campos de batalla. Sin capitanes, sin armas; solo con su valor y su fe, venció á los tiranos de la América y de cinco colonias uncidas al imperio español, hizo cinco pueblos libres é independientes, cinco Repúblicas que hoy son la esperanza de Colón. Bolívar es, sin disputa, la primera figura de nuestra historia (*El Correo del Perú*, 1872, nro. v, p. 36).



Figura 7

Plaza de la Constitución, estatua ecuestre del Libertador Simón Bolívar.

Nota. Fuente: El Correo del Perú (1872), nro. v, p. 36.

A través de la cita se construye y exalta la imagen de Simón Bolívar como un héroe romántico y libertario que independizó a los países americanos del yugo hispano y sentó las bases de las modernas repúblicas. Este aspecto resulta de interés, pues solo habían transcurrido seis años de la guerra hispano-sudamericana (1865-1866) y cuyo armisticio se firmó en 1871. Como se mencionó anteriormente, se trató de un conflicto bélico en el que España trató de recuperar las colonias americanas. La victoria se debió a la alianza formada por Perú, Chile, Bolivia y Ecuador, aspecto que iba en consonancia con el ideario de Simón Bolívar de formar una confederación para lograr la integración de los países latinoamericanos. Respecto a la escultura (figura 10), resulta interesante cómo el retrato ecuestre del escultor Tadolini yace casi hacia el eje central de la composición y resalta en forma epopéyica a Bolívar, tanto por las características del monumento, como por su escala en la antigua plaza, en detrimento del fondo arquitectónico en el que se observa la antigua fachada de la capilla de San Pedro de Arbúes Mártir o capilla de la Inquisición. Esta institución, de antigua raigambre virreinal, si bien

fue derruida en 1866, fue publicada manteniendo esta referencia arquitectónica en la revista en 1872. Esto se debió probablemente a que el grabado se basó en una fotografía de la época, pero para el lector moderno de la revista la escultura se erigió en la preminencia del nuevo orden de los valores republicanos. En Lima, el Tribunal de la Santa Inquisición fue uno de los tres tribunales principales que funcionó en las colonias españolas y tuvo un carácter punitivo de quienes proferían actos contra la Iglesia y el Estado. En este sentido, la imagen de Bolívar se elevaba sobre el antiguo sistema punitivo virreinal, institución que iba en contraposición a las ideas libertarias modernas de la naciente república.

Por otro lado, en las páginas de *El Correo del Perú* se enarboló a la ciudad de Lima como una capital limpia y ordenada, es decir, civilizada. Se representaron hitos urbanos de Lima, Rímac y el Callao, los cuales se intercalaron con imágenes de lugares de la cultura internacional como Londres, París, España y Estados Unidos. Respecto a estos hitos urbanos, podemos mencionar las vistas de la plaza del Mercado Principal de Lima (nro. x) (figura 8) y la plaza de la Independencia del Callao (nro. xxxv).



Figura 8

Lima, plaza del Mercado Principal

Nota. Fuente: *El Correo del Perú* (1872), nro. x, p 77. L. Dumont

En el grabado de la figura 8 se nos presenta una zona de comercio del área urbana de la ciudad, destinada a la compra y venta organizada de diversos insumos. En la imagen se observa una arquitectura conservada tanto en su edificación como en sus elementos constructivos. Si bien la fisonomía urbana en la que se ve inmersa no es moderna (como podemos distinguir por la presencia de acequias que cruzan las calles, las cuales no se encuentran pavimentadas), nos permiten evidenciar orden, la limpieza de los puestos de venta, así como personas finamente ataviadas

que acuden a estos establecimientos. Esto con un afán de mostrar el paradigma de vida civilizada que querían alcanzar los ciudadanos letrados de estas naciones. Por su parte, las áreas rurales se configuraron como espacios en donde se desarrollaba la industria y la aplicación de la tecnología. En ese aspecto, desde las páginas de *El Correo del Perú* se difundió la presencia de las máquinas a vapor que aludían a la modernidad, como la “máquina de vapor de 8 a 10 caballos con trilladera funcionando”. Pero fue el transporte ferroviario el que se convirtió en el siglo XIX en el símbolo del progreso y desarrollo para las naciones que estaban en vías de crecimiento. Aunque este moderno sistema de comunicación empezó a ser impulsado por las políticas gubernamentales del presidente Ramón Castilla, también fue continuado por el presidente de turno, José Balta. Los ferrocarriles tuvieron obstáculos financieros y administrativos que dificultaron su edificación, pero fueron vistos con entusiasmo en los medios periodísticos. Así, el artículo “El ferrocarril en el Perú”, publicado por Numa, para *El Correo del Perú*, señalaba:

Este descubrimiento, uno de los más grandes y ventajosos del siglo, está teniendo en el Perú una aplicación asombrosa. Su primer ensayo fue el de la línea de Lima al Callao, que pronto hizo sentir su benéfica influencia. Las ingentes utilidades que reportó la empresa alentaron su especulación, y emprendió la línea de Lima á Chorrillos. Todos dudaron de su buen éxito; pero el tiempo dio el más solemne mentís á la incredulidad general. Estos favorables resultados, y la necesidad de reducir las largas y peligrosas distancias que alejan la comunicación de la costa con los pueblos del interior, estimularon á varios capitalistas y al gobierno á generalizar las vías férreas. Hoy ya se puede decir en honor de la República y de la civilización, que tenemos una red de ferrocarriles que en poco tiempo abrazará todo el Perú, salvando los montes más insuperables y los abismos más terribles (1871, nro. v, p. 36).

En consonancia con la visión política de los gobiernos, los puentes de hierro, las estaciones, las vías y los ferrocarriles se convirtieron en parte del imaginario visual del público lector. Así, en el grabado (figura 9 y 10) que acompaña el artículo “El ferrocarril en el Perú”, se optó por realizar una composición en formato oval, que genera la sensación de movimiento, y horizontal, que permite una visión panorámica y documental del paisaje. La línea de horizonte se ubica hacia la mitad de la composición y la divide en dos áreas. En el área inferior izquierda, se representa una locomotora en acción, que se desplaza hacia el primer plano, y cuyos vagones siguen su recorrido sobre una pendiente semicircular que se dirige en perspectiva hacia el fondo de la composición. En el área inferior derecha, y en segundo plano, se observa la presencia de una carreta tirada por dos caballos, que se ubica en la

parte baja de la pendiente y se dirige en sentido contrario a la locomotora. Ambas áreas se encuentran inmersas en medio de un paisaje rural. Hacia el tercer plano, se observa una zona industrial caracterizada por la presencia de edificaciones altas y fábricas que expulsan humo desde sus chimeneas. En el cuarto plano se ubican unas montañas que enmarcan el paisaje. Por su parte, en el área superior de la línea de horizonte se ubica la gran huella de humo que deja detrás la locomotora, fundiéndose entre las nubes del cielo y coronando toda la composición.

Tanto la locomotora como las fábricas que despiden humo connotan la ciencia y la industria en acción que traerán el progreso económico al país; mientras que la carreta, que se contrapone en escala y direccionalidad al tren, representa un sistema caduco de comunicación y producción que se opone al progreso y tecnología de los nuevos tiempos. Esta imagen es reforzada por una leyenda que indica “La locomotora nacional avanza en todo sentido...”, es decir, contra todo tipo de crítica y obstáculo. Tras la consigna subyace implícita la proposición: si la locomotora avanza, la nación lo hará; el tren fue visto como la metáfora del progreso de la nación.

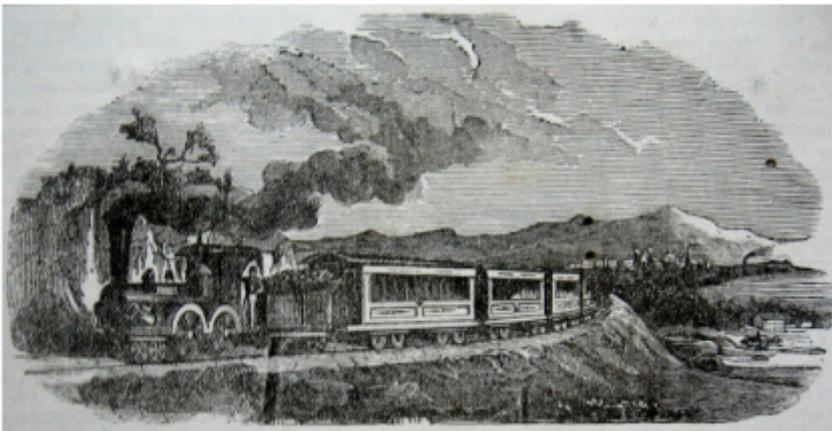


Figura 9

La locomotora nacional avanza en todo sentido...

Nota. Fuente: *El Correo del Perú* (1871), nro. v, p. 36.



Figura 10
Detalle

Conclusiones

A partir de lo expuesto, se puede evidenciar que los nuevos medios técnicos de reproducción masiva produjeron el surgimiento y auge de las revistas ilustradas y el desarrollo de diversos géneros del arte gráfico, los cuales se caracterizaron en este periodo por su amplia producción y buena factura. De esta manera, se logró la profesionalización y especialización de sus creadores en el contexto europeo y americano. Asimismo, las revistas ilustradas fueron los medios periodísticos y artísticos que, a través del texto y la imagen, se convirtieron en el medio de difusión de actualidad. A través de ellas, el lector moderno configuró su estilo de vida, la moda, los valores modernos e idiosincrasia con una marcada tendencia cosmopolita.

Finalmente, *El Correo del Perú* fue una revista que revolucionó el medio periodístico limeño, pues permitió al lector decimonónico decodificar los discursos textuales y visuales. En este sentido, a través de la inclusión de las imágenes elaboró una cultura visual y un proyecto de modernidad y progreso basado en los valores principalmente europeos. A través de sus grabados se configuró una imagen de país con entornos urbanos ordenados, ornamentados con esculturas y arquitecturas históricas, de ciudadanos letrados poseedores de valores civiles, así como el de una nación interesada en el conocimiento tecnológico y que se encontraba en proceso de industrialización, es decir, se elaboró la imagen de una nación en busca de una modernidad que la equiparara a las grandes naciones consideradas como civilizadas.

Notas

- 1 El presente artículo forma parte del capítulo I, titulado “Arte gráfico, modernidad y cultura visual en las revistas ilustradas limeñas decimonónicas”, de la tesis *La modernidad en la obra gráfica de Julio Málaga Grenet*, para obtener el grado de magíster en Arte Peruano y Latinoamericano con mención en Historia del Arte, en la Unidad de Posgrado de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- 2 Debemos considerar que el término *revista ilustrada* se refiere a un tipo de publicación originado en el siglo XIX, pero que no debe de ser confundido con las publicaciones de la segunda mitad del siglo XVIII, que estaban influenciadas por las ideas de la Ilustración francesa.
- 3 Al respecto se puede mencionar, para el caso europeo, a *The Illustrated London News* (1842-2003) en Inglaterra, *L'Illustration. Journal Universel* (1843-1944) en Francia, *Illustrirte Zeitung* (1843-1944) en Alemania, *La Ilustración Americana y Española* (1869-1921) y *La Ilustración de Madrid* (1870-1872) en España, muchas de las cuales se convirtieron en referentes de sus homólogas europeas y americanas. En el norte de América puede indicarse a *La Patria Ilustrada* (1883-1896) en México y *The Illustrated American* (1890-1900) en Estados Unidos; y

en Sudamérica, *La Ilustración Argentina* (1881-1887) en Argentina, y *El Perú Ilustrado* (1887-1892) en el Perú.

- 4 En este establecimiento se ofrecía al público toda clase de productos importados, como licoreras, cigarreras de carey, espejos, cofres y roseadores.
- 5 Entre sus colaboradores destacaron: Trinidad Fernández, Juan de Arona, Francisco de Paula Vigil, Manuel González Prada, El Chico Terencio, Clorinda Matto de Turner, Manuel Concha, Federico Flores Galindo, Paulino Fuentes Castro, Mercedes Cabello, José Toribio Polo, José Antonio de Lavalle, E. Larrabure y Unanue, entre otros; y extranjeros como José Selgas, Bécquer o Juan Valera.

Referencias bibliográficas

- Baudelaire, C. (1963). Salón de 1846. En N. Lamarque (ed.), *Charles Baudelaire. Obras*. Aguilar.
- Baudelaire, C. (1963). El pintor de la vida moderna [1863]. En N. Lamarque (ed.), *Charles Baudelaire. Obras*. Aguilar.
- Benjamin, W. (1989). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica [1936]. En W. Benjamin, *Discursos interrumpidos I. Filosofía del arte y de la historia*. Taurus
- Carrillo, E. A. (2007). Viendo pasar las cosas [1908]. En M. A. Rodríguez (ed.), *Enrique A. Carrillo (Cabotín). Obras reunidas*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Crary, J. (2008). *Las técnicas del observador. Visión y modernidad en el siglo XIX*. Cendeac.
- Giubbini, G. y Armani, E. (1997). Grabado y estampación. En Corrado Maltese (coord.), *Las técnicas artísticas*. Cátedra.
- Real Academia Española. (2023). *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/ubicuo?m=form>
- Ripa, C. (1611). *Iconologia. Overo Descrittione d'imagini delle virtú', vitij, affetti, passioni humane, corpi celesti, mondo e sue parti*. P. P. Tozzi.
- Rodríguez, D. (2010). Una aproximación al arte gráfico decimonónico a través de las revistas ilustradas limeñas: *El Correo del Perú* y *El Perú Ilustrado*. *Na!*, 5, 20-23.
- Sánchez, J. M. (2008). *Revistas ilustradas en España. Del Romanticismo a la guerra civil*. Ediciones Trea.
- Schwarz, H. (2013). Los tacos del Murciélago. *Illapa*, 10, 72-83.
- Valéry, P. (1990). La conquista de la ubicuidad [1928]. En *Piezas sobre arte*. La balsa de Medusa.

Revistas

El Correo del Perú (1871-1878).

El Perú Ilustrado (1887-1892).