

RESUMEN

Durante las últimas décadas del siglo XIX se desarrolló el tendido ferroviario que caracterizó y condicionó la integración regional, con una fuerte impronta británica. Las compañías que surgieron aportaron desde sus casas matrices establecidas en Londres no solo capitales, sino también un universo simbólico y social particular, que se conectó de manera singular con la cultura visual argentina en conformación. Este fenómeno se inscribió en un contexto más amplio de la cultura impresa local. Publicaciones periódicas, de carácter literario, científico o vinculadas a intereses partidarios, por ejemplo, vieron un aumento en su producción y circulación en una sociedad política y económicamente dinámica.

En este artículo, la propuesta es avanzar en el relevamiento de fuentes gráficas, así como en las posibles líneas teóricas, que permitirán, a nuestro entender, abordar las mismas sin perjuicio de su complejidad material e histórica, tanto en los objetos de estudio como en los modos de abordaje de los mismos. A su vez, se presentan ciertas cuestiones y problemáticas que surgen en el relevamiento de las fuentes, en cuanto a la vinculación entre el mundo ferroviario y la prensa, desde las prácticas y modos de circulación así como la representación del ferrocarril, sus usos y posibles lecturas.

Palabras clave: *Ferrocarriles, cultura impresa, prensa ilustrada, siglo XIX, Río de la Plata*

ABSTRACT

During the last decades of the nineteenth century, the development of the railways will characterize and condition regional integration, with a strong British impress. The companies that emerged contributed from their head offices established in London not only capital, but also a particular symbolic and social universe, which was connected in a unique way with the Argentine visual culture in conformation. This fact was inscribed in the broader context of the local printed culture. Periodicals, literary, scientific publications, often linked to partisan interests, to give some examples, increase their production and circulation in a politically and economically dynamic society.

In this article, the proposal is to advance in the survey of graphic sources, as well as the possible theoretical lines that will allow, in our view, to address them without prejudice to their material and historical complexity, both in the objects of study and in the modes of approaching them. Likewise, arise certain issues and problems that arise in the survey of the sources, regarding the link between the railway world and the press, from the practices and modes of circulation as well as the representation of the railway, its uses and potential readings.

Key words: *Railway, print culture, illustrated press, nineteenth century, River Plate*

Fecha de recepción: 27 de marzo de 2017

Fecha de aceptación: 4 de mayo de 2017

Cultura gráfica y desarrollo ferroviario en el Río de la Plata, 1880-1910¹

Ana Bonelli Zapata²

Introducción

Durante las últimas décadas del siglo XIX se presenció un auge de la cultura impresa local en el Río de la Plata. Diversos factores, tanto tecnológicos como culturales, contribuyeron a este auge, muchos de los cuales están siendo estudiados actualmente desde diversas disciplinas: historia del arte, diseño gráfico, historia del libro y de la imprenta, siendo todavía necesaria una sistematización de las herramientas metodológicas y teóricas de los campos.³ En ese mismo

1 Esta investigación se inscribe en el proyecto de tesis del Doctorado en Historia, IDAES-UNSAM, en el que me propongo investigar las relaciones entre el desarrollo de la cultura impresa y el mundo ferroviario en el Río de la Plata entre 1890 y 1910. A su vez, al estar radicada en el IIPC-TAREA, las características de los objetos (materialidad, circulación, visualidad, etc.) y sus conexiones con debates del campo artístico se tornan sumamente relevantes.

2 IDAES-UNSAM

3 Por poner solo algunos ejemplos, Marcelo Garabedian, Sandra Szir y Miranda Lida (eds.).

recorte temporal, se desarrolló el tendido ferroviario que caracterizó y condicionó la integración regional, con una fuerte impronta británica. Las diferentes compañías creadas *ad hoc* para las concesiones de las líneas férreas desplegaron sus estrategias visuales en una gran producción impresa con distintos objetivos. Dispositivos tales como afiches, boletines, mapas, postales o álbumes ilustrados participaron en la cultura gráfica contemporánea, ya fuera en publicaciones propias u otras vinculadas con las actividades ferroviarias, financieras o industriales.



Figura 1: *Guía comercial del Ferrocarril Sud*, Establecimiento Gráfico Argentino S.A., Buenos Aires, 1920 (Archivo de la Fundación Museo Ferroviario).

El proyecto de investigación indaga en las relaciones entre el desarrollo de la cultura impresa y el mundo ferroviario en el Río de la Plata entre 1880 y 1910.

En este marco temporal y geográfico, las vinculaciones trans-

nacionales caracterizaron los procesos sociales, económicos y políticos, conectando y dotando de un sesgo particular la visualidad y la sociabilidad. Partimos de la hipótesis de que estas vinculaciones entre ambos mundos (a partir de la producción y circulación de los dispositivos, la modernización de las técnicas y los modos de trabajo introducida por las compañías británicas, así como la construcción de un imaginario en torno a ideas eje del período) tuvieron una relevancia fundamental en la conformación de la cultura visual del Río de la Plata en las últimas décadas del siglo XIX.

El rol del ferrocarril y las representaciones que en torno a él se crearon y circularon involucraron cuestiones culturales identitarias vinculadas con las políticas estatales, los ámbitos de sociabilidad o las percepciones sobre los extranjeros y las propias compañías. La representación del ferrocarril se asoció, además, a conceptos como el progreso y la civilización, por lo que su imagen estuvo cruzada por estas idealizaciones y la definición que de ellas realizaron los productores y consumidores, en el contexto de transformaciones técnicas, científicas y culturales que

Prensa argentina siglo XIX. Imágenes, textos y contextos. Buenos Aires, Ediciones Biblioteca Nacional/Teseo, 2009; Laura Malosetti Costa y Marcela Gené (eds.). *Impresiones Porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires.* Buenos Aires, Edhasa, 2009; *Atrapados por la imagen. Arte y política en la cultura impresa argentina.* Buenos Aires, Edhasa, 2013; Sandra Szir (coord.). *Ilustrar e imprimir. Notas para una historia de la cultura gráfica en Buenos Aires, 1830-1950.* Buenos Aires, Ampersand (Colección Caleidoscópica), 2016.

caracterizaron a la sociedad de fines del siglo XIX y brindaron sustento a esas mismas idealizaciones.

Circulación del impreso y modernidad

Los trabajos sobre la cultura visual han puesto el énfasis en la sociabilidad de estos objetos, y su condición de *artefactos* culturales, incluyendo distintos factores internos y externos de la imagen que potencian su significado o lo complejizan. La vinculación del impreso con la cultura popular,⁴ y su análisis en contextos en los cuales la imagen no es considerada bajo convenciones artísticas, al estar imbricada profundamente con el contenido, como las estadísticas, planos o mapas,⁵ sientan las bases para la relevancia del estudio de estos dispositivos en su originalidad.

En el contexto de la expansión neocolonialista inglesa, esta vinculación entre la cultura y el lugar de la Argentina en la nueva organización mundial, en la que se verán insertos tanto el desarrollo ferroviario como el campo gráfico, propone nuevas lecturas de los objetos y las imágenes en circulación. En 1857 se inauguró el primer tramo del Ferrocarril Oeste (hoy, línea Sarmiento), entre la Estación del Parque (donde actualmente se encuentra el Teatro Colón) y la Estación Floresta, en el pueblo de San José de Flores. Su locomotora, La Porteña, fabricada por la firma británica E. B. Wilson en Londres y conducida por el inglés John Allan, se transformó enseguida en el símbolo del progreso, a la vez que de la injerencia de los capitales británicos en Argentina, en una escena política compleja, con una nación dividida, y con intereses en conflicto.⁶

Las conexiones entre los gerentes de las empresas ferroviarias y los círculos políticos, culturales o deportivos fueron trazando tanto las características visuales de los dispositivos gráficos, como boletines y

4 Particularmente desde el trabajo de Patricia Anderson. *The Printed Image and the Transformation of Popular Culture 1790-1860*. Oxford, Clarendon Press, 1991.

5 En especial, el trabajo de Dennis Cosgrove. *Geography & Vision. Seeing, Imagining and Representing the World*. London, Tauros & Co, 2008. En el contexto local, ver Carla Lois y Verónica Hollman (eds.). *Geografía y Cultura Visual. Los usos de las imágenes en las reflexiones sobre el espacio*. Universidad Nacional de Rosario, Ediciones Prohistoria, 2013.

6 Véase, a modo general, Mirta Lobato. *El progreso, la modernización y sus límites (1880-1916)*. Col. Nueva Historia Argentina (dir. Juan Suriano). Buenos Aires, Sudamericana, 2000; Fernando Devoto y Marta Madero. *Historia de la vida privada en Argentina*. Tomo 2. La Argentina Plural 1870-1930. Buenos Aires, Taurus, 2002; Fernando Rocchi. *Chimneys in the Desert, Industrialization in Argentina During the Export Boom Years, 1870-1930*. Stanford, Stanford University Press, 2005; Susana Torrado (comp.). *Población y bienestar en la Argentina del primero al segundo Centenario. Una historia social del siglo XX*. Buenos Aires, EDHASA, 2007; Jorge Schwarzer (ed.). *Estudios sobre la historia de los FFCC Argentinos 1857-1940*. Buenos Aires, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires, 2007; Eduardo Miguez. *Las tierras de los ingleses en la Argentina (1870-1914)*. Buenos Aires, Editorial Teseo, 2016.

periódicos, afiches, postales o mapas, a partir de prácticas y usos particulares (tipos y relevancia de los anuncios, circulación de imágenes y clichés entre diferentes publicaciones, por ejemplo), así como la circulación de los mismos en determinados ámbitos y la distribución de las vías férreas, configurando un entramado visual y su paralelo en el desarrollo ferroviario del país.⁷

Las estrategias de comunicación planteadas por las compañías ferroviarias británicas esbozaron algunas de las primeras campañas “publicitarias”, agencias de propaganda, editoriales y disciplinas gráficas que se conformarán como tales durante el siglo XX. La publicidad era, en ese momento, un campo en formación. La primera agencia citada en las historias sobre la disciplina en el Río de la Plata⁸ fue fundada en los primeros años de la década de 1890 por los ingleses Ravenscroft, Rowland & Mills, editores de los periódicos *The Financial Review of the River Plate*, *The Crutch*, *The River Plate Sport and Pastime*, *The Arrow*, y un curioso ejemplar en castellano *Bric-á-Brac*. Sus anuncios, diseminados por las publicaciones citadas así como por otras contemporáneas, los referenciaban como “los únicos agentes en los ferrocarriles del Norte, de Ensenada, Oeste, Central Argentino, Santa Fé a las Colonias, y Gran Oeste Argentino”, así como responsables de las propagandas en vapores, tranvías, *menús* y variados periódicos. Estos anuncios circularon a su vez por las estaciones de los ferrocarriles, y fue gracias al desarrollo de este transporte que fue posible su diseminación a grandes distancias y en corto tiempo. Condición esta fundamental para el comercio, ya que el interés de la *novedad* residía precisamente en lo efímero de esta condición.

Este fenómeno no fue solo local, sino que respondía a un sistema económico y cultural promovido por el imperio británico (con el que la llamada “generación del 80” argentina estableció particulares relaciones). Como señala Raymond Williams, “los ferrocarriles, por supuesto, fueron desarrollados originalmente para transportar gente y mercancías, pero, una vez construidos, transformaron la relaciones de la distribución de la prensa”.⁹

Las compañías británicas desplegaron estas estrategias no solo en cuanto a la circulación de los dispositivos gráficos, sino también en los

7 Un desarrollo específico sobre las redes de sociabilidad compartidas entre estos gerentes, empresarios, editores y políticos fue trabajado anteriormente en el artículo “Prensa, publicidad y crisis en el Río de la Plata. El periódico *The Financial Review of the River Plate* y las estrategias editoriales ante la crisis de 1890”, en: *Actas de las III Jornadas de Estudios de América Latina y el Caribe*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (en prensa).

8 Por ejemplo, Armando Alonso Piñeiro. *Breve historia de la publicidad en Argentina (1801-1974)*. Buenos Aires, Alzamor, 1974.

9 Raymond Williams. *Historia de la comunicación*. Tomo 2. Barcelona, Bosch Casa Editorial (Colección Bosch comunicación), 1992, p. 195.

modos de producción, las relaciones laborales, la integración con otras ramas industriales, ingreso de tecnología e insumos extranjeros, ámbitos de sociabilidad, etc., lo que se continuará en otras publicaciones y ámbitos aparentemente ajenas al contexto ferroviario.

Representaciones del ferrocarril en la prensa porteña

En 1887 apareció el periódico *Lo Svago Istruttivo*, editado por Ignazio y Giacomo Martignetti, dedicado a los trabajadores italianos en el Río de la Plata, escrito en castellano y en el idioma del Dante. Además de noticias sobre “política y lucha de partidos” referida al colectivo italiano, su objetivo era la “educación de su cuerpo, su mente y su corazón”.¹⁰ En su primer número publicó un poema de Manuel de la Revilla titulado “El Tren Eterno”. Este autor español fue un escritor y crítico literario vinculado al krausismo,¹¹ quien fundó y colaboró en diversos periódicos españoles de sesgo democrático y republicano. En su breve poema rescatado por el periódico, el tren aparecía como la metáfora del progreso, conducido por Dios, en el que viajaba la humanidad entera (sin diferencia de orígenes o clases). Fuertemente imbuido de una moral progresista y utópica, el poema presentaba una confianza ciega en el progreso, que nada ni nadie podría parar.¹²

Resulta interesante cruzar este texto del periódico, cuya metáfora reaparece en otros de manera similar, con ciertas construcciones visuales en publicaciones con objetivos y públicos diversos, y con diferentes usos e intenciones de las imágenes.

En el encabezado de la *Revista de Seguros*, aparecida en 1888,¹³ encontramos un desarrollo visual sumamente elaborado en el que toma forma un segundo significado de la metáfora del ferrocarril. En él, bajo la mirada omnisciente de Dios, se desplegaban dos cartelas con el

10 *Lo Svago Istruttivo*, Año 1, N° 1, 1° de febrero de 1887, Buenos Aires, p. 1. (Hemeroteca, Biblioteca Nacional Mariano Moreno).

11 Excede a nuestro trabajo, pero es interesante destacar que la filosofía krausista tomará un vuelo particular en Argentina con Hipólito Yrigoyen. Su inclusión en un periódico de trabajadores italianos, en este sentido, puede ser sumamente significativa. En este sentido, ver Arturo Andrés Roig. *Los krausistas argentinos*. Buenos Aires, Ediciones El Andariego, 2007 [1969].

12 ¡Alto el tren! / Parar no puede. / ¿Ese tren a dónde va? / Por el mundo caminando / en busca del ideal. / ¿Cómo se llama? / Progreso. / ¿Quién va en él? / La humanidad. / ¿Quién le dirige? / Dios mismo. / ¿Cuándo parará? / Jamás...”. Manuel de la Revilla. “El Tren Eterno”, citado en *Lo Svago Istruttivo*, Año 1, N° 1, 1° de febrero de 1887, Buenos Aires, p. 3.

13 *Revista de Seguros*, Año 1, N° 2, 1° de noviembre de 1888, Buenos Aires, p. 1 (Hemeroteca, Biblioteca Nacional Mariano Moreno).

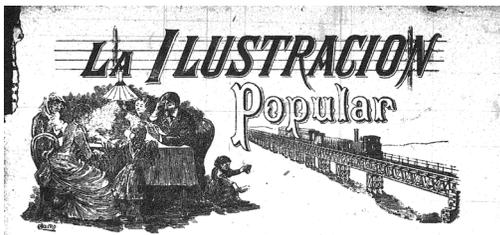


Figura 2: Encabezado de la *Revista de Seguros*, Año 1, N° 2, 1 de noviembre de 1888, Buenos Aires (Rollo 1904, Hemeroteca, Biblioteca Nacional Mariano Moreno).

luciendo a su paso una figura humana. Su presencia condicionaba la lectura del encabezado, el que establecía cierta continuidad entre el trabajo (el hacer) y la divina providencia.¹⁵ En este contexto, y considerando que el objetivo de la publicación era el anuncio y la comunicación de noticias relacionadas con las compañías de seguro, el ferrocarril representaba más una amenaza que un ideal de progreso, vinculado con los sucesos trágicos que diariamente circulaban en la prensa.

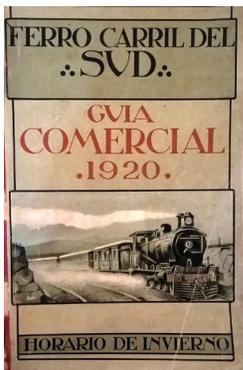


Figura 3: Encabezado de *La Ilustración Popular*, Año 1 N° 1, 16 de agosto de 1891, Buenos Aires (Rollo 1906, Hemeroteca, Biblioteca Nacional Mariano Moreno).

Contemporáneo a este ejemplo, otro periódico publicado en 1891, *La Ilustración Popular*,¹⁶ mostraba en su encabezado dos escenas aparentemente inconexas. En una de ellas, una familia se encontraba reunida alrededor de una lámpara, el padre leía con el ceño fruncido, mientras las mujeres y los niños más grandes escuchaban atentamente, y una niña pequeña jugaba con sus zapatos. Es esta última figura, en apariencia distanciada de sus compañeros, la que conectaba visualmente con la escena opuesta, un ferrocarril cruzando un extenso río.

En la columna titulada “Nuestro Programa”, los redactores del periódico desarrollaron una interesante reflexión sobre el concepto de

14 Esta construcción que aparece en el encabezado del periódico, así como otras del período, conforman discursos visuales sumamente interesantes y complejos, cuyo análisis exhaustivo (tanto de la simbología como de las conexiones con el discurso textual y las redes de circulación del objeto propiamente dicho) escapa al objetivo de este trabajo.

15 Véase Patricia Fleming, “Fac et Spera”, *Emblem Scholars, Emblematica Online*, ed. Mara R. Wade. University of Illinois, 2013. <https://emblematicaonlineuiuc.wordpress.com/research-results/research-papers-2/fac-et-spera/>.

16 *La Ilustración Popular*, Año 1 N° 1, 16 de agosto de 1891, Buenos Aires, p. 1 (Hemeroteca, Biblioteca Nacional Mariano Moreno).

ilustración que, creemos, explica en gran medida la portada. Para empezar, aclaraban “que ni venimos á entablar discordias en dónde solo deben imperar unanimidades [sic], ni que es nuestro objeto ilustrar al pueblo, en el gráfico sentido de la palabra”. Aunque la gran mayoría de sus páginas llevaba por lo menos una imagen, con mayor o menor relación con el texto que la acompañaba, el periódico asumía otro objetivo, más en consonancia con el segundo significado del concepto: venía “á coadyuvar en la obra de la regeneración social, en la rehabilitación de los derechos del pueblo”. Pueblo que “si no disfruta de mayor ilustración es porque las personas que se tienen por ilustradas, se la escatiman á medida que aumentan las necesidades del presupuesto de gastos...”¹⁷

En otro párrafo conectaban ambos significados: “Venimos á presentar el crimen y el vicio con sus verdaderos colores [la publicación era completamente en blanco y negro], á fin de hacerlo aborrecible”. Es decir, el elemento visual era una herramienta pedagógica y moral en su empresa de *ilustrar* al pueblo. Lo visible tenía la capacidad de hacer sentir desprecio, aborrecimiento, por aquello que los redactores consideraban un crimen. En su sección “Sucesos de la semana”, las tragedias representadas visualmente consistían en asaltos, accidentes de carruajes, duelos por amores e intentos de suicidio. En los textos se aumentaba la narración, aunque los autores de tales desgracias mantenían su anonimato. Lo relevante, para los responsables del periódico, era el suceso, la tragedia, y el precepto moral que lo condenaba.¹⁸

¿Qué función cumplía, entonces, el ferrocarril en la portada del semanario? Más allá de la fe en el progreso tecnológico, o el azar y la posibilidad de caos que este progreso implicaba, los editores de *La Ilustración Popular* encontraron un tercer atributo que lo conectaba con esa modernidad tecnológica y cultural que lo incluía: la circulación y la actualidad. La prensa, así como los medios de transporte, permitió que los conocimientos científicos y técnicos circularan por un mundo cada vez más conectado, modificando las prácticas de lectura de un público creciente. Es decir, posibilitaron la llegada de

17 Ibidem, p. 2.

18 La mayoría de las ilustraciones llevan la firma de Miró, quien participó, por ejemplo, en el álbum de litografías *Estadística Gráfica. Progreso de la República Argentina en la Exposición de Chicago*, Rosario, Empresa para la Patria Ilustrada, 1893, en el que se representan diversos establecimientos industriales y comerciales, con el objetivo de promoverlos en la Exposición Continental en Estados Unidos. Si bien excede a nuestro trabajo, debemos destacar que este dato resulta significativo, ya que nuevamente aparece la palabra *ilustración*, esta vez en la empresa editorial, así como podemos encontrar paralelismos en los objetivos pedagógicos y moralistas que ambas publicaciones se proponen. Trabajé sobre este álbum en el artículo “Fachadas en venta. Imágenes impresas, estadística y geografía en la Exposición de Chicago de 1893”, en Sandra Szir (coord.): *Ilustrar e imprimir, op. cit.*

ese discurso visual, moralizador, a poblaciones distantes geográfica y culturalmente.

Asimismo, tanto la prensa como las nuevas tecnologías fueron relevantes en el surgimiento de las categorías de lo *nuevo* y el *presente*. Víctor Goldgel, en su trabajo sobre el surgimiento de la novedad en la literatura de América Latina, comenta que “la prensa periódica (y en particular la noticia) contribuye de esta manera a que el presente deje de ser algo simplemente instantáneo y empiece a durar, es decir, produce el nacimiento de la actualidad”.¹⁹

Era gracias al ferrocarril, entre otros medios técnicos,²⁰ que las noticias de sucesos llegaron hasta la redacción del periódico, así como también este nuevo transporte permitió que los objetos impresos circularan por el país, conectando grandes ciudades con pequeños pueblos de frontera y estancias y construyendo, al mismo tiempo, como vimos, un imaginario que oscilaba entre el riesgo y el azar, por un lado, y el progreso científico, racional, y la modernidad, por el otro.

Conclusiones

Desde la perspectiva de los estudios culturales, la “modernidad”, como “expresión de los cambios en la llamada experiencia subjetiva, o como abreviatura de grandes transformaciones sociales, económicas y culturales, ha sido familiarmente vinculada a la historia de unas pocas innovaciones talismánicas”,²¹ particularmente el ferrocarril, tanto por su potencialidad tecnológica como por el riesgo permanente, el azar y el caos dentro de un contexto urbano en constante modificación.²²

A su vez, el ferrocarril, como técnica misma, estuvo inmerso en las grandes transformaciones sociales, económicas y culturales en las que la circulación de discursos, sujetos y objetos jugó un rol relevante modificando la percepción de categorías hasta ese entonces permanentes. En

19 Víctor Goldgel. *Cuando lo nuevo conquistó América. Prensa, moda y literatura en el siglo XIX*. Buenos Aires, Siglo Veintiuno (Colección Metamorfosis), 2013, p. 87.

20 Entre ellos el telégrafo. Es de destacar que por lo general son las mismas compañías las que impulsaban el desarrollo telegráfico a la par que las vías ferroviarias.

21 “‘Modernity’ as an expression of changes in so-called subjective experience or as a shorthand for broad social, economic, and cultural transformations, has been familiarly grasped through the story of a few talismanic innovations”. Leo Charney y Vanessa R. Schwartz. “Introduction”, en: *Cinema and the Invention of Modern life*. Berkeley, California, University of California Press, 1995, p. 1.

22 En este sentido es recomendable el capítulo “Representing the Railway”, en Peter Sinnema. *Dynamics of the Pictured Page. Representing the Nation in the Illustrated London News*. Aldershot, England, Ashgate, 1998, pp. 116-140, en el que el autor aborda las ilustraciones del periódico victoriano sobre los avances y las tragedias del ferrocarril.

palabras de Tom Gunning, “en todos estos nuevos sistemas de circulación el drama de la modernidad se delinea a sí mismo: el colapso de las experiencias previas de espacio y tiempo a través de la velocidad (...)” entre otros grandes cambios de la experiencia cotidiana.²³

El recurso del ferrocarril utilizado como metáfora del *progreso* y lo *moderno* se vinculaba, por lo general, con la realidad de la conexión de pueblos distantes, la posibilidad de desarrollo comercial e industrial de regiones alejadas de las grandes ciudades, así como del acceso al consumo de objetos, información y modas. Consumo en gran medida *homogeneizador*, dentro del contexto de construcción de una identidad nacional en el que la gráfica misma jugó un papel fundamental, a partir de la circulación de discursos, emblemas, paisajes y héroes nacionales, por ejemplo.

Para los grandes autores de la ruptura de la modernidad, como Aby Warburg o Walter Benjamin, la imagen “se convertía en la encrucijada sensible de esta escisión: un síntoma, una *crisis de tiempo*”.²⁴ A partir del análisis y la confrontación de las imágenes impresas con el discurso escrito, podemos encontrar estas crisis, estos detalles sintomáticos. Establecen entre ellos una relación no armónica, sino que, en palabras de Peter Sinnema, sería un “ensamble de contradicciones”.²⁵ Contradicción en el mismo discurso escrito, tensiones en la imagen, en los tiempos y experiencias que se cruzan, en la percepción que intenta ordenar ambos discursos.²⁶

Las vías del ferrocarril han marcado mucho más que el paisaje, ya sea urbano o rural. Han atravesado las estructuras tradicionales al igual que la espesura de la selva, llevando la civilización y la modernidad como bandera. Han provisto una nueva forma de ver el paisaje, de conectar la experiencia cotidiana con el tiempo, el espacio y los objetos. En este sentido, la prensa periódica y el ferrocarril se postularon como las grandes novedades del siglo, marcadas por la rapidez, la actualidad y la modernidad, pero también garantes de la libertad de expresión, la civilización y la democracia, y la naciente opinión pública, en un contexto en el que la modernidad proponía muchas veces un entorno inestable en tensión casi permanente.

23 “In all of these new systems of circulation, the drama of modernity sketches itself: a collapsing of previous experiences of space and time through speed; an extension of the power and productivity of the human body; and a consequent transformation of the body through new thresholds of demand and danger”. Tom Gunning. “Tracing the individual body: Photography, Detectives, and Early Cinema”, en Leo Charney y Vanessa R. Schwartz: *Cinema...*, op. cit., p. 16.

24 Georges Didi Huberman. *Ante el Tiempo. Historia del arte y anacronismo de las imágenes*. Buenos Aires, Adriana Hidalgo Editora, 2008, p. 296.

25 Peter Sinnema. *Dynamics of the Pictured Page*, op. cit., p. 2.

26 Véase el artículo citado anteriormente en la cita 6, “Prensa, publicidad y crisis en el Río de la Plata”, op. cit. En este trabajo desarrollo las tensiones entre el discurso textual sobre la situación económica y el ordenamiento visual de la publicación.