

Don Quijote (1884-1902): la prensa satírica, entre el público y el pueblo.

Roman, Claudia.

Cita:

Roman, Claudia (2011). *Don Quijote (1884-1902): la prensa satírica, entre el público y el pueblo*. XIII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia de la Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Catamarca, Catamarca.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-071/439>

Mesa 71

Historia, medios, cultura y sociedad. Argentina desde fines del siglo XIX hasta la actualidad

Coordinadoras: Juárez, Laura y Ana Lía Rey

Don Quijote (1884-1902): la prensa satírica, entre el público y el pueblo¹

Roman, Claudia (Facultad de Filosofía y Letras/ UBA)

22277223

balerdiroman@fibertel.com.ar / laudiaroman@hotmail.com

En 1884 un dibujante español republicano, Eduardo Sojo, comenzó a publicar en Buenos Aires un semanario de caricaturas que sería central en el diarismo del último cuarto del siglo XIX: *Don Quijote*. Su publicación venía a disputar el espacio de la prensa satírica que dominaba indiscutiblemente ese espacio desde dos décadas atrás, *El Mosquito* (1863-1893) de Henri Stein. Sojo, principal redactor y dibujante de su semanario, no sólo tenía características personales muy diversas de las de Stein, sino que contaba con experiencias, habilidades y capacidades muy distintas: se había formado como periodista y caricaturista en Madrid al calor de una práctica profesional que, sistemáticamente, había sido al mismo tiempo la de su militancia política. Esta práctica había sido eficaz y exitosa, y cierta fama escandalosa precedía su llegada. Esta popularidad era posible porque Sojo venía desempeñándose en un contexto político y social muy diverso respecto del que encontraría en Buenos Aires: el público español de caricaturas alcanzaba sectores amplios y populares, y la prensa se enfrentaba a conflictos de censura mucho más serios que los que se hubieran planteado alguna vez para la prensa porteña.

Todos estos elementos modelaron y definieron las intervenciones públicas de *Don Quijote* respecto de sus colegas periodísticos, el poder estatal y los diferentes sectores políticos. Y por eso, al tiempo que –como se sabe– se transformaba la composición social y cultural porteñas, *Don Quijote* impuso un nuevo tipo de vínculo con sus lectores, interpelados como público y como pueblo, lo que fue particularmente visible en algunos momentos clave de la historia política y cultural argentinas, como la Revolución del Parque.

Mi trabajo, en suma, tiene como objetivos:

¹ Este trabajo retoma varios problemas que abordo en la tesis doctoral “La prensa satírica argentina del siglo XIX: palabras e imágenes”, dirigida por la Prof. Cristina Iglesia, que será defendida en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires durante 2011.

- Puntualizar los elementos que distinguen a *Don Quijote* de las publicaciones satíricas que hasta entonces se habían editado en Buenos Aires,
- Señalar los rasgos formales y enunciativos evidencian su lugar de transición hacia la prensa masiva (y más concretamente, hacia el modelo del *magazine* y la prensa popular);
- Trazar una breve historia del periódico, mostrando los modos en que modificó los vínculos entre prensa y público;
- Llamar la atención sobre las principales estrategias que le permitieron registrar e incorporar representaciones de ese público dividido entre “los políticos” y “el pueblo”; representaciones que sin duda buscaban modelar un discurso común entre el periódico y sus lectores.

1. El desembarco de *Don Quijote* (1884-1893)

Don Quijote comenzó a editarse en agosto de 1884 y, tras muchas intermitencias marcadas por sucesivas suspensiones y clausuras, así como por viajes de ida y vuelta a España de Eduardo Sojo (1849-1908), su editor y principal dibujante, dejó de publicarse casi veinte años más tarde, en 1903.² Sojo había llegado a la Argentina hacia 1883. Para entonces era un periodista, caricaturista y militante republicano con prestigio y fama propios en España. Buena parte de esa celebridad tenía que ver con la virulencia censora que habían suscitado sus prácticas de agitación política en y a través de los periódicos: sus intervenciones en *El Caos*, *El Pirata*, *El Cantón Murciano*, *El Motín*, *Madrid Cómico*, *Gil Blas*, y *La Broma*, le habían ganado un cúmulo de procesos judiciales. En esto, sin embargo, el contexto español se distanciaba del americano, y muy concretamente, del porteño: si bien, hacia finales de siglo, existía un cúmulo de legislación provincial y nacional que regulaba la publicación de impresos, uno y otro estado habían ejercido su potestad de censura en casos contados, y recordados como excepcionales.³ En España, en cambio, Sojo se había formado en este ejercicio, y podía

² Todavía entre ese año y noviembre de 1905 se publicó en Buenos Aires una nueva versión del periódico, titulado *Don Quijote Moderno*.

³ Lo que quizá se debiera a que las diversas facciones políticas podían acordar en que el papel del diarismo era indispensable para la reproducción de todas ellas, así como del aparato estatal –y, por tanto, que aun los periódicos que ejercían la sátira de manera más corrosiva, antes que perjudicar tal proceso, contribuían también a esa reproducción-. Un estudio pormenorizado de los momentos en que el estado provincial y/o el nacional decidió intervenir sobre la prensa, erigiendo a periódicos, editores y periodistas

legítimamente cimentar su prestigio y su práctica como periodista y caricaturista profesional en esos procesos judiciales y en esos ataques que, lógicamente, daba a conocer en sus periódicos como prueba de su eficacia revolucionaria. Esta módica fama le había ganado a Sojo —el caso no era excepcional en la prensa decimonónica— la absoluta identificación con su nombre de pluma: Sojo había elegido ser “Demócrito”, tomando su nombre del filósofo presocrático risueño, extravagante y longevo.

Al parecer, Sojo no traía a Buenos Aires con proyecto profesional definido. Desde su llegada ocasionalmente en algunas publicaciones periódicas; entre ellas, en *El Mosquito*, cuyas páginas habían comentado y celebrado su ingreso a la actividad periodística local, dando lugar a una muestra de su trabajo en sus dos páginas centrales.⁴ Algunos meses después, Henri Stein, director de *El Mosquito* y, sin duda, principal caricaturista y periodista político desde hacía dos décadas, saludó la salida de dos periódicos de sátira política *La Presidencia* (tercera época) y de *Don Quijote*. El “saludo” servía además para dar la bienvenida a Sojo, quien estaría a cargo de las caricaturas en ambos casos:

(...) *El Mosquito* espera tener ocasión de cambiar con los distinguidos colegas algunos lanzasos y pelear con ellos á ‘armas corteses’ y Stein, su caricaturista, antes de la lucha, apreta afectuosamente la mano á Demócrito, el espiritual caricaturista y literato humorístico madrileño, (...).

Salud, pesetas y buen humor les desea el veterano y hasta ahora invencible decano de la prensa humorística de la América del Sud. (“Saludo”, *El Mosquito*, XXII, 1128, 17-8-1884, p.4 c.2)

Desde mediados de la década de 1870 periodistas y periódicos españoles habían migrado con frecuencia a Buenos Aires; algunos de ellos, como Enrique Romero Jiménez y Juan Martínez Villergas, habían probado suerte en la prensa satírica local con relativo suceso, pese a que sus periódicos —estrictamente vinculados a campañas y acontecimientos políticos locales— ya habían desaparecido. El intercambio de cortesías

en adversarios políticos, revelaría seguramente cierta síncopa vinculada con su propio desarrollo y con conflictos que definieron su capacidad como tales. Así sucede, por ejemplo, cuando durante 1833 —un momento de particular reconfiguración de las fuerzas políticas— o, más adelante, en 1856 —en plena tensión entre las facciones del Buenos Aires autónomo—, los escándalos y las intervenciones estatales en este sentido se multiplican. Fabio Wasserman ha estudiado en detalle el funcionamiento de las regulaciones de imprenta durante estos períodos (Wasserman: 2009).

⁴ “El afamado caricaturista Demócrito, que llegó hace poco de Madrid para establecerse aquí, nos ha favorecido con dos caricaturas (páginas 3 y 4) que publicamos gustosísimos y agradecidos.

Demócrito, á la vez que hábil dibujante, es un literato de talento que ha dejado fama en España. Su gran habilidad unida á los dotes que le distinguen, le harán colocarse pronto á una altura merecida y envidiable.” *El Mosquito*, 2-12-1883, p. 4 c. 1.

y en particular, el suelto que se acaba de citar, resulta así elocuente del modo en que *El Mosquito* consideraba la llegada de este nuevo representante de la prensa satírica española: Stein daba por hecho que se trataba del ingreso de un nuevo medio y de un nuevo personaje a un conjunto de reglas de disputa previsibles y preestablecidas, en las que su periódico mantenía una posición dominante. Entre esas regulaciones, la de oro de las “armas corteses” a la que alude Stein supone que el ataque satírico o injurioso no debe jamás ejercerse de manera sistemática y plena contra los grupos que ocupaban el Estado en tanto tales. En efecto, desde la caída del gobierno de Rosas esa había sido la trayectoria de la prensa satírica porteña: a diferencia de lo que podría esperarse, los periódicos de este tipo podían atacar a un personaje (emblemáticamente, Sarmiento), una serie de acciones (típicamente, diferentes disposiciones locales o municipales) o aun a un grupo que ocupara algún espacio de poder (como los que habían constituido, en diversos momentos de las décadas de 1860 y 1870, las redes mitristas). Pero desde la caída de Rosas y hasta entonces, ningún periódico se había ubicado en un lugar tal de exterioridad que pudiese representar, en sentido estricto, un polo ajeno y opuesto al poder del estado; polo desde el que podía legítimamente, por eso, criticarlo y fustigarlo (lo que, por cierto, era posible además porque en ambos casos podía advertirse, en diversas dimensiones, la potencia y la voluntad de estabilidad de poder en el marco de una estructura estatal). Y recíprocamente: desde la caída de Rosas, ningún periódico había experimentado censuras, multas y suspensiones con la intensidad con que lo hará *Don Quijote*, especialmente a lo largo de su primera década de existencia.

La reiterada alusión de *El Mosquito* al “humorismo” (que no solapaba la vena “satírica” de los escritos de Sojo y su destreza en la “prensa de combate”, conceptos con los que la trayectoria del periodista y caricaturista español se identificaba plenamente) confirma el carácter de tal cortesía. Pocos meses más tarde la presencia e intervenciones de *Don Quijote* y de Eduardo Sojo transformarían ese estado de cosas, tanto respecto de sus colegas periodísticos como en lo que hace a las redes de sociabilidad que hasta entonces existían entre hombres públicos, políticos, dibujantes y periodistas. La frase-insignia de *Don Quijote*, “Este periódico se compra pero no se vende” (fig. 1), planteaba la singularidad desde la que Sojo presentaba su empresa, tanto personal e ideológica como en lo que haría a esas redes política y de sociabilidad.

2. La novedad de los clásicos: retórica visual y potencia satírica

El primer número de *Don Quijote* se publicó el 18 de agosto de 1884. Su formato era el habitual para las publicaciones satíricas de la época: un pliego a tres columnas, con un vistoso frontispicio y en cuyas páginas internas se incluían las caricaturas. En los primeros tiempos Sojo estuvo acompañado en la redacción por José Sixto Álvarez (“Fray Mocho”); Manuel García fue, en cambio, un colaborador permanente durante sus casi veinte años de existencia. En su parte “artística” fue secundado por Manuel Mayol (quien firmaba como “Heráclito”, alternando a veces con Sojo y los seudónimos “filosóficos”) y, desde 1887, por José María Cao, “Demócrito II”.⁵

La sátira verbal que proponía el periódico de Sojo apelaba a un espectro de géneros, recursos y figuras que la prensa satírica podía considerar ya como propios, y que tornaban, de un modo u otro, a la fuente común de la tradición áurea española: poemas de diverso tipo en los que retornan los estribillos reconocibles; diálogos costumbristas y ficciones de diálogo “íntimo” entre personajes públicos abiertos ante los ojos del lector para develar el doblez y la hipocresía de políticos y funcionarios notables; “peti-piezas” o pasos de comedia con los mismos personajes; en la última página, sueltos reveladores de la trama política y del diarismo, epigramas y ocurrencias diversas en prosa o en verso que exhibían el talento ingenioso de su redacción. Si algo destacaba a estas páginas exteriores, no era la renovación de sus recursos, sino la tenacidad en el tono violento e hiperbólico, sostenido a lo largo de todas sus ediciones, así como la reiteración en los blancos oficiales de los ataques (cualidades todas por las que *El Mosquito*, según se advierte rápidamente, se convertía en el opuesto simétrico de *Don Quijote*). Pero sin duda las caricaturas fueron las que más rápidamente llamaron la atención del público lector, porque proponían un lenguaje visual que, aunque bien probado en el contexto europeo, resultaba novedoso y desafiante en su adaptación al contexto local. En un doble sentido: porque personajes y sucesos que resultaban blanco de la sátira nunca habían sido atacados de ese modo, y porque el público porteño tampoco estaba habituado a su poética ni a ejercitarse en las interpretaciones que

⁵ Si bien había utilizado este seudónimo ya en sus primeras intervenciones periodísticas, en España, el mantenerlo en *Don Quijote* Cao reforzaba de hecho la identificación estética, política y aun ética entre director y dibujante. Ocasionalmente, y sobre todo cuando Sojo había caído preso o estaba ausente, firmó las caricaturas y algunos sueltos “Dulcinea”. Esta firma podría corresponder a la de la primera esposa de Sojo, Luisa M., quien colaboró con él en diversos emprendimientos periodísticos. Su segunda esposa, Ascensión Blasco, fue editora también de otro de sus periódicos: *La Mujer*, y figuró como propietaria de *Don Quijote Moderno*.

requería. *El Mosquito*, bajo la mano de Stein, se había inspirado, y no pocas veces había copiado y adaptado al ámbito argentino imágenes de algunos de los periódicos satíricos franceses contemporáneos más conocidos, como *Le Grelot* o *Le Journal Amusant* – periódicos que, de hecho, muy posiblemente circularan también en las grandes ciudades argentinas. Pero en *Don Quijote* Sojo no copiaba, sino que importaba su propio arsenal de caricaturista para producir imágenes inéditas y grotescas de personajes y sucesos locales. Trasladas de Europa a América, su conjunto de convenciones iconográficas y satírico-iconográficas -que bien podían ser ya “clásicas”-, se radicalizaban: se volvían a la vez más sorprendentes y más eficaces; más atractivas y más violentas.

Incluso el sistema de referencias culturales de las imágenes producía este efecto; particularmente, porque se trataba de un sistema basado en intertextualidades cuyo objeto primero venía ya juzgado como valioso y prestigioso. Tal como explica Laura Malosetti Costa, “Demócrito era un dibujante erudito, sus caricaturas abundan en citas, guiños y parodias de obras de arte consagradas en el *corpus* de la gran tradición artística occidental y en particular de la española (...)” (Malosetti Costa, 2005: 258).⁶ Resultaba difícil, por tanto, acusar a Sojo y a su conjunto de colaboradores de meros copistas o, más sencillamente, de falta de preparación o de talento.

A través de la articulación de palabras e imágenes, o lo que es lo mismo, del entramado de tradiciones estéticas y claves retóricas de cada uno de estos lenguajes, Sojo logró acuñar rápidamente un léxico visual propio: un conjunto de representaciones que singularizaron su periódico. Esas representaciones, exitosas y perdurables, son alegóricas: organizan un código en la que a cada elemento significativo le corresponde, inequívocamente, un único significado y un único sentido. Algunos elementos de este “léxico” son bien conocidos, desde que han sido citados reiteradamente en los trabajos que se ocupan de su periódico: Miguel Juárez Celman es “Celemín”, un burro o ser humano con orejas de burro; su hermano Marcos, un gaucho de aspecto violento y desgredado; Calos Pellegrini es “Pelele” o “Pelelegringo”, de figura distinguida por la extrema delgadez y el largo de las piernas, y representado a veces como una jirafa; Julio A. Roca, es casi siempre el “zorro”, sibilino y maquiavélico; Torcuato de Alvear es

⁶ Esta erudición era orgullosamente ostentada por Demócrito, y marcaba otra diferencia con el periódico de Stein, que ocasionalmente recurría y había recurrido a alguna alusión o parodia de obras muy conocidas (v., por ejemplo, los usos del motivo del *Juicio de París* en las tapas de las ediciones del 19-4-1874 y, casi siete años más tarde, del 11-9-1881, con referencia, respectivamente, a las elecciones parlamentarias de 1874 y a las disputas entre roquistas y juaristas por las de gobernador de Entre Ríos; o su parodia *mitrista* del *Juramento de la cancha de pelota* de David), pero no hacía de tal intertextualidad, en modo alguno, un eje de su sistema expresivo ni de su sistema de representaciones.

“Palmerín”, representado por una palmera (en alusión, como ya lo había señalado *El Mosquito*, a su polémica decisión de importar esas plantas para decorar la Plaza de Mayo); el jefe de policía Arturo Capdevila –un enemigo central y “personal” de Sojo y de *Don Quijote*-- es “cabo de vela” (con una vela siempre a medio derretir en medio de su anatomía); los “faroles” colocados sobre las diversas figuras políticas como símbolo de “incondicionalidad” juarista (la referencia corresponde a un mitin y movilización nocturnos, con faroles, que realizaron durante su disputa con el roquismo los partidarios de Juárez Celman, y que fue promovido por Ramón Cárcano, representado, a su vez, como un mono)... La sutileza plástica de las imágenes de este nuevo “bestiario” político se complementaba así con una sencillez en su articulación retórica que facilitó, sin dudas, la pregnancia de sus imágenes. (fig. 2)

A todos ellos se contraponen las figuras de Quijote y Sancho Panza, que desde el interior del periódico, y como era ya una tradición consolidada, combaten, comentan o aun aconsejan a los diferentes personajes que el periódico pone en escena. La matriz novelesca del nombre del periódico y las alusiones –aunque muy generales-- a la trama cervantina emergen de cuando en cuando, y refuerzan la imposición de un lenguaje común cuyas alusiones son presumiblemente familiares a un conjunto muy extendido de lectores y lectoras y, por tanto, fácilmente decodificables.

A esta matriz se sumaban además dos elementos característicos del lenguaje visual de *Don Quijote*: el primero, la presencia de figuras femeninas bellas y estilizadas, no caricaturescas sino alegóricas, que experimentan y, a menudo, padecen, diverso tipo de prácticas (presión, opresión, tortura, flagelamiento...) por parte de los personajes del “bestiario” político. Estas mujeres, sin embargo, no siempre expresan sufrimiento: muchas veces su rostro está relajado, la mirada casi ausente, la boca casi en una sonrisa beatífica indudablemente vinculada a la imaginaria de la pasión religiosa (y a veces, por añadidura, recuperando explícitamente las dimensiones eróticas de esa pasión: v., por ejemplo, la caricatura del 1º de abril de 1888).⁷ (fig. 3)

Así, la *patria*, la *república* -incluso la *capital federal*- o cualquier otra de las bellas alegóricas de *Don Quijote* permanece “en” caricatura pero, simultáneamente,

⁷ “Casi todos los años [Sojo] eligió el domingo de pascua de resurrección para publicar las imágenes más transgresoras, utilizando un recurso casi infalible: el desafío a la moral sexual en imágenes político eróticas (...)”, puntualiza Malosetti Costa (2005: 256), ejemplificando el caso con la del 17 de abril de 1886. Dos años más tarde, en la caricatura censurada a la que me refiero aquí, su precisa definición se aplica igualmente. V. especialmente el primer cuadro de la secuencia, en el que el presidente Juárez Celman flagela con un silicio junto al que se lee “elecciones” a una república de espaldas y en portaliagas...

preservada e intocada por la deformidad, en un plano simbólico que interactúa con el caricaturesco, sin mancillarse. El segundo personaje es el pueblo, cuyo reclamo se reitera en la zona verbal del periódico y aparece, con menos frecuencia, bajo la alegoría de un personaje viril y primitivo en sus ilustraciones. (fig. 4 y 5)

Este amplio espectro de recursos –la sencillez de la articulación alegórica del “bestiario” político, las referencias visuales y verbales a matrices narrativas, tradiciones y discursos muy conocidos y las figuras alegóricas-, sumados a las alusiones plásticas “eruditas” que Sojo podía desplegar, hicieron de *Don Quijote* no solo un objeto cultural que renovaba la prensa satírica local. Pero lo convirtieron además en un periódico diseñado estratégicamente para alcanzar un público más variado y ampliado que aquel que, en principio, suponía por entonces el *El Mosquito*.

3. Intervención política y conflicto por el mercado: estrategias de *Don Quijote* frente a la prensa periódica y frente a las fuerzas políticas

El primero de los lemas que *Don Quijote* ostentaba en su frontispicio sintetizaba su profesión de independencia de patrocinadores políticos o comerciales: *Vengan cien mil suscripciones/ y afuera las subvenciones*”. El dístico da en el centro del conflicto por la reclamada modernización de la prensa periódica americana a fines del siglo XIX: la oposición entre “suscripciones” y “subvenciones” es la consigna que plantea una prensa que se quiere autónoma respecto de las fuerzas partidarias que se disputan el control de un estado nacional que está creciendo y estructurándose aceleradamente, y en el que los diferentes sectores de clase y políticos intentan asegurarse un espacio y una cuota propios. Hasta los primeros años de la década de 1880, y muy concretamente, hasta el final de la presidencia de Julio A. Roca, estos sectores parecen encontrar imprescindible el contar con un diario. Tal como lo ha analizado pormenorizadamente Paula Alonso (1997), los periódicos no sólo eran voceros de esos sectores, sino que a menudo se constituían en su foro, entendido como espacio de discusión interna; en este sentido, eran, simultáneamente, espacios enunciativos y dispositivos de regulación interna. De este modo, antes que instrumentos de interpelación de un por entonces improbable público “independiente”, los periódicos eran instrumentos imprescindibles para el sostén, la reproducción y la dinámica de intercambios entre estos sectores o fuerzas. La prensa satírica añadía a estas funciones la de hacer visibles, literalmente, personajes y acontecimientos: daba forma a los rostros y contorno a los sucesos, y con ello, realizaba

una tarea de síntesis de innegable capacidad persuasiva. Sin necesidad de argumentar ni de extenderse en descripciones, injurias o encomios, una caricatura podía, por ejemplo, dar por sentado el prevaricato ejercido por Dardo Rocha al dibujarlo con una bota sobre su cabeza: los lectores sabían que esa bota era un “botín”, y que ese botín paronomasia y metáfora mediante, era la ciudad de “La Plata”. Contar con un periódico satírico, por tanto, significaba para cualquier grupo, fuerza o facción la posibilidad de intervenir sobre los conflictos de una manera rápida, pregnante y eficaz. Más difícil resultaba imaginar cómo negociar con un periódico que, en principio, declaraba su independencia política y económica como parte de un programa editorial.

Para *Don Quijote*, la temprana reivindicación de las “suscripciones” es, entonces, un programa político a la vez que un modo de insertarse en un mercado periodístico todavía pequeño y con un público que apenas comienza a ampliarse.⁸ En este sentido, la intervención de *Don Quijote* es casi vanguardista: se propone dividir un público mínimo en un mercado reducido, y al hacerlo, se singulariza respecto del periodismo que comparte ese mercado con él.⁹

¿Hasta qué punto era, entonces, auténtica la independencia del periódico? La respuesta puede encontrarse en uno de los episodios más conocidos y más estudiados que protagonizó el periódico: su primer conflicto severo con la administración del entonces presidente Miguel Juárez Celman. En 1887, el diputado Lucio V. Mansilla había reclamado a la Cámara a la que pertenecía que dispusiera la cárcel para el “galleguito” Sojo, por una caricatura publicada el 4 de septiembre. En ella, el presidente Juárez Celman, el vicepresidente Pellegrini, el ministro de Interior Wilde, y los diputados Mansilla, Ataliva Roca y Miguel Laurencena, junto con otros parlamentarios - travestidos todos estos en corderos- giraban una prensa bajo la cual una figura femenina,

⁸ Como otros periodistas españoles llegados a la Argentina y que practicaron su profesión durante la década de 1870, Sojo mostró cierta simpatía por Bartolomé Mitre y sus partidarios. No obstante, esta afinidad parte de las declaraciones que Sojo hace en su periódico, y no hay documentos que permitieran afirmar que esta “simpatía” tuvo como correlato un apoyo económico directo o indirecto por parte de este sector. Más tarde, como se verá, Sojo y su periódico apoyan abiertamente a las fuerzas que se preparan a derrocar a Miguel Juárez Celman. El semanario jamás satiriza a los radicales, pero se abstiene de hacerlo no por alinearse con la Unión Cívica, sino porque los representa como fuerzas “populares” y, en tanto tales, en la práctica los figura independientes de su propia facción.

⁹ A partir de 1887, la oposición con *El Mosquito*, cada vez más ostensiblemente alineado con el estado nacional y particularmente con el círculo íntimo del presidente Juárez Celman, Sojo agudiza la competencia con el periódico de Stein, que responde acusando de chabacanería a las imágenes de su competidor, y denunciando su independencia como impostura. Parodia *El Mosquito*: “El periódico ‘El Mosquito’ tiene cien mil suscripciones/ Y ‘Don Quijote’ si vive/ lo debe a las subvenciones” (*Don Quijote*, IV, 19, 28-12-1887, p. 4 c. 1).

en cuyo gorro se lee “Capital Federal”, no paraba de echar por la boca monedas de oro (fig. 6). La escena no solo ridiculizaba a los principales funcionarios del poder ejecutivo, y a muchos de los juaristas del congreso, sino que denunciaba, una vez más, el negociado por las obras de salubridad en la Capital Federal. Implicaba, por tanto, no sólo una disputa política, sino acusar a los involucrados por la comisión de un delito que era posible porque quien lo perpetraba estaba en ejercicio del poder estatal.

Esa misma Cámara, a instancias de la palabra de Mansilla, decretó —en una decisión inédita y, además, inconstitucional— la prisión de Sojo hasta el fin del período parlamentario. La prensa se pronunció contra la Cámara casi en su totalidad y, gracias sobre todo a una campaña llevada adelante en los periódicos y a la apelación, por parte de Sojo, no solo a la solidaridad de sus colegas sino a autoridades como el Ministro de España —aun cuando esta apelación fuera desestimada por tales autoridades—, el dibujante fue finalmente excarcelado.¹⁰

Debido a la inusitada violencia de la reacción juarista, lo célebre de las figuras involucradas e incluso por las consecuencias jurídicas que tuvo,¹¹ este episodio ha llamado la atención de quienes se ocuparon del periódico de Sojo (Vázquez Lucio: 1985 y 1988; Matallana: 1999; Boyadjian: 1999); y ha sido sutilmente analizado, en sus detalles así como en las reacciones, efectos y consecuencias materiales y discursivos que desencadenó, en términos de disputas por los valores y las concepciones de la nacionalidad —y del poder— que puso en juego (Malosetti Costa, 2005: 260-263).

Pero este episodio permite además analizar los clivajes que *Don Quijote* ya estaba produciendo en el mercado periodístico y en el campo de las disputas políticas. Concretamente, muestra que la prensa satírica necesita replantear su espacio y los valores que la legitiman. Y por eso *El Mosquito*, por su parte, aprovecha la disputa para defender simultáneamente sus alianzas políticas y su propio espacio como periódico: defendió tibiamente las potestades de la caricatura, siempre y cuando no pasaran “los límites de la decencia”; se ocupó especialmente de las “indirectas” —según las llama-

¹⁰ El episodio puede seguirse en las primeras planas de los principales diarios de la época. Para cotejar versiones e interpretaciones contrapuestas, puede seguirse la evolución de esta noticia en las ediciones de *La Nación y Sud-América*, entre principios y fines de septiembre de 1887.

¹¹ El llamado “Fallo Sojo” es citado habitualmente como primer antecedente argentino del “control de constitucionalidad”; vale decir, de la capacidad o potestad de un poder para intervenir sobre la jurisdicción de otro. En este caso, la Cámara de Diputados de la Nación se había atribuido una función que solo puede ejercer un miembro del poder judicial (había dictaminado la prisión de Sojo). Por eso, la Corte Suprema de la Nación dictamina que el “recurrente” debe “ocurrir donde corresponda”, vg., ante un juez.

que le propinaban algunos diarios opositores y favorables a *Don Quijote*, y explotó el asunto en las caricaturas de sus ediciones de septiembre. Aunque en ellas Sojo no aparece representado con deformaciones notables, el grado de violencia de estas caricaturas se juega en el contexto en que coloca al caricaturista, a su “personaje-periódico”, a sus acciones e incluso a sus lectores. Su agresividad está en sintonía con la que Mansilla había exhibido en la Cámara (fig. 7 y 8).

En la Cámara, Mansilla había declarado conocer al “galleguito” Sojo, e incluso conocer su venalidad, ya que él mismo le habría pagado tiempo atrás para que trabajara a favor del Comité rochista.¹² En el caso del periódico de Stein, es probable que los ataques sistemáticos propinados por Sojo a Eduardo Wilde –ministro de la administración de Juárez Celman y ex redactor del periódico-- hayan tenido, además, un peso propio en este sentido. En los sueltos que publica el *El Mosquito* queda claro que, en la argumentación de Stein, la cuestión de su talento y de su pericia profesional para la ejecución de las caricaturas está indisolublemente ligada a lo que considera como cierto límite del “decoro”, que la época ubica en la cuestión de las “personalidades” –el ataque a la *persona* privada: otro modo de nombrar lo que lo había llevado a tener que pagar multas y enfrentar procesos judiciales cinco años antes--.¹³ Otros diarios, como la misma Cámara, se plegaron al argumento de que la caricatura atacaba los “privilegios parlamentarios” al atacar a algunos de sus miembros. Así, los diarios oficialistas condenaban a Sojo esgrimiendo argumentos incluso contradictorios (los que veían injuriada la vida privada, y aquellos que ubicaban como blanco a una institución política pública y representativa del pueblo). *Don Quijote*, por su parte, recuperó en sus páginas el apoyo de varios de sus colegas (bajo la forma de la transcripción de artículos de *El Nacional*, *El Diario*, *La Prensa*, y *The Standard*, entre otros) y sacó provecho de su éxito escandaloso prolongándolo en sus caricaturas. Por entonces, incluso, comenzaba a publicar una versión de su semanario en Montevideo (Boyadjian, 1999: 100).

La cuestión de la Cámara inició una serie de enfrentamientos abiertos entre los juaristas y *Don Quijote*, que se prolongó en nuevos episodios de clausuras y censuras en los dos años siguientes. El largo episodio policial tuvo consecuencias que excedieron a sus protagonistas inmediatos: no sólo redobló el suceso de ventas del periódico de Sojo,

¹² V. Cámara Nacional de Diputados, *Diario de Sesiones* de 1887, sesión del 5 de septiembre de 1887; pp. 827 c. 1.

¹³ V. los sueltos de la edición de *El Mosquito* del 11-9-1887 (XXV, 1288; p.4 c.1-2), cuando la situación judicial de Sojo estaba en plena sustanciación.

sino que desplazó el interés de la discusión pública del endeble concepto de “inmoralidad” a la discusión en torno a las libertades individuales (del caricaturista, de los editores, de los lectores) frente al poder del estado. Y incluso otra consecuencia inesperada: volvió las miradas, nuevamente, hacia *El Mosquito*. Aun cuando clamara que sus ventas habían subido hasta los quince mil ejemplares, parecía claro que *El Mosquito* se abroquelaba en sus recursos de siempre para competir con *Don Quijote*. Hasta que a la “Galería Contemporánea” y a la de “Celebridades” que ofrecía como prima, se le sumó un recurso más: la crónica ilustrada de casos policiales, que comenzó a publicar —ocupando toda la extensión del periódico— en julio de 1888. La irrupción del “caso” policial en el periódico satírico logró, al parecer, suscitar la curiosidad del público. Al mismo tiempo, paradójicamente quizá, hacía de parte de las acusaciones que había recibido una nueva marca singular de *El Mosquito*, en tanto esta novedad no podía sino hacer ostensibles los vínculos estrechísimos entre el periódico de Stein y las autoridades policiales, fuentes evidentes de los retratos de imputados y detalles (visuales y narrativos) de las causas relevadas.¹⁴ Aunque el recurso a este nuevo género de noticias por parte de *El Mosquito* duró poco, es sintomático del modo en que la irrupción de *Don Quijote* y las destrezas estéticas y políticas de su director comenzaban a dominar el pequeño campo de la prensa satírica. Entre septiembre y octubre de 1888 *El Mosquito* volvía plenamente a su formato con caricaturas políticas, para apoyar plenamente la disputa por la sanción de la ley de Matrimonio Civil, un terreno en el que podía coincidir parcialmente con *Don Quijote* (aunque éste extremara el reclamo promoviendo, en primer plano, la ley de divorcio).¹⁵ Para *El Mosquito*, *Don Quijote* podía seguir siendo un mono con armadura. Para el periódico de Sojo, ni Stein ni su periódico calificaban siquiera para convertirse en personajes. Apenas podían constituirse en referencia ocasional, para fustigarlos en algún suelto.

Pero la caricaturización de su editor no es la forma en que *Don Quijote* queda registrado en las páginas *El Mosquito*. De manera más sutil, algunos sujetos y algunas configuraciones visuales que Sojo había constituido como marca propia comienzan a irrumpir en el periódico de Stein. La alegoría viril del pueblo y la escena del martirio

¹⁴ V. *El Mosquito*, XXVI, 1328, 17-6-1888; XXVI, 1335, 15-7-1888 (el ejemplar de este número que se conserva en la Biblioteca del AGN lleva la rúbrica: “trigésima edición”); XXVI, 1338, 12-8-1888. En otras ediciones, como la del 2-9-1888, se incluyeron también sueltos y dibujos concernientes a casos o cuestiones “policiales”.

¹⁵ No se trataba, sin embargo, del mero placer por extremar las circunstancias. En 1888 el diputado Juan Balestra había presentado para su debate el que sería el primer proyecto de divorcio vincular de la legislación argentina.

del crucificado (muy frecuente en *Don Quijote*) se dejan ver en *El Mosquito* conforme avanzan las ediciones de 1889. Así, si se renuevan las alianzas políticas y sociales, y nuevos sectores del pueblo y del público van encontrando formas de asociación más eficaces, al tiempo que la crisis económica, política e institucional se cierne sobre el gobierno de Juárez Celman, sus representaciones –pesa aquí el lápiz de Eugène Damblans-- se hacen visibles en las páginas de *El Mosquito* bajo las formas que venía modelando *Don Quijote* (fig. 9 y 10).¹⁶

4. Frente a la revolución del '90: del público al pueblo

La emergencia de esta nueva *imagerie* (Hamon: 2001) quiijotesca en *El Mosquito* incluyó también y como ya se adelantó, un elemento del que tradicionalmente había hecho uso la imprenta satírica europea –por ejemplo, en los dibujos de J.J. Grandville-- pero que en Buenos Aires, y sobre todo, en esos años, había prácticamente hegemonizado *Don Quijote*: la presentación de un “zoológico” o bestiario político. Así, mientras *Don Quijote* se definía plenamente como “cívico” –en alusión a la *Unión Cívica*, la nueva agrupación que reunía a algunos antiguos autonomistas con dirigentes más jóvenes, y entre cuyos principales líderes se encontraban Leandro Alem y Aristóbulo del Valle-, *El Mosquito*, abroquelado en el juarismo cada vez más cercado por la subida del oro y por las internas propias de su lógica política e institucional, organizaba, alrededor de la figura de Alem, a los *chívicos* (fig. 11 y 12).

La revolución del Parque, el 26 de julio de 1890, no sólo fue un momento de inflexión en la constitución de la ciudadanía argentina, en el modo de concebir la participación política y las agrupaciones partidarias, sino que también y tal como ha sido pensado en relación con estos problemas, fue un momento “de eclosión de lo nuevo que estaba destinado a eliminar lo viejo. (...)” siempre y cuando se recuerde que “*lo viejo* constituye un ingrediente fundamental del programa de los revolucionarios” (Sábato 1990; 28), vale decir, de lo nuevo. Esta afirmación se aplica también y muy

¹⁶ V., por ejemplo, otra crucifixión (¡la de Aneiros, por la aprobación de la ley de matrimonio civil!) en la tapa de la edición del 21-4-1889 (*El Mosquito*, XXVII, 1371, sin firma –muy posiblemente, de Eugenio Damblans-). Otras imágenes del “pueblo” en la línea de la mencionada en *El Mosquito*, XXVIII, 1397, 20-10-1889, p. 3, sin firma; XXVIII, 1406, 15-12-1889, p. 2-3, sin firma; etc. O con variantes significativas, por ejemplo, con rasgos gauchescos o criollista-moreirista: *El Mosquito*, XXVIII, 1461, 18-1-1891, p. 2, sin firma. No obstante estas diferencias, que no interesa analizar en este punto, me importa resaltar que estas imágenes siguen sosteniendo la representación del pueblo como actor social, por un lado, y como personaje, simultáneamente y por otro, que hasta entonces no había aparecido prácticamente en el periódico.

especialmente a la recepción e interpretación de la prensa satírica, y a su capacidad para producir un imaginario. Suele afirmarse, desentendiéndose de la fuente, que Alem habría afirmado que la revolución la habían hecho “la unión cívica y *Don Quijote*”. Mito impreso, como corresponde, la fuente de esta cita es la lengua del orador de la revolución, en el momento inmediatamente posterior a la lucha. Resto oral, su carácter es tan misterioso e inasible como la prosodia de la oratoria revolucionaria. Menos enigmáticas aunque igualmente poderosas son algunas escenas que los diarios contemporáneos eligieron para expresar y dar forma al momento mítico moderno por excelencia, la revolución. En su edición de agosto de 1890, pocos días después de la batalla del Parque de Artillería, *Don Quijote* reproduce en sus páginas un fragmento de una nota de *El Nacional* que resulta particularmente significativo:

En cierto sentido estamos asistiendo al triunfo de Sojo.

La campaña de su *Don Quijote* ha encarnado en el pueblo, que estos días, para espresar sus ideas, ha adoptado las dos enérgicas imágenes popularizadas por *Demócrito* en su lucha contra el juarismo, la del farol... y la otra. (...) (“En casa de *Don Quijote*”, *Don Quijote*, VI, 52, 17-8-1890, p.1 c.2-3).¹⁷

Y son muchas, en verdad, las alusiones que las diversas crónicas de la época, incluyendo entre ellas la tradición oral, hacen a los “rompe-faroles” y a los versos repetidos por la muchedumbre: “ya se fue, ya se fue/el burrito cordobés” [vg., Juárez Celman]. Lo que *El Nacional* denomina -y *Don Quijote* repite orgullosamente- “el triunfo de Sojo” es en realidad el momento culminante del funcionamiento de la prensa satírica, porque supone la apropiación popular o, al menos, percibida como tal, de dos símbolos que habían cobrado forma y sentido en sus palabras y sus trazos. Convertidos en “interpretante pragmático” –en el sentido peirciano- la rotura de faroles y el coro contra el “burrito” salen de las páginas impresas para convertirse en modos de transformar el paisaje y el paisaje social urbano, para comenzar a formar parte de él y para, con ello y en un mismo gesto, convertirse ellos mismos en parte del mito, y también de la historia.

Celebrado el éxito de la revolución incluso con procesiones a la casa de Sojo, el periódico editó un número extraordinario con grabados (e incluso algunos fotograbados) y textos conmemorativos de escritores, artistas, dibujantes y dirigentes revolucionarios. En los meses siguientes, el semanario quiso ver en Mitre un nuevo líder honesto y

¹⁷ Citado también en Boydajian (1999: 109) y Malosetti (2005: 264).

cercano al pueblo.¹⁸ *Don Quijote* pasó entonces de ser un periódico opositor a una posición con la que estaba menos familiarizado: la de crítico algo más morigerado, sosteniendo de todos modos y con eficacia algunas de las representaciones y consignas de la etapa anterior (allí estaba y estaría por muchos años más, entre otros, Julio A. Roca para justificarlo). Sojo regresó triunfalmente a Madrid en abril de 1891, dejando la parte gráfica del semanario a cargo de José M. Cao, su alter ego artístico (*Demócrito II*). A partir de entonces viajó regularmente entre Europa y América, sosteniendo una versión española de su semanario y otra argentina. Aunque el éxito siguió acompañando a *Don Quijote* al menos hasta fines de siglo, y sin competencia estable durante buena parte de ese período, su máximo punto de despliegue visual y de eficacia performativa estuvo marcado por la revolución del `90.

5. A modo de conclusión

Hacia fines de siglo y sobre todo, con la salida de la nueva *Caras y Caretas*, Sojo y su *Don Quijote* se convertirán en representantes de la sátira *fuera de lugar*. Así lo señala el nuevo *magazine Caras y Caretas*,¹⁹ al acusar insistentemente al periódico de Sojo de caer en “excesos” de “sal ática”. La polémica entre las dos publicaciones apareció en los primeros meses de salida del *magazine*, exhibiendo “sobre un piso de rasgos en común y un encadenamiento que las atraviesa, (...) cortes que señalan cambios significativos” entre ambas, discontinuidades que exhiben “sus formas de financiamiento, sus modos de concebir la esfera pública, y sus estilos de interpelación” (Rogers 2008; 69-70). En 1903, tras haber editado algunos números en un formato menor, Sojo se ve en la necesidad de aclarar que el nuevo periódico no es “*Don Quijote* en la forma de *Caras y Caretas*”, y aun de regresar al antiguo formato dando por argumento el querer evitar todo parecido (“cambiamos el formato porque no queremos parecernos á esa publicacion, igual que trataríamos de cambiar de cara si alguien nos dijera que nos parecíamos á Roca”).²⁰

¹⁸ Como se ha visto, más de un dirigente o militante familiarizado con el republicanismo español encontraba en su figura indudablemente carismática y talentosa para el manejo de las movilizaciones populares, esa misma impronta. Algo similar había ocurrido en la década de 1880 con algunos dirigentes liberales italianos. (V. Cibotti y Sábato: 1990)

¹⁹ Un primer semanario, con ese mismo nombre, se había publicado en Montevideo en 1890 y llevaba ese mismo nombre era bastante similar al resto de los periódicos satíricos rioplatenses. V. Romano (2004).

²⁰ “Ritorniamo all’antico”, *Don Quijote Moderno*, I, 6, 7-5-1903, p. 1 c. 1.

La declinación del éxito de *Don Quijote* se debe sin duda a los cambios sociales de los que la revolución del 90 era un síntoma incipiente, y de las transformaciones políticas que ese mismo proceso posibilitó (v. Prieto: 1988, Ramos: 1989). Ambas dimensiones reconfiguraron las funciones de la prensa periódica y dinamizaron los procesos de profesionalización de escritores, periodistas e ilustradores de los periódicos; procesos que se articulan estrechamente con los adelantos técnicos que llevaron a la creación de una nueva sintaxis verbal y de nuevas propuestas visuales para la prensa en su conjunto. En ese marco, la propuesta de *Don Quijote* sirvió de enlace entre la prensa decimonónica (de opinión, fuertemente ligada a la subvención partidaria y/o facciosa, cuya sátira podía funcionar, de modo ambivalente, también como consagración por el circuito al que interpelaba) y la prensa “moderna” en su versión ilustrada (dirigida a un público ampliado y, comparativamente, heterogéneo, financiada comercialmente y donde la grieta entre lectores, redactores y protagonistas de las páginas del periódico es un punto fundamental). La renovación estética, cultural y política que propuso Sojo arraigaba en un espectro de elementos diversos pero en todo caso, igualmente residuales (Williams: 1979), su propia experiencia como periodista y militante republicano, su enciclopedia poblada de referencias culturales “clásicas”, un conjunto de elementos retóricos bien probados y consolidados para las publicaciones periódicas y una apelación de tono populista. Como en tantas otras oportunidades, el viaje de los conceptos y las prácticas radicalizó estos elementos desgastados en su origen, y los convirtió en promotores de representaciones e interpelaciones radicalizadas en el ámbito porteño. La potencia polémica de estas intervenciones “anacrónicas” en un nuevo contexto agotó a sus competidores y contribuyeron, a cerrar el ciclo de la prensa satírica que desde la década de 1860 hegemonizaba *El Mosquito* (1863-1893). La revolución del 90 fue, no sin lógica, el momento consagrador del periódico en una escena mítica: la realidad tomaba la forma que las palabras y caricaturas habían predicado en sus páginas. Después de esa escena sólo restaba que el pueblo ingresara, de un modo igualmente imaginario e igualmente mítico, en las páginas de la prensa. Esa tarea, cualitativamente diversa y complementaria, requería de un medio y un lenguaje, una vez más, nuevos.

Bibliografía

Alonso, Paula (1997), “En la primavera de la historia. El discurso político de la década del ochenta a través de su prensa”, *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana “Dr. Emilio Ravignani”*, Facultad de Filosofía y Letras, UBA, 15, primer semestre.

Bertoni, Lilia Ana (2001), *Patriotas, cosmopolitas y nacionalistas. La construcción de la nacionalidad argentina a fines del siglo XIX*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

Boyadjian, Carlos (1999), “*Don Quijote*”, en: *Historia de Revistas Argentinas Tomo III*, Buenos Aires, AAER.

Duncan, Tim (1980), “La prensa política: *Sud América, 1884-1892*”, en Ferrari, Gustavo y Ezequiel Gallo, *La Argentina del Ochenta al Centenario*, Buenos Aires, Sudamericana.

Hamon, Philippe (2001), *Imageries. Littérature et image au XIXe. siècle*, Paris, Librairie José Corti.

Malosetti Costa, Laura (2002), “Don Quijote en Buenos Aires. Migraciones del humor y la política.” V Jornadas de Estudios e Investigaciones del Instituto de Teoría e Historia del Arte “Julio E. Payró”. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, UBA.

----- (2005), “Los ‘gallegos’, el arte y el poder de la risa. El papel de los inmigrante españoles en la historia de la caricatura política en Buenos Aires (1880-1910), en S. Aznar y Diana Wechsler (coords.), *La memoria compartida. España y Argentina en la construcción de un imaginario cultural (1898-1950)*, Buenos Aires, Paidós.

----- y Marcela Gené (comp.) (2009), *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*, Buenos Aires, Edhasa.

Matallana, Andrea (1999), *Humor y política. Un estudio comparativo de tres publicaciones de humor político*, Eudeba, Buenos Aires.

Prieto, Adolfo (1988), *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*, Buenos Aires, Sudamericana (Colección Historia y Cultura).

Ramos, Julio (1989), *Desencuentros de la modernidad en América Latina. Literatura y política en el siglo XIX*, México, FCE.

Rogers, Geraldine (2008), *Caras y caretas: cultura, política y espectáculo en los inicios del siglo XX argentino*, La Plata, Edulp.

Romano, Eduardo (2004), *Revolución en la lectura. El discurso periodístico-literario de las primeras revistas ilustradas rioplatense*. Buenos Aires, Catálogos.

Sábato, Hilda (1990), “La revolución del 90, ¿prólogo o epílogo?”, *Punto de Vista*, 39, diciembre.

----- y Ema Cibotti (1990), “Hacer política en Buenos Aires: los italianos y la escena pública porteña”, en: *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana “Dr. Emilio Ravignani”*, Facultad de Filosofía y Letras, UBA, 2, 3era. serie, primer semestre.

Szir, Sandra(2009a), “De la cultura impresa a la cultura de lo visible. Las publicaciones periódicas ilustradas en Buenos Aires en el Siglo XIX. Colección Biblioteca Nacional”, en: Garabedian, Marcelo et al., *Prensa argentina del siglo XIX*, Buenos Aires, Teseo.
----- (2009b), “Entre el arte y la cultura masiva. Las ilustraciones de la ficción literaria en *Caras y Caretas* (1898-1908), en: Malosetti Costa, Laura y Marcela Gené, *Impresiones porteñas...*

Vázquez Lucio, Oscar (1988), “El poder y la sátira. La revista *Don Quijote*: humor opositor y malhumor oficialista”, en *Todo es Historia*, Buenos Aires, 254, agosto.
----- (1985), *Historia del humor gráfico y escrito en la Argentina*; Buenos Aires, Eudeba; 2 vols.

Wasserman, Fabio (2009), “La libertad de imprenta y sus límites: prensa y poder político en el estado de Buenos Aires durante la década de 1850”, *Almanack Braziliense*, Sao Pablo, 10, 130-146, noviembre.

Williams, Raymond (1977), *Marxism and Literature*, Oxford, Oxford University Press; hay traducción castellana: *Marxismo y literatura*, Barcelona, Península, 1980, trad. de Pablo di Masso.