

X Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Escuela de Historia de la Facultad de Humanidades y Artes, Universidad Nacional del Rosario. Departamento de Historia de la Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional del Litoral, Rosario, 2005.

# **Transformaciones y relevos en el campo periodístico argentino: de Don Quijote a Caras y Caretas.**

Rogers, Geraldine.

Cita:

Rogers, Geraldine (2005). *Transformaciones y relevos en el campo periodístico argentino: de Don Quijote a Caras y Caretas*. X Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Escuela de Historia de la Facultad de Humanidades y Artes, Universidad Nacional del Rosario. Departamento de Historia de la Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional del Litoral, Rosario.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-006/287>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

Xº JORNADAS INTERESCUELAS / DEPARTAMENTOS DE HISTORIA  
Rosario, 20 al 23 de septiembre de 2005

Título: “Transformaciones y relevos en el campo periodístico argentino: de *Don Quijote a Caras y Caretas*”

Mesa Temática: Mesa Nº 29: “*Historia / Periodismo / Discurso. ¿Interdisciplina? Problemáticas y articulaciones en discusión*”

Pertenencia institucional: Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Centro de Teoría y Crítica Literaria.

Autor: Rogers, Geraldine. Jefe de Trabajos Prácticos de “Literatura Argentina B” (siglo XX), Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata

Dirección: Calle 10 Nº 510, dto. “H”, La Plata (Pcia. de Bs. As.);

TE: 0221-4835657 [gerogers@netverk.com.ar](mailto:gerogers@netverk.com.ar)

## **Transformaciones y relevos en el campo periodístico argentino del cambio de siglo (XIX-XX): de *Don Quijote* a *Caras y Caretas***

*por Geraldine Rogers*  
(Universidad Nacional de La Plata)

Esta ponencia sintetiza un artículo en proceso de publicación que examina el campo periodístico en los años de surgimiento de *Caras y Caretas* (1898-1904) y el modo en que ésta se insertó en la tradición mediante determinadas continuidades y rupturas con publicaciones anteriores. En ese marco un episodio revela con particular nitidez las transformaciones a fines del siglo XIX: el enfrentamiento que durante varios meses de 1899 sostuvo el veterano semanario *Don Quijote*, de Eduardo Sojo, con la nueva revista y con sus productores. Lejos de tratarse de un mero acontecimiento anecdótico, el mismo pone en evidencia los rasgos periodísticos emergentes y las reacciones que éstos producían en las publicaciones más viejas.

En las historias del periodismo argentino suele señalarse una continuidad y un mecanismo de reemplazo en la sucesión de tres publicaciones periódicas: *El Mosquito* (1863-1893), *Don Quijote* (1884-1903) y *Caras y Caretas* (1898-1939). Sobre un piso de rasgos en común y un encadenamiento que las atraviesa (se trata de las tres revistas más importantes de caricatura y sátira política a lo largo de varias décadas) nos interesa observar la incidencia de ciertos cortes que señalan cambios significativos en la historia cultural. Nos detendremos en las dos últimas: *Caras y Caretas*, surgida en 1898, durante cinco años de su itinerario ascendente se superpuso al declinante *Don Quijote*, que dejó de salir en 1903. ¿Cuál fue el vínculo entre estos dos acontecimientos? Competencia y reemplazo parecen las respuestas evidentes. Sin embargo, resta explorar los pormenores de esa certeza: los modos de financiamiento de las publicaciones, el carácter militante o profesional de sus escritores y dibujantes, el modo de concebir la esfera pública y los estilos de interpelación que utilizaban son algunos de los rasgos que explican con mayor detalle la dinámica entre permanencias y rupturas.

## 1. Diagnósticos sobre el campo (1896-1904)

1.1. El *Anuario de la prensa argentina 1896*, dirigido por Jorge Navarro Viola es un importante documento del estado de la prensa en el cambio de siglo. El capítulo inicial ofrecía un panorama histórico de su modernización, señalando las características de la etapa anterior a 1880, cuando las publicaciones argentinas (de circulación restringida por tratarse de medios partidarios y por la inexistencia de un público amplio) seguían el modelo del periodismo francés culto. Los viejos diarios eran órganos políticos o religiosos en los que colaboraban las personalidades intelectuales del país con artículos “brillantemente escritos y vibrantes de pasión”. Sin embargo, no todo era mejor en el periodismo antiguo: en él -decía- se encontraba muy poca información y su contenido estaba subordinado a las ideas del director, que no vacilaba en agregar, modificar y suprimir lo que creía conveniente en los textos de sus colaboradores. La nueva orientación tendía, en cambio, a seguir el modelo de la prensa norteamericana, con la consecuente autonomización de la esfera política y el desarrollo de los medios como empresas. En cuanto a la base de sustento económico, el trabajo destacaba la centralidad creciente de la propaganda. Una de las conclusiones implícitas era que los medios prósperos serían los que asumieran decididamente su carácter mercantil y permanecieran atentos a las necesidades y gustos de un público amplio.

1.2. El panorama reseñado por el *Anuario* permite comprender la eficacia de algunos rasgos adoptados desde el inicio por *Caras y Caretas*: autonomía de cualquier interés político excluyente, relevancia de las ilustraciones (sobre todo las fotografías de actualidad), estructura miscelánea acorde con la diversidad de intereses y atención a los nuevos contingentes de lectores. Sus productores conocían muy bien el estado del campo periodístico, ya que observaban sistemáticamente la situación de diarios y revistas, y formaron parte de varios proyectos diseñados a partir de esos diagnósticos. Precisamente un año antes de la fundación de la revista, tres de sus escritores -Carlos Correa Luna, Roberto Payró y Eduardo Holmberg- habían colaborado con Eleodoro Lobos y Jorge

Navarro Viola en la preparación del *Anuario*. A su vez, varios textos publicados en *Caras y Caretas* registraban las transformaciones del periodismo y los factores combinados -políticos, económicos, sociales, culturales y técnicos- que estaban en la base del cambio. Un relato titulado “Periodismo viejo” (1902) trataba sobre un periódico político de la década de 1880 -“La Opinión”-, al que se presentaba como típico de un pasado remoto, integrado sólo por cuatro redactores que se esforzaban inútilmente “de puro patriotas” y sufrían constantes penurias económicas. El ejemplo contrastaba con la tendencia de las nuevas publicaciones, de vínculos laxos con la política y sustentadas por la publicidad. Éstas iban tomando forma moderna reconocible tanto en el número de sus miembros como en el de los departamentos en que se dividían sus actividades: la especialización en el trabajo se hacía necesaria a medida que la labor se volvía más compleja. El cambio era evidente, desde los cuerpos de redacción de los viejos medios, constituidos por unos pocos hombres, como se ve en el relato, hasta las decenas de productores necesarios para completar el proceso de producción en todas las etapas de la prensa moderna. *Caras y Caretas* mostraba las transformaciones del campo periodístico como un proceso que implicaba a la vez cambios en la función y en el perfil profesional de los periodistas, en su forma de interpelación al público y en el tiempo de producción.

## **2. Filiaciones de *Caras y Caretas***

### **2.1. Ascendentes rioplatenses: tradición e innovación**

Desde el comienzo *Caras y Caretas* presentó su punto de vista sobre el modo en que se insertaba en la historia del periodismo rioplatense mediante determinadas continuidades y rupturas con publicaciones anteriores. Por un lado, señalaba rasgos de identidad con la revista de igual nombre editada en Montevideo ocho años antes; por otro, buscaba diferenciarse de los órganos políticos del siglo que finalizaba. El énfasis en el carácter novedoso de lo que venía a ofrecer respondía a la necesidad de distinguirse de la multitud de

publicaciones contemporáneas que colmaban el mercado. A su vez, tomaba distancia del periodismo satírico-político, cuyo estilo agresivo identificaba con el pasado y al que consideraba inadecuado para la nueva etapa histórica. Esta autodefinición en el marco de una genealogía, con el señalamiento de continuidades y cortes, resultó un diagnóstico acertado del papel, en parte tradicional y en parte nuevo, que *Caras y Caretas* tendría efectivamente en ella. Ciertamente, algunos elementos ya estaban presentes en los periódicos del pasado. El móvil reformista y la crítica al poder eran elementos que, transformados, heredaba en parte de la prensa satírica. Otros rasgos -el uso de caricaturas, la periodicidad semanal, la contribución al desarrollo de artistas profesionales- ligaban al moderno magazine con varias publicaciones previas en las que algunos de sus productores habían trabajado. Sin embargo, *Caras y Caretas* insistía en distinguirse de la vieja prensa satírica en dos aspectos fundamentales: su voluntad de abordar los temas políticos con independencia de cualquier partido y su estilo humorístico menos mordaz (los dientes -decía de sí misma- “no le hacen falta porque no se propone morder a nadie”). El nuevo proyecto implicaba entonces la renuncia al carácter faccioso y al tono virulento.

## **2.2. Modelos extranjeros: traspasos modernos y nueva base económica**

Las filiaciones de *Caras y Caretas* no se agotaban en el periodismo rioplatense, ya que muchos de sus elementos provenían de publicaciones extranjeras, tal como había sucedido en gran medida con revistas anteriores, producidas por periodistas y dibujantes emigrados de Europa. Pero lejos de ocultar sus deudas, exhibía sus vínculos con los modelos extranjeros como garantía de inserción en un presente dinámico y de fronteras abiertas.

En Europa y Estados Unidos los magazines o semanarios ilustrados estaban en pleno auge a fines del siglo XIX. *Caras y Caretas* se inspiraba en el esplendor productivo de esas revistas y reivindicaba explícitamente su filiación con ellas. Pero el gran modelo, provenía de Estados Unidos, “el país de las revistas baratas”. A partir de 1890 el paradigma de las nuevas publicaciones europeas y

americanas de circulación masiva era el “nuevo periodismo” norteamericano. El periodista-empresario Joseph Pulitzer había captado la necesidad de los lectores de disponer de una guía eficaz con actitudes progresistas y formato entretenido. Su imagen era conocida<sup>1</sup> y las publicaciones comenzaban a reproducir sus hallazgos: construcción de una imagen democrática y políticamente independiente, autopromoción, popularización del estilo y selección del material noticioso por su capacidad de atrapar la atención de los lectores.

Pero la prensa norteamericana resultó un modelo hegemónico no sólo por el cambio que introdujo en los aspectos estilísticos y de contenido, sino fundamentalmente por la transformación de la base económica de los impresos. Los magazines populares, de enorme auge en Nueva York en la última década del siglo XIX, habían sido creados como empresas comerciales más que como proyectos culturales o literarios. Mientras que hasta entonces los periódicos y revistas dependían económicamente de subvenciones o de la venta de ejemplares a los lectores, hacia 1890 se impuso el financiamiento mediante la propaganda, lo que dio lugar al descenso del precio y a una mayor circulación, factor que a su vez determinó la cantidad y el precio de los anuncios. Esto permitió no sólo cubrir los gastos de impresión y funcionamiento, sino también pagar a los colaboradores. *Caras y Caretas* se guió básicamente por esas pautas, exhibiendo de manera explícita su ausencia de programa estético o político y su atención a la demanda de los lectores. El precio bajó a partir del tercer número y se mantuvo hasta el cierre en 1939, señal de que progresivamente se financiaba con los anuncios, lo que hizo posible pagar a los productores, impulsando en la Argentina el proceso de profesionalización de los repórters, artistas gráficos y escritores.

### **3. Los embates de *Don Quijote***

#### **3.1. Indicios de un cambio**

---

<sup>1</sup> “Un diario irresistible. Un Hércules periodista. Talento, energía, triunfo y desgracia”. *La Nación*, Buenos Aires, 27/4/1896, p. 3.

El semanario *Don Quijote* se había iniciado en 1884 bajo la dirección de Eduardo Sojo (Vázquez Lucio 1985; Matallana 1999). En él habían colaborado varios escritores y dibujantes que más tarde pasaron a *Caras y Caretas*: Álvarez, Mayol, Pellicer y Cao. Los lemas de la portada anunciaban su posición antioficial: “Este periódico se compra pero no se vende”, “Vengan mil suscripciones/ y afuera las subvenciones”, “En Don Quijote no hay charque/ porque es cívico del Parque”. Era fundamentalmente una publicación política, tanto por sus textos como por sus ilustraciones. Sus cuatro páginas se financiaban casi exclusivamente con suscripciones y sólo a fines de la década de 1890 comenzó a incluir un espacio reducido destinado a propagandas.

El director de *Caras y Caretas* relató detalles de su participación como redactor en el semanario satírico-político: según cuenta, había aceptado trabajar allí para ganar dinero en una publicación ligera y despolitizada, pero Sojo había hecho prevalecer el perfil partidario. Esto último, junto al incumplimiento de sus expectativas económicas, había provocado el alejamiento de Álvarez. Sus argumentos para explicar su deserción del proyecto ayudan a ver por contraste la lógica periodística inaugurada luego por *Caras y Caretas*. Si la falta de independencia y pluralidad de *Don Quijote*, su alineamiento a una exclusiva corriente política y su insuficiente rentabilidad habían sido las razones de su partida, *Caras y Caretas* excluiría desde el inicio esos rasgos, marcando un cambio en la historia de las publicaciones periódicas argentinas.

Desde el comienzo *Don Quijote* fue haciendo público su conflicto cada vez más problemático con los agentes de venta y con los suscriptores que no pagaban los ejemplares. En 1892 insertó una nota en la que advertía humorísticamente a quienes adeudaban números que de no cumplir con su obligación la revista publicaría sus nombres. En 1893 el emplazamiento se extendió a los vendedores y el tratamiento jocoso estaba ausente. En 1899 el problema se había agudizado a tal punto que se publicaba el nombre de los deudores y se afirmaba -a modo de contundente advertencia- haber recurrido a la ley para resolver el litigio:

El vendedor de periódicos Martín Alegro, conocido también por el alias de Colucho, detenido en la comisaría 4<sup>º</sup> está en el Departamento, encausado por la empresa de *La Mujer y El Quijote*, a la cual ha defraudado en la cantidad de pesos 843,18.

*LA MUJER y EL QUIJOTE* han organizado, en provincias un servicio de agentes judiciales, los que también llevarán a los Tribunales a cuantos imitando la conducta de Colucho, que ha formado escuela, se resisten a entregar las cantidades que tienen cobradas por suscripción y venta.

Valga como primera advertencia.

La autonomización de las publicaciones periódicas con respecto a la esfera política y la sustitución de los aportes de ésta por la venta de suscripciones a los lectores constituyó una transformación fundamental en la historia del periodismo. Sin embargo, el problema de Sojo con sus deudores muestra que la dependencia de las ventas no garantizaba la sustentabilidad de la revista. A fines de siglo *Don Quijote* todavía luchaba por mantenerse en pie con un sistema de financiamiento que *Caras y Caretas* perfeccionaría con el complemento de otro más eficaz: en adelante, las suscripciones por adelantado y sobre todo la venta de espacios de publicidad resultaría una base económica que aseguraría la permanencia de la publicación a través del tiempo.

### **3.3. *Don Quijote y La Mujer contra Caras y Caretas***

A fines de 1899, el veterano *Don Quijote* emprendió contra *Caras y Caretas* una campaña que llegó a transformarse en obsesión. Durante un mes incluyó una numerosa serie de notas, de retórica anacrónica comparable a las provocaciones de un duelista, destinadas a atacar a su “enemiga”. Pero el reto ofensivo no tuvo mayor eco y *Caras y Caretas* no respondió a las provocaciones. La polémica, unilateral, cayó en el vacío. Veamos más detenidamente cómo en qué consistió.

En 1899 *Caras y Caretas* editó un suplemento en el que señalaba su diferencia con respecto a las publicaciones de sátira política:

La caricatura gruesa -cloruro de sodio natural- que fuera arma vengadora e instrumento de castigo, iracunda y áspera risa popular contra las grotescas formas de la política aborígen, decaía; ya era excesiva para los tiempos.

Eduardo Sojo se sintió aludido por la referencia. Una semana más tarde retó públicamente a *Caras y Caretas*, a la que consideró a partir de entonces su “adversario” y “encubierto enemigo”. Imprimió en la tapa, bajo el título “*Caras y Caretas*”, un texto escrito por el director en primera persona, en el que lo retaba a una competencia artística y literaria ante un jurado neutral y extranjero, para lo cual ofrecía depositar 5.000 pesos a modo de garantía de la apuesta.

Es notable la asimetría con que el texto presentaba a los contendientes: por un lado la persona única del director y las publicaciones que dirigía (Sojo, *Don Quijote*, *La Mujer*); por otro, el conjunto plural de los productores de *Caras y Caretas* (“vosotros”), un grupo antagonista presentado como cómplice del gobierno y avalado por un público mayoritario, engañado por “los que explotan al pueblo y viven sobre el país y se ríen del mundo desde los burladeros de las posiciones oficiales”. El tono del discurso, homologado por el nombre mismo de la publicación, resultaba anacrónico y contrastante con el aire de modernidad al que muchos aspiraban en la sociedad porteña.

Una caricatura mostraba al director de *Caras y Caretas*, José S. Álvarez, recibiendo dinero del Presidente Roca, caricaturizado a su vez como una rata. En el mismo número se volvía a tratar el asunto con tono similar. La principal acusación era aquí el carácter conciliatorio del humor político practicado por el nuevo semanario, lo que era interpretado como indicio de connivencia con el poder. Los textos muestran los argumentos ad hominem y el carácter personal con que Sojo presentaba el enfrentamiento: suponía un ataque de *Caras y Caretas* contra *Don Quijote* y especialmente contra su persona, afirmaba que los “escritores de nuevo cuño” que hacían la revista nueva eran “reptiles” y

“fracasados en las artes y las letras”, y que su director siempre había sido funcional a la autoridad, desde la época en que era policía de pesquisas.

El silencio de *Caras y Caretas* contrastaba con la escalada de vituperios por parte de *Don Quijote* -cobardes, afeminados, malos escritores, burros, rypiadores y corruptos-, de los que la publicación destinataria no se dignaba a acusar recibo. El monólogo era insistente y puede decirse sin exageración que durante ese período el motivo central de todos los números de la revista de Sojo fue el ataque a *Caras y Caretas* y a sus productores.

El número siguiente volvía sobre el tema con un comentario sobre una fiesta campestre ofrecida por *Caras y Caretas* a sus colaboradores: “La comida fue abundante [...]. Escaseó únicamente el intelecto”. En el siguiente una caricatura ilustraba un enfrentamiento acorde con el reto lanzado por Sojo. De un lado, una manifestación callejera de escritores y dibujantes de *Caras y Caretas* encabezada por Álvarez, con una pancarta que decía “Carros y carretas”, y otros carteles, portados por los manifestantes, que aludían a la calidad de sus colaboraciones: “Vivan los colarripiadores”, “Macanas”, “Los colaburrilassos”<sup>2</sup>, “Por sobrevivir denigramos y después no contestamos”. En el sector opuesto, aparecía una figura femenina como personificación de la revista *La Mujer*, de Sojo. El texto decía: “-Sois ciento y la madre y sin embargo no os atrevéis a habérosla con *La Mujer*? Pues sostengo lo de los 5.000 pesos”.

En otro dibujo dos de sus periodistas mostraban a Roca (caracterizado con figura de rata) una caricatura. Al verla, el presidente felicitaba a los periodistas y prometía recompensarlos. Los números siguientes continuaban la campaña. En otro se subrayaba la acusación de cobardía y afeminamiento, en contraste con la valentía y virilidad de *Don Quijote*.

Un largo artículo (“Toreo Fino”) atribuía a los escritores y dibujantes de *Caras y Caretas* -varios de ellos ex colaboradores de *Don Quijote*- ausencia de compromiso, simulación de oposición política, oportunismo en un tiempo de ‘acuerdos’ y cobardía. Esta vez señalaba los nombres de los acusados: Eustaquio Pellicer, Lasso de la Vega, José S. Álvarez, Manuel Mayol, Aurelio Giménez, Cao.

---

<sup>2</sup> Alusión a Lasso de la Vega, escritor de *Caras y Caretas*.

Sojo advertía que, al contrario de lo que ocurría con la exitosa y acomodaticia *Caras y Caretas*, su propio proyecto periodístico contrastaba con la tendencia de una sociedad enajenada en la que todos -gobernantes y gobernados, actores y espectadores, escritores y lectores, oradores y oyentes- eran más propicios al acuerdo que al enfrentamiento, partidarios de una lógica integradora que beneficiaba a los poderosos y a las empresas periodísticas sin principios.

De la larga serie que sigue, incluimos dos referencias más en las que se agregaba, a las anteriores acusaciones contra la revista de Álvarez, los cargos de ser indecente y sensacionalista. En efecto, el número siguiente incluía una nota titulada “*Caras y Caretas* pornográfico”, cuyo objeto era menoscabar la respetabilidad que esta última aspiraba a tener como revista familiar que podía “caer en todas las manos”<sup>3</sup>:

Pornografía escrita y dibujada, el que quiera verla puede comprar el semanario que no se ha cansado de titular como pornográficos a otros que no lo eran (...). Una página entera y en colores y hasta en verso, página que se titula Confesiones y en la cual se confiesa todo lo inconfesable y hasta se pinta una mujer desnuda, ante la cual está un hombre de espaldas al público, haciendo lo que al público malicioso se le incita a que presuma y (...) ero basta el aviso a las personas decentes. Y en el próximo número de *La Mujer*, hemos de consagrar a este asunto el artículo que como correctivo se merece.

En otro número renovaba el embate con la acusación de sensacionalismo. Una protohistorieta en tres escenas contaba la siguiente historia: en el primer cuadro, un hombre le proponía a Álvarez y a Pellicer matar a su propia madre a cambio de salir en *Caras y Caretas*. En el segundo, el texto decía: “Acepta *Caras y Caretas*/ tamaña proposición/ van con el criminal/ a retratarlo en la acción”. En el dibujo aparecía un fotógrafo registrando el crimen en la habitación de la víctima. El

---

<sup>3</sup> El semanario dirigido por Álvarez se presentaba como “una publicación culta para que pueda caer en todas las manos”. *Caras y Caretas*, Buenos Aires, 20/9/1900.

tercer cuadro representaba la tapa sensacional con el siguiente comentario: “Después de ser fusilado/ publican del matador/ un retrato con laureles/ para hacerle más honor”.

El enfrentamiento llevado al espacio público por *Don Quijote* daba cuenta de las importantes transformaciones que tenían lugar en el campo periodístico, como era evidente en los nuevos rasgos adoptados por *Caras y Caretas*. Si bien el carácter iracundo de los apóstrofes de Sojo era parte del estilo habitual de las publicaciones combativas, su excesivo encono mostraba también la ambivalencia de los viejos periodistas y periódicos ante los cambios: por un lado, el rechazo a las nuevas reglas del exitoso periodismo moderno; por otro, la tentación de modificar su propio rumbo a fin de sacar provecho de la nueva situación. Los vituperios contra *Caras y Caretas* son prueba de lo primero; la inclusión de propagandas y el intento de captar al nuevo público lector femenino con la fundación de *La Mujer* atestiguan lo segundo.

## **Conclusiones**

Este conflicto, llevado entonces a la escena pública por uno solo de los protagonistas, revela hoy de manera admirable un momento de cambio en el campo periodístico. En efecto, el monólogo público de *Don Quijote* puso a la luz dos sistemas disímiles en varios aspectos:

- a) Económicamente, marcó la transformación en el modo de financiamiento, si se toma en cuenta el cambio que va de publicaciones como *Don Quijote* - que, comparado con los órganos subvencionados por el estado o por los partidos políticos era moderno, ya que se sustentaba únicamente con las ventas- al sistema más moderno aún adoptado por *Caras y Caretas*, en el que la ganancia provenía cada vez más de los avisos comerciales. El primero era menos rentable que el segundo ya que los suscriptores y agentes de venta no siempre cumplían con el pago. El sostén del semanario mediante la propaganda, en cambio, permitía bajar el precio de la publicación, que por esa razón se vendía más. Sumado a esto, el

carácter misceláneo del material buscaba que cada ejemplar fuera aprovechado por varios lectores, lo que atraía a su vez a los anunciantes, interesados en el número de potenciales consumidores que veían sus avisos, cantidad que especialmente en este tipo de revistas superaba a la de los compradores: la llegada de *Caras y Caretas* a un hogar, por ejemplo, implicaba la multiplicación de virtuales destinatarios de los avisos de ropas, muebles, herramientas, alimentos y adornos entre los miembros de la familia.

- b) En cuanto al estilo de interpelación y al modo de concebir la escena comunicativa en la que participaban, la campaña de Sojo contra *Caras y Caretas* revela diferencias significativas. La intervención de *Don Quijote* muestra el estilo propio de una etapa que finalizaba, en la que la esfera pública era un espacio donde todos se conocían y las páginas periodísticas un lugar de debate entre pares. *Caras y Caretas*, en cambio, tenía el perfil de una publicación masiva cuyos interlocutores eran única y exclusivamente los lectores anónimos. Es por ello que mientras que la revista de Sojo buscaba encender, mediante desafíos y provocaciones, el ánimo polémico de aquel al que representaba como su adversario con la retórica propia de una lid caballeresca, *Caras y Caretas* ignoraba a su pretendido contrincante y hacía de su silencio un elemento revelador de las diferencias entre una y otra publicación.
- c) La polémica también muestra un cambio en el modo de concebir las relaciones entre prensa y política a través del papel atribuido al humor. Como había sucedido en gran parte del periodismo rioplatense del siglo XIX y en los magazines europeos que fueron su modelo, la publicación dirigida por Álvarez ejercía la sátira, pero de manera mucho más atenuada, reivindicando explícitamente el carácter poco agresivo de su humor político. Otro era el punto de vista de Eduardo Sojo, quien afirmaba que su propia revista ejercía una oposición real al poder (era el “único semanario satírico que ha fustigado y viene fustigando desde hace diez y seis años a los malos gobernantes de este país, sin consideraciones de ningún género”),

mientras que en *Caras y Caretas* la crítica al gobierno era sólo aparente. Sostenía que esta diferencia entre “oposición verdad[era]” y “oposición contratada” podía comprobarse en el humor inofensivo del nuevo semanario, que no era “ni chicha ni limoná”.

- d) Mientras que *Don Quijote* no vacilaba en emprender una feroz campaña pública contra su rival, exhibiendo el enfrentamiento y las diferencias que lo originaban, *Caras y Caretas* construía una representación consensual de la esfera pública que disimulaba la competencia en el campo periodístico. En 1899 Eduardo Sojo completó su oferta periodística con la edición de una revista miscelánea destinada al público femenino: *La Mujer* editó 52 números hasta 1902 y también fue incorporada a la campaña contra *Caras y Caretas*. En contraste, el semanario de Álvarez había dado la bienvenida a la nueva publicación femenina con el habitual discurso amigable que ostentaba en ocasiones similares: “Hemos recibido el primer número del periódico ilustrado ‘La Mujer’ que edita el popular dibujante caricaturista Eduardo Sojo (Demócrito). Deseámosle larga existencia”. En éste y en otros casos registraba la fundación de nuevas revistas, a las que acogía con un discurso cordial en el que estaba ausente toda referencia a la lucha por prevalecer en el mercado.

## **BIBLIOGRAFÍA**

ÁLVAREZ, José S. (1920). “Cómo nació ‘El Quijote’”. *Salero criollo*. Buenos Aires, La Cultura Argentina.

EMERY, Edwin (1966). *El periodismo en los Estados Unidos*. México, Editorial Trillas.

LLOYD, David y THOMAS, Paul (1998). *Culture and the State*. Nueva York-Londres, Routledge.

LUDMER, Josefina (1999). *El cuerpo del delito*. Buenos Aires, Perfil.

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

MOTT, Frank Luther (1957). *A History of American Magazines 1885-1905* Vol. IV. Cambridge-Massachusetts, Harvard University Press.

MOTT, Frank Luther (1962). *American Journalism. A History: 1690-1960*. New York, The Macmillan Company.

NAVARRO VIOLA, Jorge (1897). *Anuario de la prensa argentina 1896*. Buenos Aires, Coni.

ROMÁN, Claudia (2002). "Papel picado: palabras e imágenes en la prensa satírica del siglo XIX". *Relics and Selves: Iconographies of the National in Argentina, Brazil and Chile (1880-1890)*. Andermann, Jens y Patience Schell (curators). London: [www.bbk.ac.uk/ibamuseum](http://www.bbk.ac.uk/ibamuseum).

WILLIAMS, RAYMOND (1992). Williams, Raymond. *The Long Revolution*. London, The Hogarth Press, 1992.

VÁZQUEZ LUCIO, Oscar (1985). *Historia del humor gráfico y escrito en la Argentina. Tomo 1- 1801/1937*. Buenos Aires, Eudeba.