

Orbis Tertius, 2005, X(11)

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)

RESUMEN

Se 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.

Focusing on the journalistic field during the first period of *Caras y Caretas*' publication (1898-1904), this article studies how the magazine, establishing bonds and ruptures with previous periodicals, carved its way into the press tradition. In this sense, it considers one significant episode: the persistent attack by the old weekly *Don Quijote*, conducted by Eduardo Sojo, against the new *Caras y Caretas*. This episode is not merely a curious fact. On the contrary, it brings to the surface, in an exemplary way, changes which were taking place at that time. In the reactions of older publications, such as *Don Quijote*, we can see the emerging characteristics of the journalistic field at the end of the nineteenth century.

Palabras clave: *Caras y Caretas* – *Don Quijote* – campo periodístico – publicaciones periódicas rioplatenses

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, estaba destinado a que los productores del ámbito periodístico accedieran a la información necesaria sobre diversos aspectos de la actividad que desempeñaban (Navarro Viola 1897). Las empresas periodísticas podían consultar ahí el carácter y la dimensión de sus competidoras, y los anunciantes podían seleccionar los espacios más adecuados para publicitar sus productos. El libro ofrecía una descripción del perfil, los responsables a cargo, las fortalezas y debilidades de los distintos medios impresos, de lo que resultaba, en suma, una guía útil para estar al tanto de lo que ocurría en el campo y disponer de un catálogo de las publicaciones existentes.

En la actualidad, el *Anuario* es un importante documento del estado de la prensa en el cambio de siglo. El capítulo inicial, "Los nuevos rumbos del periodismo", 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 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.

El informe señalaba que otro de los factores determinantes del cambio a fines del siglo XIX era el surgimiento de un nuevo público al que identificaba como “el pueblo”, ávido de información e intereses diversos, y con formas nuevas de consumir el material impreso: brevedad, actualidad y variedad eran las características requeridas para complacerlo. En cuanto a la base de sustento económico, se 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*, cuyo éxito fue uno de los más notables del periodismo argentino: 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. Con su notable capacidad para seguir las tendencias que le garantizarían crecimiento y permanencia, la revista eludió la especialización que hubiera atentado contra su búsqueda de público y anunciantes, absorbió y copió elementos dispersos en distintos medios, concentrándolos y abaratándolos en una edición semanal, fácil de distribuir y adquirir.

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 Holmberg¹– 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”² (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 hasta las decenas de productores necesarios para completar el proceso de producción en todas las etapas de la prensa moderna.³

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. Una nota, titulada “Centenario

¹ Carlos Correa Luna fue director de *Caras y Caretas* a la muerte de José S. Álvarez (1903), y entre 1898 y 1904 publicó en la revista 55 escritos con su firma. En el mismo período, Roberto J. Payró y Eduardo Ladislao Holmberg publicaron en ella 15 y 10 textos respectivamente.

² Barreda, Rafael. “Periodismo viejo”. *Caras y Caretas* N° 207, Buenos Aires, 20/9/1902.

³ En un suplemento de 1899 *Caras y Caretas* publicó una serie de fotografías que retrataban a varias decenas de productores: escritores, repórters, artistas, fotógrafos, obreros gráficos, funcionarios, empleados administrativos, distribuidores y vendedores. Al final, una foto colectiva titulada “Personal de la Compañía” representaba a un numeroso conjunto anónimo. *Caras y Caretas* N° 53, Buenos Aires, 7/10/1899.

de la prensa argentina” (1901), marcaba los contrastes entre pasado y presente (de los escritores-sacerdotes a los escritores profesionales, del periodismo como profecía o magisterio a su concepción como servicio a los lectores, del ritmo lento de las antiguas prensas a la agilidad moderna).⁴ Destacaba también el progreso en las técnicas de impresión y en los métodos de distribución, fundamentales para asegurar su llegada a los lectores dispersos en toda la república. Otro aspecto que marcaba el cambio era el nuevo rol de los escritores profesionales, que encontraban en las publicaciones periódicas un medio legítimo de subsistencia y un espacio adecuado para el desarrollo de su vocación, libre de las presiones y miserias que sufrían quienes debían vender su trabajo a los periódicos políticos.⁵

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 (en su ilustración, la circular de agosto de 1898 presentaba al nuevo semanario como “*Caras y Caretas* segunda época”); 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, descartaba su inclusión automática en una tradición dada: si bien reconocía un antecedente, 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, el “propósito de sátira moral [...], mejoramiento de instintos y costumbres, de cosas y de ideas”⁶ y la crítica al poder eran elementos que, transformados, heredaba en parte de la prensa satírica.⁷ 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 –Pellicer, Álvarez, Cao y Mayol– habían ejercitado y perfeccionado sus habilidades: *Don Quijote* (1884-1903), *La Caricatura* (1891-1894), *El Cid Campeador* (1894-1895) y *La Bomba* (1895-1898). 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”⁸). El nuevo proyecto implicaba entonces la renuncia al carácter faccioso y al tono virulento. Por otra parte, y aunque *Caras y Caretas* no las reconociera como modelo, un estudio reciente ha rastreado sus vinculaciones con otras revistas ilustradas y almanaques rioplatenses: *La Ilustración Argentina*, *La Ilustración Uruguaya*, *Revista Ilustrada* de Montevideo, *La Ilustración Sud-Americana*, *Almanaque Sud-Americano*, entre otras (Romano 2004).

⁴ “Centenario de la prensa argentina”. *Caras y Caretas* N° 130, Buenos Aires, 30/3/1901.

⁵ El tema del escritor-periodista que buscaba vivir de su escritura era recurrente. Cfr. Castellanos, Julio. “Un proyecto”. *Caras y Caretas* N° 262, Buenos Aires 10/10/1903; Berro, Bernardo. “Diarista?”. *Caras y Caretas* N° 258, Buenos Aires, 12/9/1903.

⁶ “Caras”, suplemento aniversario. *Caras y Caretas*, N° 53, Buenos Aires, 7/10/1899.

⁷ Refiriéndose a los rasgos modernos de la revista, Claudia Román sostiene que “tal vez buena parte de la audacia y del vértigo de esta modernización pueda leerse en la fragua de la prensa satírica” (Román 2002).

⁸ “Caras y Caretas en 1899”. *Caras y Caretas*, N° almanaque, Buenos Aires, diciembre de 1898. Cfr. también Gollo Cuello. “La caricatura en Buenos Aires (de 1858 a 1879)”. *Caras y Caretas* N° 318, Buenos Aires, 5/11/1904.

Por las razones expuestas, y de acuerdo a las propias elecciones filiatorias, si las publicaciones satíricas argentinas eran el precedente superado por *Caras y Caretas*, su antecesora de Montevideo era, en cambio, el miembro más cercano de la familia, creado por el mismo “padre”, Eustaquio Pellicer. En julio de 1890 se había publicado el primer número bajo la dirección de este último y de un dibujante alsaciano, Charles Schültz. A pesar de algunos rasgos diferenciales –su gran tamaño, sus primitivos avisos comerciales y un incesante humor sobre matrimonios y suegras– gran parte de lo que fue más tarde la versión porteña de la revista ya estaba allí. La iniciadora uruguaya ya explicitaba sus intenciones pecuniarias, subrayando su autonomía con respecto a intereses políticos específicos y su exclusiva dependencia de la venta de ejemplares.⁹ Algunos otros elementos se modernizaron luego en Buenos Aires, donde *Caras y Caretas* suprimió el yo dominante del director en la escritura, indicio del carácter personal de las publicaciones. Su discurso prefería, en cambio, el impersonal o la primera persona del plural. Otro cambio se refiere a la cantidad de productores y al grado de desarrollo alcanzado por la empresa: fuera de algunas firmas reconocibles (Schültz, Pellicer y Giménez Pastor) en el semanario uruguayo abundaban los seudónimos, signo probable de la pluralidad de nombres adoptados por unos pocos redactores, lo que permite conjeturar su escasa complejidad como institución, al contrario de lo que sucedió más tarde con la edición porteña, empresa colectiva en la que intervenía una multitud de sujetos con funciones diversas.

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.¹⁰ El semanario intensificó sus vinculaciones con el periodismo en otros lugares del mundo, en un momento de fuerte internacionalización de la cultura, cuyos fenómenos atravesaban barreras geográficas, de clase, nacionalidad, religión e ideología: la modernidad unía a la humanidad más allá de las diferencias (Berman 1989). Como empresa cultural participaba en un proceso de intercambios que relativizaba la originalidad de su propuesta, 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 un artículo de 1899 sobre los magazines españoles, escrito desde Madrid para el diario *La Nación*, Rubén Darío señalaba estos fenómenos de influencia, copia e intercambio no exclusivos del campo periodístico argentino: “Puede decirse que casi todos los actuales dibujantes se proveen de inventiva y de rasgos felices en las revistas de otras naciones” (Darío 1899). En el fragmento indicaba, por un lado, la vinculación de *Caras y Caretas* con publicaciones similares españolas, y por otro, la influencia del nuevo periodismo norteamericano, lo que mostraba la múltiple direccionalidad de estos traspasos:

Los Estados Unidos han enseñado al mundo la manera como se hace un magazine conforme con el paso violento del finisecular progreso. Los adelantos de la fotografía y el ansia de información que ha estimulado la prensa diaria, han hecho precisos esos curiosos cuadernos que periódicamente ponen a los ojos del público junto al texto que les instruye, la visión de lo sucedido. El *Blanco y Negro* va aquí a la cabeza. Luego

⁹ El primer número se dirigía al público de este modo: “de no mediar vuestro apoyo, / esta audaz empresa mía / en poco tiempo sería / un cadáver más al hoyo. / ¿Me ayudarán? Así creo; / y en pago de ese favor, / les deseo... lo mejor / que yo para mí deseo, / es decir, dinero y salud, o por lo menos dinero, si no fuesen posibles las dos cosas. Porque ¡no hay que darle vueltas! el dinero es la vida y lo demás es zoncera”. Pellicer, Eustaquio. “A la Prensa y al público”. *Caras y Caretas* N° 1, Montevideo, 20/7/1890.

¹⁰ Ya en 1857 salió en Buenos Aires *El Charivari porteño*, cuyo título citaba la famosa publicación europea. En su primer número de 1863, *El Mosquito*, fundado por el francés Henri Meyer y cuyos ilustradores iniciales también eran franceses (Adam, Monriot, Advinent) prometía caricaturas “de la clase de las de CHARIVARI de París y PUNCH de Londres”. En gran parte *Don Quijote* estaba hecho por españoles (Sojo, Cao, López Bago, Mayol) que ya habían frecuentado la profesión en su país de origen.

vienen la *Revista Moderna*, *El Nuevo Mundo* y algunas otras como el *Álbum de Madrid*, que publica retratos de escritores y artistas, artículos literarios y poesías. El *Blanco y Negro* es muy parecido a nuestro *Buenos Aires* o a *Caras y Caretas*, con la insignificante diferencia de que posee un palacio precioso, tira muchos miles de ejemplares y da una envidiable renta a su propietario el Sr. Luca de Tena.

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. A comienzos de 1903 inauguró la sección “Apuntes y recortes” en la que insertaba fragmentos de humor gráfico tomados de *Charivari*, *Le Rire*, *Les Nouvelles Illustrées* de París; *Fliegende Blaetter* de Munich; *Sketch*, *Life*, *Bulletin*, *King* de N. York; *El Liberal* de Barcelona, *ABC* de Madrid, *Puck*, *London Magazine* y *Punch* de Londres.

Pero el gran modelo, como señalaba Rubén Darío, provenía de Estados Unidos, “el país de las revistas baratas”. Como ocurriría poco después en Buenos Aires, su enorme proliferación durante la década de 1890 había obligado a los periódicos a considerarlas con verdadera alarma, como fuertes competidoras en el interés de lectores y anunciantes. El éxito de revistas como *Munsey's* (1889), *McClure's* (1893), *Cosmopolitan* (1886) *Harper's Weekly*, *Leslie's*, *Puck*, *Life*, *Judge*, *The Verdict* (1898) se debía a su combinación de contenido misceláneo e ilustraciones y al costo bajo para el lector (Emery 1966; Mott 1957; Mott 1962). 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 conocida¹¹ 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

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*: José S. Álvarez, Manuel Mayol (“Heráclito”), Eustaquio Pellicer y José María Cao (“Demócrito II”). Los lemas de la portada anunciaban su posición antioficial: “Este periódico se compra pero no se vende”, “Vengan mil suscripciones /

¹¹ Cf. Por ejemplo “Un diario irresistible. Un Hércules periodista. Talento, energía, triunfo y desgracia”. *La Nación*, Buenos Aires, 27/4/1896, p. 3.

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: se identificaba explícitamente con la Unión Cívica, participó activamente en las revoluciones de 1890 y 1893, homenajeara en sus páginas a los líderes de la UCR como Yrigoyen, Alvear o Saldías y en 1899 estampaba en la portada como lugar de edición “República Unitaria del Zorro-Buenos Aires”, en referencia crítica a la figura del presidente Roca.

Sus cuatro páginas –dos exteriores con texto, dos centrales con ilustraciones– se financiaban casi exclusivamente con suscripciones y sólo a fines de la década de 1890 comenzó a incluir un espacio reducido destinado a propagandas. A partir del 9 de abril de 1899 inauguró la sección “Sancho Panza”, redactada por el novelista español Eduardo López Bago, con columnas de opinión sobre la guerra de Cuba, algunos avisos comerciales y notas variadas.

En “Cómo nació ‘El Quijote’” José S. Álvarez (1920: 176-180) relató detalles de su participación en el semanario satírico-político: según cuenta, su objetivo inicial consistía en ganar dinero con 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 desertión 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.

Como veremos, Eduardo Sojo sostuvo otra versión sobre las diferencias que lo separaban de Álvarez y de otros escritores y artistas gráficos que dejaron su revista y pasaron a integrar la redacción de *Caras y Caretas*.

A fines de 1899, al cumplirse un año de la fundación de esta última, el veterano *Don Quijote* emprendió contra ella una campaña que llegó a transformarse en obsesión. Durante un mes sus páginas incluyeron 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: el único rastro del suceso en *Caras y Caretas* fue una nota que puede leerse como comentario en clave sobre los ataques de Sojo. Fuera de esta referencia velada, y a pesar del catálogo de acusaciones e injurias, el semanario dirigido por Álvarez no respondió y la polémica, unilateral, cayó en el vacío.

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 aun 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 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. Como se verá en las páginas siguientes, 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 conocían¹² 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”.¹³ 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.

3.2. De las mil, muchas eran morosas

Desde su inicio en la década del 80 y a través del tiempo *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 la nota “Oído a la Caja”, reimpresa en los números siguientes, 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:

A los señores agentes que con frecuencia se suelen quedar con el carro estancado, sin tener tiempo para saldar sus cuentas con nuestra Administración, les avisamos por medio de la presente que, si no acuden a saldar los picos pendientes con urgencia, nos veremos precisados a suspender el envío de Don Quijote.¹⁴

Cinco años después la publicación seguía luchando contra los deudores, a los que rogaba y amenazaba sin mayor resultado: “Suplicaremos a los señores suscriptores de la capital que no obliguen a nuestro cobrador a repetir el viaje dos, tres y cuatro veces. Si somos

¹² “Todos nos conocemos”, afirmaba Sojo en su ataque al director de *Caras y Caretas*. “Recogiendo alusiones”. *Don Quijote* N° 9, Buenos Aires, 15/10/1899. *Don Quijote* iniciaba la numeración de sus ediciones cada año.

¹³ Sección “Menudencias”. *Caras y Caretas* N° 19, Buenos Aires, 11/2/1899.

¹⁴ *Don Quijote* año IX, N° 42, Buenos Aires, 4/6/1893.

atendidos, quedaremos agradecidos”¹⁵; “De no hacerlo así, tengan entendido que desde el próximo número se las ajustaremos a los morosos, sin contemplaciones”.¹⁶ En 1899 el problema se había agudizado a tal punto que la empresa periodística publicaba el nombre de los deudores y afirmaba –a modo de contundente advertencia– haber recurrido a la ley para resolver el litigio:

El vendedor de periódicos Martín Alegre, conocido también por el alias de Colucho, detenido en la comisaría 4^o 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.¹⁷

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*

En 1899, al cumplir un año, *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 aborigen, decaía; ya era excesiva para los tiempos.¹⁸

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”. En la edición del 15 de octubre *Don Quijote* imprimió en la tapa, bajo el título “*Caras* y *Caretas*”, un texto escrito por el director en primera persona, en el que retaba al semanario dirigido por Álvarez 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:

He recogido la alusión que me habéis lanzado, en vuestro número aniversario, la cual venía asaz encubierta y disfrazada pero a través de la careta, reconocí la intención de la cara [...].

El calificativo que habéis dado a las caricaturas de *Don Quijote*, y la poca imparcialidad con que juzgáis a *La Mujer*, muévenme a contestaros cara a cara, ya que no por defenderme de ataques que ni siquiera me rozan, por cortesía siquiera al encubierto enemigo.

Creo inútil protestar de la envidia que podríais creer que siento, al veros alardear de dirigentes del gusto artístico y literario; *Don Quijote* no puede tener envidia a ninguna publicación análoga, por cuanto que en los quince años que lleva de vida, he visto crecer y morir al poco tiempo muchos otros periódicos fundados por artistas y colaboradores

¹⁵ “Advertencia interesante”, *Don Quijote*, año XV, N° 25, Buenos Aires, 5/2/1899 y números siguientes.

¹⁶ “A nuestros lectores”. *Don Quijote*, Buenos Aires, 30/4/1899.

¹⁷ “A los agentes morosos”. *Don Quijote* N° 52, Buenos Aires, 13/8/1899.

¹⁸ “Caras”. *Caras* y *Caretas* N° 53, Buenos Aires, 7/10/1899.

de *Caras y Caretas*. Y sin embargo de esto, yo me he guardado bien en decir, que la redacción y estudio de *Caras y Caretas* se componen de fracasados en las artes y las letras.

Con respecto a *La Mujer*, ya os contesto en las columnas del semanario, pero como me ha quedado algo por decir, lo digo aquí y ahora, por si os dignáis recoger mi reto.

LA MUJER, previo depósito de cinco mil pesos, no tiene inconveniente en sostener la competencia artística y literaria con *Caras y Caretas*, ante un jurado compuesto de artistas y literatos extranjeros, de competencia reconocida.

Si aceptáis me llenaréis de regocijo y de complacencia y haréis bueno aquel alarde de inmodestia contenido en vuestro número aniversario.

Lo contrario equivaldría a confesar que
Vivimos en un mundo tan miserable,
Que si yo no me alabo
No hay quien me alabe.¹⁹

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.

En la página siguiente, 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 la sección “Sancho Panza” del 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:

Recogiendo Alusiones

En el “Número Aniversario” de *Caras y Caretas* se alude de manera tan directa que no deja lugar a dudas, a *Don Quijote* y a mí, como caricaturista, que necesito defenderme. Porque sólo al 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, pueden referirse las siguientes líneas: “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”. Declaro, ante todo, que yo no sé lo que son las caricaturas gruesas ni delgadas [...]

Y sé, especialmente, y comprendo muy bien, que la llamada por ellos “arma vengadora e instrumento de castigo de la política” no les guste, les hiera y procuren hacer correr la voz de que se halla en decadencia.

Prefieren “la caricatura que esboza sonrisas, la que no hiera, la que no castiga, la que no es arma vengadora, ni chicha ni limoná, como se dice en mi tierra [...].

Las carcajadas, cuanto más ásperas mejor, cuanto más iracundas más viriles.

¡Pues ya lo creo! El *Don Quijote* ha sido siempre un periódico de oposición verdad a los malos gobiernos de la República Argentina. Siguen los malos gobiernos y sigue *Don Quijote* sin decaer, como pretenden los escritores de nuevo cuño.

Yo no he sido nunca en este país donde, por fortuna, todos nos conocemos, partidario sino enemigo de Roca, de Pellegrini, de Juárez Celman, irreconciliable, intransigente, decidido, franco... y, si lo quiere el señor Álvarez, director de *Caras y Caretas*, hasta le concedo mi ensañamiento contra todos ellos, lápiz y pluma en mano.

¹⁹ “Caras y Caretas”. *Don Quijote* N° 9, Buenos Aires, 15/10/1899.

Yo no concibo la caricatura política de otro modo que como es y como siempre ha sido, en todos los países y en todas las épocas, sea quien fuere el dibujante que la ejercite.

Yo no concibo la sátira, pluma o lápiz en mano, escrita o dibujada, como la aplaude y patrocina el señor Álvarez produciendo o esbozando sonrisas hasta en la casa de los mismos contra los cuales esgrime arma tan poderosa.

Entiendo que eso es engañar al público, por parte de los que consideran que esta es cómoda y a veces hasta productiva tarea.

El señor Álvarez en estas lides quiere hacernos creer que es excesivo para los tiempos... del general Roca, tirar con armas que tengan punta y filo, y pone un botón a las espadas y usa los sables de palo.

Y el general Roca se sonríe.

Con su pan se lo come el señor Álvarez, y como él y con él los redactores del bien titulado semanario *Caras y Caretas*.

Para censurar a los que hacemos la honrada oposición verdadera que fustiga y venga al pueblo de los desafueros que contra el pueblo se cometen no reconozco yo en el señor Álvarez autoridad alguna, ni siquiera la que tuvo cuando al servicio de esos malos gobernantes desempeñó un cargo en la policía de pesquisas.

Ocupe cada cual su puesto, porque ya va siendo hora de que nos contemos y nos definamos y de poner en claro lo que se pretende obscurecer y tergiversar, con palabras enrevesadas, en las que el cloruro de sodio natural (artificial no existe), falta por completo.

No está *Don Quijote* para hacer sonreír al presidente de la República, sino para hacerle poner mal gesto y cara de vinagre, ácido acético, como diría el químico literato de *Caras y Caretas*. [...]

Déjesenos en nuestra profesión cumpliendo con los deberes de la crítica a pluma y lápiz, a los que somos y hemos sido siempre escritores y dibujantes.

Pues bueno fuera, y cómodo para los que explotan al pueblo y viven sobre el país y se ríen del mundo desde los burladeros de las posiciones oficiales, que tolerásemos nosotros la moda nueva de poner enfrente de la oposición verdad, la oposición contratada, sin arrancar la careta y romper el disfraz a los que quieren darnos una broma tan pesada, figurándose que todo el año es carnaval.

Más de una vez, el fondo de los reptiles ha servido para fundar empresas periodísticas.

Pero siempre han durado éstos el tiempo que tardó el público en no conocer el engaño de que le hiciera víctima.

Déjese a *Don Quijote*, y déjeseme a mí que él y yo sabemos a dónde vamos, y son más de lo que nuestros enemigos quisieran los lectores que nos acompañan.

Y como vivió hasta aquí

Vivirá siempre Don Juan.

Eduardo Sojo

Los textos muestran los argumentos ad hominem y el carácter personal con que Sojo presentaba el enfrentamiento: presuponía 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.

Sólo dos meses más tarde la revista dirigida por Álvarez publicó un texto, “Los susceptibles”²⁰, del que puede decirse con escaso margen de error que era una referencia velada a la incesante campaña de Sojo. El narrador, que se presentaba como escritor de artículos de costumbres para los periódicos, relatava varios casos en que ciertos lectores, sintiéndose injustificadamente aludidos por sus textos, habían lanzado “garrotazos” y “calumnias” contra el autor. Los ejemplos subrayaban lo absurdo de estas reacciones, por las que “el escritor de este pueblo debe tener en una mano la pluma y en la otra el florete. O duelos o retractaciones vergonzosas”. Pero el texto, firmado por M. Q., carecía de referencias concretas y sólo un lector

²⁰ M. Q. “Los susceptibles”. *Caras y Caretas* N° 62, Buenos Aires, 9/12/1899.

avisado podía detectar allí un vínculo con una situación concreta. Para la mayoría era seguramente una nota de crítica social similar a las habituales.

Fuera de este comentario en clave, el silencio de *Caras y Caretas* contrastaba con la escalada de vituperios por parte de *Don Quijote* –cobardes, afeminados, malos escritores, burros, ripiadores 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 N° 10 volvía sobre el tema en notas tituladas “Las señoritas toreras”, “Con el palo del rucio” y “Para no ser pesados”. En la última se hacía el comentario de una fiesta campestre ofrecida por *Caras y Caretas* a sus colaboradores: “La comida fue abundante [...]. Escaseó únicamente el intelecto”.²¹

En el N° 11 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”²², “Por sobrevivir denigramos y después no contestamos”.²³ 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 habérosela con *La Mujer*? Pues sostengo lo de los 5.000 pesos”.

En otro dibujo Álvarez y Aurelio Giménez le mostraban a Roca (caracterizado con figura de rata) una caricatura. Al verla, el presidente felicitaba a los periodistas y prometía recompensarlos. En la sección “Sancho Panza” del mismo número se repetía el tema en cuatro notas distintas de la misma página. Una de ellas decía:

Dstrucción de ratas.

El inspector de la sección 20 está muy satisfecho por el resultado que producen los aparatos que se le enviaron para matar ratas. Han sucumbido 1770, hasta la fecha. Que lleven esos gatos a la redacción de *Caras y Caretas*. Allí como hay tanto papel, hay doble número de roedores.

Los números 12 y 13 continuaban la campaña. En el último se subrayaba la acusación de cobardía y afeminamiento, en contraste con la valentía y virilidad de *Don Quijote*.²⁴ En la página central, entre las ilustraciones, un cartel insistía:

Van 5000 pesos por La Mujer contra Caras y Caretas

Son artistas o Maletas
que no aceptan por cerote
la apuesta que Don Quijote
hace a Caras y Caretas.

En el mismo número, 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.²⁵ Esta vez señalaba los nombres de los acusados: Eustaquio Pellicer, Lasso de la Vega, José S. Álvarez, Manuel Mayol, Aurelio Giménez, Cao. Sojo advertía que, al contrario de lo que

²¹ *Don Quijote* N° 10, Buenos Aires, 22/10/1899.

²² Alusión a Lasso de la Vega, escritor de *Caras y Caretas*.

²³ *Don Quijote* N° 11, Buenos Aires, 29/10/1899.

²⁴ *Don Quijote* N° 13, Buenos Aires, 17/11/1899.

²⁵ “El dilatado silencio del adversario nos prueba lo escaso de sus fuerzas para aceptar el reto de *La Mujer*...” *Don Quijote* N° 13, Buenos Aires, 17/11/1899.

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:

Escribir verdades en este tiempo es contrariar el programa político del general Roca, los proyectos financieros del doctor Pellegrini y la que llaman algunos corriente de las ideas. Mejor es, según opinan Pellicer y Lasso y Álvarez, escribir disparates. “Mejor es dibujarlos” corrigen Mayol y Giménez. Y tienen razón porque saltan a la vista. Un disparate pintado por Giménez, y explicado en verso por el amado Eustaquio, es la enajenación mental del país, como lo fue la semana pasada. Todos lloramos leyendo aquel “con más gruesos chorros vertió el llanto” que dejó a las musas caladas hasta los huesos.

Pellicer llamándose poeta se calumnia, como se calumnia Pellegrini llamándose financista, Roca gobernante, Zorrilla de San Martín propietario de la trompa épica (tiene la de Eustaquio) y Rubén Darío, que llama “decadencia” a sus caídas.

¿Qué diríamos nosotros, los buenos aficionados a la plaza de toros de Madrid, si Lolita, Angelita y demás de la cuadrilla que hoy debuta toreando se creyeran y llamasen *Lagartija*, *Reverte* y el *Guerra*? Niñas toreras son, y así han de morir, aunque no de cornada de burro. Pues niños góticos me parecen a mí los otros, y cada vez adquiero mayores pruebas que justifiquen mi aserto.

Las niñas toreras no van a poner banderillas, van a simular que las ponen. No van a matar sin a fingir que matan. Y esto según reza el cartel se realizará *artísticamente*.

Pues de igual manera, Pellegrini y Roca no van a reñir sino a fingir que riñen, con motivo de las declaraciones hechas por el más largo de los dos, en contra del acuerdo. Y lo van a fingir también con Arte [...].

De igual manera no escribe Fragueiro, sino que lo simula, y finge versos lo mismo que Pellicer el que usa a chorros la rima, lo mismo que aparentan pintar y dibujar desde los que pintan paredes y dibujan muestras de tienda hasta Cao, que usa el agua con cuentagotas para lavarse. Aquí ya va siendo todo fingido. La literatura, el arte, la literatura y el teatro [...]

Vienen por tanto, en el momento más oportuno y propicio estas niñas toreras, de cuyo éxito nadie duda. Vienen y harán lo que están haciendo todos, gobernantes y gobernados, actores y espectadores, escritores y lectores, oradores y oyentes. “A hacer que hacemos” en una sociedad que como las banderillas y espada de que ellos harán uso, ni pincha ni corta.

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 N° 15 incluía una nota titulada “*Caras y Caretas* pornográfico”²⁶, cuyo objeto era menoscabar la respetabilidad que esta última aspiraba a tener como revista familiar que podía “caer en todas las manos”²⁷:

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.

Dicho se está que quien publica esa pornografía es *Caras y Caretas* en su último número. 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

²⁶ *Don Quijote* N° 15, Buenos Aires 24/12/1899.

²⁷ 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.

malicioso se le incita a que presuma y debajo de cuyo cuadro, digno de ilustrar la página de *La cortina corrida* o *El barón de Jaublas* se lee lo siguiente:

– ¿Qué es lo que más deseas?

– Saber y aprovecharlo sin demora cuando llega a una niña el cuarto de hora.

No tenemos espacio en este número para escribir cuanto fuera necesario, en protesta de la cultura y decencia, contra *Caras y Caretas*.

Pero 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.

El N° 16 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 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”.²⁸

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. En 1903, después de 19 años de historia, *Don Quijote* fue reemplazado por *Don Quijote Moderno*, a cargo de Ascensión Blasco de Sojo, hasta su cierre definitivo en 1905.

BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ, José S. (1920). “Cómo nació ‘El Quijote’”. *Salero criollo*. Buenos Aires, La Cultura Argentina.
- BERMAN, Marshall (1989). *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- DARÍO, Rubén (1899). “La cuestión de la revista. ‘Magazines’ e ilustraciones. La caricatura en España”. *La Nación* (20/6).
- EMERY, Edwin (1966). *El periodismo en los Estados Unidos*. México, Editorial Trillas.
- 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.
- ROMANO, Eduardo (2004). *Revolución en la lectura. El discurso periodístico-literario de las primeras revistas ilustradas rioplatenses*. Buenos Aires, Catálogos.
- VÁZQUEZ LUCIO, Oscar (1985). *Historia del humor gráfico y escrito en la Argentina. Tomo 1 - 1801/1937*. Buenos Aires, Eudeba.

²⁸ *Don Quijote* N° 16, Buenos Aires, 31/12/1899.

