

Eduardo Sojo, el Quijote de la caricatura¹

Eduardo Sojo, the Quixote of caricature

Antonio Laguna Platero (Universidad de Castilla la Mancha)
[antonio.laguna@uclm.es]

Francesc A. Martínez Gallego (Universidad de Valencia)
[francesc.martinez@uv.es]

E-ISSN: 2173-1071 IC - Revista Científica de Información y Comunicación
2015, 12, pp. 111 - 134

Resumen

Eduardo Sojo Sanz, más conocido como “Demócrito” por firmar así sus creaciones, fue uno de los principales protagonistas de la prensa satírica española de fines del siglo XIX y padre de la caricatura política argentina. Comprometido con el republicanismo del 73 y perseguido por el régimen del 76, participó como dibujante y/o editor en más de 40 publicaciones, destacando sobre todas ellas *Don Quijote*, el semanario que publicaría en tres países distintos. Por cómo concebía el ejercicio del periodismo, por cómo efectuaba la crítica social y política a través de sus dibujos y por cómo identificó a su semanario más popular, Sojo merece el calificativo de “El Quijote de la caricatura”.

Abstract

Eduardo Sojo Sanz, better known by his pen name “Democritus”, was one of the main protagonists of the Spanish satirical press in the late 19th century and the father of Argentinean political cartoons. Committed to the republicanism of ‘73 and persecuted by the regime of ‘76, he participated as a cartoonist and/or editor in over 40 publications, the most important being Don Quijote, a weekly published in three different countries. Due to his conception of the practice of journalism, and how he accomplished social and political criticism through his cartoons and identified his most popular weekly, Sojo deserves the title of “the Don Quixote of caricature”.

1 El presente trabajo forma parte del Proyecto de I+D+i, del MEC, Código: CS02011-27678, titulado “El humor frente al poder: la monarquía, el ejército y la iglesia a través de la comunicación satírica en la España contemporánea (1930-1936 y 1975-1982)”.

Palabras clave

Prensa, caricatura, republicanismo, censura.

Keywords

Newspaper, cartoon, republicanism, censorship.

Sumario

1. Sojo, protagonista de la caricatura política
2. El compromiso como razón de ser, el dibujo como modo de vida
3. Don Quijote cabalga de nuevo
4. Conclusiones de un éxito: el estilo de Sojo
5. Bibliografía

Summary

1. *Sojo, the star of political caricature*
2. *Compromise as a raison d'être, drawing as a way of life*
3. *Don Quijote rides again*
4. *Conclusions of a success: Sojo's style*
5. *References*

1. Sojo, protagonista de la caricatura política

El 4 de noviembre de 1919 Manuel Bueno abrió la primera columna del *Heraldo de Madrid* con un artículo sobre “El humorismo y la caricatura” en el que, tras reflexionar sobre el estado de la caricatura social y política poniendo como ejemplos a los dibujantes Silenio y Bagaría, recordaba la importancia que para la sátira política habían tenido en el siglo anterior las aportaciones de Ortego y Sojo. Sobre todo este último, de quien reconocía que había sido heredero del espíritu de El Quijote a través de sus publicaciones.

A pesar de utilizar el seudónimo de “Demócrito”, Sojo será un Quijote en la vida y en la prensa, un luchador por la justicia con el lápiz y con la mano. Un lápiz que como lo tildaba *El Progreso* en 1886, “tenía y tiene opiniones políticas y radicalmente revolucionarias”. De igual manera que ridiculizaba al poderoso, desafiaba a los jueces y fiscales o encajaba la denuncia, era capaz de defender al oprimido. Y en más de una ocasión lo hizo de forma activa, como en 1894 en que, siendo ya un acreditado hombre de la prensa madrileña, fue detenido por mediar cuando un guardia de seguridad golpeaba a un individuo².

Republicano, dibujante y hombre emprendedor, Sojo será el máximo exponente de la caricatura política en la España del último tercio del siglo XIX. Situado cronológicamente entre la etapa inicial de la prensa satírica que representa Ortego y *Gil Blas* (1864) y la “metáfora-collage de connotaciones morales” desarrollada en el primer tercio del siglo XX por Bagaría, su producción se desarrollará entre 1873 y primeros años del nuevo siglo en más de cuarenta publicaciones periódicas³. De hecho, su obra va más allá de la caricatura periodística. Fue un divulgador, un intérprete de clásicos de la pintura y un ilustrador de láminas con notable éxito.

Y de nuevo, no tanto por la calidad de su técnica, cuanto por su capacidad de conectar con los ideales de las personas, su nombre fue protagonista de

² *La Correspondencia de España*, 11/11/1894

³ “Largo espacio llenaríamos si trasladáramos los títulos de los periódicos satíricos, políticos, literarios, de toros, etc., etc., en que el lápiz de Sojo ha colaborado, pasan de cuarenta. *El Buñuelo*, *El Motín*, *La Broma*, *Rigoletto*, *El Gil Blas* (segunda época), *El Tío Jindama*, *El Tendido*, *Madrid Cómico*, *Día de Moda*, y en tantos otros como han visto la luz pública en estos últimos años, se ha podido loar la firma de Demócrito al pie de un gran número de intencionadísimas caricaturas y dibujos”, *El Globo*, 1883/07/28

diversos acontecimientos. Fue requerido por Galdós para ilustrar su episodio *Cádiz*; por Fernández y González para su obra *París subterráneo*; y por la colonia española de Buenos Aires para ilustrar el Álbum de homenaje a Peral. Sus láminas conmemorativas de la proclamación de la I República, no solo consolidaron la simbología de la República, sino que permitieron a muchos republicanos españoles construir su propio “altar republicano” doméstico⁴ (Figura 1).

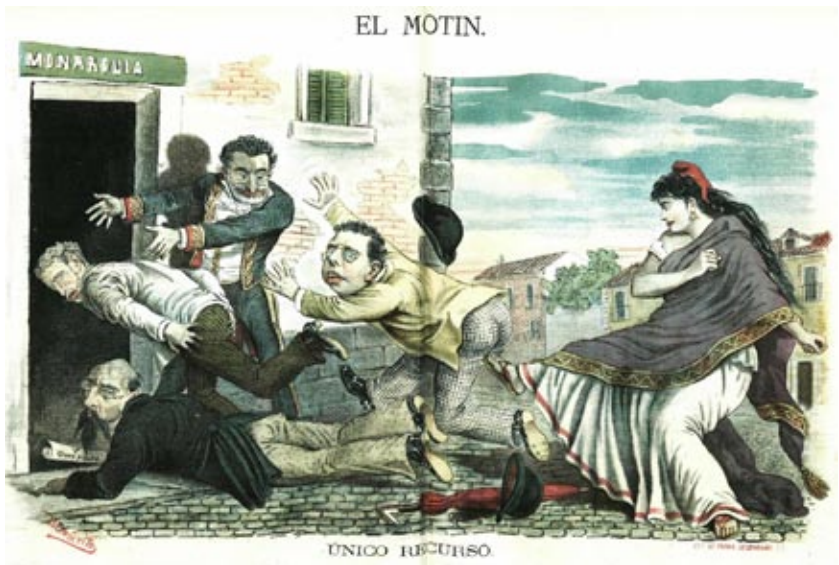


FIGURA 1

Imagen de la República, por Eduardo Sojo. *El Motín*, 20/11/1881.

Nacido en Madrid en 1849 y muerto en la misma ciudad cuando aún no había cumplido los 60, consiguió el éxito por la publicación del semanario satírico *El Quijote* en tres países distintos: Argentina a partir de 1884; Uruguay, a partir de 1887 y hasta el año siguiente; y en España, desde el 9 de enero de 1892 hasta 1902. A lo largo de casi dos décadas, simultaneando producción y

4 El diputado republicano por Valencia, Rodrigo Soriano, en una intervención en el Congreso, denunciaba la detención de un hombre y su mujer por tener pegadas en las paredes de su casa las láminas de Sojo. Vid., “Adiós Torquemada”, en *Don Quijote*, 07/02/1902.

ediciones en realidades políticas tan distantes, Sojo y su *Don Quijote* definieron una nueva forma de entender la caricatura política, convirtiéndose en un potente medio de comunicación y propaganda con tiradas muy por encima de la media de la prensa diaria del momento, provocando entre otros efectos una nueva forma de ver el poder tan diametralmente distinta a los estereotipos oficiales que transmitían los cauces tradicionales de la propaganda política.

2. El compromiso como razón de ser, el dibujo como modo de vida

El Sexenio Revolucionario (1868-1874) no sólo fue un intento de democratizar el Estado surgido de la Revolución burguesa antifeudal (1834-43), sino que constituyó un enorme campo experimental para la propaganda política. La intensa pugna política que se libró, los márgenes de libertad en que se desarrolló, la elevada participación social que se generó, junto con la talla intelectual y política de sus principales protagonistas, serían razones principales para entender la proliferación de medios, soportes, formatos y hasta himnos que se produjo en aquellos intensos años donde se vivió la caída de una monarquía, la implantación de otra con dimisión incluida de su protagonista, el asesinato de un presidente, la proclamación de una república, el intento de proclamación de otra, dos constituciones, dos guerras domésticas y otras dos coloniales... Todo lo experimentado en estos seis años determinó el curso posterior de la Historia de España. También de los republicanos como Sojo, que harían de la reivindicación de una nueva República, idealizada e imaginada como una Icaria redentora, su principal razón de ser.

Joven, republicano y federal, Sojo se vio envuelto en las principales acciones promovidas para la implantación de la República, al tiempo que experimenta su bautismo periodístico con la puesta en marcha, a partir del 3 de abril de 1870, de su primer semanario satírico, *El Caos*. Desde un posicionamiento republicano federal, sus cuatro páginas alternaban texto y dibujo para hacer crítica política, lo que explicaría que su vida fuese de apenas unos meses (Hartzenbusch, 1894, p. 290).

Pocos meses después de este primer fracaso, mientras España se apresta en la búsqueda de un rey que provocará varias guerras, Sojo lo vuelve

a intentar. En concreto, el 21 de noviembre de 1870, la prensa madrileña se hace eco de la orden del gobernador de retirar de las esquinas de la ciudad un cartel con una caricatura anunciando la salida de un nuevo periódico satírico, bajo el nombre de *El Noventa y Tres*. El promotor y director del nuevo periódico es el joven Eduardo Sojo, que compagina la actividad política en el Partido Republicano con la de publicista, y que concibe la acción periodística como ejercicio decidido y valiente de denuncia.

Esta forma de entender la comunicación periodística será la cruz que lo acompañe toda su vida, pero también la cara más destacada de una forma de entender el periodismo sin miedos ni dudas. Y como ejemplo el hecho de que el primer número de *El Noventa y Tres*, nada más salir el día 22, sea denunciado por el fiscal y su director conducido preso a la cárcel del Saladero (De la Fuente, 1871, p. 384) por no haber abonado la preceptiva fianza para la puesta en marcha del periódico⁵. *El Noventa y Tres*, título inspirado en la fase más radical de la Revolución Francesa, amén de coincidir posteriormente con el título que Víctor Hugo pondrá a una de sus novelas históricas, consagrará públicamente al joven dibujante y políticamente al republicano federal, dos etiquetas que acompañarán toda la trayectoria vital de Sojo.

Allí descubrimos el estilo sencillo y directo de caricaturizar al personaje, con línea gruesa, defecto notorio y leyenda de refuerzo. También los riesgos de la crítica cuando se hace a base de ridiculizar al poderoso, pues en los breves meses en los que estuvo al frente de este semanario fue denunciado sucesivamente por Idelfonso Pérez de Guzmán, marqués de Santa Marta, y por Mariano Fresneda, ambos por considerarse injuriados en la representación gráfica que les dispensó Sojo⁶. Pero también aparece el otro efecto indirecto de la represión, la promoción. Sojo será más popular por lo que no dice, esto es, por la represión que le impide publicar que por la realización y venta del periódico. Se trata de un efecto comunicativo incontrolado que ha superado siempre los mecanismos represores de quien ha intentado controlar los flujos informativos, despertando siempre entre los públicos el interés por lo prohibido. La historia del periodismo está repleta

⁵ *La Iberia*, 21/12/1870

⁶ *La Correspondencia de España*, 11/06/1873

de ejemplos que confirman cómo la represión de emisores, la censura de mensajes o el secuestro de medios, más allá del efecto pernicioso y lesivo para quien lo padece en primera instancia, situándolo en la marginalidad, ha tenido siempre una dimensión emotiva, morbosa y hasta curiosa que ha multiplicado expectativas y despertado interrogantes.

En sus caricaturas previas a 1873, la firma habitual es la de su primer apellido, tal y como se puede comprobar en el *Almanaque de El Combate para 1872*, donde comparte dibujos y artículos con el gran Ortego o con Paul y Angulo. También en *El Mundo Cómic*, semanario humorístico que empezó a publicarse el 3 de noviembre de 1872 bajo la batuta gráfica de José Luis Pellicer Ferré (1842-1901), o en el ya citado *Noventa y Tres*. Será en el año de vida de la I República española cuando descubrimos la adopción de su nuevo apelativo que le identificará el resto de su vida, el seudónimo de “Demócrito”, muy posiblemente por alguna afinidad con el filósofo griego⁷.

Proclamada la República Española fue uno de los firmantes del manifiesto del 2 de mayo de 1873 en el que se emplazaba a los republicanos madrileños a proclamar, en la Explanada de las Caballerizas, la República Federal. En julio de 1873, tras la querrela interpuesta por el marqués de Santa Marta, Sojo sufría una brutal paliza de un grupo “de forajidos con aspecto decente”⁸. Antes de finalizar el mes de septiembre y tras haber ayudado a los federales de Barcelona y Valencia, recalca en Cartagena donde será un activo protagonista del levantamiento cantonal⁹. Allí realizará una revista satírica, *El Pirata*, de la que tan solo salió un número. Fracasado el cantón, consigue salvarse de la represión gracias “a los buenos oficios del cónsul inglés, que le facilitó pasaje a bordo del aviso de la escuadra de guerra británica fondeado en el puerto”, trasladándose con nombre falso a la ciudad de Málaga, donde

7 “El filósofo presocrático risueño, extravagante y longevo”, Román, Claudia (2011): “*Don Quijote* (1884-1902): la prensa satírica, entre el público y el pueblo”, en XIII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. San Fernando del Valle de Catamarca. En <http://www.rehime.com.ar/escritos/documentos/idexalfa/r/romanc.php> (consultado el 14/02/2014).

8 *La Iberia*, 11/07/1873

9 “...llegó a Cartagena a finales de Septiembre de 1873, ya que el número 51 de *El Cantón Murciano*, anuncia que hace tres días que tenemos el gusto de contar entre nosotros al querido amigo y periodista Eduardo Sojo, que se prepara a continuar aquí sus valientes campañas satíricas contra los enemigos del pueblo” (Alcaraz Quiñero, 1993).

vivió los primeros tiempos de la Restauración y aprendió las artes de la litografía en cromo¹⁰.

Autodidacta confeso, no dejó de reconocer lo mucho que había aprendido de maestros como Francisco Javier Ortego (1833-1881), con quien compartió mesa de redacción en publicaciones como *Gil Blas*. Sin embargo, el gran salto técnico lo dará a raíz de su exilio en Málaga, donde tuvo que ganarse la vida como dibujante en casa del “Sr. Mitjana, y en ella aprendió de unos alemanes el dibujo cromo-litográfico, hasta que con su nombre pudo regresar de nuevo á Madrid”¹¹. Esta será su gran ventaja técnica a la hora de competir y su gran aportación al mundo del dibujo en prensa: introducir la caricatura al cromo que, como apunta el reportaje que le dedicó el diario *El Globo* de 28 de julio de 1883, permitió proporcionar trabajo a gran número de operarios “porque desde entonces, rara es la publicación de este género que no haya adoptado el cromo para sus ilustraciones”¹².

Tras la Restauración monárquica, Sojo despliega sus habilidades como dibujante en diversas publicaciones. En primer lugar, en *Madrid Cómico*, semanario festivo creado en 1880 por Miguel Casañ y vendido después a Sinesio Delgado, que lo convertirá en una “institución de la vida madrileña” (Versteeg, 2011, p. 45). Aquí Sojo ya es “Demócrito” y no dejará de serlo en todo lo que dibuje en lo sucesivo. Lo será en *El Motín* de José Nackens, aparecido en abril de 1881, donde abandona el disimulo costumbrista aplicado en sus dibujos de *Madrid Cómico* para volver a convertirse en el ácido detractor de los defectos del poder. Surge aquí el Sojo anticlerical, intérprete de un sentimiento que se generaliza en la misma medida que la Iglesia abandera la reacción a toda manifestación liberal. El mundo clerical, al igual que el ministerial monárquico, será una de las temáticas sobresalientes de toda la producción gráfica de

¹⁰ *Escenas contemporáneas*. 1883, núm.3, página 57.

¹¹ *El Globo*, 1883/07/28

¹² Un destacado ejemplo de gran diario que se apunta a la técnica del cromo es *El Imparcial*, que informaba de haber encargado a la casa “Marinoni la construcción de una máquina rotativa cromotípica, con la que publicaremos el número de cada lunes. Esta máquina imprime en seis colores y da un resultado de estampación admirable (...) A esta perfección del grabado en colores, uniremos el atractivo de la actualidad. El suceso que ha interesado al público, la escena dramática de sensación aparecerán en las hojas ilustradas a las cuarenta y ocho horas de ocurridos, viniendo a constituir esta ilustración semanal una crónica artística de la vida pública” (16/12/1892).

Sojo. Curiosamente, no será así con la monarquía, inexistente en su repertorio muy posiblemente por tocarle un rey muy joven, Alfonso XII, y, tras su etapa americana, una regencia de transición.

Sus láminas se hacen a doble página y en ocasiones a color, apareciendo como el mejor atractivo para la adquisición del semanario. En este escaparate destacado, los dibujos anticlericales de Sojo van más allá del “cura trabucaire y carlistón” de las primeras etapas de *Gil Blas*, o del cura que hace lo contrario de lo que predica que refleja *La Campana de Gracia*. Su predilección son los vicios ocultos de los eclesiásticos. Las complicidades con el poder y muy especialmente sus desvíos morales cobrarán forma en curas gordos de miradas obscenas, en obispos persiguiendo niños o en una Iglesia crucificando a Jesús. De hecho, una parte de las sanciones que padecerá vendrá motivada por la irreverencia de este tipo de caricaturas, consideradas transgresoras de la moralidad por los ejecutores de la ley. Sin embargo, tal y como venimos planteando, la contrapartida será el incremento del interés. La impronta de Sojo en *El Motín* será de tal calado que años después, a pesar de estar viviendo ya en Argentina, todavía colaboraría en ediciones especiales como los almanaques¹³.

Las colaboraciones, en estos comienzos de los ochenta, las simultánea en diversos semanarios. Además de *El Motín*, también participa en *El Buñuelo*, otro semanario satírico creado el 4 de abril de 1880 con un posicionamiento fuertemente republicano y anticlerical. Y como había sucedido con las anteriores publicaciones, el atractivo mayor de la publicación será el dibujo a doble página que lleva su firma¹⁴.

Su reputación se acrecienta y es demandado por nuevas publicaciones, al tiempo que prueba suerte con el teatro, tratando de poner en texto –en este

13 En concreto, el preparado para el año 1888 contará con 32 grabados de... “Demócrito (Eduardo Sojo), primer caricaturista que tuvo *El motín*, quien ha querido darnos una nueva prueba de amistad enviándonoslos desde Buenos Aires, donde reside hace años”. *El Motín*, 18/08/1887.

14 De hecho, desde el mismo número 3º en que empieza a colaborar, el periódico lo destaca indicándonos ya la popularidad del dibujante. En concreto anuncia: “Un distinguido artista que oculta su nombre bajo el pseudónimo de DEMÓCRITO, se ha encargado de ilustrar *El Buñuelo* con caricaturas y cromos de la importancia de los que en este número damos á luz; de manera que nuestra publicación es la más política, la más ilustrada, la más barata y la más conservadora de cuantas de este género han visto y ven la luz en nuestra patria y en las posesiones más ó menos interinas”. *El Buñuelo*, 15/04/1880.

caso, en verso- lo que tan brillantemente hacía en dibujo. Su primera obra, *Política y diplomacia*, la estrenó en el teatro Apolo en enero de 1880 y fue considerada por la crítica como prometedora. La siguiente fue un drama en tres actos, escrita en verso bajo el título de *¡Dios! ¡Justicia! y ¡Germania!*, estrenada en el teatro Novedades de Madrid dos meses después de la anterior. La obra, que intentaba conectar el pasado con el presente para ejercer la crítica social, tuvo una acogida desigual y unas críticas lo suficientemente duras como para hacerle desistir de su empeño por un tiempo¹⁵.

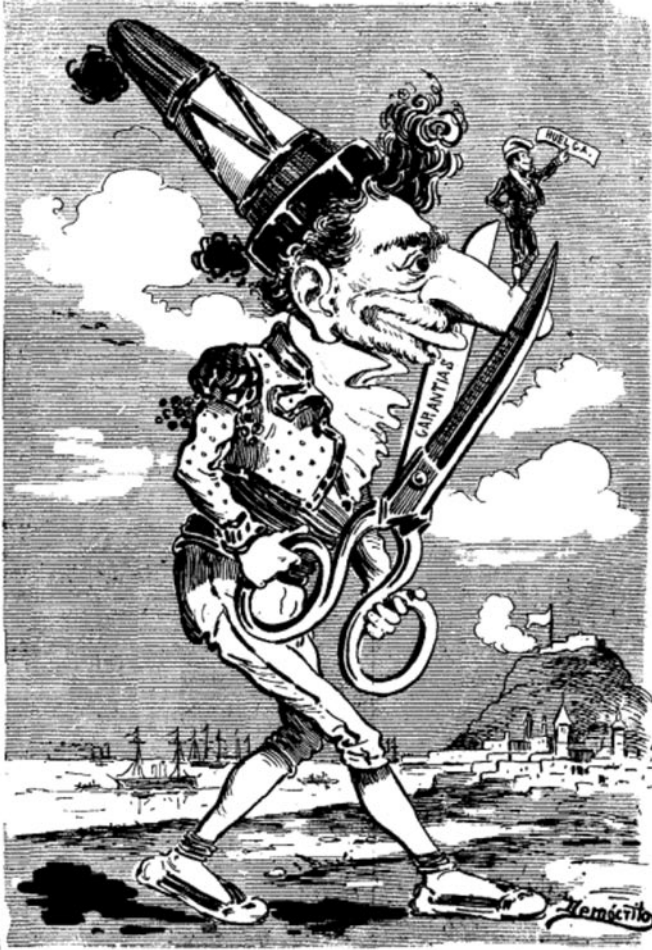
El semanario republicano y anticlerical, reaparecido en enero de 1882 tras un largo paréntesis de silencio y con la cabecera histórica de *Gil Blas*, será otra de las paradas profesionales de Sojo. Allí se encargará, durante los primeros seis meses de realizar la ilustración principal que editará el semanario. Sus dibujos serán en blanco y negro, ocupando una página y, en ocasiones dos, centrándose especialmente en retratar al presidente del gobierno, que más que por su nombre, Sagasta, será conocido por el acento que el dibujo pone en su pelo, “el del tupé” (Figura 2).

Es su estilo y también su marca, que se mantiene allí donde dibuje. El ejemplo nos lo ofrece *La Broma*, semanario madrileño creado por Eloy Perillán Buxó desde el 29 de septiembre de 1881 hasta el 10 de agosto de 1885 con la república por bandera y las láminas de Sojo y Eduardo Sáens “Mecachis” como reclamo fundamental. Entre otras destacadas, una de las más célebres será la titulada *De Herodes a Pilatos*, donde aparecía Jesucristo (el pueblo español) condenado por Herodes (Cánovas), mientras Pilatos (Sagasta) se lavaba las manos (Figura 3). A Sagasta, a la sazón jefe del gobierno, lo seguía representando como “el hombre del tupé”.

La contrapartida de este atrevimiento es la represión. El 15 de marzo de 1882, el gobernador secuestra la edición de *La Broma* por una caricatura que considera ofensiva al dogma católico. Dos semanas después, otra caricatura de Sojo, en este caso en *Gil Blas*, es prohibida por “injuriosa” con el Gobierno. Lo mismo sucederá con la publicada en la primera semana de abril. *Gil Blas* retira la caricatura y en su lugar aparece un recuadro con el artículo 13 de la

¹⁵ “Nuestro amigo D. Eduardo Sojo, autor del drama *¡Dios!, ¡Justicia! y ¡Germania!*, estrenado anoche en el teatro de Novedades, nos manifiesta que, teniendo en cuenta la opinión de la prensa, retira la obra, y aprovechará los consejos que se le han dado”. *Iberia*, 17/03/1880.

EL GRANO EN LA NARIZ, POR DEMÓCRITO



Dicen los mélico: ¿que n necesito cortarme las narices: ¿significará eso que se me caerán ellas solas?

No sé, pero me huele muy mal todo esto. (*Monólogo fusionista.*)

FIGURA 2

Sagasta, por Eduardo Sojo, Demócrito. *Gil Blas*, 16/04/1882.

[E-ISSN: 2173-1071 IC - Revista Científica de Información y Comunicación 12 (2015) [pp.111-134]



FIGURA 3

Caricatura de Eduardo Sojo en *La Broma*, Prospecto para 1882.

Constitución. Las denuncias sobre *Gil Blas* se fueron sucediendo hasta que el 1 de junio, condenado a una suspensión de 4 meses, puso fin a su vida editorial. Sojo pasa a trabajar en exclusiva en *La Broma*, el semanario que a pesar de las denuncias –o por mor de ellas¹⁶, se ha convertido en el más demandado del momento. Hasta el punto que, en octubre de 1882, *La Correspondencia de España* firmará un contrato en virtud del cual sus abonados pasarían a recibir a partir del 1 de enero de 1883 ambas publicaciones por la misma cantidad que pagaban por el diario¹⁷.

¹⁶ “Esta tarde se ha constituido el juzgado del distrito de Palacio en la redacción y administración de nuestro satírico colega la *Broma*, cuyo último número del jueves, ha sido llevado a los tribunales por los versos titulados Catilinaria. Al verificarse el examen de la oficina, se vio que la edición de aquel número estaba totalmente agotada”. *La Correspondencia de España*, 02/04/1882.

¹⁷ “Inútil nos parece recomendar esta combinación que proporcionará, á nuestros perseverantes favorecedores, juntamente con el caudal de noticias que llena nuestras columnas, lectura amena de crítica política y social; una espléndida colección de intencionadas caricaturas, hechas por «Demócrito» y otros dibujantes de mérito

Gracias a los resultados económicos obtenidos con sus colaboraciones, Sojo decide asumir el riesgo de poner en marcha de nuevo un periódico propio. El 5 de febrero de 1883 creaba *Las Noticias Ilustradas*, un semanario gráfico que aspiraba a conquistar el favor del público gracias a su precio de venta, 10 céntimos, y a su planteamiento de contar los sucesos en forma de dibujo¹⁸. La iniciativa fue todo un éxito, consiguiendo de salida alcanzar los 30.000 ejemplares de venta. Sin embargo, el bajo el precio de la publicación, unido a que el tono crítico de los dibujos pronto provocaron las denuncias del fiscal y las posteriores multas¹⁹, justificarían su corta vida. De hecho, Sojo quedará tan afectado económicamente de esta iniciativa que en el mes de julio, y gracias a la ayuda del marqués de Campo, que le pagó el billete, pondrá rumbo a Argentina.

Desde la proclamación de la ley Gullón en julio de 1883, las posibilidades legales de poner en marcha una nueva publicación pasan tan sólo por ponerlo en conocimiento del Gobierno Civil. Las cabeceras por tanto se suceden, llegando en algunos casos a consolidarse durante largos períodos. Sin embargo, la apertura de la nueva norma no aminoró las actuaciones de los fiscales, que no dudaban en denunciar todo aquello que consideraban injurioso con el poder. Y en este apartado, la prensa satírica y, en especial sus caricaturas, pasaron a ser protagonistas de los juzgados. El 14 de julio de 1883, *La Correspondencia de España* hacía público el fallo por el que se condenaba a la pena de 6 años de prisión, más de tres de destierro a 200 kilómetros de Madrid y 6.750 ptas. de multa accesoria al director de *La Broma*, Eloy Perillán y Buxó, tras las denuncias que interpusieron los duques de la Torre y el conde de San Antonio. De aquí la “huida” de Sojo a Argentina, buscando

reconocido, y los frecuentes regalos de novelitas de actualidad, cromos monumentales, almanaque ilustrado y cuantos regalos hace LA BROMA á sus numerosos lectores”. *La Correspondencia de España*, 31/10/1882.

- 18 “*Las Noticias Ilustradas* es un adelanto. Es una revista semanal ilustrada al cromo, que se vende á 10 céntimos, y su actualidad es tanta, que ya publica en el último número cromos que representan: Extraordinario suceso ocurrido á D. José Salamanca, siendo juez de Monóvar.—Caida del capitán Mayet —Mayet en la casa de socorro.—Suceso de la calle de Embajadores.—Alegoría del Carnaval.—Ejecución en Zaragoza del reo Manuel Tormos.—Atentado contra el canónigo de Palencia.—Don José RubauDonadeu, representante de doña Mercedes Martínez de Campos.—Don Luis Carreras, autor de un célebre folleto.— El suceso de Sainte Opportune.—Imprudencia temeraria”. *El Liberal*, 05/02/1883.
- 19 “Anteanoche se vendía por las calles de Madrid un suplemento á *Las Noticias Ilustradas*, con el retrato y algunas noticias biográficas del conde de San Antonio. Este suplemento, á lo que parece, ha sido sometido á la acción de la jurisdicción ordinaria”. *La Unión*, 24/02/1883.

un país que no limitase su creatividad al tiempo que le permitiese ganarse la vida. La reflexión aparecida en *La Broma* tras la sentencia certifica la dificultad del oficio de Sojo:

Si no se permite ya caricaturar, o caricaturizar, al hombre del tupé, ¿a dónde van a ir a tomar inspiración nuestros caricaturistas?; ¿en dónde van a encontrar un personaje más caricaturizable?; ¿qué va a ser del arte de la caricaturización? Porque vamos claros: desde el momento en que quede prohibido el caricaturizamiento de aquella grotesca cariátide que la Naturaleza creó ex profeso para ser caricaturizada, se acabaron de una vez en España las caricaturas, y tendremos que dar los periódicos sin monos, y sin monos nadie los comprará, y si nadie los compra vamos a pasar una vida divertida los que vivimos de esa industria” (Gomez Aparicio, 1974, p. 628).

3. Don Quijote cabalga de nuevo

El 16 de agosto de 1884 funda en Buenos Aires *Don Quijote*, su publicación más notoria y con más calado que llegará a sentar las bases de lo que iba a ser la caricatura política en Argentina, con sus mixturas zoológicas, “sus bestiales simbolismos” y sus descarnadas críticas al poder²⁰. De frecuencia semanal -salía todos los sábados-, su contenido se caracterizaba por compaginar opinión escrita con valoración gráfica de la situación política. De las cuatro páginas que lo conformaban, las páginas centrales estaban destinadas a la caricatura política, que solía estar acompañada por un breve texto que funcionaba como un epígrafe. No contaba con un diseño gráfico que sobresaliera, por el contrario, tanto en relación al tamaño (35 x 47 cm), como al uso exclusivo de la tinta negra, su presentación era similar al resto de los medios gráficos.

Su personalidad era la cabecera, donde aparecían los datos identificativos básicos, pero también los editoriales. Aparecía el nombre y las

²⁰ *La Esfera*, 31/05/1937.

figuras de Don Quijote y Sancho como aparentes protagonistas de la publicación, al tiempo que reivindicaba su absoluta independencia de los poderes. En este sentido debe comprenderse el lema que acompañaba el título: “este periódico se compra pero no se vende”. Y para reforzar su posicionamiento soberano y su deseo de supeditar su existencia a la voluntad popular y no al arbitrio de ningún dirigente o gobernante, solía incluir este verso: “Vengan cien mil suscripciones y fuera las subvenciones”. Un posicionamiento que todavía cobraba más credibilidad por la figura del Quijote que sirve de teórico referente al trabajo editorial. No tenía más hipoteca que la provocada por el número de compradores que pudiese conseguir y que no fueron pocos, pues en 1888 rodaban los 15.000, casi tantos como la que tenían los grandes diarios de la capital bonaerense. Ni subvenciones, ni ayudas indirectas, ni siquiera publicidad -que apareció solo en los primeros tiempos de vida del semanario²¹- pudieron cuestionar la imagen de independencia en los juicios del periódico, que al final resumía con el lema: “independencia y tente tieso” (Figura 4).



FIGURA 4

Cabecera del semanario *Don Quijote*, obra de Eduardo Sojo.

En esta intensa tarea Eduardo Sojo no estuvo solo. Contó con colaboradores como Manuel García, de quien llegó a afirmar que: “escribe el *Don Quijote* casi desde su fundación, lo cual prueba su inagotable chispa y

²¹ En concreto, incluyó anuncios por palabras en su cuarta plana hasta el número de 19 de octubre de 1884. A partir de ahí, los únicos reclamos que insertará serán, casi siempre, de autopromoción de sus propias publicaciones.

que vale por treinta Garcías juntos y me quedo corto”²². A partir de 1887, se incorporó José María Cao quien debido a las coincidencias con Sojo firmaba sus caricaturas con el nombre de “Demócrito II”. También participaron Eduardo Mayol (“Heráclito”), quien en 1898 pasó a trabajar en *Caras y Caretas*. Pero no hay duda, Sojo es considerado el padre artístico de todos ellos y, por extensión, de la caricatura política argentina, marcando una etapa nueva.

Su aportación estriba en la radicalidad de su mensaje, en el atrevimiento de sus dibujos, muy por encima del primer gran periódico satírico argentino, *El Mosquito* (1863-1893), dirigido y realizado por Henri Stein desde unas supuestas premisas de objetividad (Matallana, 1999, p. 45), y a gran distancia del humor correcto y amable de *Caras y Caretas* (1898-1939). De hecho, los numerosos estudios que han provocado estas tres cabeceras coinciden en atribuir al padre de *Don Quijote* el valor de haber aportado la caricatura más comprometida, más política, más subversiva y, por lo mismo, más influyente de la historia de la prensa argentina (Rogers, 2003; Roman, 2011; Columba, 2007).

El éxito de *Don Quijote* fue inmediato por la sorpresa que generó entre los bonaerenses el calado de la crítica que comportaban sus imágenes y por la constancia de su director. De hecho, cuando en abril de 1886 fue detenido por considerar irreverente e inmoral su caricatura sobre la procesión de las palmas, *Don Quijote* mantuvo su tono crítico todas las semanas que Sojo permaneció en prisión. Es más, Sojo hará las caricaturas desde la prisión, eso sí, añadiendo la leyenda de que es “Palmerín” (el Intendente) el que autorizaba su edición. El anticlericalismo constituye una de las señas de identidad de *Don Quijote*, representado como un Jesucristo que es crucificado por los mismos que visten sotana.

La popularidad del semanario y de su director fue creciendo en la misma medida que las autoridades actuaban contra ellos. Así, el periódico multiplica su venta cuando en septiembre de 1887 Sojo vuelve a ser detenido por orden de un Congreso de Diputados cuya mayoría se siente ridiculizada en las caricaturas. Los diputados conservadores, tras la publicación de la caricatura en la que aparecen en forma de carneros mientras el presidente Juárez Celman, el Vicepresidente Pellegrini y el Ministro del Interior Eduardo Wilde estrujan a la república para sacarle hasta el último peso, adoptaban una decisión sin precedentes que invadía el terreno del poder judicial (Figura 5).

²² *Don Quijote* 28/05/1893.

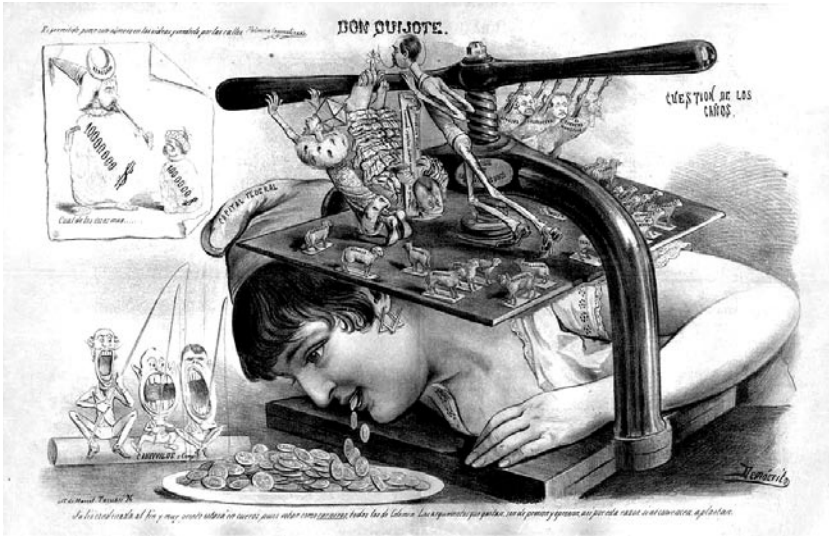


FIGURA 5

Caricatura de Sojo que le costará la cárcel. *Don Quijote*, 04/09/1887.

Una decisión que se convierte en escándalo general y Sojo en mártir popular. Toda la prensa argentina y buena parte de la extranjera, incluida la española, se hicieron eco de este atropello. Sobre todo, porque demostraba de forma nítida la intolerancia de todo un Parlamento contra un solo periodista, al que detenían, juzgaban y condenaban sin tener en cuenta la existencia del poder judicial²³. El escándalo no hizo sino crecer. Sojo exigió su puesta

23 “Reacción de la Cámara de Diputados. Es inconcebible lo que acaba de hacer el Congreso de diputados argentinos. Publicase en Buenos Aires un periódico satírico titulado *Don Quijote*, con caricaturas debidas a un dibujante español apellidado Sojo. En el número del 4 de septiembre último apareció una caricatura que representaba la mayoría de la Cámara. La república está metida en la prensa haciendo contorsiones de dolor, y la prensa esta movida a topetadas por el presidente de la república, el vicepresidente, los ministros y los diputados, todos en forma de carneros, y los principales con mucho parecido en la cara. Al día siguiente, uno de los diputados ‘carneriformes’ tomó la palabra en la Cámara hecho una furia, y se desató en denuestos contra el dibujante, arremetió a topetadas contra los españoles hablando ‘de los godos que ahorcamos para adquirir nuestra independencia’ y propuso a la Cámara que acordase seis meses de prisión para el dibujante. La Cámara, como si la República Argentina no existiera el poder judicial tomó este acuerdo, que se ejecutó inmediatamente. Parece que el señor Sojo había huido de España por no haber aquí bastante libertad y creer que la encontraría en un país tan libre y tan republicano como el argentino”. *La Crónica*, 10/10/1887.

inmediata en libertad interponiendo un recurso de *habeas corpus* directamente ante la Corte Suprema de Justicia de la Nación. Su abogado era el Dr. Mariano Varela, el mismo letrado que había patrocinado a Eliseo Acevedo en un caso similar al de Sojo, que había sido resuelto en forma favorable. Sin embargo, Sojo no obtuvo la misma suerte y permaneció en prisión algún tiempo más. Más allá del desenlace judicial y de que el “Caso Sojo” pasase a convertirse en un hito de la historia jurídica argentina, lo cierto es que el dibujante español y su semanario salieron de este lance con una popularidad multiplicada. Hasta la prensa española, especialmente la republicana, le dedicaron elogiosos artículos por su valentía.

En los inicios de 1888, Sojo ponía en marcha *Don Quijote Oriental*, la edición uruguaya del semanario con la misma filosofía que el argentino. No extraña, por tanto, que ocurriese lo mismo. Cuando aún no se cumplían el tercer mes de edición, la represión hace de nuevo acto de presencia. Por la caricatura publicada en el número 10, “el caricaturado, el gobierno y la policía se pusieron de común acuerdo para prender preventivamente al autor del dibujo”²⁴. La escena no estuvo exenta de dramatismo, pues el “caricaturado” acudió a la redacción, pistola en mano, con la intención de matar al autor²⁵. Sojo pudo escapar, “subido en un globo” de la persecución y refugiarse de nuevo en Buenos Aires.

Pero el acoso se intensifica. Su casa y la redacción son vigiladas por la policía. El ejemplar del 1 de abril, donde se describe la pasión y muerte de la república, recibe una multa de 500 pesos y la orden de recoger la edición que era de 15.000 ejemplares. El 2 de septiembre de 1888 sale por primera y única vez sin caricaturas. La razón es que el jefe de policía, Capdevilla (caricaturizado siempre como ‘cabo de vela’), ha ordenado el secuestro de la piedra litográfica.

Pero el culmen de su popularidad llegó con la llamada “Revolución

²⁴ *Don Quijote*, 28/03/1888.

²⁵ “En una de sus últimas caricaturas había representado con traje de rayas á tres políticos. Uno de ellos corrió, fuera de sí, a buscarle a la imprenta, promoviendo la siguiente escena: «El Sr. Paullier, según refiere el Sr. Sojo, tomó la cosa por suya únicamente; se armó de un revólver, y se echó *sur le pacé* en busca del enemigo común. Estuvo en la imprenta del *Quijote*, sacó el revólver, apuntó, hizo cabecear al regente, preguntó por Sojo, mascó furor, escupió fuego, y al salir y encararse con el gallego portero, le dijo furibundo:

del Parque” de 1890, caricatura que provocó la caída del presidente de la República, Juárez Celman, al que de forma reiterada desde su llegada al poder *Don Quijote* había retratado como un pollino (Figura 6). La relación que se establece entre la imagen pública que proyecta el semanario y la reacción social llevará a algunos, como el cabecilla de la rebelión, Leandro N. Alem, a afirmar que “la revolución del Parque la hicieron el pueblo y *Don Quijote*” (Gallo, 2006, p. 103).

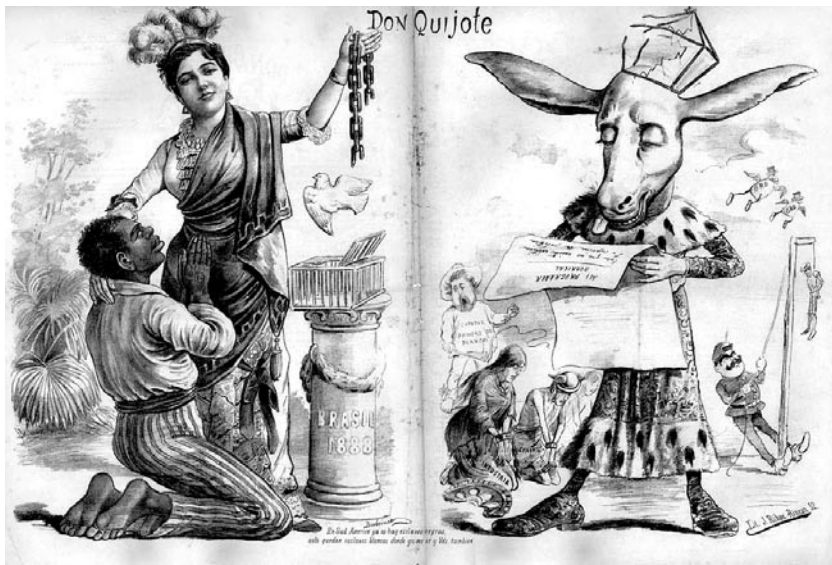


FIGURA 6

Caricatura de Eduardo Sojo con motivo de la abolición de la esclavitud en Brasil y la lectura de la noticia por el presidente de Argentina, Juárez Celman. *Don Quijote*, 20/05/1888.

- »—*Hacé de Sojo, que le quiero matar en efígie... hacé te digo.*
 »—¡Pero señor!—decía el gallego juntando las manos desesperadamente; — ¡pero señor, repetía, si yo no soy mi patrón, si yo no soy el Sr, Sojo!
 »—No me importa... *Hacé de Sojo... ¡te mato!*...
 «—¡Señorito, por Dios... no dispare usted, que yo no soy el Sr. Sojo... créalo usted... se lo juro por Covadonga, por la reina y por su honor!...
 »—¡Miserable!—le dijo el Sr. Paullier enfundando su revólver. Y agregó con desprecio: ¡Te perdono la vida!”. *Las Dominicales del Libre Pensamiento*, 06/05/1888.

El paralelismo con el Daumier, que caricaturiza al rey Luis Felipe desde *La Caricature*, es claro y lleva a la reflexión sobre la centralidad que ocupa esta forma de representación en el cruce entre la historia política y la historia cultural del siglo XIX (Brilli, 1985). Durante la semana de los enfrentamientos, el periódico de Sojo no salió a la calle, pero una vez finalizado los combates, renovó su circulación alcanzando una cifra récord de 60.000 ejemplares, mientras que *La Prensa* o *La Nación*, los dos diarios de referencia, no alcanzaban entre los dos los 50.000 ejemplares (Palacio, 1993, p. 80). La caída de Celman provocó el reconocimiento del semanario de Sojo, en cuya redacción se sucedieron las muestras de júbilo²⁶.

Sojo consiguió en Argentina lo que no pudo en España, el éxito y la fortuna. Lo hizo por sus dibujos, por sus críticas, pero también por sus actitudes frente al poder. La represión no le amilanó. Incluso se creó un caso judicial que sentó jurisprudencia con su nombre, estudiado en todas las cátedras de constitucional del país hoy en día²⁷. Tampoco aceptó el chantaje o el soborno. En una de sus necrológicas, entre otros méritos, se destacaba el hecho de que Juárez Celman le había ofertado un cheque por valor de 5.000 pesos a cambio de su silencio. Sojo respondió publicando el cheque en *Don Quijote* y donando el dinero a los pobres²⁸.

Tras este acontecimiento, Sojo siguió con sus iniciativas editoriales, publicando en 1890 otro semanario satírico, en este caso “ajeno a la política”, bajo el nombre de *Rigoleta*. Y en 1899 una revista ilustrada, titulada *La Mujer*²⁹. A partir de 1903, ya en plena decadencia por la dura competencia y falta de atractivos, Sojo decidió lanzar una versión renovada de su publicación, *Don Quijote Moderno*, que se editaría hasta 1905 con el lema: “Por un ojo tres, por un diente una quijada”.

²⁶ “La redacción de *El Quijote* se ha visto invadida por una inmensa multitud que ha aclamado á Sojo y su familia con entusiasmo delirante (...) Ayer un grupo de estudiantes y pueblo, unos 1.000 manifestantes, fueron á la calle Rodríguez Pena, á la casa tanto tiempo vigilada por la policía, y con sus aclamaciones lograron que saliera el popular dibujante al balcón, obligándole á pronunciar algunas palabras de agradecimiento”. *Los Dominicales del Libre Pensamiento*, 13/09/1890.

²⁷ Corte Suprema de Justicia de la Nación (CS) de 22/09/1887. Para consultar el caso, disponible en: <http://analisiscsjn.blogspot.com.es/2012/04/unidad-03-caso-sojo-y-guia-para-su.html>

²⁸ *El Liberal*, 22/02/1908.

²⁹ Por la edición de esta revista fue catalogado de “feminista decidido”. *El País*, 22/02/1908.

4. Conclusiones de un éxito: el estilo de Sojo

El gran éxito de Sojo, más allá de cualquier lectura técnica o estética, está en su capacidad de comunicar con amplios sectores de la población. Su caricatura no es solo el reflejo grotesco del personaje, sino la interpretación crítica de su condición política y moral. De aquí que esté a mitad de camino entre el dibujo de perfiles exagerados de los primeros tiempos que busca la comicidad en lo ridículo y lo feo, y la recreación psicológica de los artistas posteriores que harían real la máxima del padre de la caricatura moderna, el francés H. Daumier, cuando afirmaba que: “La leyenda es completamente inútil. Si un dibujo no dice nada, es malo, ninguna leyenda lo mejora. Si es bueno, se le comprenderá inmediatamente” (Cassou, 1948).

Su obra es un compromiso con un ideal, es acción y respuesta, al tiempo que ofrece vías espectaculares para la propaganda política. Su capacidad de comunicación traspasa los límites del analfabetismo haciéndose universal, pues el mensaje está en el propio dibujo antes que en el pie de texto que los acompaña. La fuerza expresiva del dibujo ahorra toda explicación. Incluso la reiteración con la que retrata a los poderosos, hace innecesario subtítular el verdadero nombre del caricaturizado. Sus protagonistas predilectos son los miembros del gobierno que dirigen los destinos de las personas. Sus escenas gráficas devienen un espejo deforme de la acción de gobierno, un precedente del esperpento de Valle Inclán (Rubio Jiménez, 2006, p. 41), pero con la importante salvedad de que para una gran mayoría resultan ser el único espejo en el que ver a sus gobernantes.

A lo largo de casi dos décadas, simultaneando producción y ediciones en realidades políticas tan distantes, Sojo y *Don Quijote* definieron una nueva forma de entender la caricatura política, desarrollaron un potente medio de comunicación y propaganda con tiradas muy por encima de la media de la prensa diaria del momento y, sobre todo, construyeron en los imaginarios de sus lectores una nueva forma de ver el poder tan diametralmente distinta a los estereotipos oficiales –marcos cognitivos que diría Lakoff hoy en día- que transmitían los cauces tradicionales de propaganda política, ya oficiales, ya contrarios.

En toda la historia del periodismo hispanoamericano (Checa Godoy, 1993; Del Palacio, 2008; Timoteo & Martínez, 1992) tan solo encontramos otra experiencia similar, aunque con notables diferencias cronológicas y de

contenido. Nos referimos a *El Moro Muza*, publicado en La Habana en 1859 por el vallisoletano Juan Martínez Villergas (1817-1894), y catalogado como el gran referente de la prensa satírica cubana³⁰. Villergas en Cuba, como Sojo en Argentina, uno con la prosa ácida y los versos chispeantes, el otro con sus caricaturas de gobernantes y políticos, no solo alcanzaron el éxito editorial y el reconocimiento público, sino que también lograron desarrollar un rentable negocio periodístico que, trasladado posteriormente a España, resultó todo lo contrario.

El Moro Muza cubano no tuvo traducción española directa, aunque está en la base de lo que luego sería *Gil Blas*³¹. Sin embargo, el *Don Quijote* argentino de Sojo sí tuvo su réplica en España, además de Uruguay, constituyendo de esta forma una experiencia única, no sólo por editarse a la vez en “ambos mundos”, sino porque la misma fórmula periodística –en la que la caricatura se alza sobre el mito quijotesco como símbolo reformista (Varela, 2003)– pareció funcionar con efectos similares en realidades políticas tan desiguales.

5. Bibliografía

- Alcaraz Quiñonero, J. (1993). El Cantón Murciano en la prensa gráfica contemporánea. *Anales de Historia Contemporánea*, 9, 92-93.
- Avila Barei, M. X. (2006). *Sátira, caricatura y parodia en la Argentina de fines del siglo XIX. Un caso paradigmático: el periódico Don Quijote (1884-1903) de Buenos Aires*. Gran Canaria: Universidad de La Laguna: Servicio de Publicaciones.
- Bozal, V. (1979). *La Ilustración gráfica del siglo XIX en España*. Madrid: Alberto Corazón.

30 Se trata de un semanario de 8 páginas, con predominio del texto de Villergas sobre los dibujos que firma Francisco Cisneros y las caricaturas de Patricio Landaluz. Subtitulado “periódico satírico burlesco de costumbres y literatura, dulce como los dátiles y nutritivo como el alcuzcuz”, se mantuvo vivo en esta primera etapa hasta septiembre de 1868 para, a partir de 1869, iniciar una segunda que se alargó hasta junio de 1876 (Moles Pintor, 2012)

31 Del Palacio, Manuel: Cómo se fundó *Gil Blas*, en *Gente Vieja*, 10/01/1901.

- **Brilli, A.** (1985). *Dalla satira alla caricatura. Storia, tecniche e ideologie della rappresentazione*. Bari: Ed. Dedalo.
- **Cassou, J.** (1948). *Daumier, el hombre de las multitudes*. París: Art de Frances.
- **Checa Godoy, A.** (1993). *Historia de la prensa en Iberoamérica*. Sevilla: Alfar.
- **Columba, R.** (2007). *Qué es la caricatura*. Buenos Aires: Dunken.
- **Coudart, L.** (2012). El boom de la caricatura periodística. *Revista Zócalo*, 1. México DF: Proyectos Alternativos de Comunicación S.A.
- **De la Fuente, V.** (1871). *Historia de las sociedades secretas antiguas y modernas*. Lugo: Soto y Freire editores.
- **Del Palacio, C. y.** (2008). *Voces en papel. La prensa en Iberoamérica de 1792 a 1970*. Chiapas: UNACH.
- **Elorza, A.** (1988). *Luis Bagaría y la política*. Barcelona: Anthropos.
- **Gallo, E. R.** (2006). *Prensa política: historia del radicalismo a través de sus publicaciones periódicas, 1890-1990*. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Históricas Cruz el Sur.
- **Gómez Aparicio, P.** (1974). *Historia del periodismo español. De guerras coloniales a la Dictadura*. Madrid: Editora Nacional.
- **Hartzenbusch, E.** (1894). *Apuntes para un catálogo de periódicos madrileños desde el año 1661 al 1870*. Madrid: Establecimiento tipográfico Sucesores de Rivadeneyra.
- **Matallana, A.** (1999). *Humor y política: Un estudio comparativo de tres publicaciones de humor político*. Buenos Aires: Eudeba.
- **Moles Pintor, C.** (2012). *El Moro Muza. Una espada periodística en la Cuba colonial (1859-1877)*. Trabajo Fin de Máster. Castellón: Universidad Jaime I de Castellón de la Plana.