

La construcción visual de la Revolución de 1890 en dos semanarios satíricos porteños (*El Mosquito* y *Don Quijote*)

Roman, Claudia

Claudia Roman

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Claves. Revista de Historia

Universidad de la República, Uruguay

ISSN-e: 2393-6584

Periodicidad: Semestral

vol. 7, núm. 12, 2021

revistaclaves@fhuce.edu.uy

Recepción: 12 Abril 2021

Aprobación: 15 Mayo 2021

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/241/2412218005/index.html>

DOI: <https://doi.org/10.25032/crh.v6i12.5>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Resumen: Se presenta un análisis comparativo de las estrategias visuales con que los dos grandes semanarios satíricos ilustrados de Buenos Aires, *El Mosquito* y *Don Quijote*, abordaron los sucesos de la crisis de 1890 y de la Revolución del Parque. Se intenta demostrar que más allá de los posicionamientos ideológicos de cada medio, que van acompañados de decisiones visuales formales y les permitieron sostener una polémica a través de las imágenes, estos eventos impulsaron saltos cualitativos y divergentes en sus posibilidades técnicas y expresivas.

Palabras clave: Revolución de 1890, visualidad, prensa satírica ilustrada, fotgrabado.

Abstract: This essay presents a comparative analysis of the visual strategies with which the two great illustrated satirical weeklies of Buenos Aires, *El Mosquito* and *Don Quijote*, approached the events of 1890 crisis and the “Revolución del Parque”. The aim is to show that beyond ideological positions of each medium, which are accompanied by formal visual decisions and allowed them to sustain a controversy through the images, these events promoted qualitative and divergent leaps in their technical and expressive possibilities.

Keywords: 1890's Revolution, Visuality, Illustrated Satirical Press, Photoengraving.

1. Introducción

En la madrugada del sábado 26 de julio de 1890, en la ciudad de Buenos Aires, tropas oficiales se enfrentaron a fuerzas cívico-militares opositoras, bajo la jefatura militar del general Manuel J. Campos y la jefatura política de Leandro N. Alem. Los cruces más importantes se produjeron en las plazas Lavalle y Libertad y en las calles adyacentes. La flota naval, aliada a los cívicos revolucionarios sublevados, apuntaló sus acciones con ataques desde el río. Los revolucionarios, que contaban con el apoyo de grupos de ciudadanos en armas organizados en cantones, buscaban tomar la presidencia y formular un programa de gobierno, que expusieron en un manifiesto. Sus autores, Lucio V. López y Aristóbulo del Valle, eran dos de los promisorios jóvenes que, bajo el nombre de Unión Cívica de la Juventud, apocopado pronto en el más inclusivo de Unión Cívica, venían organizándose hacia varios meses. La revolución se producía en el marco de una

crisis financiera y económica sin precedentes, que expresaba la fragilidad de la inserción argentina en la división internacional del trabajo y que tuvo un brutal impacto social.[1] Los cívicos venían midiendo sus fuerzas con el gobierno del presidente Miguel Juárez Celman y, sobre todo, con Julio Argentino Roca, jefe político del Partido Autonomista Nacional, en un clima que el diarismo de la época denominaba reiteradamente *conspiración*.

El sábado 26 de julio, el general Nicolás Levalle y el jefe de Policía, Alberto Capdevila, comandaban las fuerzas militares oficiales, que se concentraron en Retiro. Para entonces, el presidente Juárez Celman se había desplazado a Córdoba, dejando el comando político de la crisis en manos de Roca y de su vicepresidente, Carlos Pellegrini. Los combates urbanos se prolongaron durante cuatro días, al cabo de los cuales el levantamiento armado fue derrotado. Fuentes de la época estimaron que entre mil y mil quinientas personas fueron heridas o habían muerto. Como los combates habían tenido lugar en plena traza urbana, ese número era especialmente difícil de cuantificar, pero esa cercanía lo amplificaba con emotividad. En los días posteriores, el presidente regresó a la ciudad. El 2 de agosto firmó un manifiesto en el que denunciaba las ambiciones desmedidas de los cívicos —un partido provincial, aseveraba— por ocupar todo el país, interrumpiendo el crecimiento sostenido, el progreso y la bonanza general reinantes (y soslayando, por tanto, la gravísima situación económica y las reiteradas denuncias de corrupción dirigidas contra su persona y su administración). Pese al triunfo militar, «las bases concretas y simbólicas sobre las que el régimen conservador asentaba su funcionamiento se vieron considerablemente afectadas» (Rojkind 2012, 509) y el 6 de agosto, tras fracasar en la búsqueda de apoyos para retomar el gobierno, Juárez Celman presentó su renuncia al Congreso, que la aceptó rápidamente.

De acuerdo con lo previsto en los mecanismos constitucionales, el vicepresidente Pellegrini asumió su cargo. Se dispuso el desarme de las tropas rebeldes, se decretó una amnistía general y, pocos días más tarde, se levantó el estado de sitio que Juárez Celman había decretado el día de la revolución. Algunos periódicos que habían sufrido censura por su contenido político pudieron volver a circular. Numerosos grupos de personas, variopintos en su composición, se reunieron en los alrededores de Plaza de Mayo y festejaron ruidosamente la renuncia; algunos se movilizaron por las calles de la ciudad y se dirigieron a celebrar, por ejemplo, frente a las redacciones de los diarios opositores, que se convirtieron así en hitos simbólicos de la revolución (Rojkind 2012). A modo de cierre, Pellegrini pronunció, frente una gran cantidad de público movilizado, un discurso de corte regeneracionista que hacía propios algunas de los reclamos de los cívicos.

No todas estas experiencias eran nuevas en lo absoluto —no lo eran ni las crisis económicas ni las movilizaciones civiles y políticas en Buenos Aires ni las revoluciones que cambiaban total o parcialmente los elencos de funcionarios—, pero algunas resultaban completamente inéditas e intensas en sus efectos, tanto subjetivos como sociales: basta pensar en el paisaje urbano modificado por la mendicidad que se extendió en las calles y también por las barricadas y los bombardeos revolucionarios. O, en otra escala, en la evidencia de que la fragilidad de la economía argentina en la división internacional del trabajo podía transmitir sus efectos al mercado global. Los medios de prensa de la época

fueron sensibles a esa relación entre lo conocido y lo imprevisto y, acorde a su lugar en la dinámica política institucional y de la opinión, intentaron acuñar las formas más eficientes de orientar y promover la contienda. Los semanarios satíricos ilustrados, un conjunto mucho más pequeño, pero fundamental en la articulación de debates internos a las facciones y por su intervención en la distribución social de esos discursos, delinearon su recorte y su argumentación sobre lo que ocurría recurriendo al horizonte de posibilidades materiales y formales propias de su especialidad.[2] Este trabajo se pregunta por los desafíos que una situación significativa, pero coyuntural propuso a los dos semanarios satíricos ilustrados más importantes del momento, *El Mosquito* (1863-1893) y *Don Quijote* (1884-1905), y conjetura los modos en que, de maneras disímiles, los forzó a repensar sus intervenciones en el campo de la prensa y a modificar sus capacidades expresivas.[3] El hecho de que cada uno se alineara en uno de los polos opuestos del conflicto faccioso permite contrastar los recursos formales y retóricos que ponían en juego (Matallana 2003). Su consideración de conjunto y desde una perspectiva que pone el foco tanto en las posibilidades técnicas y materiales que limitaban sus opciones como en la visualidad como perspectiva de análisis, habilita además explorar, a partir de un conjunto acotado de imágenes impresas que ambos pusieron a circular en un período acotado desde los primeros meses de 1890 —mientras se agudizaba la situación de la economía y se intensificaban los movimientos que llevarían a la Revolución de Julio— hasta el primer aniversario de los sucesos del Parque, las formas en que construyeron sendos colectivos identitarios mediante un conjunto común de posibilidades disponibles, al tiempo que hacían emerger ciertas zonas hasta entonces ciegas a la representación. La descripción contrastiva muestra cómo abordaron, de forma inusual para su época, la recepción social de la revolución por fuera del elenco dirigencial que la protagonizó. Sobre el final del siglo, a poco tiempo de que el sistema de la prensa argentino se transformara significativamente en su aspecto noticioso y en sus alcances masivos a través del uso extensivo de dos tecnologías específicas, el fotograbado y el afianzamiento de la inserción de Argentina en el sistema de redes telegráficas global (Szir 2013, Ojeda 2016, Caimari 2019), de que fuera posible un salto cuantitativo en la capacidad técnica de impresión de palabras e imágenes y del paulatino entramado de un campo de lecturas popular, complejo y en vertiginoso crecimiento y estimulado por nuevas demandas lectoras (Prieto 1988), la revisión de este caso permite observar los experimentos que la crisis de 1890 suscitó en cada semanario como avances sobre las complejas articulaciones de palabras e imágenes que dominarían, muy poco después, la puesta en página de los modernos *magazine* y de los diarios *modernizados*. La consideración material de la producción, circulación y recepción de esas imágenes, por último, brinda un acceso sugerente a la perspectiva de los y las contemporáneos, que lógicamente vivieron esos tiempos como un proceso abierto y cargado de proyectos y de incertidumbres que también dejó sus marcas en esta iconografía de prensa. Para explorarla en sus múltiples perspectivas, se atenderá a: 1) la singularidades del repertorio iconográfico que cada publicación puso en juego, 2) las matrices estético-representativas (grotesco-caricaturesca, costumbrista, realista...) elegidas, 3) los desplazamientos entre iconografía y escritura que ensayó cada medio, bajo la hipótesis del carácter *fundante* de ese vínculo en la prensa satírica (Erre y Tillier 417) y de la potencia semiótica de sus

ambivalencias en el modelo europeo de caricatura decimonónica (Le Men 1984) y 4) los diversos modos en que las distintas tecnologías de reproducción de la imagen implican decisiones estéticas e ideológicas que interactúan con las tres dimensiones anteriores.

2. El reporte visual de la actualidad en la prensa satírica porteña finisecular

Hasta la mitad de la década de 1890 la prensa local no había incorporado, sino excepcionalmente el fotograbado, tecnología que permite reproducir todo tipo de imágenes a gran escala y con bajo costo (Ojeda 163, 252). Por eso, la prensa ilustrada tuvo hasta entonces un papel central en la configuración de la visualidad de la vida social y política argentina. *El Mosquito* y *Don Quijote*, que se definían a sí mismos como independientes, satíricos e ilustrados fueron, dentro de ese conjunto, los primeros semanarios que lograron una circulación regular, sostenida en el tiempo y extendida a lo largo del territorio nacional, a través de eficientes redes de distribución. Este logro de la prensa satírica frente a otro tipo de publicaciones ilustradas —que a menudo podían aventajar a los semanarios satíricos en la calidad y variedad de sus imágenes, pero que tuvieron una frecuencia más esporádica, circulación territorial más acotada, una orientación hacia público más específico— produjo dos fenómenos significativos. Por un lado, aseguró el amplio predominio de la distribución de imágenes satíricas (que a menudo podían presentarse al público sin que este tuviera a su alcance antes otros retratos, paisajes y, en términos más generales, imágenes impresas, pictóricas o fotográficas no satíricas con las que contrastar las primeras). Por otro, habilitó a los semanarios a hacerse cargo también de ilustraciones no satíricas que convivían con las de índole caricaturesca en sus páginas y operaban como contexto comparativo e intensificador tanto de los efectos agresivos de la sátira, como de efectos no siempre denigratorios —y que, en ocasiones, podían alcanzar el grado de promoción o incluso de inesperado homenaje—.

El Mosquito y *Don Quijote* se ajustaron al formato habitual del género: cada uno consistía en un pliego de cuatro páginas, de tamaño entre tabloid y berlinés, con relativo predominio de la imagen sobre la tipografía. En esta etapa de *El Mosquito* los dibujos ocupan la tapa y las dos páginas internas y, en *Don Quijote*, las dos internas; el primero reservaba entre una y dos de sus columnas de la última página para publicidad, el segundo se enorgullecía de no llevar avisos salvo excepcionalmente. Cuando lo hacía, los reducía a media columna o incluso menos.[4] Desde agosto de 1884, cuando comenzó a circular *Don Quijote*, ambos dominaban el campo de la ilustración satírica respondiendo a formaciones políticas diversas y mediante estratégicas retóricas y de financiamiento diferentes. *El Mosquito*, bajo la dirección de Henri Stein, había ido convirtiéndose en una empresa al servicio del Partido Autonomista Nacional en ejercicio del poder, o bien de alguna de las facciones internas en la disputa por su conducción; *Don Quijote*, bajo la dirección del experimentado artista republicano español Eduardo Sojo (quien firmaba sus dibujos como Demócrito) se proclamaba sistemáticamente opositor, y reivindicaba el no incluir avisos como garantía de su independencia.

El Mosquito narró los sucesos de la crisis del 90 muy cerca de la lógica oficial, como un episodio incluso previsible, una crisis «de progreso». *Don Quijote*, en cambio, mostró el proceso que llevó a la revolución del Parque como el de una ruptura política, «graficada a través de la idea de corrupción, ausencia de valores y de la especulación política y no solo económica», sintetiza agudamente Matallana (2003: 138). La interpretación de *El Mosquito* consiguió su versión más ajustada del proceso varios meses antes de que estallara la revolución, mientras los movimientos preparatorios se aceleraban y la Unión Cívica tomaba forma pública, en una lámina que puede considerarse, sin metáfora, «emblemática» [figura 1]. Resulta más difícil, en cambio, elegir una única composición en la que *Don Quijote* disponga todos los símbolos de manera narrativa o argumentativamente concurrente, porque el periódico no presenta la crisis como un episodio, sino como una de las formas de la disputa de poder que mantiene a Roca en su centro y que opera en múltiples dimensiones y en el largo plazo. Es probable que por eso sus imágenes estén dominadas por el principio de yuxtaposición y adición metafórica, como puede comprobarse en la lámina publicada ese mismo día [figura 2]. Ambos periódicos apelan a una caricatura alegórica. Pero mientras la de *El Mosquito* explicita, a través de su epígrafe, los argumentos que permiten la reconstrucción narrativa de un momento que, con una evocación de movimiento que sugiere una «instantánea», asegurando a su público que la situación ha llegado a su punto culminante y no empeorará, la alegoría de *Don Quijote* produce, en su presentación visual, el efecto opuesto.

La composición de Demócrito parte de un motivo plástico y literario prefigurado y prestigioso, el «carro de la muerte», con una larga y reconocible tradición estética y cultural. En cuanto a su organización sobre la página, mientras el peligro y el vértigo se juegan en *El Mosquito* en la dimensión vertical y quedan contenidos en el recuadro y el epígrafe verbal que, previniendo cualquier desborde, le da una explicación desde el ángulo superior derecho, *Don Quijote* dispone el desastre fuera de cuadro, desplegando su inminencia sobre la disposición apaisada de la doble página central. En estricta oposición a la lectura tipográfica, la dirección del carro conduce al lector-espectador a anticipar el desastre que ocurrirá a la izquierda, exactamente en el lugar donde su mirada ingresa a la página (quizá, entonces, ha ocurrido ya). La caricatura completa su efecto al trastornar la referencia pictórica académica mediante una serie de personajes reconocibles dentro de los códigos acuñados por la misma publicación (el caballo que conduce el carro, por ejemplo, es un burro, caricatura habitual de Juárez Celman en el semanario; junto al carro corre el jefe de policía, Capdevila, portando un farol que simboliza las luces de los partidarios del oficialismo).



Figura 1



Figura 2

Figura 1: *El Mosquito* [Buenos Aires], ab.13, 1890: 1422. Sin firma. En la vincha de la figura masculina se lee «El país». De su cartera caen fajos de papeles donde se leen los nombres de distintos «títulos» y «cédulas». En los bancos, de la base hacia arriba, los nombres: «Banco Nacional», «Banco Hipotecario Nacional», «Banco de la provincia» (todavía firmes), «Banco Hipotecario de la Provincia», «Hipotecario de la Capital», «Banco Constructor», etc. El «Industrial» es el más pequeño y dañado, destrozado bajo el pie del «país». En la tiara de la figura femenina, la leyenda «Opinión Pública». Junto a ella, el presidente Juárez Celman da la explicación del epígrafe: «Tenía que suceder, Señora», tan cargado como lo está, quiso ir tan arriba... que perdió el equilibrio». **Figura 2:** *Don Quijote* [Buenos Aires], ab.13, 1890: 35. Por «Demócrito» y «Heráclito» [Manuel Mayol]. Epígrafe: «CAMINO DEL QUINIENTOS... ¡AL ABISMO!». Tira del carro un burro, que representa al presidente Juárez Celman. En el letrero de la encrucijada: «Oro a 500»; en el suelo, una figura femenina en la que se lee «Patria». Frente al carro otra, la «Agricultura». Sobre el carro, el Ministro de Hacienda, Wenceslao Pacheco, con una bandera en la que se lee «Emisiones clandestinas»; una figura masculina cabizbaja en la que se lee «Pueblo» y la alegoría del comercio en brazos de la muerte, en cuya guadaña se lee «curso forzoso». Junto al carro corre el jefe de policía, Capdevila, tratando de alcanzar un farol a Juárez Celman.

Así planteada, lo que podríamos llamar *polémica iconográfica* en torno a la situación —como llamaban a la actualidad local los diarios de la época— permite subrayar el marco de condicionamientos técnicos y posibilidades de resolución formal compartidas que suponía el régimen visual de la prensa ilustrada.[5] En ese régimen, palabras e imágenes pueden convivir sobre la página, pero distribuyen su dominio, complementándose: la tipografía puede incorporar pequeños clichés ornamentales o incluso metarreflexivos en algunas publicidades, buscando cierto efectismo que todavía se subordina al predominio de la letra; las imágenes pueden, como se vio, incorporar palabras, pero lo hacen solo y en la medida en que resulte imprescindible para evitar ambigüedades en su interpretación.[6]

El Mosquito comentó largamente la situación financiera del 90 con un puñado de metáforas visuales. Las dos más recurrentes, de sencillísima decodificación, combinaban texto verbal y amplias posibilidades gráficas. La alteración del tipo de cambio fue personificada en el loro, trepando más y más alto en escaleras con base, pero sin fin a la vista. Conforme avanzaron los meses esta metáfora fue reemplazada por otras semánticamente afines: animales trepadores más rápidos, hábiles y escurridizos, como monos y ratones con cabezas amonedadas, fuera ya de la correlación verbal original. La situación financiera fue referida sobre todo a los «bancos» que, homonimia mediante y como se ha visto en la imagen más arriba, cambiaban su tamaño, capacidad de apoyo y respaldo o robustez (por lo general, en franca disminución). Hacia abril de 1890, mientras circulaba la invitación a un mitin opositor en el Frontón de Buenos Aires, donde se reunirían las «juventudes independientes» -expresión común en la prensa de la época- y oradores de un espectro muy amplio —desde Bartolomé Mitre y Pedro Goyena a Leandro N. Alem y Aristóbulo del Valle—, el semanario resolvía la situación en una trama amorosa: la seducción de la confianza pública. Con variantes, *El*

Mosquito sostendrá este motivo incluso más allá del primer aniversario de la Revolución.



Figura 3



Figura 4

Figura 3: *El Mosquito*, may.24, 1891: 1479. Sin firma. Detalle. Sobre el sombrero de la figura femenina, «Confianza». Sobre el banco, «Nuevo Banco Nacional». En los sombreros de dos de las figuras masculinas, se lee: «Senado» y «Diputados». La que lleva sombrero de guardián de plaza representa al presidente en ejercicio, Carlos Pellegrini; la más pequeña a su lado, con un martillo y una pinza, al Ministro de Hacienda, Vicente F. López. Epígrafe: «En la plaza de Mayo frente a la Bolsa. Dn. Carlos: -A Uds. toca ahora pulir y pintar este banco para que parezca flamante. Conseguiremos que se sienta en él aquella señora paseandera.» **Figura 4:** *El Mosquito* [Buenos Aires], ag.16, 1891: 1491. Sin firma. La leyenda del sombrero de la figura femenina en actitud burlesca la identifica como la «Confianza pública». Pellegrini, en traje de gaucho, ceba un mate donde se lee «Banco Nación». En la bombilla se lee: «directorio criollo». La pava se calienta sobre un brasero rotulado «el congreso»; en ella, se lee: «la misión». Varios mates rotos, bajo la mesa, llevan los nombres de bancos ya «quebrados»: «Banco de Córdoba», «Banco Nacional». Epígrafe: «Hacer un mate sin yerba, es algo difícil, pero hacerlo chupar: "That is the question"».

El motivo de la seducción reencauzaba la totalidad del conflicto sobre una variante impredecible (las veleidades de una dama de edades, fisonomía e inclinaciones siempre burguesas, pero asimiladas a algunos de los atributos deseables de la femineidad misma en la matriz sexo genérica de la época). La nueva alegoría puede ser ubicada con facilidad en la serie de figuras femeninas que aparecen en los semanarios satíricos ilustrados a lo largo de América, «diosas atribuladas» cuya desacralización —a través de su encarnación y simultánea degradación, que arrastraba la de los valores abstractos simbolizados: la justicia, la virtud, la república, la patria— tuvo un papel central en la aclimatación y reformulación conceptual de valores republicanos (Cruz Ovalle 167-168). Se observa en ellas, sin embargo, dos notas distintivas: las alegorías femeninas de *El Mosquito* se secularizan bajo una representación burguesa y no se las degrada. Damas de mundo, la patria, la presidencia y la república son representadas en el semanario de Stein frecuentando el elenco político, pero sin verse agredidas, disminuidas o vejadas por ninguno de sus personajes. No visten andrajos ni expresan, por sus poses o facciones, dolor o sufrimiento; van a la moda y, a lo sumo, su gestualidad puede sugerir desdén o fastidio. La seducción femenina combina así las dimensiones económica y política de la crisis del '90 como un juego de seducción que anula la distancia satírica y con ella, la crítica. La matriz costumbrista da forma al relato y desplaza en todo caso la agresividad satírica hacia una comicidad simpática, doméstica y divertida.[7]

Don Quijote, en cambio, había acudido recurrentemente y desde sus primeros números a las alegorías cívicas. Lo hizo siempre mediante una perturbadora

combinación de erotismo y evocaciones artísticas que la erudición pictórica de Sojo habilitaba (Malosetti Costa 256) y que distinguieron su estilo como caricaturista. Ante la inminencia de la revolución, *Don Quijote* hace pesar en la desacralización esas alusiones intertextuales, que preservan la belleza y, a través de ella, si no la sacralidad sí cierta dimensión aurática de la figura femenina, cuyo retrato se ofrece con verismo realista y a salvo de cualquier denigración. La mirada de la alegoría no es ciega ni trascendente: se dirige, de sesgo, al lector, quien parece ser objeto de una seducción que —una vez más— escapa del plano. Su cercanía con las caricaturas en procesión a la derecha (entre las que se ubica, el ministro de Hacienda en traje de bailarina), ofrece un contraste en cada uno de esos aspectos que refuerza el efecto.



Figura 5 Figura 6

Figura 5: *El Mosquito* [Buenos Aires], oct.5, 1890: 1446. Sin firma. Sobre la imagen, «La gran manifestación del domingo pasado en La Plata.» A la izquierda, «En la calle» [la manifestación cívica, bajo el signo de la caricatura]; a la derecha, «En la casa del gobernador», bajo el de la ilustración. En ambos, quienes acompañan cada manifestación se desdibujan. **Figura 6:** *Don Quijote* [Buenos Aires], jul.6, 1890: 47. Lámina por «Heráclito» «Demócrito». Epígrafe: «Si hundirla es vuestro deseo, ¡atrás! ¡Ninguno la ofenda, que aún tiene quien la defiende, de tanto y tanto pigmeo». A la izquierda de la alegoría de la República se distingue a Aristóbulo del Valle, sosteniendo una bandera en la que se lee: «Moralidad administrativa». A la derecha, caricaturas de Marcos Juárez, Levalle y otros, con banderas en las que se lee: «dimisión atorrantil cordobesa», «emisiones clandestinas», «revolución de Entre Ríos».

En los últimos años de la década de 1880, otra figura alegórica, la de «el Pueblo» había comenzado a aparecer en las páginas de *El Mosquito*. Tres elementos distinguen su representación: la escala (es un personaje mayor a los que

representan individuos referencialmente identificables), la vestimenta (que lo caracteriza en un espectro que va del campesinado rural a un trabajador urbano) y la aparente distancia o indiferencia de su gesto frente a la escena facciosa. Como las alegorías femeninas, la masculina del pueblo se presentaba bajo una forma secularizada, pero en este caso el tipo elegido siempre incluía algún signo de inadecuación, vehiculizado a través de vestimentas o gestos marcados por algún tipo de carencia (de pobreza, temperamento, prolijidad) y, a veces, también por algún detalle en la pose que connota agresividad (como dejan entrever los puños cerrados y las líneas en tensión de los músculos y las telas que cubren piernas y brazos en la figura 7). Por su parte, también *Don Quijote* presentaba al «pueblo» como una alegoría masculina, aunque —como se vio antes— no siempre resolviese su presentación a través de la diferencia de escala. Cuando lo hace, una vez más, la clave representativa es hipermotivada y juega con el contraste entre sus alusiones estéticas. Así, en la figura 8, la alegoría del pueblo se plasma en el molde del dibujo académico, mientras los personajes de la oposición se presentan con rasgos grotesco-caricaturescos. El Pueblo, como un titán, combate a estos monstruos blandiendo un garrote en el que se lee: «solución infalible».



Figura 7



Figura 8

Figura 7: *El Mosquito* [Buenos Aires], feb.15, 1891: 1465. Sin firma. En el cuello de la camisa de la figura central se lee «pueblo». Entre sus piernas pelean Alem y Campos. Epígrafe: «PUEBLO: «Pobre patria, si caiera [sic] en manos de esas dos eminencias!»

Figura 8: *Don Quijote* [Buenos Aires], jul.13, 1890: 19. Por «Demócrito». Epígrafe: «El peor de los males es tratar con animales».

En tanto el pueblo y la patria o la república protagonizan representaciones cuyas matrices estéticas e ideológicas entran en contrapunto en ambos semanarios, un tercer sujeto comienza a aparecer en ambos con insistencia, sin terminar de encontrar su forma. La muchedumbre movilizada, un sujeto cuya participación en la escena política urbana fue central al menos desde mediados de siglo (Sabato 1998), busca en estas páginas convertirse en signo verbal y visual en los periódicos, encontrar su modo de representación iconográfica. Fondo borroso, de contornos difusos en *El Mosquito* (como puede advertirse en la figura 5, por ejemplo) y presentada con creciente detalle desde la revolución en *Don Quijote*, la multitud urbana, en tanto sujeto colectivo, no es ya ni ha sido todavía

caricatura grotesca, ilustración realista o alegoría clasicista; es, por ahora, una mancha.

3 Mosquitos y quijotes anticipan y testimonian la Revolución del Parque

La prensa satírica ilustrada, vale la pena subrayarlo una vez más, estaba lejos de pensarse como *noticiosa*: suponía la lectura de otros medios de prensa y, con ello, el conocimiento de los hechos que comentaba. Conviene advertir, sin embargo, que al constituirse como lectura segunda o adicional, estos semanarios resultaban una plataforma privilegiada para interpretar e intervenir en la trama de la prensa, representándola. La crisis del 90 permitió a *El Mosquito* y *Don Quijote* actualizar también ciertos rituales comunes al formato vinculados con su naturaleza metatextual.

El 26 de julio de 1890 fue sábado. Los combates en las calles, que se prolongarían tres días más, impidieron que las publicaciones dominicales distribuyeran ejemplares ese día (la censura sobre las publicaciones políticas, que rigió junto con el estado de sitio desde el mismo sábado, prohibía de hecho en buena medida la circulación de prensa, lo que aplicó sobre todo al caso de diarios opositores). El domingo siguiente, 3 de agosto, *El Mosquito* reapareció sin dificultades. *Don Quijote* había llegado a distribuir su edición fechada el domingo 27 de julio, como era usual, el viernes anterior. En sus láminas, que se ocupaban como pocas veces antes de lo que el público recibiría como actualidad inmediata, se diseñaban los escenarios posibles de la revolución, tanto en las calles como en algunos interiores. La conspiración fue el tema constante de la parte verbal y de la parte visual y el general Campos, su protagonista ilustrado frente a un caricaturesco jefe de policía Capdevila. En el régimen visual de la prensa de la época, esa agresividad directa y sencilla e incluso algo ingenua ofrecía una variación decisiva en la distancia a la que se colocaba al espectador respecto de lo que el semanario de Sojo construía como la oposición entre la ciudadanía y la intimidad en la que el oficialismo gobernante tomaba decisiones políticas. El talento del artista, así como la legitimación ética del discurso de su periódico, se jugaban en la construcción de esa mirada vicaria, legitimada por su firma, mediante la que el público se hacía parte, de algún modo, de y en lo representado. [8]



Figura 9



Figura 10

Figura 9: *El Mosquito* [Buenos Aires], ag. 3, 1890: 1437. Sin firma. Sobre la imagen: «Esta caricatura es la que debía salir el domingo pasado». En la imagen, frente a una chimenea en la que quedan algunos carbones o cenizas en los que pueden leerse las sílabas de la palabra «cons-pi-ra-ción», sus tres líderes que todavía intentan calentarse: el «chivo» Alem, un mono con la cara del redactor principal del diario radical *El Argentino*, Enrique S. Quintana, y un ratón, Lucio V. López.

Figura 10: *Don Quijote* [Buenos Aires], ag. 27, 1890: «número extraordinario». Por «Demócrito» y «Heráclito».

Una semana después de la revolución, *El Mosquito* pudo representarla no como inminencia, sino como pasado, reservándose así, además, la ostentación de su tapa como «documento» (la caricatura que, ya dibujada, «debió ser publicada el domingo pasado», informaba allí mismo). Se asignaba, así, un crédito adicional por su certera evaluación del proceso. Paradójicamente, en ese «documento» elegía presentar a los integrantes más notables del frente opositor apropiándose con entusiasmo de un tropo clásico que su contendiente, don Quijote, había incorporado con regularidad y al que el semanario de Stein solo había recurrido ocasionalmente, la animalización. Ese recurso es sin duda uno de los más convencionalizados y usuales de la ilustración satírica y, por su afinidad con la larga tradición del género fábula, también de uno de los que combina más ajustadamente la agresividad satírica con su sanción moral. La estampa del «chivo» Alem en *El Mosquito* puede entenderse por eso como una respuesta iconográfica ágil, pero al mismo tiempo servil y especular de la exitosa y mucho más prosaica estampa con que Sojo venía perfilando a Juárez Celman, «el burro». En esa decisión artística, muy a mano en el «arsenal del caricaturista» (Gombrich 135-138), pero en la que los artistas del *El Mosquito* no habían abundado, puede leerse un primer desplazamiento ideológico: a la agudización del grado de agresividad de las imágenes, se añade el que la revolución y sus actores parecían solicitar una renovación de la tipología con la que diseñar al contendiente y darlo a imaginar. El que *El Mosquito* presentara su tapa como una página de un libro de fábulas reconocible a golpe de vista, trasladaba a los conspiradores la acusación de inmoralidad que ellos echaban sobre el régimen presidencial y sobre el partido que lo sustentaba.[9] Y en efecto, por sobre las continuidades de las grandes líneas de estas matrices de representación, después del 26 de julio de 1890 *El Mosquito* ajustó una vez más su retórica. En primer lugar, expandió su repertorio de recursos para presentar a los personajes de la oposición. En ese desplazamiento, Alem se elevará del «chivo» al «profeta», en un movimiento que no deja de suscitar asociaciones de fraude. Por sobre estos detalles, la representación antropomórfica registra los cambios de interpretación de la situación política: a partir de la revolución, los integrantes de la Unión Cívica se incorporan en interlocutores imprescindibles. *El Mosquito* lo expresará

mediante un repertorio de imágenes que ya ha transitado para dar forma a su conceptualización de la política, y se enfoca, como motivo dominante, en un registro pormenorizado de las tensiones internas en la nueva formación. Un dato no menor en esa novedad consiste en hacer visible a la Unión Cívica simplemente como una formación más que se sumaría al juego faccioso cuyas reglas eran ya conocidas. La incorporación de una línea de ataque sostenido a la prensa opositora en tanto instancia de debate interno y de difusión de los discursos partidarios se incorpora por eso al bestiario propuesto por *El Mosquito*. Los periódicos cívicos y radicales *El Argentino*, *El Pueblo* y *Don Quijote* pasan, por eso, a ser presentados con los defectos que, en el mundo de la lucha política hegemonizado por el Partido Autonomista Nacional y por Roca, les corresponden: serán animales domésticos, serviles y cobardes.[10] La agresión caricaturesca al *Don Quijote* y a su director, que podrían explicarse en términos de competencia por el espacio de la ilustración satírica, paradójicamente los coloca en un lugar expectable. Ninguna otra fuente le atribuye tal grado de protagonismo, excepción hecha del mismo periódico de Sojo.[11]

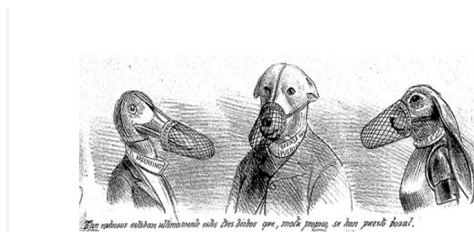


Figura 11



Figura 12

Figura 11: *El Mosquito* [Buenos Aires], marz.1, 1891: 1467. Sin firma. Los collares de los animales identifican los diarios que dirige cada uno: el pato, *El Argentino*; el perro, *El Pueblo*; el conejo con armadura, *Don Quijote*. Figura 12: *El Mosquito* [Buenos Aires], feb.8, 1891: 1464. Sin firma. Bartolomé Mitre y Vedia («Bto.», es decir, «Bartolito») ordena a la prensa opositora: «De hoy en adelante les prohibo no estar de acuerdo con lo que diga LA SÁBANA [vg., La Nación, su diario] Y acuérdense de que a la ola de diarios que se nos viene encima es preciso oponer la calumnia y los insultos». La única representación animalizada es la de *Don Quijote*. El rostro de su director, sistemáticamente, no se retrata.

La asimilación de los conflictos de la nueva entidad indistintamente a la rutina usual de la escena política o a la lógica del Partido Autonomista Nacional, hasta entonces hegemónico, tiene varios efectos en el reporte visual del periódico. En sede interpretativa, cambia su línea central de argumentación en el andarivel económico por la enunciación de un discurso que busca encauzar la fuerza emergente bajo una forma conocida y previsible, descartando su originalidad y sugiriendo de paso que opera bajo el juego faccioso (o, llegado el caso, que sería deseable que se amoldara a esta rutina más rápidamente posible). En sede formal, en cambio, quizá lo más notable sea que la deriva consista en una dificultad y un exceso: por un lado, la sombra que ha venido acompañando a la Unión Cívica va ganando espacio en algunos diseños y si no termina de definirse por completo, tampoco es posible eliminarla; a eso se suma la incorporación como blanco satírico de *Don Quijote* y de su director con particular agresividad. En las páginas del periódico de Sojo, en cambio, *El Mosquito* —que había sido fustigado por su complicidad con el Unicato años atrás— se invisibiliza como actor y como referencia, y apenas aparece, en el momento de celebración más exultante de la renuncia del presidente Juárez Celman, en una alusión en dos sueltos de última página.[12]



Figura 13



Figura 14

Figura 13: *El Mosquito* [Buenos Aires], ag.10, 1890: 1438. Sin firma. A la izquierda, del Valle y Alem, con una bandera argentina donde se lee «Unión Cívica». Junto a ellos, Lucio V. Mansilla, quien lleva las negociaciones de Roca, Pellegrini y Levalle. Estos se ubican bajo dos alegorías femeninas que evocan, por sus atributos, la «república» y la «justicia». En el centro, Juárez Celman firma su renuncia tutelado por las dos alegorías cívicas. Figura 14: *Don Quijote* [Buenos Aires], ag.10, 1890: 51. Por «Demócrito» y «Heráclito». Epígrafe: «Vuelve la época del progreso! Looor a los que contribuyeron a salvar la patria!».

La renuncia de Juárez Celman, festejada por los revolucionarios en las calles como si el combate militar les hubiese sido favorable, estuvo también para ambos semanarios bajo el signo de la alegoría, aunque con intensidades divergentes. *El Mosquito* atenuó la presencia de las representaciones de la patria y la república para poner en primer plano una escena que, no obstante, es evidentemente simbólica, pero donde los personajes son dibujados de manera realista. La lámina se estructura a partir del contraste en eje vertical entre cívicos y gobernantes. La oposición es, salvados sus líderes notables, casi invisible: se desdibuja a sus espaldas. La argumentación metafórica hace de la doble página un escenario continuo en el que, bajo el ojo del lector-espectador, la calle con la muchedumbre movilizadada y en sombras se transforma, mediante la continuidad que ofrecen los notables políticos de uno y otro sector, en los interiores del elenco oficial — amparado por la nitidez de las figuras alegóricas, sin otra presencia colectiva—. *Don Quijote*, en cambio, se afirma en los símbolos que venía acuñando y refuerza la distinción entre fuerzas a partir de la diagonal que separa a los cívicos retratados del elenco gubernamental caricaturizado. La alegoría femenina (¿la patria? ¿la república?), junto a una columna y una locomotora, cuyos sentidos alegóricos son igualmente evidentes, ocupan el tercio superior de la diagonal cívica y refuerzan el contraste.

Desde hacía más de una década atrás, hacia 1879, cuando comenzaba a perfilarse su candidatura presidencial, *El Mosquito* se había ido alineado al servicio de Julio A. Roca. Tras las elecciones de 1886 el semanario celebró la asunción del cuñado de Roca, Miguel Juárez Celman, a quien apoyó y sostuvo incluso cuando la situación económica pudo afectar personalmente a Stein. En efecto, pocos días antes de la revolución de 1890, el propietario de *El Mosquito* —dueño también de un próspero negocio especializado en insumos de librería, litografía y artículos para fotografía— vendió el semanario a una «sociedad anónima», conservando sin embargo el control de «los grabados y la administración».[13] Esa redistribución de tareas fue acompañada por el estreno de un nuevo frontispicio para el semanario. En él los personajes, que antes sostenían su título a la manera de hombres sándwich, pasaron a estar acollarados y sostenidos por ellas. Entre el baile y el tropiezo, la pose que entrelaza letra e imagen sugiere que, sin ese mutuo sostén, semanario y elenco caerían. Pocas semanas más tarde, un tercer encabezado restituyó el equilibrio. Exhibía dos

cambios significativos: la ampliación de los personajes representados incluyendo a los «nuevos» hombres de la oposición y la inversión en la relación entre el medio y sus personajes, que daba el papel conductor al primero. Manejado por la equívoca y emblemática silueta de Mansilla y tirado por la fuerza de los radicales (las barbas de Alem, en una metáfora extremadamente agresiva, fungen de riendas que maneja el cochero), *El Mosquito* es un carruaje. El cartel comercial desde el que ahora ofrece sus servicios explicita el lugar en que se imagina en el presente y se reserva para el futuro: «Fábrica de fama, datos para la historia, conservas para la posteridad».[14]



Figura 15



Figura 16



Figura 17

Figura 15: *El Mosquito* [Buenos Aires], jul. 6, 1890: 1434. Sin firma. De derecha a izquierda, caricaturas algunas de las principales figures del elenco político gobernante y opositor: Lucio V. Mansilla, Bartolomé Mitre, León F. Aneiros, Dardo Rocha, Pedro Goyena, Manuel D. Pizarro, Torcuato de Alvear y José Manuel Estrada. **Figura 16:** *El Mosquito* [Buenos Aires], jul. 13, 1890: 1435. Sin firma. De derecha a izquierda, caricaturas de políticos del elenco gobernante y de la emergente oposición: Mansilla, Salustiano Zavallá [Ministro de Interior], Pizarro, Mitre, [un personaje sin identificar], Roque Sáenz Peña, Nicolás Levalle, Bernardo de Irigoyen. **Figura 17:** *El Mosquito* [Buenos Aires], sept.7, 1890: 1442. Por H. Stein. Mansilla conduce el carro. Delante de él, entre otros hombres de la revolución: Alem, Mitre, del Valle y Julio Costa (gobernador de Buenos Aires, sospechado de traición: de ahí su «doble cara»). B ajo la rueda, Máximo Paz (gobernador de Buenos Aires hasta el 1 de mayo de ese año, la leyenda «centros agrícolas» remite a uno de los ejes de su gestión); detrás, entre otros, el general Campos (empujando la rueda), Lucio V. López, Bernardo de Irigoyen, Francisco Barroetaña y José Manuel Estrada (ambos en el piso).

A partir de la edición del 3 de mayo de 1891 *El Mosquito* introdujo otro cambio llamativo en su presentación visual, también vinculado con un avance de la letra. La portada de ese número no incluyó un retrato ni una caricatura central, sino el texto de un «apólogo» en supuesta «traducción del persa», que aludía a la situación política. Antes que, por su asunto, la primera plana sorprende por cómo combinaba la visualidad clásica del diarismo de la segunda mitad del siglo XIX (columnas de texto separadas por líneas verticales) con tipografía que imitaba la letra manuscrita, alternándola con seis pequeñas viñetas para ilustrar el relato. La tipografía manuscrita, dibujada, avanzó en ese mismo número sobre otras zonas del periódico y se instaló también en la contratapa. Así, mientras las dos columnas destinadas a publicidad mantuvieron su puesta en página habitual, las dos internas, donde fluían los sueltos facciosos, los comentarios del día y *fait-divers* del más diverso orden, quedaron personalizadas y subjetivadas, intentando quizá ajustar la intimidad entre los hacedores del semanario y sus lectores a través de la caligrafía estampada mecánicamente.[15]

Cuando la renuncia de Juárez Celman fue aceptada y se levantó el estado de sitio, dos semanas después de la revolución, *Don Quijote* publicó un nuevo número. En esa oportunidad, Sojo anunció que preparaba una edición extraordinaria que finalmente se puso a la venta el miércoles 27 de agosto. La edición se verificó extraordinaria, en primer lugar, por la desmesurada centralidad en la revolución que Sojo y su periódico adquirirían en sus páginas, ponderando el encuentro del periódico, de su arsenal simbólico y sus lectores como interpretantes de esos signos, en una tarea común y mutuamente transformadora (Roman 2011). En los dos números anteriores, *Don Quijote* había informado que Sojo era —una vez más— víctima de persecución policial por su promoción

de la revolución; tal ensañamiento había sido inútil, según el director declaraba, porque él era popular hasta entre los policías. Como parte de esa épica del periodismo comprometido con la movilización se transcribían fragmentos de *El Nacional* y *La Prensa*, diarios no tan estrechamente ligados a los sublevados, en los que se concedía un lugar prominente a Sojo y a su periódico en los sucesos revolucionarios. La edición incluiría, además, unos pocos avisos, cuyos importe, sumado a lo recaudado por su venta, sería donado a beneficio de las «víctimas de la revolución, comprendiéndose las de uno y otro bando».[16] En ese mismo tono enfático, la edición especial del 27 de agosto dedicó la mitad de su contenido a ensalzar de diversas formas la personalidad de su director.[17] La popularidad de «Demócrito» siguió en aumento durante los meses siguientes, y el periódico se encargó de amplificarla con otros gestos hiperbólicos, como el asegurar que *Don Quijote* era «el periódico de más circulación en el país y fuera de él».[18]

Como cada vez que Sojo preparaba un número especial, la segunda nota extraordinaria fue la exhibición de una proeza técnica en la parte llamada por entonces *artística*. En este caso, consistió en la inclusión de fotograbados en la doble página central. *Don Quijote* se convirtió, así, en el primer medio local en reproducir un testimonio fotográfico de la revolución. La lámina ubica en su centro los retratos de cuatro de los líderes de la revolución (Campos, Alem, del Valle y Mariano de la Riestra) en formato *carte-de-visite*. El marco para esos retratos son nueve vistas de la revolución en la ciudad. El semanario aclara que se trata de «fotograbados directos, de Ortega», a partir de tomas del «señor Luis Dorgeval».[19] Algunas de las vistas, en las que se distinguen figuras humanas preparándose o aguardando los combates, se tomaron durante los días de los enfrentamientos. Las de los desfiles en honor a Alem corresponden probablemente al mitin efectuado en su homenaje el 10 de agosto. Los retratos, por supuesto, pudieron ser tomados antes o después del 26 de julio.



Figura 18

Figura 18: *Don Quijote* [Buenos Aires], ag.27, 1890: [Número extraordinario]. Sobre la imagen: «Revolución de Julio 1890».

Cinco de las vistas recuperan los principales escenarios del combate desde una perspectiva a nivel: muestran la Plaza Lavalle en la esquina de Libertad, la Plaza [de artillería] el día de la revolución y los cantones de la esquina de Piedad y Talcahuano, y un edificio señalado como «casa destruida» —testimonio de que los combates ya han ocurrido— en Artes y Tucumán. Otras dos, en picado y en la base de la lámina, dejan apreciar el despliegue multitudinario de las manifestaciones en honor de Alem, puntuadas por banderas y boinas blancas, símbolos cívicos que se adecúan plásticamente a la trama fotográfica, e introducen en la potente referencia testimonial una referencia visual que argumenta las preferencias políticas de esa multitud. La imagen restante, en la base y en el centro de la lámina, comparte características de ambas series. Enfoca, en una toma en picado, una «trincherera en la esquina de Piedad y Talcahuano». La foto reúne todos los elementos que sugieren la revolución en las demás: la transformación urbana por los combates, las banderas, la presencia colectiva de los sublevados —algunos, con sus boinas—. Como en la vista de uno de los cantones y a diferencia de lo que se observa en las *carte-de-visite*, algunos de los retratados se ubican de frente y miran directamente a la cámara, en un gesto usual en la fotogenia de la época. Como apunta Verónica Tell, al observar la actitud con que indios y soldados se presentan en las fotografías que acompañaron el avance territorial del estado moderno:



Figuras 19 y 20: *Don Quijote* [Buenos Aires], ag.27, 1890: «número extraordinario». Sin firma. Detalle.

... rostros y poses demuestran, por obvio que sea, que había un conocimiento y conciencia del registro fotográfico y ponen en evidencia, por obvio que sea, que se trata de una construcción —de la imagen fotográfica, pero también de una construcción simbólica en tanto, por ejemplo, la pose obedece también a ciertos patrones— (57).

Puestas sobre la página y transformadas en fotograbados (es decir, expandidas también por un medio que en el gesto mismo de incluir esa técnica exhibe su propia modernización), las fotografías sugieren que la revolución tiene también su coreografía. Quienes miran a cámara están a la búsqueda de esas convenciones y esas formas: cómo darse a ver y cómo posar para exhibir esa novedad.[20] Como los periódicos ilustrados exhibían sus imágenes en las vidrieras de la redacción y en otros locales que los ponían a la venta, es probable que por primera vez el público local pudiera reconocerse como protagonista de la actualidad en las páginas de un semanario popular. La prensa satírica ilustrada —que, por definición, busca «abrir los ojos a la ciudadanía» exhibiendo su distancia enunciativa respecto del «teatro de la política», sus bastidores o su carácter de farsa (Erre 838)— había encontrado una forma singular de realizar ese cometido en *Don Quijote*. Esta vez

la apelación a los lectores-espectadores no parte de los valores representados por las alegorías cívicas femeninas. Por su modo de producción y reproducción, los fotograbados eliminan así todo resto alegórico y reubican el vínculo entre lectores y periódico en una matriz de representación realista. Por primera vez, los lectores podrían reconocerse como protagonistas o como testigos de la escena que ahora observan sobre la página, o al menos identificarse con ellos ya no por la vía de la representación política o la afinidad ideológica, sino a la vez como protagonistas de la escena urbana y de la prensa, en sus páginas.

Resulta difícil minimizar el efecto que estas imágenes debieron tener para sus espectadores contemporáneos; casi tanto como arriesgarse a ponderar qué sentidos precisos pudieron suscitar en ellos. En tanto evento excepcional, el uso del fotograbado fue una decisión formal del semanario en un contexto en el que la puesta en práctica de esta tecnología para la producción y reproducción de imágenes era posible, pero no habitual. Fue, en este sentido, un correlato del hecho revolucionario, percibido como tan disruptivo que obligaba a transformar las formas de celebrarlo y de encontrarle una visualidad que se le adecuara. Si *El Mosquito* se replegó en la letra e incluso en la mimesis de la escritura manuscrita para dar cuenta de la revolución y sus consecuencias, para *Don Quijote* lo que vendría se anunciaba en las posibilidades de una visualidad en ciernes, disponible para registrar nuevas experiencias y nuevos vínculos. En ambos casos, las formas de la visualidad mediática registraron el impacto del suceso revolucionario, al tiempo que, en esas resoluciones formales divergentes, cada semanario evidenció las formas en que revisó sus orientaciones y capacidades para abordarlo. Tanto para *El Mosquito* como para *Don Quijote*, esa revisión supuso cambios en la puesta en página que, no obstante su irrupción francamente ocasional, resultaron en rupturas significativas en sus formas de interpelación a sus lectores.

4. Algunas observaciones finales

W. T. Mitchell sostiene que, en el contexto del «giro pictorial», «las imágenes constituyen un punto singular de fricción y desasosiego que atraviesa transversalmente una gran variedad de campos de investigación». Esa singularidad y esa resistencia, propone, pueden ser productivamente abordadas interrogando a las imágenes acerca de sí mismas; es decir, antes que acudiendo a la reconstrucción contextual o a la interpretación hermenéutica de lo que vemos, explorando las imágenes como metalenguaje (Mitchell 21, 41). Desde esta perspectiva, el sucinto corpus iconográfico de los dos grandes periódicos satíricos ilustrados de Buenos Aires en torno a la crisis de 1890 y al momento revolucionario permite reconstruir y describir un conjunto de motivos y figuras con que relevaron los sucesos contemporáneos y distinguir las retóricas que desplegaron para encontrar un lugar en el conflicto a partir de su lenguaje visual. Esos motivos y figuras expresan, a través de un repertorio gráfico compartido y dependiente de la gramática y las convenciones visuales condicionadas por la litografía, el manejo sutil de un horizonte de visualidad ilustrada común, en el que las variaciones permitieron a *El Mosquito* y *Don Quijote* entablar una disputa sobre el sentido de los acontecimientos. El análisis de las decisiones formales y materiales sobre el diseño y la disposición de esas iconografías, así como de los modos en que cada periódico definió los vínculos entre palabras

e imágenes con que expuso la crisis, la revolución y sus protagonistas muestra que el pequeño *corpus* de la prensa satírica porteña estuvo lejos de tramar un mero acompañamiento visual de los posicionamientos discursivos explícitos que podían leerse en sus columnas, y no se limitó tampoco a parodiar o adherir, ilustrándolas, las disputas facciosas que vehiculizaba el diarismo. Sus imágenes produjeron, en todo caso, desajustes productivos y extrañamientos en esas versiones que advertían a quien quisiera verlas entonces y permiten comprender a quien las examine hoy, las dificultades para contener la imaginación de lo nuevo bajo moldes largamente probados y convencionalizados —la caricatura grotesca y la iconografía de las alegorías cívicas, el ideal artístico de elocuencia autónoma de las ilustraciones y su subordinación a la tipografía, el trazo caligráfico y la tipografía, la introducción de adelantos técnicos en la reproducción de la imagen y sus tensiones con el aura del caricaturista como artista—. [21]

Si la caricatura satírica y el dibujo al servicio del reporte de actualidad son las dos grandes posibilidades para la imagen en la prensa del siglo XIX y tienen modos de funcionamiento «perfectamente opuestos» (Erre 835), frente a la crisis y revolución del 90 *El Mosquito* y *Don Quijote* cruzan, quiasmáticamente, los modos en que se habían apropiado de esos funcionamientos hasta entonces. El primero se sirve de la caricatura en una versión atenuada por el costumbrismo para reforzar la interpretación de la revolución en continuidad con su narrativa previa sobre la política local y sus protagonistas, pero apela a la ferocidad del bestiario para diseñar a los a. La vacilación que puede leerse en el ingreso creciente de la letra sobre el dibujo y la mancha caligráfica que hace avanzar el dibujo sobre las páginas tipografiadas desestabilizan la identidad gráfica que el semanario de Stein venía sosteniendo sin sobresaltos (tal como puede interpretarse también en los sucesivos cambios de frontispicio durante este período). En cuanto a *Don Quijote*, la incorporación del fotograbado en el número extraordinario pone en suspenso la militancia satírica, organizada a través del contraste entre alegorías de corte académico y caricaturas grotescas e introduce un cambio de tono y de distancia decisivos. Aunque esa inclusión es excepcional y efímera, la posibilidad de registro efectivo de la multitud urbana movilizadora como protagonista de la actualidad que provee el fotograbado en el semanario satírico trastoca las formas de interpelación que el semanario venía ensayando con sus lectores-espectadores, convirtiéndolos en protagonistas que desplazan momentáneamente a los sujetos habituales de la representación satírica.

Con ese desplazamiento, por supuesto, cambian también el tono y el sentido de la representación. Apenas cinco años más tarde el fotograbado comenzaría a generalizarse en los diarios y, poco después, el *magazine*, como se sabe, se convertiría en el gran vehículo moderno para la interpelación de un lectorado que buscaba reconocerse en esas nuevas formas del presente. Las estrategias desplegadas por cada semanario satírico ilustrado frente a la crisis y revolución del 90, en este sentido, podrían pensarse también como inflexiones que, extremados los recursos del género, son indicios del cierre del ciclo de la prensa satírica ilustrada dentro del conjunto de la prensa local. #

Fuentes - Periódicos

- Don Quijote* (1890-1891) [Biblioteca Nacional Argentina Mariano Moreno, https://catalogo.bn.gov.ar/F/?func=direct&doc_number=001184221&local_base=GENER]
- Don Quijote* [Madrid] (1893) [Biblioteca Nacional Española – Hemeroteca Digital, <http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0003808423&search=&lang=es>]
- El Mosquito* (1890-1891) [Biblioteca Nacional Argentina Mariano Moreno, https://catalogo.bn.gov.ar/F/?func=direct&doc_number=001186398&local_base=GENER]

Bibliografía

- Alonso, Paula. «La Tribuna Nacional, Sud-América y la legitimación del poder (1880-1890)». Rocchi, Pablo (comp.) «Dossier. La crisis de 1890...» *Entrepasados* 24-25 (2003): 29-66.
- , *Jardines secretos, legitimaciones públicas. El Partido Autonomista Nacional y la política argentina de fines del siglo XIX*. Buenos Aires: Edhasa, 2010.
- Ávila, María Ximena, «Sátira, caricatura y parodia en la Argentina de fines del siglo XIX. Un caso paradigmático: el periódico Don Quijote (1884-1903) de Buenos Aires». Tesis de doctorado en Ciencias de la Información. San Cristóbal de la Laguna: Universidad de La Laguna. 2007. <https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/5495/03.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Badoza, Silvia. «Patrones, obreros y capataces en la industria gráfica. Un estudio de caso: Ortega y Radaelli, 1901-1921», *Secuencia* 50 (mayo-agosto 2001): 46-81.
- Balestra, Juan. *El noventa. Una evolución política argentina*. Buenos Aires: Hyspamérica, [1934] 1986.
- Barnhurst, Kevin G. y John Nerone. *The Form of News. A History*. Nueva York: The Guilford Press, 2001.
- Caimari, Lila. «Derrotar la distancia. Articulación al mundo y políticas de la conexión en la Argentina, 1870-1910». *Estudios Sociales del Estado*, 5.10 (2019): 128-167.
- Cibotti, Ema. «El Mosquito de Enrique Stein, un ejemplo de periodismo faccioso de la década del 80». Ponencia presentada en *4tas Jornadas Interescuelas de Historia*, Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata-Facultad de Humanidades, 1993. Mimeo.
- Cruz Ovalle, Isabel. «Diosas atribuladas: alegorías cívicas, caricatura y política en Chile durante el siglo XIX». *Historia* LI.30 (1997): 127-171. <http://ojs.uc.cl/index.php/rhis/article/view/10866>
- Erre, Fabrice. «L' image dessinée». Kalifa, Dominique, Philippe Régner, Marie-Eve Thérenty et Alain Vaillaint (dirs.) *La Civilisation du Journal. Histoire Culturelle et Littéraire de la Presse Française au XIXe Siècle*. Paris: Nouveau Monde Editions, 2011.
- y Bertrand Tillier. «Du journal à l'illustré satirique». Kalifa, Dominique, Philippe Régner, Marie-Eve Thérenty et Alain Vaillaint (dirs.) *La Civilisation du Journal. Histoire Culturelle et Littéraire de la Presse Française au XIXe Siècle*. Paris: Nouveau Monde Editions, 2011.
- Gerchunoff, Pablo, Fernando Rocchi y Gastón Rossi. *Desorden y progreso, las crisis económicas argentinas. 1870-1905*. Buenos Aires: Edhasa, 2008.

- Gionco, Pamela. «De arenas, escenas y otras cuestiones públicas. Espectáculos y convergencia cultural en las páginas de El Mosquito». Szir, Sandra (coord.) *Ilustrar e imprimir. Una historia de la cultura gráfica en Buenos Aires, 1830-1930*. Buenos Aires, Ampersand, 2016.
- Gombrich, Ernst. «El arsenal del caricaturista». *Meditaciones sobre un caballo de juguete*. Madrid: Debate, [1968] 2003.
- Hirsch, Leandro. «La resurrección retórica de la República en 1890. Un análisis sobre las relaciones entre elocuencia, oratoria y política en Argentina a fines del siglo XIX». *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana «Dr. Emilio Ravignani»*, Tercera serie. 38 (primer semestre de 2013): 108-137.
- Hourcade, Eduardo. «Acontecimiento en Primera Persona. La Revolución del '90 escrita por sus protagonistas». *Estudios Sociales. Revista Universitaria Semestral* v.21.1 (2001): 29-53.
- Laera, Alejandra. «Danza de millones: inflexiones literarias de la crisis de 1890 en la Argentina». Rocchi, Pablo (comp.) «Dossier. La crisis de 1890...» *Entrepasados* 24-25 (2003): 135-147.
- Laguna Platero, Antonio y Francesc-Andreu Martínez Gallego. «Eduardo Sojo, el Quijote de la caricatura». *IC-Revista Científica de Información y Comunicación* 12 (2015): 111-134. <http://dx.doi.org/10.12795/IC.2015.i01.04>
- Laguna Platero, Antonio, Francesc-Andreu Martínez Gallego y Luis Sujatovich. «Eduardo Sojo: artífice del periodismo satírico en España y Argentina», *Historia y Comunicación Social* 21.2 (2016): 433-461. <http://dx.doi.org/10.5209/HICS.54372>
- Le Men, Ségolène. «Calligraphie, calligramme, caricature». *Langages* v.19.75 (1984): 83-101.
- Malosetti Costa, Laura. «Los “gallegos”, el arte y el poder de la risa. El papel de los inmigrantes españoles en la historia de la caricatura política en Buenos Aires 1880-1910». Aznar, Yayo y Diana Wechsler. *La memoria compartida: España y Argentina en la construcción de un imaginario cultural (1898-1950)*. Buenos Aires: Paidós, 2005.
- Matallana, Andrea. *Humor y política: un estudio comparativo de tres publicaciones de humor político*. Buenos Aires: Eudeba, 1999.
- , «El noventa. La crisis económica y política vista desde la gráfica satírica de la época». *Temas de historia argentina y americana* 3 (2003): 127-139. <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/7640>
- Mitchell, William J. T. *Teoría de la imagen*. Madrid: Akal, [1994] 2009.
- Ojeda, Alejandra V. *La incorporación sistemática de la imagen visual a la prensa diaria argentina. El caso paradigmático del diario La Nación entre 1894 y 1904*. Tesis de doctorado en Comunicación, La Plata: Universidad Nacional de La Plata, 2016. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/61342>
- Prieto, Adolfo. *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna, 1880-1910*. Buenos Aires: Sudamericana, 1988.
- Reyes, Francisco J. «La revolución como mito, la regeneración como promesa. Ideas-fuerza en los orígenes de la Unión Cívica Radical». *Ariadna histórica. Lenguajes, conceptos, metáforas* 4, (2015): 117-146. <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Ariadna/index>
- Rocchi, Fernando. «Introducción. Dossier: La crisis de 1890. Política, sociedad y literatura», *Entrepasados. Revista de Historia* XII.24/25 (2003): 19-27. <https://ahira.com.ar/ejemplares/entrepasados-no-24-25/>

- Rojkind, Inés. «La revolución está vencida, pero el gobierno está muerto». Crisis política, discursos periodísticos y demostraciones callejeras en Buenos Aires, 1890». *Anuario de Estudios Americanos* 69.2 (julio-diciembre de 2012): 507-532. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/43376>
- Roman, Claudia. «Don Quijote (1884-1902): la prensa satírica, entre el público y el pueblo». *XIII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia*, Catamarca, Universidad Nacional de Catamarca, Argentina, 2011.
- , *Prensa, política y cultura visual. El Mosquito (1863-1893)*. Buenos Aires: Ampersand, 2017.
- Sabato, Hilda. «La revolución del 90: prólogo o epílogo?». *Punto de vista* 39 (diciembre de 1990): 27-31. <https://ahira.com.ar/emplares/39-6/>
- , *La política en las calles. Entre el voto y la movilización. Buenos Aires, 1862-1880*. Buenos Aires: Sudamericana, 1998.
- Suárez Danero, Eduardo M. *El cumpleaños de El Mosquito*. Buenos Aires: Eudeba, 1964.
- Szir, Sandra. «Reporte documental, régimen visual y fotoperiodismo. La ilustración de noticias en la prensa periódica de Buenos Aires (1850-1910)». *Caiana. Revista de Historia del Arte y Cultura Visual del Centro Argentino de Investigadores de Arte (CAIA)* 3 (2013). http://caiana.caia.org.ar/template/caiana.php?pag=articles/article_2.php&obj=121&vol=3
- Tell, Verónica. *El lado visible. Fotografía y progreso en la Argentina a fines del siglo XIX*. Buenos Aires: UNSAM, 2019.
- Vázquez Lucio, Oscar (1988), «El poder y la sátira», *Todo es Historia*, agosto.

Notas

[1] «Entre 1889 y 1891, el producto bruto interno total cayó un 20 por ciento, el nivel de importaciones -una variable indicativa del nivel de vida en un país en el que el consumo masivo incluía una buena cantidad de bienes extranjeros- se desplomó de 164 a 67 millones de pesos oro y la inmigración neta pasó de 220 mil personas a tener un inédito saldo negativo de 30 mil ante el retorno masivo de inmigrantes a sus países de origen y la llegada de muy pocos nuevos. [...] El sistema bancario quedó literalmente en ruinas, con pocas instituciones sobrevivientes y un desfile de ahorristas empobrecidos. El impacto social fue desolador, especialmente en las ciudades; [...]. La Argentina entró en cesación de pagos de su deuda internacional en julio de 1890 y recién pudo terminar de solucionar los problemas de sus deudas impagas a fines de 1906.» (Rocchi 2003, 19-20). En noviembre de 1890, la situación de los títulos argentinos puso al borde de la quiebra a la casa británica Baring Brothers y provocó el cierre de los Bancos Provincia y Nacional locales por el retiro de depósitos.

[2] La historiografía de la crisis de 1890 y de la revolución del Parque no ha dejado de suscitar exploraciones desde diferentes enfoques y marcos teóricos. En los últimos treinta años, resulta interesante destacar las relecturas que sigue estimulando el ensayo de Sabato (1990) al discutir la mirada teleológica del proceso y reconstruir su sentido en el contexto de las movilizaciones urbanas desde la década de 1860 (que retoman, por ejemplo y desde diferentes perspectivas Hourcade 2001 y Rojkind 2012). En paralelo, se han presentado nuevas interpretaciones del proceso económico (por ejemplo, Gerchunoff, Rocchi y Rossi 2008). Con especial pertinencia para el estudio de la prensa, algunos acercamientos combinan estas miradas en un amplio entramado con la historia conceptual, de las ideas y cultural (por ejemplo, Laera 2003, Hirsch 2013 y Reyes 2015).

[3] Varios estudios se han ocupado de *El Mosquito* y de *Don Quijote* desde diferentes perspectivas teóricas y disciplinarias. Entre otros: Suárez Danero (1964) Cibotti (1993), Vázquez Lucio (1998), Matallana (1999, 2003), Malosetti Costa (2005), Ávila (2007), Roman (2011, 2017), Laguna Platero y Martínez Gallego (2015; et al., 2016) y Gionco (2016).

[4] Aunque es difícil precisar la cantidad semanal de ejemplares que distribuían estos semanarios hacia 1860-1870, suele estimársela en un promedio de 1500 a 3000. En 1887, según el Censo Municipal de Buenos Aires, *La Nación* y *La Prensa* tiraban cada uno 18000; el diario más cercano al gobierno nacional, *Sud-América*, imprimía 5500. Dos años más tarde, *La Nación* declaró haber vendido 20400 ejemplares de su último número de 1889. En julio de 1890, Don Quijote se enorgullecía de haber vendido unos 60000 ejemplares de su edición posterior a la revolución; superaba así en unos diez mil ejemplares las ventas de *La Prensa* y *La Nación* para esa fecha.

[5] Barnhurst y Nerone denominan «régimen visual» [*visual regime*] de la prensa ilustrada y luego, de la fotografía, al conjunto de convenciones formales que distingue cada tipo de visualidad impresa a partir de sus condiciones materiales de producción, de sus posibilidades expresivas, de los vínculos que establece con la tipografía y la palabra impresa y de las subjetividades e imaginarios que configuran (18-19).

[6] Un ejemplo de lo primero es el uso de márgenes laterales para incluir en los diarios avisos tipografiados dispuestos en dirección vertical en el pliegue externo del periódico, o incluso entre columnas. La segunda posibilidad se verifica, por ejemplo, en la falta de nombres de los personajes caricaturizados.

[7] Sobre los desplazamientos entre agresividad satírica y comicidad amable en la historia de la prensa satírica francesa, véase Erre y Tillier (424, 426).

[8] Barnhurst y Nerone sostienen, para el caso norteamericano, que la prensa ilustrada construyó una visualidad alrededor de la *civic gaze*, la mirada cívica. Sus marcas distintivas consisten en un tipo de encuadre de hechos y personajes cercano, pero a distancia, que suscita en el lector-espectador la sensación de pasearse por los mismos ámbitos que los personajes y acontecimientos diseñados reconociendo con nitidez ciertos detalles, pero con una velocidad o distancia que deja en la penumbra otros. El dibujante es la verdadera «tecnología» capaz de garantizar esos efectos y, por eso, su firma legitimaría su trabajo con valor de relevo noticioso. La firma del artista, así, lo prestigia estéticamente y éticamente como mediador y productor. Esta visualidad de la prensa ilustrada ligada a la producción de la «mirada cívica» tendría como correlato ideológico la creación de consenso en torno a un ideal político igualmente mediado y —en este sentido— «republicano», en la que el ilustrador tiene un rol central. La visualidad del fotograbado transformaría esa lógica de representación, su sustento en el artista —en favor de una tecnología «moderna»— y también su correlato ideológico, que propondría un vínculo más horizontal e inmediato (123-129). Cabe puntualizar que los autores se ocupan de la prensa ilustrada de manera general, y no se detienen en las particularidades de la prensa satírica.

[9] El epígrafe de la lámina de *El Mosquito* explicita que la caricatura debe leerse como ilustración de «El mono y el gato», de Lafontaine. En la fábula, los dos personajes del título convencen a un ratón (en este caso, Lucio V. López, de la Unión Cívica) para que tome del fuego unas castañas que ellos quieren. El ratón se quema y los dos personajes huyen y lo traicionan. En la versión porteña, el chivo Alem reemplaza actancialmente al gato. La caricatura tiene evidentes puntos de contacto con el grabado que G. Doré había dedicado a esta fábula (cfr. https://fr.wikipedia.org/wiki/Le_Singe_et_le_Chat), reforzando también visualmente la alusión al género.

[10] *Don Quijote* se definió explícitamente como *cívico* dos meses después de la revolución y fundamentalmente con referencia a ese evento (como lo expresó, por ejemplo, al incorporar en su frontispicio, desde el domingo 28 de septiembre de 1890 y hasta su cierre el lema: «Para el Quijote no hay charque/ porque es cívico del Parque»).

[11] Respecto del protagonismo de *Don Quijote* y su director, cabe señalar que quienes escribieron muy cerca de los sucesos (como Barroetaveña, Belín Sarmiento, Landenberger y Conte o Rojo) no los mencionan, aunque sí se refieren a otros periódicos y redactores. Solo Balestra (1934), que escribe décadas más tarde, alude en cuatro oportunidades a las «caricaturas tan perversas como artísticas» (26) de *Don Quijote*; pero no menciona jamás a su editor. La referencia más injuriosa a Sojo en *El Mosquito* lo coloca caricaturizado en tapa como un conejo, fatuo y cobarde, integrante único de una «Galería cómica». El epígrafe, de una agresividad inusual para el semanario de Stein, comenta la imagen así: «Por mera modestia, el director del Dn. Quijote en el número extraordinario de la semana pasada publicó su retrato nada parecido. La fraternidad periodística

no permite admitir tal exceso de humildad y los pueblos del universo, delirantes por contemplar tan ilustre imagen, no pueden quedar más tiempo boca abierta. ¡Pueblos, hínquense, he aquí las varoniles facciones de su ídolo!» (ag. 31, 1890: 2). Otras referencias similares a Sojo, por ejemplo, en los números del oct. 5, 1890: 7; nov. 2, 1890: 11; dic. 7, 1890: 16; feb. 8, 1891: 25; feb. 15, 1891: 26; feb. 22, 1891: 27.

[12] «Lanzadas», *Don Quijote* [Buenos Aires], ag. 17, 1890: 52.

[13][Sin título], *El Mosquito* [Buenos Aires], jul.13, 1890: 1345. El periódico tendría, a partir de entonces, editor responsable. La renuncia y su publicidad resguardaban tanto la firma como el patrimonio de Stein frente a las contingencias políticas y económicas que pudieran sobrevenir.

[14] Este encabezado se mantendrá hasta el 27 de diciembre de 1891. Desde entonces y hasta su cierre, en agosto de 1893, las caricaturas desaparecen del encabezado, que se asimilará al habitual de los de los diarios.

[15] Los cambios se mantuvieron hasta el 15 de noviembre de ese año, cuando se eliminó todo rastro de caligrafía. La última página tuvo desde entonces una tipografía de imprenta usual para la época, sin consignar ninguna aclaración al respecto. Sobre las connotaciones de la caligrafía impresa tipográficamente, sus vínculos con la caricatura y la posibilidad de analizar ambas como «lenguaje de síntesis» entre texto e imagen en la prensa satírica francesa, v. Le Men (1884).

[16] «Número extraordinario», *Don Quijote* [Buenos Aires], ag. 17, 1890: 52.

[17] La edición llevaba un retrato de Sojo en primera plana, que será el parodiado en términos caricaturescos por *El Mosquito* apenas tres días después (v. n. 10). Además, incluía un texto que Demócrito habría «improvisado», «sorprendido» por los movilizados en la redacción; una evocación de su trayectoria en España y América firmada por Carlos Malagarriga, antiguo colega suyo en *El Progreso* de Madrid y un soneto, dedicado a «la esposa de Sojo» [vg. Luisa Moreno]. Se anunciaba también que tres polkas compuestas para la ocasión estaban a la venta en la redacción: una de ellas estaba dedicada por su autor a Sojo; otra —de un autor distinto—, a su esposa.

[18] *Don Quijote* [Buenos Aires], may.25, 1891: 37. Esa reputación, mezcla de rebeldía política y éxito comercial, y que sin duda Sojo alimentó, comenzó a circular también en la prensa española. V., por ejemplo: «... obligado por las circunstancias tuvo que emigrar, y resolvió embarcarse con rumbo a la América del Sur, fijando su residencia en Buenos Aires, la capital de la República Argentina. Allí luchó denodadamente en pro de la moralidad pública, consiguiendo arrojar del poder al gran autócrata Juárez Celmán [sic]. Sojo ha regresado a España con el propósito de acelerar el advenimiento de la República» («Eduardo Sojo (Demócrito)», *Don Quijote* [Madrid], en. 29, 1893: 5). Subrayados del original.

[19] Se trata probablemente de Fausto Ortega, quien más tarde instalaría, en sociedad con Ricardo Radaelli, los talleres heliográficos que tendrían un papel central en la producción de una visualidad moderna en las primeras décadas del siglo XX. Allí, entre muchas otras publicaciones, se imprimieron algunos de los grandes semanarios ilustrados para público masivo de las primeras décadas de siglo: *Caras y Caretas*, *El Hogar* y *El Mundo*, entre otros (Badoza 2001). No he encontrado datos adicionales sobre Luis Dorgeval. *Don Quijote* informó que había entregado las fotografías para su publicación de manera gratuita; más tarde, que copias de estas se vendían «en buen número» en algunos comercios (*Don Quijote* [Buenos Aires], set. 7, 1890: 3).

[20] En el encuadre y la pose de la vista de la trinchera porteña se encuentran similitudes con algunas fotografías e ilustraciones que circularon globalmente documentando el sitio y las barricadas parisinas durante los eventos de 1870-1871. Publicadas en álbumes de vistas y retomadas por semanarios y almanaques (como, por ejemplo, en Buenos Aires, por el Almanaque de Orión de 1873), esas imágenes viajaron a través de la prensa y modelaron parte de los nuevos imaginarios en torno a las revoluciones y al protagonismo que en ellas tuvieron las multitudes urbanas; imaginarios que pervivieron largamente, también en América.

[21] Sobre la legitimación artística de los caricaturistas en el siglo XIX, véase, por ejemplo, Erre y Tillier (429, 434).