



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 3º – Director: [Dr. José Manuel de Pablos Coello](#), catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](#) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)  
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

[Noviembre de 1999]

## Sátira, caricatura y parodia en la Argentina de fines del siglo XIX. Un caso paradigmático: el periódico "Don Quijote" (1884-1903) de Buenos Aires

Lic. María Ximena Avila ©

Universidad Nacional de Córdoba (Argentina) - Universidad de La Laguna

### Introducción

El trabajo de investigación se propone abordar el estudio del periódico Don Quijote en la Argentina de fines del siglo pasado.

Este estudio se fundamenta en una investigación histórico-periodística que da cuenta de las condiciones socio-culturales, las luchas políticas, la participación de los sujetos sociales en la historia argentina de 1890.

El periódico Don Quijote es un órgano partidario opositor al gobierno nacional, de un grupo político "el radicalismo" que, a partir de 1890, surge como voz disidente que intentaba proponerse como una alternativa a la hegemonía de los partidos conservadores.

Mil ochocientos noventa -"el noventa" para la historia y la política- es un año divisorio de dos épocas. En aquel año, una crisis sin precedentes hizo tambalear el proyecto liberal ejecutado por Mitre, Sarmiento y Avellaneda y perfeccionado por Roca y Juárez Celman en los ochenta, desvaneciéndose (al menos por un tiempo) los sueños de progreso ininterrumpido que modelaron la conciencia de los hombres de esa generación.

Este portentoso progreso, esta incontenible explosión de las fuerzas productivas, tecnológicas, demográficas encandiló a muchos. Al presidente (por aquel entonces Juárez Celman) y sus más cercanos colaboradores en primer término. No comprendieron que se trataba de una manifestación de desarrollo "hacia fuera", sin bases internas suficientemente sólidas y que, en definitiva, todo dependía de la normal provisión de capitales externos. Concretamente, de capitales ingleses. Cuando el circuito de intercomunicación financiera entre Gran Bretaña y la Argentina sufrió alteraciones, apareció el sombrío rostro de la crisis, traducida en desenfundadas especulaciones bursátiles, corridas bancarias, emisión incontrolada de circulante, vertiginoso aumento de precios y semiparalización de las operaciones comerciales e industriales. El público sintió primero, incertidumbre; luego, temor. Finalmente un irresistible pánico se apoderó de la mayoría y arrojaron las críticas contra el gobierno. La oposición política aprovecha la circunstancia para manifestarse contra el presidente Juárez Celman con vehemencia, a través del Congreso, de manifestaciones públicas, de la prensa y de gigantescos mítines.

Ocurrió, entonces, un curioso fenómeno. La mayoría dirigió sus ataques contra el presidente de la nación, a quien se la atribuyó con exclusividad la autora de la crisis y de sus consecuencias.

Fueron varios los factores importantes en la gestación de la crisis. Pero el decisivo no se produjo en Argentina. Se originó en el exterior. La quiebra de la Banca Baring, de Londres, fue el factor desencadenante. Nuestro sistema financiero, al verse privado de aquellos recursos comenzó a debilitarse, entró en agonía e inexorablemente arrastró al resto de las actividades económicas.

Los acontecimientos ulteriores son conocidos: las manifestaciones pasaron del bullicio a la protesta armada. Una alianza cívico-militar preparó y ejecutó el estallido revolucionario del 26 de julio de 1890. Durante cuatro días se combatió en las calles de Buenos Aires, encarnizadamente. Al fin, la sedición fue dominada. Al presidente no le quedaba otro camino que la voluntaria renuncia, la cual fue aceptada por el Congreso el 6 de agosto de 1890. Al conocerse la noticia, la muchedumbre ocupó las calles para expresar su júbilo y para denostar al presidente caído. De la derrota del presidente y de la muerte del gobierno, surgió otra

vez Roca como supremo conductor del país, manteniendo su jefatura hasta 1904, último año de su segunda presidencia. O, mejor, hasta 1912, cuando la ley Sáenz Peña, que aseguro la libre emisión del sufragio, asestó el golpe de muerte a la fuente de su poder político.

## Los grandes diarios

En esta parte del trabajo de investigación, me detendré en la revisión histórica de la aparición de los grandes diarios que compartían la escena mediática de fines de siglo XIX "Don Quijote". Pero algunos nacieron con varios años de anticipación por lo que se toma como comienzo la batalla de Caseros.

En 1852, después de la batalla de Caseros y el derrocamiento de Rosas, el periodismo en Argentina se convierte en una actividad empresarial que se consolida paulatinamente. Ya no se trata de los románticos que desean hacer conocer sus ideales políticos los que publican, sino que el periodismo se enmarca dentro de una actividad empresarial donde la publicidad pasa a ser un factor fundamental de financiamiento de las publicaciones.

Durante esta etapa se respiran aires de libertad y los periódicos, junto a sus columnistas escriben con cierta independencia; los límites están dados por la propia empresa, más que por factores de poder ajenos.

Comienza una etapa en que las grandes figuras de la política, todas exiliadas durante el período de Rosas, se lanzan a una competencia periodística que desembocará en la creación de los grandes diarios argentinos.

Tal es el caso de "La Nación". Después de dejar la presidencia de la república en manos de Domingo F. Sarmiento, Mitre compra "La Nación Argentina" que José María Gutiérrez había fundado en 1862. El 4 de enero de 1870, aparece el primer ejemplar de "La Nación" (el nuevo nombre del periódico), con una tirada de 1.000 ejemplares.

"La Nación" tuvo que hacerse un lugar entre "El Nacional", fundado en 1852, de Dalmacio Vélez Sarfield, y la "Tribuna". Luego de la batalla de Caseros, fueron baluartes en el enfrentamiento que la ilustración de la época descalificaba como la tiranía de Juan Manuel de Rosas.

Con "La Prensa" se hacen presentes cada día para especificar sobre la salida y entrada de barcos, las actividades de culto católico y los valores de la bolsa. Pero también ocupaban un lugar destacado las noticias referidas a la edición de los libros liminares de la identidad argentina, como el "Martín Fierro", de José Fernández, y el "Santos Vega", de Hilario Ascasubi, aparecidos en 1872.

El camino de la noticia es incierto y lento: "La Nación" comenzó a formar una red de corresponsales propios, aunque en su necesidad de asegurar la noticia no faltó el viejo y efectivo recurso de las palomas mensajeras.

El 15 de septiembre de 1876 aparece "The Buenos Aires Herald", fundado por el escocés William Cathcart.

Coexiste con la cultura vernácula y elitista del '80, una cultura aluvional, de tipo popular, que abreva en los folletines que escriben Eduardo Gutiérrez, Rafael Barreda y Julio Llanos en "La Patria Argentina", periódico fundado por Juan María Gutiérrez en 1879 y que subsiste hasta 1885, fiel al proyecto de literatura popular, de entretenimiento, consumo rápido y propósitos consolatorios.

El crecimiento de las grandes ciudades del país, la construcción de caminos y el desarrollo de sistemas de transporte, en especial el ferrocarril, contribuyen a la difusión de los diarios. En septiembre de 1881 el educador Manuel Láinez fundó "El Diario", otro gran vespertino porteño en el que con frecuencia colabora el escritor Paul Groussac, donde el novelista francés Emile Zola publica novelas en forma de folletines. En 1882 nace "Los Andes", de Mendoza; en 1884 sale a la calle "El Día", de La Plata; y en 1885 "Sudamérica".

En 1894 nace el diario cordobés "Los Principios" y el legendario periódico socialista "La Vanguardia", que dirige Juan B. Justo. Es en 1896 cuando José Ingenieros y Leopoldo Lugones editan "La Montaña", un título famoso en la línea de la utopía y la revolución.

Para esa época se funda también el diario "La Opinión", de Rosario y en 1904 "La Voz del Interior", en Córdoba.

En sus títulos, los diarios de fines del siglo XIX utilizan una forma verbal ya en desuso: el "se" enclítico, que originaba expresiones como "hallóse", "realizóse", "cumplióse", "informóse" (a veces con acento, a veces sin él). Los matutinos siguen presentando mucho más texto que grabados, y tienden a volverse más orientadores en temas como teatro, hipismo, fútbol, sociales y cultos religiosos.

La introducción de la linotipo en los procesos de impresión revoluciona la industria editorial. El invento de Ottmar Mergenthaler permite la distribución automática de los blancos, ensanchándolos o comprimiéndolos de acuerdo con la longitud de la línea.

En los primeros años del siglo una fuerte alfabetización colabora con el desarrollo de la prensa. Como directa y concreta

influencia de la Ley de Educación Común (la famosa 1420 de 1884), entre 1870 y 1915 el analfabetismo en el país descendió más del 40 por ciento. Por esto, por ser la Argentina el tercer país del mundo que gozó de una ley de alfabetización y por el ascenso de la clase media fuerte compradora del material impreso, crece en el país la adquisición de diarios y revistas.

Se publican también infinidad de hojas satíricas de tiradas insignificantes que fueron los antecedentes del periodismo humorístico: "El Brujo", "El Gringo", "La Jeringa", "La Vviuda"... y materiales partidarios herederos de un título antológico de mediados del siglo XIX: "El Despertador Teofilantrópico Misticopolítico", un pasquín que editaba el padre Castañesa.

## El humor político

En la actual etapa de investigación me detengo, particularmente, en la recopilación de información sobre los periódicos humorísticos que coexisten con "Don Quijote" satirizando la realidad de la época.

"El Mosquito" es la revista de humor argentina de más extensa duración. El 24 de mayo de 1863 salió por primera vez como periódico satírico burlesco de caricaturas en el que escribía habitualmente el escritor y político Eduardo Wilde. En las páginas de "El Mosquito" brillaba Meyer con sus caricaturas, y en especial se destacaban los bosquejos antimitristas del extraordinario dibujante francés Henri Stein, cuyo seudónimo era "Monet". Al fin del siglo ya había muchos temas de qué reírse: ferrocarriles que no siempre iban por la vía adecuada, políticos excesivamente ambiciosos, proyectos que fracasaban... Todo fue muy bien aprovechado por los dibujantes de "El Mosquito".

En 1884 surge "Don Quijote", periódico que estudiamos particularmente en este trabajo, del periodista y dibujante español Eduardo Sojo, que por su acidez castigó al poder de su época. En ese periódico trabajó el ex comisario y escritor Sixto Alvarez, también conocido por su pseudónimo de "Fray Mocho", y el dibujante José María Cao. Desde esa publicación se plantea al humor como un arma poderosa. Hasta tal punto había llegado su influencia que el propio fundador del radicalismo, Leandro N. Alem, sostuvo que "la revolución de 1890 la hicieron las armas y las caricaturas". En Don Quijote se originaron los apodosos a los principales políticos de ese momento: "El Pavo", al presidente Roque Sáenz Peña; "El Zorro", a Julio A. Roca; "El Burrito Cordobés", a Miguel Juárez Celman; "Cangrejo", al presidente José Evaristo Uriburu; y muchos otros.

En octubre de 1898 aparece otra revista humorística que se llama "Caras y Caretas", que venía del Uruguay, en donde el español Eustaquio Pellicer la había iniciado en 1890 como semanario festivo, literario, artístico y de actualidades. Una vez llegada a Buenos Aires Pellicer renuncia y tomaron su lugar como directores J.S. Alvarez (Fray Mocho) y el dibujante español Manuel Mayol.

"Caras y Caretas" representó la madurez del humorismo político. "Llegó la caricatura, llegó la caricatura", gritaban los diarieros para ofertar esta revista. En 1899 acusaba duramente a los políticos corruptos y criticaba a los "tranways" "que matan más gente que la fiebre amarilla". Viñetas de la vida cotidiana, décimas intencionadas, gráficas costumbristas, notas que registraban el crecimiento y los cambios del país, y los "reclames" de los primeros años del nuevo siglo eran parte de su contenido. Además de las sátiras políticas.

En 1903 muere Fray Mocho y es reemplazado por Carlos Correa Luna como director de "Caras y Caretas". Pero la estructura de este periódico no se resiente tampoco cuando se aleja de su equipo de trabajo un dibujante excepcional como José María Cao para crear la nueva revista "Don Quijote", porque quien llega para sustituirlo es otro caricaturista que marcaría épocas: Ramón Columba.

Otra creación del español Eustaquio Pellicer se impone en 1904 entre los semanarios de Buenos Aires: PBT. Su formato era pequeño pero original (13 por 23 centímetros) y sus caricaturas tenían gran potencia y singularidad. Por su contenido de crítica política y de actualidad llegó a superar en un momento a su slogan, "semanario infantil ilustrado para niños de 6 a 80 años". Sus fotos e ilustraciones, con sus respectivos epígrafes en verso, retrataron toda una época describiendo tendencias y costumbres de la ciudad y el país.

En el interior del país, más específicamente en Córdoba, ciudad culta y de fuerte influencia de la universidad, también aparecen a fines del siglo XIX algunas publicaciones humorísticas. El periódico "La Carcajada", fundado en 1871 por Armegol Tecera tuvo un importante peso y aceptación en la población cordobesa, fue el periódico satírico de más larga duración en la provincia. Más tarde surgieron diversas publicaciones que contribuyeron a la causa de satirizar la realidad política: "La Lechuza", "El Picaflor", "El Mono Tarfe", "El Huascar", "El Negro Sinfaroso", "Frou-Frou", "La Viuda", "La Broma" y "Fruta de Córdoba".

Pese a que "La Carcajada" procuró infructuosamente introducir la caricatura en sus páginas, correspondió la prioridad en aquella forma gráfica a "El Jaspe", publicación nacida en 1876.

En la etapa siguiente de mi investigación me ocuparé, especialmente, del periódico "Don Quijote", el que propone, mediante la utilización de los discursos paródicos, satíricos y la incorporación de la caricatura, la lectura de estos acontecimientos históricos. Frente a la hegemonía de estos discursos oficiales se erige como un "contra discurso" que lee la realidad argentina de fin de siglo de manera humorística, no exenta de una fuerte crítica a la sociedad de la clase dirigente de la época.

Utilizando como base nociones teóricas desarrolladas por Mijail Bajtin, Marc Angenot y Linda Hutcheon (CFR bibliografía) tales

como "discurso social", "hegemonía", "contra discurso", "ironía", "sátira", "parodia", "caricatura", abordaré el tratamiento de la investigación.

Aplicaré estas categorías al estudio particular de este periódico teniendo en cuenta el marco histórico periodístico de la época, sus modos de producción y circulación, los géneros periodísticos dominantes y el modelo de receptores.

Después de haber analizado, de manera general, los géneros y el estilo periodístico dominantes en el objeto de estudio me detendré, particularmente, en la investigación de los discursos políticos, paródicos y satíricos en relación con el discurso gráfico de la caricatura.

Habrà que tener en cuenta que en los periódicos del siglo XIX (debido a la composición particular del público receptor en Argentina: clases populares, inmigrantes, gente de campaña y analfabetos) predomina la imagen sobre el discurso escrito, por lo tanto el análisis a realizar deberá tener en cuenta la función de refuerzo mutuo que cumplen los dos discursos.

**FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:**

Ximena Avila, María (2000): Sátira, caricatura y parodia en la Argentina de fines del siglo XIX. Un caso paradigmático: el periódico "Don Quijote" (1884-1903) de Buenos Aires. Revista Latina de Comunicación Social, 27. Recuperado el x de xxxx de 200x de:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000tma/131ximena.html>