

Caras y caretas: el semanario como caricatura

Silvana Gómez

Estudios del ISHiR, 12, 2015, pp. 23-46. ISSN 2250-4397

Investigaciones Socio Históricas Regionales, Unidad Ejecutora en Red – CONICET

<http://revista.ishir-conicet.gov.ar/ojs/index.php/revistalSHIR>

Artículo/Article

Caras y caretas: el semanario como caricatura

Silvana A. Gómez (Centro Interdisciplinario de Estudios Políticos, Sociales y Jurídicos – Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires)

Resumen

El semanario argentino *Caras y Caretas* constituye un extraordinario acervo documental para el estudio de la realidad finisecular decimonónica y las primeras décadas del siglo XX. Se trató de una publicación inspirada en los magazines europeos que, con rotundo éxito, abordó un amplio abanico de temas. En sus páginas, proliferaron los tradicionales textos con un sinnúmero de imágenes que le dieron su impronta y lo posicionaron entre un público cada vez más amplio, ávido de las novedades del país y del mundo. En este artículo, consideramos a la revista como una caricatura, pues construyó una realidad exacerbando algunos rasgos en desmedro de otros. Nos detenemos en el estudio del semanario en el año 1912, momento clave en la transición de una política de notables a una de masas en Argentina, procurando vislumbrar la intertextualidad entre palabra e imagen que –presente en toda caricatura– es posible rastrear en esta publicación miscelánea.

Palabras claves: *Caras y Caretas*; caricaturas; imagen; fuente.

Caras y Caretas: a weekly magazine as caricature

Abstract

Argentine weekly magazine Caras y Caretas is an extraordinary documentary collection for the study of nineteenth-century reality finisecular and early twentieth century. It was an inspired publication in European magazines, with great success, he addressed a wide range of topics. In its pages, they proliferated traditional texts with countless images that gave its stamp and positioned between an increasingly wider audience, eager for news of the country and the world. In this article, we consider the magazine as a caricature, as it built a reality exacerbating some traits over others. We stop in the study of the weekly in 1912, key in the transition from a notable politics a mass in Argentina moment, trying to glimpse the intertextuality between word and image-present throughout caricature is possible to trace in this publication miscellany.

Keywords: *Caras y Caretas*; caricature; images; source.

En el presente artículo, indagamos en las intersecciones entre imagen y palabra en la revista *Caras y Caretas*. Publicada en nuestro país entre 1898 y 1939, se trató de un semanario que abordó una amplia variedad de temas (políticos, económicos, deportivos, sociales, culturales, artísticos, entre otros) y se popularizó entre un público cada vez más amplio, ansioso por conocer sucesos argentinos (de la capital y del interior) y mundiales. Uno de los rasgos de esta revista –constituida desde sus inicios como empresa que podía sostenerse por medio de la publicidad– fue la incorporación de numerosas

imágenes en sus páginas. Partimos de considerar que dicha iconografía no puede entenderse sin ponerse en diálogo con los textos publicados en el semanario. Nuestro objetivo, en ese sentido, es reflexionar en torno a las conexiones entre imagen y palabra en *Caras y Caretas*, examinando que la revista no reflejó la realidad sino que construyó la propia a través de notas periodísticas, fotografías, caricaturas y relatos ficticiales (narraciones de carácter verosímil que en la mayoría de los casos versaban sobre escenas de la vida cotidiana de variados actores), entre otros recursos. Percibimos al semanario como caricatura, es decir, una imagen que exagera algunos rasgos en desmedro de otros, en vínculo con la palabra.¹

Este trabajo se articula de la siguiente manera: en primer lugar, señalamos algunas características de la publicación. Luego, nos detenemos en ciertas implicancias en el estudio de la imagen como fuente histórica. Posteriormente, nos adentramos en el análisis de caricaturas de portada en un momento de profunda transformación política –como lo constituye el año 1912 en Argentina– para en cuarto lugar analizar algunas notas periodísticas y relatos publicados en la revista ese año. Finalmente, presentamos las conclusiones a las que hemos arribado.

I.

Caras y Caretas hizo su aparición en octubre de 1898. La circular de agosto que anunció su salida, daba cuenta de los responsables de la publicación. Se trataba de Eustaquio Pellicer (redactor), B. Mitre y Vedia (director) quien fue reemplazado mientras el primer número estaba en prensa por José S. Álvarez y Manuel Mayol (dibujante).² El subtítulo de la publicación hacía referencia a su

¹ Podríamos rastrear los orígenes de la caricatura al pintor boloñés Annibale Carracci quien, hacia 1600, comenzó como pasatiempo a producir “retratos cargados”, caricaturas, buscando captar la expresión característica y transformando al hombre en un animal. Un siglo y medio más tarde, los ingleses fueron quienes le asignaron a este tipo de representación grotesca la función de polemizar la política. Se le atribuye a George, tercer marqués de Townshend la idea de hacer circular retratos de caricaturas de colegas y enemigos políticos, hacia mediados del siglo XVIII. Este nuevo arte de la caricatura ofrecía al dibujante grandes potencialidades: la reducción de la fisonomía a una fórmula conveniente hizo posible mantener constantemente a ciertos políticos antes los ojos del público en toda clase de papeles simbólicos. “(...) *La auténtica ventaja que obtenía el dibujante de la nueva arma era la posibilidad de extender la acusación a una fusión virtual*” (Gombrich, 1998, 135) Esta capacidad de “hacer visible” se fue confundiendo con “*los animales procedentes del zoo del dibujante*” (Gombrich, 1998, 136). El bestiario político sería un arma fundamental del arsenal del caricaturista. Y aunque algunos grabados del siglo XVI muestran estas características, no fue sino hasta el siglo XIX que se inventaron los símbolos *as hoc* para poblar dibujos y facilitar la comunicación (Arcas Cubero, 1996).

² En Uruguay, el español Pellicer tuvo una serie de iniciativas previas a la conformación del semanario aquí analizado: fundó en Montevideo la humorística Pellicerina y un semanario llamado *Caras y Caretas*, en 1890, que aparecía los domingos. En Argentina, fue periodista en el diario *La Nación* e instaló la primera sala de cine porteña. Como el emprendimiento era difícil de sostener en términos económicos, refundó *Caras y Caretas* en Buenos Aires. Por su parte, Mitre y Vedia era el hijo mayor del fundador del diario *La Nación* y había sido director de ese periódico. Por circunstancias personales, quedó rápidamente desvinculado de *Caras y Caretas*. Álvarez había fundado con anterioridad otras publicaciones, como *El Diablo* y *Fray Gerundio*. Fue periodista parlamentario del periódico *La Nación* y redactor de la revista *Don Quijote*.

capacidad de interesar a un público amplio dada la variedad de temas abordados: “Semanario festivo, literario, artístico y de intelectuales”. Desde sus inicios, fue concebida como una empresa que podía sustentarse por medio de la publicidad:“(…) había mucha propaganda que pagaba la publicación y facilitaba la supervivencia de dibujantes, escritores y periodistas en una modernidad que había dejado de producir mecenas y que exigía que el artista enfrentara un nuevo aspecto de su labor: la profesionalización” (Moraña, 2008: 249). El éxito de *Caras y Caretas* fue contundente. Algunas cifras permiten apreciar su significativo crecimiento: la primera tirada del semanario contó con 7.000 ejemplares, llegando a tener su pico el 25 de mayo de 1910, cuando se vendieron 201.150 revistas. Para 1916, llevaba impresas 78.865.085, con suscripciones en Suecia y Nueva Zelanda y su distribución había alcanzado a Estados Unidos, Francia, España e Italia (Taub, 2008). Aunque al momento de su lanzamiento esperaba contar con unas veinte páginas semanales, para 1902 tenía sesenta y ocho, en 1904, la cifra había crecido hasta ochenta y el número almanaque³ de 1912, por ejemplo, contó con doscientas treinta y siete páginas (*Caras y Caretas*, N° 691, 30 de diciembre de 1911). En 1916, cada número de la revista poseía, en promedio, unas ciento cincuenta páginas. De esas hojas, tal vez lo más conocido sea hasta nuestros días, las portadas a color. En ellas, una caricatura hacía referencia a un suceso de actualidad. Las palabras que daban sentido a esa imagen eran el título y una pequeña estrofa que constituía una sátira (Rogers, 2008). La información necesaria para entender el mensaje se daba por supuesta, lo que revela una audiencia que estaba al tanto de los acontecimientos contemporáneos de relevancia a través de otros medios. La ilustración constituía una imitación burlesca que exacerbaba algunos rasgos del modelo original desacreditando y volviendo grotesco a un determinado personaje o situación aludida. En los primeros años, a la portada le seguían veinte páginas, dedicadas a las secciones de Sports, actualidad internacional y a la publicidad. A continuación, se encontraban veinte carillas centrales -sin anuncios comerciales- precedidas de una carátula interna y organizadas en secciones. Finalmente, aparecían diecisiete carillas divididas en secciones varias con propagandas y publicidades. Para 1916, la revista había diversificado los contenidos tratados e incluía apartados dedicados al teatro, el arte fotográfico, la moda y la realidad provincial.

Álvarez intentó por varios medios crear una empresa que le permitiera forjar cierta fortuna. Dado que frecuentaba los mismos espacios de sociabilidad que Enrique Payró, le propuso a este aprovechar de manera sistemática los desperdicios de la ciudad. Como expresa Geraldine Rogers: “La insólita anécdota sería irrelevante si no fuera porque Payró señala que fue el fracaso de esa iniciativa la que dio lugar al nacimiento de *Caras y Caretas*. Al margen del carácter más o menos objetivo de esa declaración, lo que importa es la afinidad que sin querer nos revela con la lógica y el método del magazine que se concretará poco después con la creación de la revista: reciclar elementos usados y en cierta medida devaluados, concentrar en un solo lugar materiales dispersos y agruparlos de manera sistemática para destinarlos a nuevos consumos”. (Rogers, 2008:29)

³ Se denominó Número Almanaque al primer número de cada año. Generalmente, contaba con más páginas que una revista promedio.

Más allá de la importancia que puede atribuirse al semanario para el estudio de la realidad de finales de siglo XIX y comienzos del siglo XX, no contamos con trabajos que hayan desarrollado minuciosamente las características de *Caras y Caretas*, aunque existen referencias. En la primera mitad del siglo XX, Ricardo Rojas consideró al semanario como un cambio cualitativo en el periodismo. Su característica era la popularización de las funciones que hasta ese momento habían tenido las revistas, pero que habían sido relegadas a un público acotado (Rojas, 1948). Posteriormente, Jorge Rivera exploró el semanario en varios trabajos. El autor destacó el “(...) envidiable y excepcional sentido de la oportunidad histórica (...)” (Rivera, 1985: 363) que dio origen a la revista. Sus creadores, aunque inspirados en los magazines europeos, tuvieron una amplia percepción del mercado criollo. Durante la década de 1980, Beatriz Sarlo manifestó la importancia de *Caras y Caretas* en la creación de nuevos hábitos de lectura (Sarlo, 1985). Adolfo Prieto por su parte, ha destacado el contexto que hizo posible la aparición del semanario. La incorporación y reconocimiento de un nuevo tipo de lector produjo que el modelo tradicional de la cultura letrada, aunque con un papel predominante, no desarrollara un espacio exclusivo (Prieto, 1988). Josefina Ludmer vio a *Caras y Caretas* como un producto argentino inspirado en la cultura periodística norteamericana (Ludmer, 1999). Ana Moraña ha estudiado el rol de la propaganda en la revista, haciendo hincapié en la imagen de la mujer, durante el cambio de siglo (Moraña, 2008). Emmanuel Taub destacó el papel desempeñado por el semanario en la conformación de la otredad (Taub, 2008). Por otro lado, los trabajos de Jorge Ruffinelli (Ruffinelli, 1968), Howard Fraser (Fraser, 1987) y Pierre Fraixanet (Fraixanet, 1990) han aportado selecciones de textos, tapas y caricaturas. Quien tal vez mejor ha sistematizado las características de los primeros años de la revista, ha sido Geraldine Rogers. En este sentido, la autora argumenta que la nota característica de *Caras y Caretas* fue su carácter pionero. El semanario se transformó en el prototipo de una cultura emergente signada por la formación de un mercado de bienes culturales. Como ha sintetizado, la publicación

Perteneó al sistema misceláneo de magazines inspirados en publicaciones similares de Europa y Estados Unidos. Como empresa moderna, colaboró con el surgimiento de una nueva capa de productores y favoreció la profesionalización literaria. Demandó de sus colaboradores materiales breves y novedosos, infundiéndole en los textos el espíritu de la moderna escritura periodística. (Rogers, 2008: 16).

La autora afirma que el semanario puso a disposición de los lectores textos e imágenes variadas para que pudieran apreciarse sin distinciones sociales, propiciando el ensanchamiento de la esfera pública e incorporando al lector como figura activa y demandante. De esa forma, fue pionero en la prensa de bajo precio y amplia audiencia. En este sentido, representó “(...) una suerte de enciclopedia barata, entretenida, fácil de transportar y coleccionable para quienes no solían frecuentar librerías ni bibliotecas” (Rogers, 2008:17). Su bajo

costo (\$ 0,20 durante varios años) la convirtió en una publicación semanal accesible no sólo para los miembros de la clase media sino también para sectores con ingresos menores que compartían las novedades de la revista en conventillos y vecindarios (Moraña, 2008).

II.

Una imagen vale más que mil palabras.

Kurt Tucholsky

Las páginas de *Caras y Caretas* se nutrieron de palabras enlazadas profundamente a imágenes, un elemento central del semanario. Las notas periodísticas aparecieron junto a variadas fotografías sobre el suceso que se relataba. Se reproducían pinturas y esculturas en artículos dentro de la revista. La publicidad, en la mayoría de los casos, se presentó con ilustraciones alusivas al producto o servicio que intentaba venderse. Aún hoy, uno de los rasgos distintivos de *Caras y Caretas* son sus caricaturas, las de portada a color, y otras que aparecieron en blanco y negro en el interior de cada ejemplar. Es decir, una variada iconografía fue parte del semanario que debe estudiarse teniendo en cuenta una serie aristas.

En primer lugar, el tratamiento de la imagen al concebirla como fuente. Su producción en un contexto específico hace necesario que la conceptualicemos como producción histórica atendiendo a sus representaciones simbólicas sólo descifrables –dado que se trata de un código particular- en la sociedad que la origina:

la forma icónica es un concepto que sólo puede ser entendido en sus mutaciones diacrónicas, es decir históricas, o sincrónicas, en relación a la cuestión territorial. Escoltan su significado (lo permanente) por medio de opciones significantes variadas, múltiples, distintas, que pueden resultar indescifrables para personas inmersas en otras culturas (Gubern, 1996: 26 y 27).

No obstante, aún inmersos en una misma sociedad, no todos vemos lo mismo cuando miramos. La polisemia, en este sentido, es una característica fundamental en el análisis de la imagen como fuente. En vínculo a ella, y dado que el productor de una imagen también tiene presente ello, debemos plantear las intencionalidades que la rodean, interpretándola:

(...) no como reflejo de alguna realidad, sino como una sofisticada forma de construcción de realidad, un poderoso instrumento de producción y control de imaginarios colectivos. La propuesta es que la imagen no informa, o informa de forma marginal, de la realidad, sino de una determinada interpretación de la misma y de la forma en que fue construida. La imagen como constructora de la realidad y no como su reflejo (Perez Vejo, 2007, 49).

Hay que dejar de considerar a la imagen como ilustración, al igual que hay que dejar de mirarla como auxiliar audiovisual. Es una entidad autónoma con una intensidad propia, creadora de realidades, cuya mera enunciación muestra su amplitud y trascendencia: estéticas, históricas, culturales, políticas, mercantiles, psicológicas, sociológicas (Rojas Mix, 2006, 21).

Se trata, en definitiva, de reconocer que la imagen condensa realidades sociales, lo que la convierte en una fuente sumamente importante para los estudios de época. “La imagen capta aspectos del hecho histórico que un documento escrito no revela: aspectos emotivos o cómo el hecho es apreciado por la opinión pública” (Rojas Mix, 2006: 23) y creemos así, que se torna fundamental permitir el diálogo entre los procesos artísticos y estéticos y los procesos sociohistóricos en que surgen.

En segundo lugar, podemos mencionar brevemente el tratamiento que desde el campo historiográfico ha recibido la imagen. Desde hace algunas décadas los historiadores han ampliado sus intereses, alejándose de los acontecimientos políticos y estructuras sociales y económicas, para centrar su atención en las mentalidades, la historia cultural, la vida cotidiana, las mujeres –entre tantas otras- y ello se debe a la incorporación de nuevas fuentes (Burke, 2005). Dentro de las preocupaciones e inquietudes en la labor del historiador, suele seguir asignándose a la imagen un lugar casi marginal, ilustrativo, de refuerzo del texto escrito. La mayor parte de los estudios que incluyen imágenes, las han utilizado para ilustrar conclusiones a las que han arribado por otros medios y no para plantear nuevos interrogantes o dar novedosas respuestas (Burke, 2005:12). En análoga sintonía, Rojas Mix afirma que:

Los historiadores tradicionales, encerrados en el “corralito” positivista, son raras veces capaces de descifrar la caricatura política, el grafitti, el cartel o el clip político, desatendiendo una fuente importante, ya que en las mutaciones de temas y soportes del imaginario se inscriben transformaciones profundas, como son, entre otras, los modos de interlocución entre el poder y la opinión. (Rojas Mix, 2006, 21).

Sin embargo, durante el siglo XX algunos historiadores habían llamado la atención acerca de esta cuestión. Sin pretender un examen exhaustivo del tema, podemos mencionar que Johan Huizinga (1905) había advertido que el denominador común entre el estudio de la Historia y la creación artística es una manera de formas imágenes. La imagen fue el punto de partida de las obras de Phillipe Ariés (1980) y Michell Vovelle (1979). En el plano latinoamericano, durante los años ´30 del siglo pasado, el brasileño Gilberto Freyre definió su enfoque de la historia como “impresionista” en el sentido de definir la vida en movimiento. Pero estos aportes representan más bien excepciones en la historiografía. Como expresa Burke (2005) en la prestigiosa revista *Past & Present*, entre 1953 a 1975 ninguno de los artículos publicados incluyeron imágenes. La misma observación podría hacerse para la “Historia de las

Imágenes” (Gaskell, 1996), donde, aunque se hacen referencia a diversas obras, no se expone ningún elemento “ilustrativo”.

La tercera arista es aquella por la cual imagen y texto asumen intensos vínculos. Aunque la indagación en los mensajes visuales revista el carácter de al menos novedosa, la imagen no es una cualidad exclusiva de nuestro presente. Sus vestigios la remontan treinta mil años atrás y su examen a través del tiempo la enlaza con una disciplina particular: la Historia del Arte.⁴ Desde esta disciplina, en las últimas décadas, los estudios visuales han desafiado la distinción entre Bellas Artes⁵ como forma cultural refinada y otras manifestaciones visuales, incorporando a su análisis el diseño, el cine, la fotografía, la publicidad, el video, la televisión e Internet. Aproximaciones que centran su atención en la cuestión de la mirada, definida ésta como parte fundamental del accionar simbólico del hombre; a su vez, se establece un estrecho diálogo con el mundo circundante, y en consecuencia, también con el arte entendido en sentido amplio. Quizá esta sea la primera novedad de la “civilización de la imagen” (Sartori, 1998): no su aparición, dado que acompañó a hombres y mujeres desde tiempos remotos, sino el haberse desprendido del monopolio que ejercía sobre ella, el arte. El otro elemento que irrumpe en nuestro presente no es la preeminencia de la imagen sino su vinculación al elemento escrito:

(...) cuando afirmamos que hoy estamos en la civilización de la imagen, suponemos fatalmente que las civilizaciones anteriores practicaban poco la comunicación icónica. (...) podemos preguntarnos si no tenemos acaso tendencia a desconocer o a subestimar el papel de esa comunicación en las civilizaciones pasadas, y a olvidar que la imagen participaba profundamente en la vida cotidiana del hombre de antaño (vidrieras, pinturas, almanaques, libros ilustrados): de hecho, la oposición histórica no se establece entre la escritura y la imagen (nuestra civilización no es analfabeta y la civilización de ayer lo era en parte), sino más bien entre una comunicación puramente icónica y una comunicación mixta (imagen y lenguaje), que es la de hoy en día: la muy viva sensación que tenemos actualmente de una «subida» de las imágenes nos hace olvidar que en esta civilización de la imagen, la

⁴ Desde el campo de la Historia del Arte, se ha dado cuenta de las diversas funciones que la imagen asumió en diferentes sociedades. En el paleolítico, fue relacionada a lo mágico-religioso. En la antigüedad clásica, representó relatos heroicos y en la Edad Media, obtuvo una función moralizante, pedagógica. Con la Modernidad, halló su cenit al considerar al artista, tal es el planteo de Ficino, como un demiurgo, aquel virtuoso que concibe su producción así como Dios creó al mundo (Gimpel, 1979). De este modo, es pertinente considerar que, desde el Renacimiento, la Historia del Arte ha sido en buena medida, la historia personal de los artistas. Sus trayectorias, vicisitudes, viajes, vínculos y romances “explicaron” los contenidos y las formas de las obras, símbolos aislados del contexto de producción. Durante el siglo XX, esta tendencia se modificó con la aparición de las investigaciones de Erwin Panofsky (1927), Aby Warburg (1932), Arnold Hauser (1951) y Ernst Gombrich (1950), entre otros. En la actualidad, estudios como los de Georges Didi-Huberman plantean una mirada novedosa del acceso al tiempo a través de la imagen (Didi-Huberman, 2010).

⁵ Entendemos el término *Bellas Artes* en vínculo profundo con el Renacimiento, dado que “(...) es en la época moderna en la cual poco a poco se introduce el término *Bellas Artes* (*Beaux-arts*) (...) la pareja de palabras se encuentra por lo demás en la mayoría de las lenguas: *belle arti*, *fine arts*, *schöne Künste*” (Thuillier, 2006, 26).

imagen, precisamente, no queda por así decirlo privada de palabra (...).
(Barthes, 2001, 82). [El subrayado es nuestro].

A lo largo de la historia, diversas técnicas y soportes han establecido el diálogo entre imagen y palabra: pinturas, grabados, fotografías, murales, caricaturas. Todas ellas asociadas a palabras pues diversos textos integran la gráfica o las dotan de un nombre. Los dos elementos que componen estas manifestaciones iconográficas y que se presentan divisibles sólo a fines analíticos, la palabra y la imagen, están íntimamente relacionados y deben entenderse en su intertextualidad. Podemos afirmar, entonces, que existe una relación simbiótica entre texto y dibujo donde uno no puede desprenderse del otro ni comprenderse de forma autónoma.

Finalmente hacemos mención a la caricatura en particular, pues entendemos que ella se presenta como un buen ejemplo para indagar en la imagen como fuente, en tanto que ese mensaje visual es una combinación de imagen y palabra. En la medida en que se exagera el mensaje, podemos vislumbrar aspectos particulares de una realidad social determinada y los modos en que la caricatura condensa dichas realidades. Dentro de las múltiples dimensiones que la caricatura como vehículo ficcional posee, nos detendremos especialmente aquí en el caso de la caricatura política, por parecernos paradigmático. Su estudio permite establecer estrechas relaciones con el poder:

(...) permiten seguir el curso de los acontecimientos, tomarle el pulso a las tensiones políticas, penetrar en las dinámicas de los equilibrios de poder, describir los asuntos que estaban en el lugar central y los personajes que ocupaban papeles estelares en un lugar y momento determinados. El estudio de las caricaturas políticas posibilita descubrir los aspectos más relevantes que interesaban a un conjunto social específico y recuperar la historia desde una perspectiva alterna (...)
(Gantús, 2009, 21)

Las caricaturas, en este sentido, pueden considerarse “(...) una estrategia fundamental en la construcción de imaginarios colectivos” (Gantús, 2007, 205) ya que a partir de su desarrollo se generan ciertas ideas y se difunden determinadas percepciones mediante las cuales se incidía sobre la opinión de los receptores.



En Argentina, existió cierta tradición decimonónica tanto en periódicos que incluían la sátira como en publicaciones donde las caricaturas adquirieron un espacio preponderante. El ejemplo más resonante en ese sentido es la

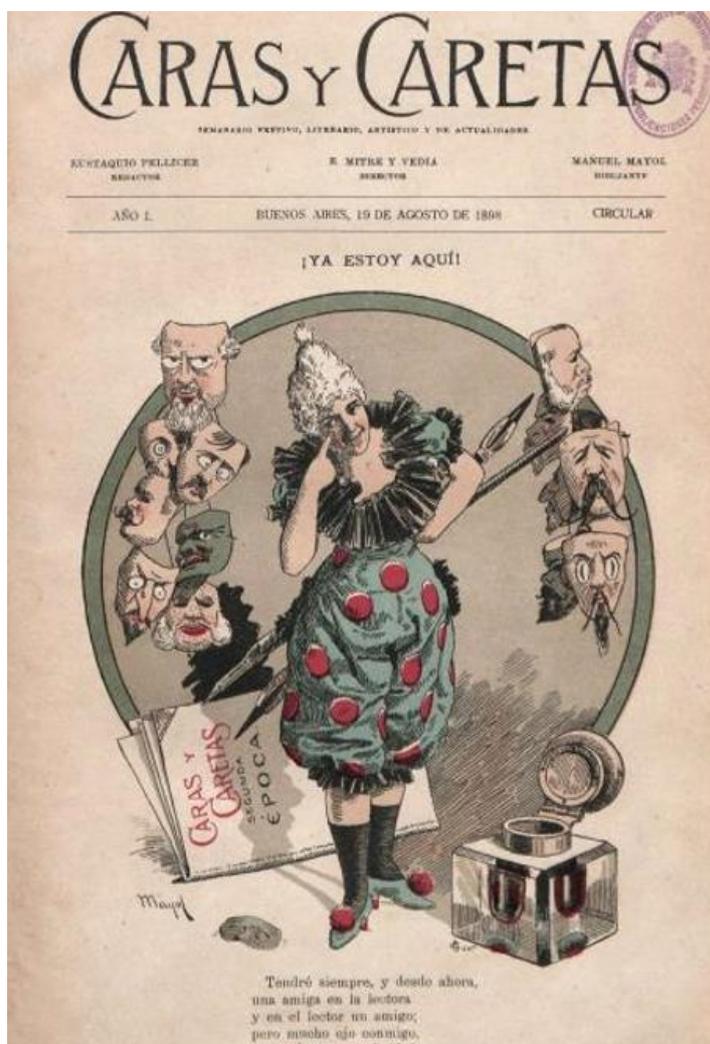


Figura 1: “Ya estoy aquí”. *Caras y Caretas*, 19 de agosto de 1898

publicación *El Mosquito* (1863-1893). No obstante, en octubre de 1898 apareció *Caras y Caretas*. Un acercamiento al extraordinario acervo que la revista representa (2139 ejemplares) muestra que durante todo este tiempo, fue siempre una caricatura a color la imagen de tapa, distinguiéndose del resto de la revista, presentada en su mayor parte en blanco y negro. La portada era la primera conexión que el lector establecía con esta publicación. Para los responsables de *Caras y Caretas*, la caricatura era una cuestión sustancial. No sólo por el lugar que ocupaba en cada número sino porque desde la propia línea editorial, se incluyeron una serie de artículos que daban cuenta de la importancia de este

tipo de manifestación iconográfica en el mundo. Finalmente, y como última arista a considerar en el tratamiento de las imágenes, debemos tener en cuenta, entonces, las apreciaciones de quienes publicaban esa iconografía. Podemos identificar, en el caso del semanario, dos elementos sobre los cuales se insistió. En primer lugar, se destacan las consecuencias que aparejaba la caricatura. Desde la gacetilla de agosto de 1898 que anunciaba el lanzamiento, se advertía a los futuros protagonistas y por qué no, potenciales caricaturizados: “Tendré siempre, y desde ahora/una amiga en la lectora/y en el lector un amigo; /pero mucho ojo conmigo,/ porque soy muy habladora” (*Caras y Caretas*, 19 de agosto de 1898). (Véase Figura 1: “Ya estoy aquí”). En la caricatura de portada, la revista aparece convertida en una dama de apariencia burlona. Sonriente, es al mismo tiempo desafiante: el dedo índice señalando su ojo es un signo de advertencia acerca de la “vigilancia” respecto de las

acciones de las personas. Detrás de ella, se observa una pluma; a su costado, un gran tintero. Y destacan varias “máscaras” alrededor, como la de Julio A. Roca, hombre de extraordinaria gravitación en la política de esos años.

Los redactores del semanario siguieron apelando a la fuerza de las construcciones que las caricaturas significaban. En un artículo publicado una década después de su aparición y tomando como excusa el análisis de la situación de la sátira inglesa, afirmaban:

El lápiz del caricaturista pone la personalidad de un hombre ante el público de tal manera, que todo el mundo acaba por ocuparse del caricaturado.

De ahí que ocurra con más frecuencia de lo que se cree generalmente el hecho de que no pocos aspirantes á celebridades y aun á ciertos puntos visibles, no tengan el menor empacho ó escrúpulo en solicitar de los directores de revistas ó periódicos ilustrados la publicación de sus caricaturas, ofreciendo por ellos buenos precios. (*Caras y Caretas*, N° 527, 7 de noviembre de 1908).

Aunque en la misma nota negaban que los editores o caricaturistas pudieran ser sobornados, el objetivo de este tipo de intervención no era hacer un examen de las cuestiones morales que rodeaban la profesión, sino más bien, dar cuenta del destacado rol que la caricatura adquiriría. El papel desempeñado, resta decir, no necesariamente era negativo, y los redactores afirmaban: “La caricatura, si á veces mortifica y hiere, ofrece también sus ventajas, y hoy desde hace ya bastante tiempo, los hombres públicos la consideran con justa razón como una gran ayuda en su campaña” (*Caras y Caretas*, N° 527, 7 de noviembre de 1908).

Un segundo asunto abordado desde la publicación fue la de la metáfora visual. Resulta llamativo la analogía que la revista estableció con la escultura, por ejemplo. En una nota de dos páginas de extensión, compuesta sólo por fotografías (cuatro en cada una de ellas) bajo el título “La caricatura en el arte” (*Caras y Caretas*, N° 555, 22 de mayo de 1909) se mostraban diversas estatuas de personajes tales como Víctor Manuel II, Joaquín Murrat y Federico de Suecia entre otros. Lo que la intervención connota –y he aquí mismo otro excelente ejemplo de vínculo entre imagen y palabra- es que la función metafórica está presente no sólo en la caricatura sino en otras formas artísticas. Titular a la nota de la forma en que se hace, nos remite a reflexionar en torno a diversos artistas o productores de imágenes en variados contextos. O más específicamente: a aquellos elementos que adquieren un destacado protagonismo y las intencionalidades perseguidas al momento de su creación. Contradiendo la frase con la que iniciamos este apartado, una imagen nunca vale más que mil palabras, sobre todo porque cuando ella aparece asociada a la palabra, debe reflexionarse en función de la connotación que la iconografía conlleva, posibilitando una “lectura más profunda” de lo que se ha querido expresar.

III.

En la segunda década del siglo XX y durante la presidencia de Roque Sáenz Peña (1910-1914), el Ministro del Interior Indalecio Gómez presentó un nuevo proyecto de ley que fue aprobado como Ley N° 8871, la que conoceríamos públicamente como Ley Sáenz Peña. La legislación estableció el sufragio universal masculino, secreto y obligatorio para los mayores de 18 años. Esta ley se enmarcó en un debate profundo en los inicios de siglo. Los intelectuales de aquellos años habían diagnosticado que el progreso material del país no tenía su correlato en un avance en el plano de las instituciones.⁶ Para detener la oligarquización del poder había que convertir al habitante en ciudadano, y en ese contexto, esta ley se disponía a trastocar la realidad política del país.⁷

Desde el gobierno de Sáenz Peña se insistió en el fin de una época signada por la nueva legislación. Como ha expresado Fernando Devoto, no sólo los contemporáneos (entre los cuales no faltaron los pocos entusiastas socialistas o la mirada crítica de periódicos como *La Nación* o *La Prensa*) sino varios historiadores “(...) viendo el proceso desde sus resultados, han sostenido en general esa idea de ruptura que Sáenz Peña y sus colaboradores presentaron” (Devoto, 1996:94). Natalio Botana también se ha referido a la confianza asociada a las transformaciones normativas y su correlato en las prácticas políticas (Botana: 2012 [1979]) lo que Eduardo Zimmermann ha denominado como *excesivo voluntarismo* (Zimmermann, 1994). Fernando Devoto, por su parte, señala que no todos los conservadores compartían ese optimismo ante las posibilidades que la nueva normativa acarrearía para mantener la primacía conservadora. El autor hace hincapié en las percepciones de los contemporáneos acerca de la reforma y las múltiples perspectivas con que los actores asumieron el desafío de una modificación de esta envergadura. De su análisis, se desprende la inexistencia de un Orden Conservador al momento de

⁶ Pellegrini intentando evitar lo que pudo haberse convertido en el escándalo más grande de la Argentina – dado que la educación política del país iba en razón inversa a los logros económicos- afirmó que “(...) la única manera de garantizar la prosperidad general y asegurar ese bienestar del que hoy gozamos, es sanear la atmósfera política, organizar y disciplinar la opinión y ofrecerla como única y sólida base a un gobierno que pueda asegurar todas las libertades y garantizar todos los derechos. (...) el (...) propósito: la resurrección del pueblo a la vida institucional.” (Pellegrini, 1905). Indalecio Gómez era aún más duro e insistía en el fraude sistemático que imperaba antes de la Ley de 1912: “¿Cuál es la situación de nuestra democracia? ¿Cuál es la condición de nuestra vida pública? El espíritu cívico está muerto; nuestra democracia es nula; el pueblo no vota. Hay poderes constituidos, sin embargo, hay gobiernos en las provincias y en la Nación; hay Congreso y legislaturas, compuestos todos de hombres distinguidísimos, y sin embargo, la democracia, el pueblo tiene cierta decepción y desabrimiento respecto de este Congreso, tan dignamente compuesto. ¿Por qué? Porque no ha sido elegido en comicios sanos, sino por un sistema ya corrompido y desfigurado.” (Gómez, 1911).

⁷ Joaquín V. González expresó algunos de los problemas que acarrearía la falta de una reforma: “(...) esta inmensa anomalía entre la transformación progresiva del espíritu público y la inmovilidad del sistema político (es) lo que hace que se produzcan a cada momento fenómenos nuevos, fenómenos sorprendentes en que generalmente es el gobierno, son los poderes legislativos los que padecen en el juicio público, porque se atribuye a insuficiencia de los que gobiernan, a falta de capacidad legislativa, lo que es un resultado fatal de la falta de representación de la suma total de las energías nacionales.” (González, 1902).

la reforma, que no era posible reestructurar no sólo por las tensiones que originaba dentro del campo político el radicalismo, sino por la propia fragmentación interna. La Ley Sáenz Peña en ese sentido no resolvió los problemas sino que contribuyó a su profundización (Devoto, 1996).

Entonces, ¿se trataba sólo de elementos novedosos que desarticulaban un sistema agotado o se producía una transición entre dos formas de hacer política? Si existía dicha transición: ¿qué papel desempeñaban las prácticas nuevas en relación a las conocidas? Para José Luis Romero, desde los inicios de siglo en el plano porteño al menos, “(...) se acuñó en Buenos Aires la imagen de una sociedad abierta y móvil, que ha sobrevivido a su cuasi agotamiento, y de su correlato, la de la normal existencia de un sistema democrático, también más fuerte que todas las evidencias en contrario” (Romero, 1985: 228) María Inés Tato ha hecho hincapié en estas novedades “democráticas”: “La primera experiencia democrática argentina, desarrollada a partir de la implantación de la Ley Sáenz Peña en 1912, inauguró la era de la política de masas y llevó al gobierno al radicalismo, el principal partido opositor al orden conservador”. Para la autora, a partir de la Ley Sáenz Peña, el nuevo juego político estaba caracterizado por “(...) la democratización del sistema político y una irrupción definitiva de las masas en la esfera pública que hizo tambalear las certidumbres de la élite” (Tato, 2009: 149). Waldo Ansaldi ha manifestado que la ley Sáenz Peña abrió en 1912 “una posibilidad de cambio” (Ansaldi, 2012: 84). No obstante, la ley puso en tensión procesos decimonónicos y de principios de siglo que con fuerza, colocarían en jaque las miradas optimistas: “Cambios y continuidades: la reforma política del Centenario no pudo eludir el peso de un pasado cercano, ni tampoco el proyecto que la acompañaba tendría la virtud suficiente para despejar las incógnitas del futuro” (Botana, 2012: 84).

1912 representó para *Caras y Caretas* un período atiborrado de novedades aunque también de continuidades. Algunas caricaturas de portada publicadas en aquel año permiten comenzar a abordar las aseveraciones planteadas desde el semanario.

“El voto del presidente” (*Caras y Caretas*, N° 706, 13 de abril de 1912) caricaturiza una fotografía publicada dentro del mismo número de la revista, en una nota que contenía varias fotos y que se tituló “El día del civismo. Dando el ejemplo” (*Caras y Caretas*, N° 712, 13 de abril de 1912) [Véase Figura II: “El voto del presidente”. *Caras y Caretas*, 13 de abril de 1912 y Figura III: “El día del civismo. Dando el ejemplo”. *Caras y Caretas*, 13 de abril de 1912].

El parecido es notorio y efectivamente podemos afirmar que la caricatura retrata la situación construida por la fotografía. Sin embargo, en “El voto del presidente” la panorámica se ha ampliado y muestra otros personajes. Un policía saluda con la venia, en señal de respeto, al mandatorio. En el margen derecho, además, se encuentran dos electores. La frase de la caricatura pone en boca de uno de ellos: “¿Cuánto le habrán pagao a ese por el voto?” Si nos detenemos en el uso del vocabulario, podemos destacar que el término “pagao”

no es casual: la incorporación de este tipo de léxico hace referencia a personas provenientes de los sectores sociales menos favorecidos. Sus atuendos, también remarcan este concepto: ninguno de los dos está vestido como el presidente, quien lleva un traje. La referencia a “ese” por otra parte, bien puede demostrar que los protagonistas no conocen a Sáenz Peña o que, si lo hacen, no les amerita ningún tipo de trato preferencial. No obstante, quizá lo más significativo de la caricatura sea el concepto de “venta de votos” que sobrevuela la escena.

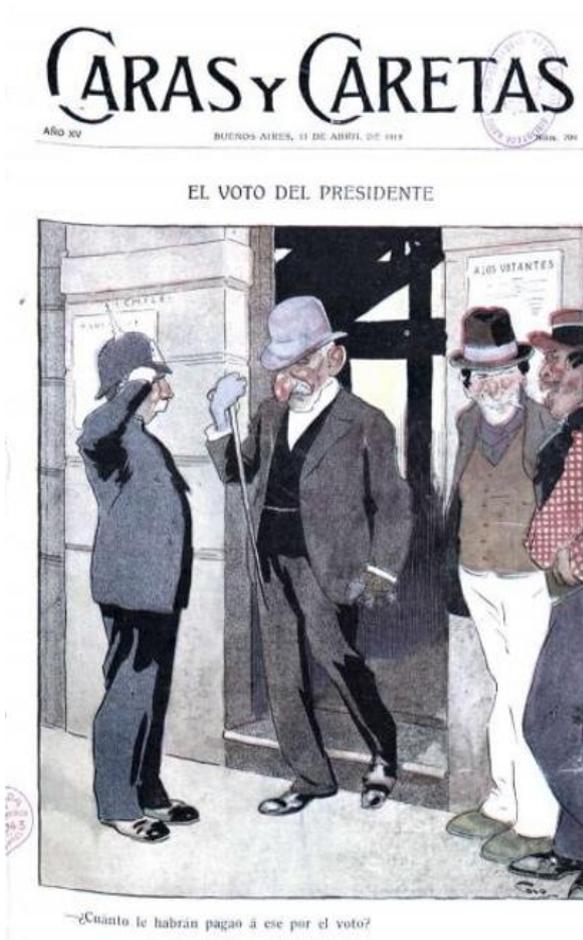


Figura 3: El voto del presidente. *Caras y Caretas*, 13 de abril de 1912.



Figura 3: El voto del presidente. *Caras y Caretas*, 13 de abril de 1912.

Si tenemos en cuenta que la imagen construye la situación de las primeras elecciones en las que la Ley Sáenz Peña se estaba implementando,⁸ podemos destacar que para la revista, y en un contexto de ampliación del juego político, el voto venal era una constante. En este sentido, existían “antecedentes”, dado que la anterior modificación al régimen electoral producida en 1902, no sólo no

⁸ Aunque la primera experiencia en la aplicación de esta ley se realizó en la intervenida provincia de Córdoba para la elección de Gobernador y Vicegobernador el 31 de marzo de 1912, en el plano nacional las primeras elecciones bajo la nueva normativa fueron las del domingo 7 de abril de ese año, en las que se eligieron diputados nacionales y electores de senador por la Capital (Baeza, 2009).

había contrarrestado las prácticas fraudulentas, sino que las había ampliado.⁹ Quien pregunta acerca del dinero recibido por ir a votar, en la caricatura, pone al descubierto la extensión que estas modalidades alcanzaban en la Argentina de inicios de siglo. De la misma manera, se establece una presunción acerca de que no todos, en el mercado electoral, recibían la misma paga por sus “servicios electorales”. Aunque no sea en esta caricatura en particular, la revista en diversas manifestaciones iconográficas como en otro tipo de expresiones, dio cuenta de las variaciones en el precio del voto.¹⁰

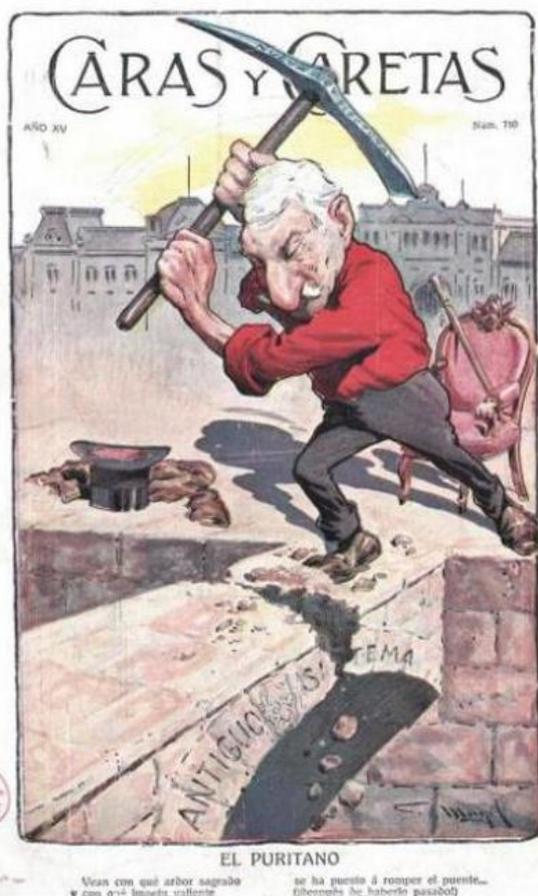


Figura 4: El puritano. *Caras y Caretas*, 11 de mayo de 1912

La segunda caricatura que examinamos se titula “El puritano” (*Caras y Caretas*, N° 710, 11 de mayo de 1912). Nuevamente nos encontramos con Sáenz Peña; sólo contrastando dos de estas iconografías podemos notar los rasgos que lo definían en estas composiciones: nariz de tamaño exagerado y orejas preeminentes. El presidente aparece rompiendo un puente, el cual presenta la inscripción “Antiguo Sistema”. Está haciendo referencia a la normativa electoral anterior. En su mano, Sáenz Peña tiene un pico, la nueva ley electoral, con la cual intenta romper todo vestigio de la vieja normativa. La revista sentenciaba esta actitud con la estrofa que aparecía debajo de la imagen: “Vean con qué ardor sagrado/y con qué ímpetu valiente/ se ha puesto á romper el puente.../ (¡después de haberlo pasado!)” (“El puritano” *Caras*

y *Caretas*, N° 710,11 de mayo de 1912). Esa vieja normativa es la que había amparado los resortes electorales (que incluían el voto venal y el accionar de los llamados caudillos políticos locales), mecanismos que le permitieron a

⁹ El periódico “La Prensa” sentenció el fracaso de la reforma electoral de 1902 (que estableció el sistema uninominal por circunscripciones) dado que el fraude se había incrementado notoriamente (De Privitellio, 2006).

¹⁰ Dentro de la revista y en particular en los “relatos ficticiales” –situaciones que aunque ficticias intentaban dar cuenta de contextos conocidos- *Caras y Caretas* exponía las diferencias en el pago que recibían los electores y cómo muchos de ellos especulaban con vender su voto a última hora, para conseguir con ello, un mayor rédito. Véase por ejemplo: “Politiqueando” *Caras y Caretas*, N° 261, 3 de octubre de 1903 y “Moral política” *Caras y Caretas*, N° 267, 14 de noviembre de 1903. Algunas caricaturas en esta misma línea puede ser consultadas: “Las elecciones en la provincia” *Caras y Caretas*, N° 266, 25 de abril de 1903; “Elecciones de verdad” *Caras y Caretas*, N° 266, 7 de noviembre de 1903.

Sáenz Peña acceder al ejecutivo nacional (la referencia a la presidencia está dada por el sillón y el bastón de mando). [Ver Figura IV: “El Puritano” *Caras y Caretas*, N° 710, 11 de mayo de 1912].

Las caricaturas examinadas fueron publicadas en una revista que, sin ser partidaria, apuntaba a criticar los aspectos del sistema político que entendía corrompidos. Al detenernos en la imagen del presidente Roque Sáenz Peña, promotor de la nueva normativa electoral y quien había instado a los habitantes argentinos a votar nos preguntamos: ¿Cuáles eran los cambios introducidos por la nueva ley electoral? ¿O se trataba de sólo continuidades? ¿Qué “imagen”, a partir de la utilización de iconografías, construía *Caras y Caretas*? ¿Qué aspectos novedosos les proponía a sus lectores? ¿Qué elementos conocidos sintetizaba en estas formas de humor político?

IV.

Además de caricaturas, el contexto propiciado por la sanción de la Ley Sáenz Peña originó notas periodísticas y relatos ficcionales que aludían a la cuestión dentro del semanario. Un concepto que es posible encontrar en años anteriores, cobró fuerza hacia 1912: el de “consciencia”. No sólo fue empleado en el ámbito político-electoral sino que, a partir de esta fecha, el término puede encontrarse en variadas referencias, como en la publicidad.¹¹ Similar ampliación de la trama donde se insertaba, tuvo la categoría *voto* que aunque interpretada como el acto por el cual las personas elijen, se desplegaba con fuerza aún fuera del terreno de las urnas.¹²

Una característica de la referencia al carácter *consciente*, es su utilización en una multiplicidad de textos donde el derrotero oscila entre las continuidades o transformaciones que la nueva legislación electoral conllevaba. Antes de practicarse los comicios según la nueva ley, el semanario afirmó:

Muchas son las causas que contribuyen al desarrollo de la tristeza contemporánea, pero ninguna como la nueva ley electoral. ¡Famosa ley que de un pueblo joven, despreocupado y risueño, quiere hacer un sajón viejo, meticulado y votante, como si hubieran ya pasado los buenos tiempos de la democracia del muñequero y de los electos sin electores!

¿Qué será de nosotros, hoy sin carnes telendas y mañana sin especialistas en volcar urnas, sin «graciosos» que amenicen el severo cuadro republicano

¹¹ La difusión del automóvil CASE dentro del semanario, por ejemplo, incluía una imagen del producto en cuestión y un texto donde se atendía a las características distintivas de los modelos de la marca. Al final de la publicidad, se expresaba: “*Cuando Vd. proyecte comprar un automóvil, pida nuestro catálogo N.º 8, lleno de amplios y valiosísimos informes al respecto, á (sic) fin de poder efectuar una compra consciente*” [El subrayado es nuestro]. Véase “Publicidad Automóviles CASE” en semanario *Caras y Caretas*. N° 704, 30 de marzo de 1912.

¹² Las galletitas Bu-Bú (de M. S. Bagley y Cía Limitada) promovieron un concurso durante todo el año que consistía en que los niños elegirían al maestro/a “que más quieren” y los docentes más votados recibirían dinero. La propaganda del concurso aseguraba que la empresa “ofrece á (sic) los niños de la República la oportunidad de registrar su primer voto” e insistía: “¡¡Niños y Niñas de la República, no dejen de registrar su primer voto!!” Véase “Gran concurso nacional Bu-Bú” en semanario *Caras y Caretas*. N° 713, 1 de junio de 1912.

votando veinte veces –Rodríguez á(sic) las 10, Pérez á(sic) las 11, González á (sic) la 1, y de nuevo Rodríguez, etc(sic) - para cerrar la serie afirmando, no en boleta cerrada y secreta, sino á (sic) gritos, que su nombre es Roque Sáenz Peña ó(sic) Julio Roca (...)? (Correa Luna, Carlos “Sinfonías”. *Caras y Caretas*, N° 702, 16 de marzo de 1912).

La metamorfosis en la legislación era ridiculizada desde el semanario. Tras producirse las elecciones en 1912, *Caras y Caretas* retrató un cuadro de situación nebuloso e incómodo para muchos argentinos:

El doctor Sáenz Peña ha cumplido su amenaza; el domingo pasado no fué (sic) domingo para nadie. Descompletado que hubiera la lista de los días festivos, les faltaba confiscarnos además un domingo. Eso, y buscarle tres patas al gato, es ya el delirio de la lista incompleta. (“La Jornada” *Caras y Caretas*, N° 706, 13 de abril de 1912).

En este contexto, se dio cuenta de los parvos esfuerzos de diversos espacios políticos por orientar demandas acerca de la obligatoriedad del voto y su carácter secreto: “Ningún partido se ha roto la cabeza para idear una reclame electoral digna de la importancia de los últimos comicios” (“La reclame electoral” en semanario *Caras y Caretas*. N° 706, 13 de abril de 1912). Mientras se insistió en la cartelera política –cada vez más importante en el espacio público, a través de las diversas fotografías empleadas para ese fin,¹³ se exhortó desde el semanario sobre los comportamientos de algunos líderes políticos. En particular, en referencia al comité liderado por Cayetano Ganghi - prototipo del *caudillo*- se llamó la atención sobre un cartel que habría aparecido en el comité por él liderado. En la fotografía que *presenta* esa realidad, puede leerse:

VIOLACIÓN DE LA LEY ELECTORAL

ART. 77°- INCISO 5°

Con cuatro meses de arresto los que vendan votos, con seis meses de arresto los que compran votos.

En el Club “CARLOS PELLEGRINI”

NO SE COMPRAN VOTOS

CAYETANO GANGHI

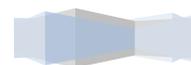
(“La reclame electoral” *Caras y Caretas*. N° 706, 13 de abril de 1912)

[Mayúsculas en original].

Como epígrafe, *Caras y Caretas* chasqueó: “Una broma pesada- Cayetano Ganghi no compraba votos” (“La reclame electoral” *Caras y Caretas*, N° 706, 13 de abril de 1912).

Si detenemos la mirada en los relatos ficcionales aparecidos en la publicación, podremos constatar que a partir de esas narraciones la publicación orientaba acerca de las percepciones de los votantes. En “Los aboyaos” dos electores hablan acerca del nuevo escenario impuesto por la reforma del sistema

¹³ Por ejemplo: en una fotografía, dos mujeres dentro de un automóvil sostiene un listón con la inscripción: “Voten por los socialistas”. Otra fotografía muestra una pared abigarrada de carteles partidarios. La referencia dice: “*Estado en el que pusieron una pared*”. Véase semanario *Caras y Caretas*. N° 706, 13 de abril de 1912.



electoral. Ambos tuvieron magnas expectativas en función de los beneficios que conseguirían con la venta de su voto. Uno de ellos afirma: “Ya tenía un trato con un rematador dos lotes á (sic) plazos. El presidente del Clú (sic) me tenía ofrecido un puesto en la Aduana” (Trejo, Nemesio “Los aboyaos” *Caras y Caretas*. N° 708, 27 de abril de 1912). No obstante, el panorama se había modificado:

- Bueno, pues á (sic) causa del voto obligatorio, nos hemos quedao (sic) más aplatao (sic) que tachuela é catre, y á (sic) eso le llaman los que mandan: progreso del civismo. ¿Sabes lo que es eso?

-¿Qué?

- La reclutada del sufragio libre, el avance de los mandones sobre el derecho del pobre. ¿Yo soy pobre, verdá (sic)?

- Sí.

-Bueno. Debía ser dueño de mi voluntá (sic) y votar si quería y no por juerza (sic). Regalar mi voto al que me diera más con conciencia sin tener remordimiento de mis actos, y si podía ayudar á (sic) otro partido que no fuera el de mi simpatía; votar en dos ó (sic) tres atrios como lo hacíamos antes. Así debía é (sic) ser y no picaniarlo (sic) á (sic) uno con una lay (sic) pa (sic) dir (sic) á (sic) depositar el voto en un cuarto oscuro como si tuvieran vergüenza (sic) ver la derrota los vencidos. Es inaudito, che. Y dispensá (sic) la frase.

-Me adhiero á (sic) tu idea, che. Yo opino como vos que esto es un cardo puesto por el Gobierno pa estorbar el paso á (sic) la libertá (sic) de conciencia, que es atarlo á (sic) uno al carro del sufragio con retranca de acero, pa (sic) que no pueda recular sin machucarse; es el avance á (sic) los intereses del profesional electoral como nosotros; es la arbitrariedá (sic) del que ostenta poder contra la debilidá (sic) del humilde. (...) (Trejo, Nemesio “Los aboyaos” *Caras y Caretas*, N° 708, 27 de abril de 1912).

El horizonte desplegado por la revista es contradictorio. Mientras en algunos textos se identifican las continuidades en la *praxis*, en otros predomina un escenario de transformaciones. En uno u otro caso, los electores no parecen acrecentar su protagonismo en los procesos electorales. En “La voluntad de cambalache. (Diálogo casi filosófico sobre unas elecciones casi legales)”, no obstante, encontramos algunas claves para interpretar estas objeciones ante el nuevo escenario. El relato nos inmiscuye en el diálogo que sostienen dos personas. Una de ellas le compra el voto a la otra a cambio de diez pesos. Mientras realizan la “transacción” vierten los argumentos que justifican sus acciones. Quien vende su voto exclama:

¿Qué cosas no dispensa el mundo cuando ellas se hacen por vivir? Para el hombre que pone el centro de la existencia en la representación, para el candidato de esta contextura espiritual, comprar votos es comprar la vida, una vida que siente huida fuera de la representación. ¿Y qué limitaciones, no en el derecho escrito, sino en la naturaleza real, puede tener el esfuerzo por conquistar la vida? He aquí un problema que escapa á (sic) toda ley electoral. Por esto, sin duda, la humanidad es tan indulgente con la compra de votos. La teoría puede apurarse un poco, sin que llegue á (sic) salir de quicio. Hemos convenido en que para los candidatos como usted, representar es vivir. Por consecuencia,

el esfuerzo para triunfar significa defender la vida. Ahora bien (y no se olvide á (sic) usted este giro cuando vaya al Congreso): las leyes penales que rigen el mundo perdonan el crimen cuando se realiza en defensa de la vida propia. De manera que, si no falla la lógica, usted puede matar impunemente cuantos voten en contra, ya que al negarle sus votos atentan contra la existencia de usted, que es la única forma de vida que usted entiende y siente, su vida verdadera, en una palabra. No estoy sentando desatinos. Recordará usted que antes se sacaba de en medio al que iba a votar en contra, absolviéndose fácilmente al sacador. Y si ahora se va acabando el período de «hacha y tiza» y «métale bala» y «dele duro no más en el mate», ello se debe al progreso económico, á (sic) la riqueza y á (sic) la blandura de costumbres que trae consigo. Aunque se mataba la voluntad de un tino; ahora se mata con diez pesos. Pero el fin es el mismo. Con la bala ó (sic) con el billete se defiende siempre la propia existencia representativa, un santo derecho para el que se ve muerto si no representa nada. ¿Comprendido? (Grandmontagne, Francisco “La voluntad en cambalache (Diálogo casi filosófico sobre una elecciones casi legales) *Caras y Caretas*, N° 710, 11 de mayo de 1912).

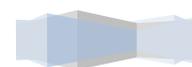
La persona tenía un buen motivo para vender su voto por algunos pesos:

(...) si usted, una vez electo y convertido en calamidad pública, ha de costarme a mi, contribuyente, veinte pesos, dándome usted diez porque le elija ya no me costará más que la mitad. Por esta causa creo que son más útiles, es decir, más baratos, los candidatos que compran votos que aquellos que los obtienen gratuitamente. Y he ahí, por último, la razón que me induce á(sic) venderle á(sic) usted mi voto a diez pesos. (Grandmontagne, Francisco “La voluntad en cambalache (Diálogo casi filosófico sobre una elecciones casi legales)” *Caras y Caretas*. N° 710, 11 de mayo de 1912).

No obstante, el comprador tenía sus propias ideas acerca de los hombres que venden sus votos:

El hombre que vende su voluntad por diez míseros pesos está mucho más muerto que el candidato que la compra su vida representativa, porque el candidato, bien ó mal, tiene voluntad de vivir, mientras que el elector vendido tiene voluntad de estar muerto. Es, en suma, un muerto despreciable, para el cual no hay ley electoral que lo convierta en Lázaro. (Grandmontagne, Francisco “La voluntad en cambalache (Diálogo casi filosófico sobre una elecciones casi legales)” *Caras y Caretas*, N° 710, 11 de mayo de 1912).

Se refiere más adelante a la ingesta de bebidas alcohólicas: “Es casi seguro que los diez pesos que me cuesta su voto los invierta en cerveza. Ello indica la inclinación del elector vendido a la cebada gratuita (...)” Finalmente, afirma: “No tiene usted más vida que la del títere, á (sic) quien yo hago danzar por diez pesos”. (Grandmontagne, Francisco “La voluntad en cambalache (Diálogo casi filosófico sobre una elecciones casi legales) *Caras y Caretas*. N° 710, 11 de mayo de 1912).



El relato permite reparar en los comportamientos que el semanario asignaba a los participantes de la vida política: la permanencia en prácticas que no serían trastocadas aun introducidas las modificaciones en materia electoral. Mientras estas continuidades para el vendedor radicaban en la naturaleza de los intereses del sector dirigente y las estrategias empleadas, las permanencias en los fundamentos de quien compraba votos estaban dadas por las acciones que los electores realizaban. Sin embargo, es interesante constatar que hay un esfuerzo deliberado en este texto por mostrar acciones estrategias y no acciones mecanizadas o naturalizadas por su mera reiteración en el tiempo.

En *Caras y Caretas* participaban variados autores, con lo que las contradicciones antes señaladas (cambios o continuidades) podrían interpretarse como resultado de diferentes miradas de la realidad. Sin embargo, puede proponerse que la imagen proyectada por el semanario es aquella que insta a reflexionar acerca de un período de transición entre una política de notables a una de masas. Las prácticas desplegadas por los actores de la vida política tuvieron componentes novedosos pero también incluyeron un conjunto de acciones conocidas desde antaño. La falta de educación cívica podía explicar la novedad de la trama en la que habitaban acciones antiguas:

Las elecciones recientemente practicadas, constituyen un lisonjero triunfo de la opinión y del gobierno, no obstante las deficiencias, aun esenciales, que es fácil señalarlas. Han sido una manifestación inequívoca de libertad popular, si no democrática, y bien revelan ellas que la opinión va á (sic) las urnas cuando la autoridad le franquea lealmente los caminos del sufragio.

Falta ahora dar educación política á (sic) las masas votantes, tarea que corresponde por igual á (sic) los gobiernos y á (sic) la opinión, á (sic) fin de dar á (sic) cada elector, y sobre todo á (sic) las mesas directivas de los partidos ó (sic) fracciones actuales y venideros, los conceptos determinativos del voto verdaderamente democrático.

El triunfo parece abrir nuevos horizontes á (sic) la política argentina, bien que pertenezca, menos á (sic) una tendencia orgánica que á (sic) una aspiración pública enérgicamente traducida en los resultados del voto. ("Balance político" *Caras y Caretas*. N° 728, 14 de septiembre de 1912).

En este mismo sentido, en otro artículo se afirmó:

La nueva ley electoral, ha tenido la virtud de imponerse como las modas, y en todas las provincias han adoptado el patrón nacional, pero les ha pasado lo que al que se viste con ropa hecha, que mientras en unas provincias le han aplicado manga ancha, en otras la han encogido tanto, que de seguro, ni el propio autor la conoce, pero así y todo ha hecho revivir la palabra civismo, y que el pueblo tenga conciencia de lo que significa su voto, y le asigne un valor, á (sic) veces moneda nacional. (Bueno, Ángel "La política de ahora" *Caras y Caretas*. N° 733, 19 de octubre de 1912).

Mientras en las caricaturas de portada anteriormente exploradas el acento fue puesto por *Caras y Caretas* en continuidades (más allá de los intentos de

transformar el sistema electoral y dar legitimidad a un gobierno en crisis por parte de la élite dirigente) se generó al mismo tiempo la *imagen* de electores pasivos. En ese sentido, cuando el protagonista de esos mensajes iconográficos fue el presidente Sáenz Peña, aparecieron también quienes concurrían a las urnas, preguntándose cuánto pagarían por el voto a una determinada persona. La construcción realizada por la publicación, sin embargo, fue más compleja que ese panorama preliminar que arroja el análisis de las caricaturas, pues al explorar las notas y relatos ficcionales escritos en esos años, podemos constatar que la pasividad no existía en los comportamientos de los actores. Se trataba, en todo caso, de ciudadanos *conscientes*, terminología que introdujo el semanario de manera irónica para remarcar las continuidades en las formas que el voto venal asumía. No obstante, manifestó que los electores desarrollaban estrategias y la ausencia de educación ciudadana, en todo caso, limitaba que esos accionares fueran provechosos –en el examen de la revista- para la democracia.

Conclusiones

A lo largo de estas páginas, partimos de considerar a *Caras y Caretas* como una caricatura. Esta hipótesis heurística no reside en la importancia que esas manifestaciones iconográficas adquirieron dentro de la revista (aunque ello no implica negar su impronta) sino y particularmente, en la intertextualidad entre imagen y palabra desplegada que dio origen a la construcción de una realidad. Desde su aparición a finales del siglo XIX, la publicación incorporó en sus páginas el tratamiento de una variedad de temas. Ese carácter misceláneo, se fortaleció en la multiplicidad de recursos desplegados: notas periodísticas acompañadas de numerosas fotografías, relatos ilustrados por hábiles dibujantes que recuperaban –en el terreno de la ficción- vivencias similares a las que podían experimentar los lectores del semanario y publicidad con dibujos alusivos a los productos o servicios ofertados, entre otros.

La imagen, como fuente, sólo en las últimas décadas ha sido considerada, más allá de los señalamientos de distintos autores en el siglo XX sobre su utilización. Si la entendemos como producto de una época histórica, fruto de las intencionalidades de sus creadores y promotores de su circulación (en el caso que nos ocupa, los encargados de la publicación) podremos pretender que la imagen condensa realidades sociales. Cuando nos referimos a la caricatura política, además, es válido recordar la marcada exageración de algunos rasgos de “lo político”. Esas facetas incluyen ponderar facciones dentro de la fisonomía del caricaturado, darle vida a objetos inanimados, remarcar aspectos de un sistema político, para incomodar, desnaturalizar y poner de relieve aquello que intenta evidenciarse.

Al detener nuestro análisis en un momento clave en la transición de una política de notables a una de masas en nuestro país, el año 1912, encontramos que las caricaturas de portada –aquellas que sintetizaban el sentido editorial de cada número- remarcaron las continuidades en la *praxis* política (la venta de votos

durante las elecciones o los intentos por legitimar al sistema realizados por el mismo sector dirigente). Sin embargo, esas imágenes presentan indicios de que aún desplegándose prácticas conocidas y estando ya aceitado el engranaje de las llamadas “maquinarias electorales”, las personas podrían desarrollar estrategias. Si alguien se pregunta cuánto le habrán pagado por el voto a un sujeto, es porque en el “mercado” de los comicios, el panorama sería complejo y distintos actores –dependiendo el horario en que concurrían a votar, su posicionamiento respecto a uno u otro caudillo electoral, entre otros factores- conseguirían determinados beneficios.

Si esas imágenes de portada intentaron entonces poner en consideración que las transformaciones en materia electoral no conllevaban una modificación en los modos en que los participantes del juego político desarrollaban sus acciones, al contrastarlas con los textos introducidos ese mismo año, esa afirmación se vuelve imprecisa. En notas periodísticas y relatos ficcionales, los encargados de *Caras y Caretas* manifestaron una proliferación de prácticas arraigadas –como lo hacían las caricaturas- al tiempo que expresaron sus anhelos sobre un cambio en los modos de hacer la política y efectivamente, encontraron nuevos desempeños. Una vez más, la *imagen* construida por el semanario arrancó la pasividad de los electores y los colocó en el centro de la escena, comprando votos o vendiéndolos, con argumentos –con los que podría estarse de acuerdo o no- pero siempre *conscientemente*. Aunque la publicación utilizó el término de forma irónica para remarcar la ausencia de educación ciudadana, mostró a activos estrategas que, en algunos casos, soportaron con malestar las novedosas reglas de las leyes electorales pues suponía desandar vínculos construidos con líderes a cambio de prebendas, inquietando a quienes ya tenían consolidado un modo de insertarse en el sistema electoral.

La metáfora escogida cuando consideramos a *Caras y Caretas* una caricatura supuso entonces vincular, relacionar e imbricar imagen y texto dado que en la intersección de iconografía y palabras, es posible advertir connotaciones profundas. La revista recorría el país e ingresaba a conventillos y casas de sectores medios. Su bajo costo y los préstamos entre un público cada vez más ávido de informaciones acerca del juego político la posicionaban, en conjunto, como una caricatura. Si caricatura, del italiano *caricare*, puede entenderse como “cargar” o “exagerar”, el semanario potenció algunos rasgos de la realidad sociopolítica. Al hacerlo, construyó reflexiones y su propia contemporaneidad. Muchos de los lectores debieron encontrar reflejado su accionar en la revista; quizás se revisaron a sí mismos o siguieron procediendo de la misma manera. Otros, quienes a partir de 1912 encontraron un contexto novedoso en la obligatoriedad del voto, pudieron descubrir – si no lo habían hecho ya con sus vecinos o amigos- un conjunto de maniobras. Mediante el semanario, entonces, los lectores/electores se informaron, vieron representados y pudieron asimilar las formas de hacer la política durante las primeras décadas del siglo XX.

Bibliografía

- ANSALDI, Waldo (2012) “«Que voten antes que nos boten»: La reforma electoral de 1912” en *Estudios Sociales*, N° 43.
- ARCAS CUBERO, Fernando (1996) “La imagen antes de la fotografía: grabado, pintura y caricatura de prensa en el siglo XIX” en *Revista Ayer*, 24.
- ARIÉS, Philippe (1980) *Un historien de dimanche*. Seuil, París.
- BAEZA, Carlos (2009) *Sistemas electorales argentinos*. Bahía Blanca, Editorial de la Universidad Nacional del Sur-Ediuns.
- BARTHES, Roland (2001) [1993] *La Torre Eiffel. Textos sobre la imagen*. Buenos Aires, Paidós.
- BOTANA, Natalio. *El Orden Conservador. La política argentina entre 1880 y 1916*. Buenos Aires, Edhasa, (2012) [1979]. Pos Scriptum “El Centenario y la reforma” (2012).
- BURKE, Peter 2005 [2001] *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona, Crítica.
- DANTO, Arthur (2013) *Qué es el arte*. España, Paidós Ibérica. 160 p.
- DE PRIVITELLIO, Luciano (2006) “Representación política, orden y progreso. La reforma electoral de 1902” en *Política y Gestión*. Buenos Aires: UNSAM, vol. 6.
- DEVOTO, Fernando y FERRARI, Marcela (comps) (1994) *La construcción de las democracias rioplatenses: proyectos institucionales y prácticas políticas, 1900-1930*, Buenos Aires, Biblos.
- DÍAZ BARRADO, Mario (1996) “Imagen e Historia” en *Revista Ayer*, Madrid, Marcial Pons.
- DIDI-HUBERMAN, Georges (2011) *Ante el tiempo: Historia del arte y anacronismo de la imagen*. Madrid: Adriana Hidalgo editora.
- ECO, Umberto 1993 [1978] *Lector in fábula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*. Barcelona, Lumen.
- GASKELL, Ian (1996) [1991] “Historia de las imágenes” en BURKE, Peter (ed) *Formas de Hacer la Historia* Madrid, Alianza.
- GIMPEL, Jean (1979) [1968] *Contra el arte y los artistas*. España, Gedisa.
- GOMBRICH, Ernst (1998) [1962] “El arsenal del caricaturista” en GOMBRICH, Ernst *Meditaciones sobre un caballo de juguete. Y otros ensayos sobre la teoría del arte*. España, Debate.
- GOMBRICH, Ernst (2009) [1950] *Historia del arte*. España, Phaidon.
- GÓMEZ, Indalecio (1911). “Discurso sobre Reforma Electoral. Cámara de Diputados. 5 de junio de 1911” Cit. por BOTANA, Natalio y GALLO, Ezequiel (2007) [1997]. *De la República posible a la República verdadera (1880-1910)*. Buenos Aires, Emecé Editores.
- GONZÁLEZ, Joaquín V (1902) “Discurso sobre reforma electoral. 22 de octubre de 1902.” Cit. por BOTANA, Natalio y GALLO, Ezequiel (2007) [1997]. *De la República posible a la República verdadera (1880-1910)*. Buenos Aires, Emecé Editores.
- GUBERN, Román (1996). *Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto*. Barcelona, Anagrama.

HAUSER, Arnold (1978) [1951] *Historia social de la literatura y el arte*. Barcelona, Editorial Labor.

HUIZINGA, Johan (1905). "Lección inaugural en la Universidad de Groningen" Cit. por BURKE, Peter 2005 [2001] *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*.

MORAÑA, Ana (2008) "La propaganda, la moda y el consumo en la revista Caras y Caretas (Argentina, 1898-1910)" en *Estudios* 16:32.

PANOFSKY, Erwin (1999) [1927] *La perspectiva como forma simbólica*. Barcelona, Editorial Tuquets.

PELLEGRINI, Carlos (1905). "Palabras al Partido Autonomista. 1905." Cit. por BOTANA, Natalio y GALLO, Ezequiel (2007) [1997]. *De la República posible a la República verdadera (1880-1910)*. Buenos Aires, Emecé Editores.

PÉREZ VEJO, Tomás (2005) "Nacionalismo e imperialismo en el siglo XIX: dos ejemplos de uso de las imágenes como herramienta de análisis histórico" en AGUAYO, Fernando y ROCA, Lourdes. *Imágenes e Investigación Social*. México, D.F. Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora.

ROGERS, Geraldinde (2008) *Caras y Caretas: cultura, política y espectáculo en los inicios del siglo XX argentino*. La Plata, Editorial de la Universidad Nacional de La Plata.

ROJAS MIX, Miguel (2006) *El imaginario. Civilización y cultura del siglo XXI*. Buenos Aires, Prometeo Libros.

ROJAS, Ricardo (1984) *Historia de la Literatura Argentina. Los modernos*. Buenos Aires, Losada.

ROMERO, José Luis (1985) "Sectores populares, participación y democracia; el caso de Buenos Aires" en ROUQUIÉ, Alain y SCHVARZER, Jorge (Comp.) *¿Cómo renacen las democracias?* Buenos Aires, Emecé editores.

SARTORI, Giovanni 1998 [1997] *Homo Videns. La sociedad teledirigida*. España, Taurus.

TATO, María Inés. "Nacionalistas y conservadores, entre Yrigoyen y la década infame" en Bertoni, Lilia Ana y De Privitiello, Luciano. *Conflictos en democracia. La vida política argentina entre dos siglos*. Buenos Aires, Siglo XXI, 2009.

THULLIER, Jacques (2006) *Teoría general de la Historia del Arte*. México, Fondo de Cultura Económica.

VOVELLE, Michel (1979) *Iconographie et histoire des mentalités*. Paris, Centre National de la recherche scientifique..

WARBURG, Aby (2005) [1932] *El renacimiento del paganismo: aportaciones a la historia cultural del Renacimiento europeo*. Madrid, Alianza.