



Maestría en Ciencias Humanas Opción: Historia Rioplatense

Tesis para defender el título de Magister en Historia Rioplatense

Título de la Tesis: *Caras y Caretas* (1890-1897), Política y Caricaturas en  
Montevideo

Autor: María Soledad Redes Loperena

Director de Tesis: Dra. Laura Malosetti Costa

Montevideo marzo 2016

María Soledad Redes Loperena  
Dr. Alfredo García Morales 1392  
soledadredes@gmail.com

Buenos Aires, 7 de marzo de 2016

Sres. UPEP

Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Universidad de la República - Uruguay

Presente.-

Por la presente me dirijo a Uds. a los efectos de avalar la presentación de la Tesis:

***Caras y Caretas ( 1890-1897) Caricatura y política en Montevideo.***

realizada por María Soledad Redes Loperena y revisada siguiendo las indicaciones oportunamente hechas por el Tribunal de Evaluación, para aplicar a la graduación en la Maestría Ciencias Humanas opción Historia Rioplatense por la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación en su programa de Unidad de Profundización y Especialización (UPEP) Universidad de la República Uruguay.



Dra. Laura Malosetti Costa

Investigador Principal CONICET

Prof. Universidad Nacional de San Martín

Argentina

## Índice.

<b>Introducción</b> .....	1
Antecedentes.	
Formulación del problema.	
Alcances y limitaciones de la Tesis.	
Hipótesis.	
Metodología.	
Fundamentación y organización del texto.	
<b>Capítulo 1. El semanario <i>Caras y Caretas</i></b> .....	24
Antecedentes de semanarios de caricaturas.	
El semanario <i>Caras y Caretas</i> .	
<i>Caras y Caretas</i> y el público.	
Posibles razones del cierre de <i>Caras y Caretas</i> .	
<b>Capítulo 2. Los creadores de <i>Caras y Caretas</i></b> .....	47
Datos biográficos y trayectorias.	
Colaboradores del semanario.	
El mundo del periodismo; alcances y límites.	
<b>Capítulo 3. El posicionamiento político y cultural de <i>Caras y Caretas</i></b> -	66
Posicionamiento del semanario en el escenario político. Caricaturas políticas en <i>Caras y Caretas</i> .	
Segunda época de <i>Caras y Caretas</i> (1894-1897)	
Posicionamiento del semanario en el panorama de la prensa y prensa satírica de la época; recibimientos y repercusiones.	
Posicionamiento del semanario en el escenario cultural. Anuncios y publicidad.	
<b>Capítulo 4. Caricaturas y debate político</b> .....	123

Identificación y análisis de las caricaturas políticas que provocaron debate en Montevideo.

**Conclusiones: Caricaturas políticas y ciudadanía**-----144

**Apéndice iconográfico** -----151

**Bibliografía y Fuentes** -----165

## Resumen

Investigación sobre las caricaturas políticas producidas por el semanario *Caras y Caretas* entre 1890-1897, entendiéndose que intervinieron en la escena cultural y política de Montevideo. El posicionamiento del semanario fue posible por el trabajo singular desarrollado por sus creadores: Eustaquio Pellicer y Charles Schütz; por la calidad de las ilustraciones y la sagacidad para representar y exponer el acontecer político y cultural del Uruguay de fines de siglo XIX.

La producción y circulación de caricaturas específicamente políticas promovieron espacios de discusión y difusión tendientes a promover mecanismos de participación política alternativos.

Palabras claves: caricaturas políticas, semanario *Caras y Caretas*, revistas ilustradas, periodismo gráfico ilustrado.

Investigation about the caricatures of politicians produced by the weekly newspaper *Caras y Caretas* from 1890 to 1897, assuming they played a part in Montevideo's cultural and political scene. The position of the newspaper was possible thanks to the outstanding work carried out by its creators: Eustaquio Pellicer and Charles Schütz, to the quality of the illustrations and the sagacity used to depict political and cultural events of the Uruguay of the end of the XIX century.

The production and circulation of politicians caricatures specifically, encouraged discussion and diffusion circles which tended to promote alternative mechanisms of political participation.

Keywords: caricatures politicians, weekly newspaper *Caras y Caretas*,

## Introducción

El objetivo principal de esta tesis es consignar el lugar que ocupó la caricatura política producida por el semanario *Caras y Caretas* en Montevideo entre 1890-1897.

La hipótesis central es que la producción y circulación de las caricaturas políticas ejercieron una influencia significativa en la construcción cultural y política de la sociedad montevideana de fin de siglo. Si bien la investigación se centra en Montevideo conviene destacar su proyección rioplatense; en la medida que autores, y caricaturas circularon también en Buenos Aires.

Para comprender cabalmente una cultura debemos ampliar las fuentes y objetos de estudio e incorporar el corpus de las imágenes producidas, utilizadas y formas de apropiación de las mismas por la sociedad.

En este sentido la caricatura debe ser incluida en el conjunto de las manifestaciones artísticas y culturales; valorar este dispositivo como documento histórico, sin desconocer las dificultades que presentan su análisis e interpretación, en la medida que aporta nuevos elementos para ampliar y enriquecer el conocimiento histórico.

La palabra caricatura viene del vocablo italiano “caricare” y significa cargar, exagerar; son los pintores Carrachi de Bolonia que la inventan hacia el 1500.

Estos dibujos poseen rasgos risibles y cómicos, notas diferenciadoras de otras ilustraciones.

La caricatura política nace con la finalidad de denunciar a enemigos políticos y religiosos, de ahí la impronta de producir dibujos que identifiquen al

sujeto con rasgos ridículos y malvados. Las caricaturas políticas, a través de sus creadores, pretenden motivar la reflexión, hay una intencionalidad firme y en ocasiones pedagógica.

La importancia de la caricatura trasciende su valor artístico, siguiendo el planteo de Charles Baudelaire (1855) la caricatura agrega una connotación particular: el humor, la risa, el sarcasmo, como formas superiores de cultura e instrumento válido de transformación política en las naciones civilizadas.

A partir de este aspecto distintivo señalado por el autor, otros investigadores continuaron profundizando y realizando aportes acerca del valor y papel que desempeñó la caricatura política en la construcción de identidades políticas y culturales. Ernst Gombrich (1959) junto a Ernst Kris han trabajado sobre la singularidad de la caricatura, investigando, entre otros aspectos, las razones de la aparición tardía en el arte occidental de estos dibujos grotescos y deformación cómica de los rostros.

Los autores continuaron la línea de investigación planteada por Aby Warburg; quién sostenía que: “la caricatura sólo podía haber aparecido de la mano del desmoronamiento del mundo mágico” (Burucúa, 2003: 55). Gombrich y Kris concluyen que la caricatura corresponde a creaciones consientes e intencionales y que sólo pueden desarrollarse con la modernidad, es decir cuando “el arte moderno ha descartado las restricciones y tabúes que limitaban la elección de los medios y la libertad de representación del artista” (Gombrich, 1959: 309)

Peter Burke también investigó sobre el uso de la imagen como documento histórico, en cuanto a la caricatura y viñetas destacó su “aporte fundamental al debate político, desterrando la mistificación del poder y fomentando la participación de la gente sencilla en los asuntos del estado” (2005: 100)

Finalmente debemos tener presente el aporte de Nicholas Mirzoeff, en *Una introducción a la cultura visual* (2003), el autor afirma que interesa no sólo determinar el papel que desempeña la cultura visual en la cultura más amplia que se inscribe sino también descubrir “aquellos momentos en los que lo visual se pone en entredicho, se debate y se transforma como un lugar siempre desafiante de interacción social y definición de clase, género e identidad sexual y racial” (2003: 21)

El autor incluye niveles de análisis: el papel de la imagen en la cultura; quién la produce; quién la consume y cómo interactúan y conectan; produciéndose el acontecimiento visual.

De acuerdo con las perspectivas de investigación expresadas considero pertinente analizar específicamente la caricatura política creada en el semanario *Caras y Caretas* (1890-1897) de Montevideo, ya que permitirá aproximarnos a “una comprensión cabal de sus proyectos y conflictos” como sostiene José Emilio Burucúa (1999: 14)

Para realizar este abordaje se adoptará el planteo teórico de Peter Burke (2005) y Roger Chartier (1996). Ambos historiadores pertenecen a la Historia Cultural; historiografía que propone un análisis crítico de los objetos impresos, abordando su circulación, apropiación y representación para aproximarse a los posibles usos y significados en una sociedad determinada.

La Historia, como ciencia y disciplina académica fue transformándose a lo largo del siglo XX, registrándose cambios en el objeto de estudio, fuentes y metodología. Distintas publicaciones e historiadores iniciaron este cambio de paradigma historiográfico, uno de las primeras manifestaciones acontece en 1929 cuando se funda la revista *Annales* dirigida por Lucien Febvre y Marc Bloch.



También debemos mencionar el papel desempeñado por el Instituto Warburg en lo que refiere a la investigación e interpretación de las imágenes y a su concepto que las imágenes forman parte de una cultura total y no pueden entenderse si no se conoce su cultura. Esta ampliación de temas y fuentes derivó en la necesidad de dialogar con otras disciplinas y ciencias sociales. A partir de entonces la Historia, para realizar un abordaje más integral, deberá contar con los aportes de la antropología, sociología o la economía. En este contexto de renovación surge la Nueva Historia Cultural, paradigma que comienza a consolidarse gracias a los aportes teóricos de Mijaíl Bajtín, Norbert Elías, Michel Foucault y Pierre Bourdieu; cada uno enriquece la teoría cultural y plantean nuevos desafíos.

La caricatura política emerge como una nueva fuente de estudio, que interesa no sólo como producto artístico, sino como dispositivo cultural de una sociedad determinada.

Peter Burke (2005) presenta un método de aproximación a las imágenes y sus problemas de interpretación. El autor señala la necesidad de tener en cuenta que el significado de una imagen depende del contexto social, político, cultural y material. Para el historiador es necesario identificar quién, cómo, cuándo y dónde se hace uso de un medio de escritura, en este caso la caricatura política, para comunicar con quién y sobre qué. Propone “reconstruir las normas o convenciones conscientes e inconscientes que rigen la percepción y la interpretación de las imágenes en el seno de una determinada cultura” (2005: 229).

Registrar entonces las posibles respuestas del público frente a la circulación de caricaturas constituiría una aproximación al planteo del autor. La tarea consiste en identificar los espacios en que se producen las repercusiones que tienen las caricaturas. En el caso de Montevideo de fines del siglo XIX fue la prensa el medio por excelencia para difundir productos, ideas o tendencias. La expansión de

diarios y revistas demuestra que se constituyó en un espacio privilegiado de esta sociedad.

Las caricaturas circularon en semanarios, es decir en impresos que combinan la palabra e imagen y que estas a decir de Romano “adquiría, en las publicaciones periódicas antes que, en los diarios, especial relevancia, porque fotografía, dibujos o caricaturas, a veces usados alternativamente, solían asumir diferentes funciones, pero siempre significativas y no de mera decoratividad” (2004:10)

Señalemos que en esta investigación interesa específicamente la caricatura política de otras manifestaciones artísticas impresas.

Por consiguiente, la circulación y difusión de caricaturas se realiza en semanarios y sus repercusiones se registran en los periódicos, para elogiar o criticar. Además, en el propio semanario que se editan las caricaturas, se publican las repercusiones de las mismas, ya que agradecen comentarios o responden cuestionamiento que desarrollan sus colegas en los diarios.

La censura o las respuestas negativas también ofrecen testimonio valioso acerca del impacto de determinadas imágenes.

Es entonces en la prensa donde registraremos posibles impactos y significados que asumió la caricatura política de fines del siglo XIX en Montevideo.

Otro planteo teórico que se adopta en esta investigación es el de Roger Chartier (1992;1994;2003), particularmente sus consideraciones acerca de la dirección que debe asumir la historia cultural: primero el estudio crítico de todos los textos u objetos impresos que comunican por medio de la escritura o por la imagen y en segundo lugar el análisis de las prácticas y apropiaciones que la sociedad o grupos sociales produce de los distintos objetos impresos.

Esta perspectiva de análisis aplicada a las sociedades del Antiguo Régimen entre los siglos XVI y XVIII le permitió comprender “cómo la circulación multiplicada de lo escrito impreso transformó la sociabilidad y autorizó pensamientos nuevos y modificó las relaciones con el poder tanto en el mundo social como sagrado” (Chartier,1996:43)

Roger Chartier propone una historia cultural que comparta espacios con otras disciplinas, crear espacios intelectuales interdisciplinarios, pero no significa que la historia, como disciplina, pierda identidad o jerarquía en el panorama de las ciencias sociales.

La elección como objeto de estudio de la circulación y difusión de objetos impresos, en este caso de caricaturas políticas, aportaría elementos que nos aproximen para comprender una realidad social determinada.

El semanario *Caras y Caretas* y su producción de caricaturas políticas permiten analizar distintas cuestiones tales como quiénes lo producen, en qué imprenta, costo de venta, anunciantes, recepción del público, tendencias culturales y permanencia en el mercado.

Pero, ¿de qué forma las caricaturas políticas de *Caras y Caretas* intervinieron en la escena montevideana?

Para poder estimar esa dimensión de las caricaturas adopto la pregunta de Roger Chartier y Peter Burke: ¿qué papel desempeñaron los impresos en la gestación de las revoluciones? Estos autores investigaron el impacto e incidencia de la difusión de ideas y libros sobre todo en el siglo XVIII.

Roger Chartier en *Espacio público, crítica y desacralización en el siglo XVIII. Los orígenes culturales de la Revolución Francesa* (2003) se pregunta si los libros hacen revoluciones y plantea una serie de consideraciones teóricas que

bien pueden aplicarse a la incidencia de las caricaturas políticas en la formación política de los individuos. Chartier opina que los libros y las imágenes autorizan a usos e interpretaciones múltiples y que la lectura ha invadido todas las prácticas sociales y que llegó a ser la más común de las costumbres, incluso provocó cambios en la forma de los libros. (2003:81-105). El autor registra una serie de eventos que contribuyen a explicar la expansión de los impresos en Europa hacia el siglo XVIII: la multiplicación de alfabetizados, el aumento de impresos en el ámbito privado –colecciones privadas y bibliotecas- y por último la ampliación de mercados de libros y de nuevos espacios de lectura como los cafés y salones. También destaca la caída en el consumo de libros religiosos y el incremento de libros sobre Historia y Ciencias Naturales.

Por otra parte, la lectura como práctica ha cambiado, de una lectura compartida y pública se convirtió en una práctica privada y silenciosa:

“un nuevo estilo de lectura que se reconoce por varios signos: la movilidad del lector, confrontado a textos más numerosos y menos durables, la individualización del acto de leer, convertido en acto de la intimidad silenciosa y solitaria, la desinvestidura religiosa de la lectura que pierde su carga de autoridad y de sacralización. A una relación con el libro comunitaria y respetuosa, hecha de reverencias y obediencia, sucedería así una lectura más libre, más atrevida, más crítica.” (Chartier,2003: 104)

El historiador Robert Darnton ha investigado la historia de la lectura y coincide con la afirmación de Chartier; y agrega que la comprensión y reconstrucción de la lectura avanzaría “si pensáramos más intensamente sobre su iconografía y sus requisitos, incluidos mobiliario y la vestimenta” (1996:190) Esta idea permite preguntarnos entonces dónde se leía, cómo se accedía a los libros, en qué momentos del día y con qué objetivos los individuos practicaban la lectura. El autor propone abordar el problema estableciendo ciertas estrategias de

investigación: la primera cómo retratan la lectura las obras de ficción, la pintura y obras impresas contemporáneas. La segunda a la forma en que se aprendía a leer, otra se refiere a la teoría literaria y por último un abordaje de la bibliografía analítica. Esto último resulta muy apropiado e interesante aplicado al análisis de las caricaturas políticas ya que Darnton refiere que la disposición tipográfica de un texto, o de una imagen puede determinar su sentido y la forma en que era leído.

Los espectaculares desarrollos de la prensa periódica revelan un mundo de la lectura transformado, más intenso y variado. El periódico habilita una lectura y una relación con el lector diversa si lo comparamos con la de un libro.

El periódico en un formato y diseño distinto, se convierte en un dispositivo portátil y efímero - por la calidad del papel y la frecuencia diaria de su venta- que cada día o semana renueva su vínculo con los lectores.

Continuando con la incidencia de las imágenes impresas en la formación política y cultural de los individuos, interesa señalar el abordaje realizado por Hilda Sabato en *Nuevos Espacios de Formación Política y Actuación Intelectual: Prensa, Asociaciones, Esfera Pública, 1850-1900*. (2008). Sabato expone que las actividades asociativas y la prensa se constituyeron en espacios decisivos de prácticas de civilidad y de funcionamiento republicano. La expansión de la actividad asociativa y de la prensa periódica desde mediados del siglo XIX proporcionan datos de la vida social y política, demuestran intereses variados de una sociedad que se complejiza día a día. Por otra parte, operan como tejidos conectivos ya que estos espacios atravesaban y articulaban a toda la sociedad promoviendo la autonomía de la sociedad civil frente al Estado habilitando la formación de una esfera pública. En cuanto al papel de la prensa periódica la define como un espacio de expresión política y como un actor político en la medida que sus intervenciones generaban hechos políticos, conflictos e intrigas.

Hilda Sábato plantea que se constata que los impresos se convirtieron en un instrumento imprescindible para hacer política, todos los actores políticos necesitaban editar un periódico para tener visibilidad en la escena política.

Es frecuente que cada partido político o facción e incluso colectividad o asociación edite su propio periódico. Existe una multiplicidad de impresos que se publicaron en la mañana y otros en la tarde lo que estaría indicando una avidez inusitada por la noticia, la información, la novedad ya sea política, comercial o cultural.

Benjamín Fernández y Medina en *La imprenta y la prensa en el Uruguay desde 1807 a 1900* (1900) registra todos los impresos que circularon en nuestro país y señala las vinculaciones políticas o ideológicas de cada uno de ellos. A modo de ejemplo citaremos los siguientes periódicos: *El Plata* ( 1880) al Partido Constitucional, *El Heraldo* ( 1881) al Partido Colorado al igual que *El Día* (1886); *El Bien Público* (1878) diario católico; *La Democracia* (1872) y *La Razón* (1878) voceros del Partido Nacional ; *La Nación* portavoz oficial de los gobiernos entre 1877-1903, *El Siglo* ( 1863) impreso que presentó variados contenidos desde políticos ,comerciales y literarios; *El Ferro-carril* (1869) de arraigo popular al igual que *La Tribuna Popular* (1879).

Por consiguiente, intentar reconstruir de qué forma, quiénes, cómo y dónde se produjeron las caricaturas políticas y de qué forma la sociedad montevideana de fines de siglo XIX consumió, se apropió y practicó el uso y representación de las mismas, nos aproximaríamos a comprender el lugar que ocupó la caricatura política.

Se han señalado los aportes teóricos que provienen de la historiografía inglesa y francesa, pero también corresponde indicar las investigaciones realizadas en Argentina. José Emilio Burucúa, Laura Malosetti, Eduardo Romano

y Sandra Szir, entre otros; han contribuido a enriquecer el análisis y estudio de las artes plásticas y los objetos impresos. Sus obras se destallarán en los Antecedentes.

## Antecedentes

En el Río de la Plata, particularmente Argentina, también manifiesta interés académico por el corpus de imágenes producidas y sus formas de difusión en la cultura. Precursores como José Emilio Burucúa (1998) han desarrollado e impulsado investigaciones sobre estos tópicos.

*Nueva Historia Argentina Arte Sociedad y Política* (1999) e *Historia, arte y cultura. De Aby Warburg a Carlo Ginzburg* (2007); son dos obras de José Emilio Burucúa en las que, entre otras cuestiones, señala la importancia de incluir a las artes visuales para lograr una comprensión más completa de la Historia.

*Historia del Humor Gráfico y Escrito en la Argentina* (1985) de Óscar Vázquez Lucio. Registra todas las publicaciones que circularon por el Río de la Plata entre la colonia hasta los ochenta del siglo XX. Obra fundamental para conocer la historia del periodismo ilustrado, pero no realiza un abordaje analizando la imagen como forma de producción y representación de la actividad humana.

Destacamos los siguientes estudios que plantean la necesidad de debatir sobre la imagen impresa y su especificidad como artefacto cultural:

*La Revolución en la lectura El discurso periodístico literario de las primeras revistas ilustradas rioplatense* de Eduardo Romano (2004), Buenos Aires, Catálogo.

“Caricatura y Política en el *Grito Arjentino* (1839) y *¡Muera Rosas!* (1841-1842)” de Claudia Román; en *Resonancias Románticas: Ensayos sobre Historia de la Cultura Argentina 1820-1890*. (2005) compilado por Graciela Batticuore, Klaus Gallo y Jorge Myers. Buenos Aires: Eudeba.



“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)” de Laura Malosetti Costa. En *La Memoria Compartida: España y la Argentina en la construcción cultural 1898-1950*. (2005) Compilado por Yayo Aznar y Diana Wechsler. Buenos Aires, Paidós

*Impresiones Porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires* (2009), compilado por Laura Malosetti y Marcela Gené. Buenos Aires, Edhasa.

En el caso de Uruguay las investigaciones sobre caricaturas políticas se han enfocado en describir y señalar publicaciones que existieron y desarrollaron durante los siglos XIX y XX. Dichas obras realizaron un minucioso registro detallando: título, año, duración de las mismas y calidad artística. Constituyen una valiosa información para continuar la tarea de análisis de este tipo de fuentes.

Al respecto, cabe señalar:

*Contribución a la Historia de la Sátira Política en el Uruguay 1897-1904* (1965) de Alfonso Cerda Catalán. Instituto de Investigaciones Históricas. Universidad de la República Oriental del Uruguay. Facultad de Humanidades y Ciencias, Montevideo.

El autor realizó un detallado registro de la prensa satírica indicando más de cincuenta publicaciones de este género entre 1897 y 1904. Advierte que muchos de estas se han perdido y no se encuentran en la hemeroteca de la Biblioteca Nacional. Señala que sólo estudiará veinticuatro periódicos y elaboró la siguiente clasificación: periódicos eventualmente satíricos, periódicos de combate y periódicos sin partido. El autor coloca al semanario *Caras y Caretas* en el segundo grupo y lo caracteriza como una publicación sátiro-política. También resalta su calidad e importancia en el universo periodístico de la época. Por

último, considera que las caricaturas producidas por este semanario son de gran utilidad para el análisis de las presidencias de Julio Herrera y Obes (1890-1894) y la de Juan Idiarte Borda (1894-1897), pero no profundiza el análisis de las mismas como producto artístico y cultural de la sociedad montevideana.

*Historia y caricatura. Una experiencia uruguaya: Caras y Caretas* (1978) Montevideo: Cuadernos del CLAEH n° 8, diciembre de 1978. Realizado por los historiadores Gerardo Caetano, Jorge Balbis, Adolfo López y Rosa Pellerey. Estudio que analiza el valor de la caricatura como fuente de conocimiento histórico. En principio definen la caricatura, su función y en particular el sentido de la caricatura política. Al final del artículo refieren a *Caras y Caretas*, donde describen las características del semanario y señalan el aporte testimonial que ofrecen las caricaturas de la actividad política, sus personajes y acontecimientos.

Recientemente se publicó *Imágenes del pasado: Política, Políticos, Caricaturas (1876-1903)* de Julio Osaba y Alicia Fernández. Cuaderno de Historia 10, setiembre 2013 por la Biblioteca Nacional. Los autores señalan la necesidad de incorporar las imágenes en las clases de historia y en la investigación histórica.

El artículo de Osaba: “Risa, comicidad e imagen a través de los periódicos de caricaturas”, plantea las interrogantes acerca del lugar que ocupa la risa, lo cómico y las caricaturas, sus repercusiones y posibles apropiaciones en una sociedad montevideana de fines siglo XIX.

Realiza un abordaje utilizando los aportes teóricos de varios autores: de Mijaíl Bajtín su análisis de la cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento. De Peter Burke: sus aportes sobre los sistemas de comicidad, el rescate de los artefactos visuales y la revolución de las imágenes. También utiliza de José Pedro Barrán el sistema cultural caracterizado como “bárbaro” y

“disciplinado” para intentar descifrar la sensibilidad y sus distintas manifestaciones.

Por último, sigue el planteo de Laura Malosetti y Marcela Gené (2009) en el cual las caricaturas forman parte de una cultura visual, concepto elaborado por Nicholas Mirzoeff (2003).

Para el análisis propiamente de las caricaturas, propone el método de Erwin Panofsky y la escuela de Aby Warburg.

El artículo finalmente señala que las caricaturas forman parte de una cultura visual, y plantea la dificultad acerca de cómo proceder metodológicamente para la reconstrucción de la recepción por el público de esas imágenes.

También se debe tener en cuenta los trabajos que destacan la producción de caricaturas y su valor artístico;

*La caricatura Contemporánea* de Bernardo Barros (1916), Madrid, América.

*El arte que sonrío y castiga* de José Francés (1924) Buenos Aires, Editora Internacional Berlín –Madrid – Buenos Aires.

*Qué es la caricatura* de Ramón Columba (1959) Buenos Aires, editorial Columba.

## Formulación del problema

La presente investigación plantea la necesidad de incorporar las caricaturas políticas en la investigación histórica desde un lugar de participación activa en la historia cultural y política.

Para profundizar el conocimiento de la sociedad montevideana de fin de siglo debemos incluir sus producciones iconográficas e intentar descifrar su impacto y espacio que ocupó, como hemos afirmado anteriormente.

Las caricaturas políticas circularon en semanarios denominados festivos, y los artistas y dibujantes responsables de las imágenes impresas fueron inmigrantes que arribaron al Río de la Plata. Algunos se instalaron en Montevideo y otros en Buenos Aires. El marco cronológico elegido es 1890-1897, porque es ese el período de aparición de las caricaturas producidas por *Caras y Caretas*, en que centraré el análisis de investigación

El semanario *Caras y Caretas* fue una publicación que logró permanecer varios años en el mercado montevideano. En Buenos Aires hubo otra *Caras y Caretas* (1898) fundada también por Eustaquio Pellicer.

*Caras y Caretas* fue un impreso que se destacó por producir ilustraciones, específicamente de carácter político. Todo el elenco político fue caricaturizado y los acontecimientos representados también fueron en su mayoría políticos: elecciones, nombramiento de autoridades, desfiles y fiestas cívicas, por mencionar algunos.

La marcada preferencia por asuntos políticos o la política misma podría estar indicando el interés de estos periodistas y artistas en participar del debate político. ¿Quiénes eran estos individuos y por qué les interesó intervenir en la

política uruguaya? ¿Con qué criterios se asociaron? ¿Cuáles eran las convicciones e ideas que orientaron sus prácticas? ¿O bien lo suyo fueron emprendimientos comerciales como estrategias para captar al gran público? ¿De qué forma el público consumió, observó e interpretó esas caricaturas políticas?; Y ¿de qué forma participó del debate en la medida que las comentó o discutió?

Resulta también significativo señalar que hubo dos años que el semanario dejó de salir, la primera época se extiende de julio de 1890 a febrero de 1892; la segunda época marzo 1894 a febrero de 1897. ¿Qué sucedió en ese intervalo de dos años? ¿Por qué dejó de salir un semanario que resultó exitoso en términos de mercado?

#### Objetivo General

Un primer objetivo de la tesis será comprender el lugar que ocupó y el papel que desempeñó la caricatura política producida en *Caras y Caretas*, en la sociedad montevideana de fines del siglo XIX. Se realizará un abordaje desde una perspectiva iconográfica y, dentro de un marco rioplatense, con la finalidad de determinar los usos y fines de este producto cultural.

La elección de *Caras y Caretas*, como espacio de elaboración y circulación de caricaturas, obedece a que fue una publicación reconocida en el medio y con una permanencia estable en el mercado montevideano.

#### Objetivos específicos

1-Establecer el posicionamiento del semanario en el escenario político y cultural de Montevideo de fines del siglo XIX.

La sociedad uruguaya transita un proceso de modernización donde los cambios políticos y culturales son una manifestación determinante.

La prensa en general y en particular la prensa satírica de caricaturas políticas fueron instrumentos claves para la transformación de la sociedad. La prensa, como afirma Sábato (1999; 2001) “actúo y creó espacios de interlocución con el Estado y las autoridades, constituyendo instancias decisivas en la formación de esferas públicas, propias de las repúblicas liberales en formación”.

La circulación creciente de diarios y revistas de distintas orientaciones políticas estaría indicando un público en expansión y dispuesto a consumir una variada oferta de publicaciones. En este sentido determinar cómo se posicionó el semanario *Caras y Caretas* en los distintos temas políticos que fueron marcando la agenda del país, ya sea elecciones, nombramientos de ministros y distintas autoridades, o eventos significativos para los montevideanos de fines de siglo XIX y sus repercusiones en Buenos Aires.

En cuanto al impacto cultural, poder identificar y precisar su dimensión y posicionamiento del semanario. *Caras y Caretas*, se presenta como una publicación festiva, en la que se registran imágenes impresas –caricaturas, pero también noticias, cuentos, bromas y juegos.

Indagar cuál fue la difusión de la prensa satírica - de caricaturas- y su papel en la formación de un público que comienza a familiarizarse con la imagen. Se registra un desarrollo significativo de publicaciones ilustradas y de técnicas, que permiten incorporar grabados y fotografías en la prensa gráfica. Procurar discernir en qué medida y cómo la sociedad montevideana comenzó a apropiarse de esta nueva forma de comunicación y constituirse en un público ávido y consumidor de imágenes impresas; particularmente de caricaturas.

2-Interesa indagar cómo se proyectó este semanario en el panorama de la prensa satírica de la época en Montevideo y en Buenos Aires.

*Caras y Caretas* no fue una publicación original, existieron y circularon previamente en el Río de la Plata diversos semanarios que contenían caricaturas o imágenes impresas. De Montevideo podemos señalar al *El Negro Timoteo* (1876) y en Buenos Aires *Don Quijote* (1884).

Es comprobable la movilidad de los artistas-periodistas en ambas ciudades y de sus caricaturas. Estos hombres trabajaron y se establecieron durante períodos prolongados tanto en Montevideo como en Buenos Aires según los requerimientos laborales. Probablemente esta movilidad capitalizó y enriqueció a estos sujetos a la hora de emprender la confección de un semanario ilustrado como fue *Caras y Caretas*. Se procurará establecer de qué forma, esta publicación y sus caricaturas, fueron recibidas por la prensa en general y particularmente por la prensa satírica.

3-Identificar las caricaturas que provocaron reacciones diversas en la sociedad montevideana. Indagar si hubo rechazo o aceptación generando debate político o censura. Identificar caricaturas que logran erigirse como otro actor, en el sentido que adquieren cierta autonomía en el debate político.

El análisis de estas caricaturas permitiría una aproximación a la sociedad desde una perspectiva diferente. Establecer de qué forma esta comunidad fue recibiendo la crítica sistemática de algunos personajes públicos que permanentemente ilustraron las páginas de este semanario. El pronunciamiento o no frente a esta práctica de caricaturizar actores o episodios del acontecer político podría señalar características interesantes de esta sociedad.

Indagar y determinar si las caricaturas, del semanario *Caras y Caretas*, promovieron un espacio de educación política en la medida que los formatos de discusión política se amplían y diversifican. Espacios que también promueven una comunidad de lectores contribuyendo o creando, entre el público y el semanario, mecanismos de participación alternativos. En una sociedad que

lentamente comienza a democratizarse, tanto en la práctica política como en el acceso a la cultura, es relevante poder determinar el papel que desempeñaron estos semanarios ilustrados, específicamente las caricaturas políticas.

4- Poder identificar a los responsables artísticos y periodísticos de *Caras y Caretas*.

Poder establecer quiénes produjeron las caricaturas que circularon en Montevideo, a través del semanario y también identificar quiénes asumieron la responsabilidad artística y empresarial de editar este tipo de publicaciones.

Esta publicación irrumpe en una ciudad en expansión en lo demográfico y urbanístico, pero en plena crisis económica y financiera. En este contexto adverso, una de nuestros interrogantes es cómo se financiaba y publicitaba un semanario de caricaturas.

Se estima que estos individuos conformaron un nuevo tipo de periodistas. Los desafíos que debieron asumir frente a las nuevas tecnologías de reproducción y los cambios que la prensa transita hacia un público masivo dieron lugar a un hombre que debió cumplir distintas funciones: periodista, intelectual, empresario.

Poder esbozar las intenciones de estos individuos, a la hora de producir un semanario con caricaturas, que lograron tener un reconocimiento y prestigio singular en el escenario rioplatense.



## Alcance y limitaciones de la tesis

Si bien se pretende analizar las caricaturas políticas producidas en *Caras y Caretas* (1890-1897) y su lugar en la sociedad, para poder comprender el universo montevideano de fines del siglo XIX desde una perspectiva de la cultura visual y poder conectarlo con la actividad política, se presentan algunas limitaciones.

La primera será establecer con certeza el propósito e intenciones de los artistas en producir determinadas caricaturas. Probablemente señalar posibles líneas de intencionalidad.

Otra dificultad será la de cuantificar el público, es decir quiénes consumían y de qué forma los semanarios ilustrados con caricaturas políticas.

Tercer desafío será identificar cómo se produce la apropiación de imágenes y posibles significados en esa sociedad de la representación visual

Se intentará establecer una aproximación a partir de los datos de tiraje, publicidad y comentarios o referencias en el propio semanario u otros medios de prensa.

Por último, también puede resultar complejo identificar los personajes retratados, muchas veces caricaturizados en clave.

## Hipótesis

La caricatura política fue un producto cultural y político que ocupó un espacio transformador y específico en la sociedad rioplatense de fines del siglo XIX.

La difusión de algunas caricaturas políticas, y los debates que en determinadas circunstancias suscitaron, propiciaron una forma particular de participación política en una sociedad que transitaba hacia la modernización política social y cultural.

## Metodología

1)-Relevamiento del semanario *Caras y Caretas* de Montevideo en sus dos períodos de circulación:

Primera época 20 de julio 1890 - 20 de febrero 1892, 85 números.

Segunda época 4 de marzo 1894 - 28 de febrero 1897, 153 números.

El semanario salió los domingos.

2)- Registro de los siguientes datos:

Fundadores, propietarios, administradores y colaboradores.

Caricaturistas y artistas.

Dirección comercial.

Tiraje, diagramación y anuncios.

Precios y formas de venta.

3)- Cuantificar personajes (presidentes, ministros, dirigentes políticos) y/ o acontecimientos (elecciones, crisis económicas y financieras, conflictos regionales o internacionales) ordenar por fecha y temas.

Se seleccionarán determinadas caricaturas para realizar un análisis que incorpore una dimensión cualitativa, la elección estará basada en el significado e impacto que determinadas caricaturas lograran en Montevideo hacia fines del siglo.

El abordaje analítico se realizará entonces a determinadas caricaturas y no en toda la producción iconográfica, ya que se pretende investigar sólo las caricaturas que por su calidad o preeminencia destacaron en el semanario.

4)- Medir su impacto en otros diarios, el relevamiento se centrará en aquellos diarios que fueron citados en *Caras y Caretas* ya que orienta la búsqueda para encontrar repercusiones o posibles entredichos por la aparición de determinadas caricaturas.

## Fundamentación y Organización del texto

El cuerpo de la tesis se organizará en cuatro capítulos, conclusiones, apéndice iconográfico, bibliografía y fuentes consultadas.

Los capítulos se estructuraron en función de los objetivos planteados.

### Capítulo 1: El semanario *Caras y Caretas*

Antecedentes de semanarios de caricaturas

El semanario *Caras y Caretas* 1890 -1897

*Caras y Caretas* y el público

Posibles razones del cierre de *Caras y Caretas*

### Capítulo 2: Los creadores de *Caras y Caretas*

Datos biográficos y trayectorias.

Colaboradores del semanario.

El mundo del periodismo: alcances y límites.

### Capítulo 3: El posicionamiento cultural y político de *Caras y Caretas*

El posicionamiento del semanario en el escenario político. Caricaturas políticas en *Caras y Caretas*.

Segunda época de *Caras y Caretas* (1894-1897)

Posicionamiento del semanario en el panorama de la prensa y prensa satírica de la época; recibimientos y repercusiones.

Posicionamiento del semanario en el escenario cultural, repercusiones e influencias. Anuncios y publicidad.

### Capítulo 4: Caricaturas y debate político

Identificación y análisis de las caricaturas políticas que provocaron debate en Montevideo.

Conclusiones: Caricatura política y ciudadanía

## Capítulo 1. El semanario *Caras y Caretas*

### **Antecedentes de semanarios de caricaturas**

*Caras y Caretas* apareció el domingo 20 de julio de 1890 y no fue el primer semanario con caricaturas políticas que circuló en Montevideo.

Durante el siglo XIX se registra una expansión significativa en la difusión de imágenes impresas, particularmente de caricaturas políticas.

La amplia difusión y circulación de imágenes impresas se explica por los avances en las técnicas de reproducción que se desarrollaron durante el siglo XIX y las tendencias culturales y periodísticas que surgen en Europa e impactan en el Río de la Plata.

El arte de la litografía permite una reproducción exacta de los dibujos. Aloysius Senefelder fue el inventor de esta técnica, consiste en dibujar con un cuerpo graso sobre una piedra calcárea llamada piedra litográfica. Senefelder comprobó los principios químicos según los cuales los elementos grasos rechazan el agua.

“todo trazo dibujado con tintas grasas por medio de lápiz o pluma quedará fijo en la piedra. Lavando la superficie de ésta con agua gomosa adicionada con ácido nítrico clorhídrico, las partes no dibujadas quedarán impedidas para adherir ninguna sustancia grasa, sucediendo lo contrario con las partes dibujadas, que estarán aptas para recibir las tintas grasas de la impresión. Al limpiarse la piedra con un trapo embebido con aguarrás, el dibujo desaparece por completo, y vuelve aparecer como por encanto al pasar el rodillo con tinta” (Cochet, 1943:220).

La impresión litográfica es un trabajo delicado que pocos artistas lograron dominar con precisión.

A partir de la litografía es posible incorporar imágenes en revistas, libros y diarios modificando los formatos tradicionales de estos medios de comunicación.

Señalemos el carácter excepcional que la imagen tuvo como dispositivo de la vida cotidiana en las sociedades hasta el siglo XIX.

La posibilidad entonces de que las imágenes impresas circulen en la prensa estaría estableciendo una nueva relación entre éstas y la sociedad que las recepciona. Probablemente se están elaborando diversos vínculos, algunos referidos a cuestiones más artísticas, otros de reconocimiento de personajes públicos. Pero tal vez la relación más notoria entre la imagen impresa y el público es en cuanto a su frecuentación, consumo y difusión en la sociedad.

En 1830 Charles Philipon edita el periódico *La Caricature*, pionero en incorporar caricaturas en este tipo de publicaciones. Otros impresos adoptaron rápidamente la caricatura en sus páginas como *Le Charivari* (1832-1837, París), *Punch* (1841, Londres), y los madrileños *Madrid Cómico* (1880), *El Buñuelo* (1880) y *La Broma* (1881). Esta novedad gráfica se extiende al Río de la Plata.

Diversas investigaciones señalan una temprana difusión de caricaturas impresas en la región rioplatense.

Vázquez Lucio en su obra *Historia del Humor Gráfico y Escrito en la Argentina* (1985), afirma que las primeras caricaturas circularon durante el proceso revolucionario. Probablemente hubo caricaturas a favor y en contra de la revolución pero sólo se tiene registro de caricaturas que corresponden al bando

español. Los personajes caricaturizados son José de San Martín y Bernardo O'Higgins.

En una de las imágenes San Martín aparece dibujado con piel de leopardo señalando un carácter sanguinario y ambicioso, en otra está montado en un asno que tiene la cabeza de O'Higgins arreando al pueblo chileno (figura 1 y 2) Vázquez Lucio plantea que algunos creen que el autor de la mencionada caricatura podría ser el adversario político de O'Higgins: Manuel José Garandillas.

Hay otra caricatura muy polémica en la que el protagonista es un burro rebuznando: "¡Viva el Rey!". Esta imagen apareció en el *Suplemento al Argos* el 8 de marzo de 1824, algunos señalan al padre Castañeda como autor de esa caricatura.

Dos publicaciones merecen especial consideración: *El Grito Argentino* (1839) y *¡Muera Rosas!* (1841-1842), porque son una muestra de periodismo y política de una etapa histórica rica y compleja del Río de la Plata.

Ambos periódicos fueron editados en Montevideo, pero sus creadores fueron emigrados porteños que encontraron en esta ciudad las posibilidades de hacer política y propaganda contra el régimen de Rosas por lo tanto se dirigían a un público más amplio que el montevideano. Esta práctica indica la proximidad geográfica y política que comparten Buenos Aires y Montevideo. Cercanía que se profundiza por un pasado histórico colonial en común, de encuentros y desencuentros políticos durante el proceso revolucionario y construcción de los estados nacionales.

Claudia Román afirma, en su artículo sobre estas publicaciones, que estos periódicos "comparten argumentos políticos e icónicos y condiciones materiales de técnicas de producción y circulación, y son redactadas por manos anónimas,

que la historia de la prensa atribuye a Miguel Cané (padre) y Juan Bautista Alberdi.” (Román, 2005:50)

La singularidad de ambas publicaciones está determinada por la apropiación de la imagen litográfica que lograron transformar en herramienta de combate político.

Estas publicaciones instalan en la sociedad la posibilidad de tomar posición política a través de las caricaturas producidas por dichos periódicos habilitando otros canales de crítica al régimen rosista.

También colaboraron de forma alternada Valentín Alsina, Luis Domínguez, Juan Thompson y Miguel Irigoyen, en *El Grito Argentino*; y en *¡Muera Rosas!* participaron José Mármol, Esteban Echeverría, Juan María Gutiérrez y Gervasio Posadas. Todos estos individuos ejercieron el periodismo en distintos emprendimientos rioplatenses de reconocimiento público como *El Iniciador* (1838-1839), *El Tirteo* (1840) y *El Comercio del Plata* (1845-1850).

*El Grito Argentino* tuvo un formato de cuatro páginas de 20 centímetros por 24, la última corresponde a una caricatura, constó de 33 entregas (figura 3). En el caso de *¡Muera Rosas!* Fue una publicación semanal y se conocieron 13 números. Se estima que el autor de las caricatura fue Antonio Somellera quién las dibujaba en Buenos Aires y las remitía hacia Montevideo.

Esta actividad periodística producida en parte en Montevideo y en Buenos Aires y distribuida clandestinamente hacia Buenos Aires, comprueba una circulación de información y caricaturas frecuente en el Río de la Plata.

Montevideo no fue ajeno a los avatares políticos producidas en la vecina orilla. Los montevidianos fueron protagonistas y testigos de los enfrentamientos



entre los federales y los opositores al régimen a través del combate periodístico y específicamente por el uso que se hizo de la caricatura política.

La difusión de las imágenes impresas no sólo se debió a estos periódicos políticos, Gabriel Peluffo Linari en *De Blanes a Figari Historia de la Pintura Uruguay* señala que:

“Recién hacia 1840 ocurren dos hechos significativos: en 1838 el belga José Gielis instala en nuestro medio el primer taller litográfico de Montevideo; dos años después [...] el Abate Louis Conte, introducía el primer equipo de “daguerrotipia” conocido en el país. Ambas técnicas prosperan desde entonces: la primera dando lugar a la edición nacional de temas paisajísticos e históricos desde talleres de “ litografía artística” (como los de Wiegeland y Godel hacia fines de siglo) , la segunda aplicada especialmente a la demanda del retrato, consolidado a partir de la Guerra Grande” (Peluffo Linari,1999:2)

José Gielis fue maestro de Juan Manuel Besnes e Irigoyen, quién fue nombrado en 1843“Litógrafo del Estado” por sus méritos en pintura, dibujante y calígrafo como lo consigna Gabriel Peluffo Linari (1999 :6)

En 1840 llegó a Montevideo el daguerrotipo y se realizó la primera demostración pública en la planta alta del Cabildo, desde el balcón se tomó una fotografía a la plaza y a la Iglesia Matriz.

A partir de entonces, según señala Magdalena Broquetas, “comenzaron a ofrecerse retratos al daguerrotipo con cierta frecuencia [...] Prácticamente en su totalidad quiénes ofrecían este servicio eran extranjeros procedentes de Europa o América del Norte y se difundió entre un público muy reducido” (2011:42). Su alto costo lo convertía en un objeto suntuoso, que solo quedaba al alcance de los grupos de mayor poder adquisitivo (Clara Von Sanden, 2011:36).

Cuando se introduce el retrato fotográfico sobre papel y comienzan a usarse las tarjetas de visita, se registra un aumento de establecimientos fotográficos que según las estadísticas oficiales dan cuenta de 76 fotógrafos hacia 1880 (Broquetas,2011: 61)

Recién entre 1904 -1905 la prensa diaria uruguaya comenzó a reproducir fotografía, pero no desplazó inmediatamente a las ilustraciones litográficas. *La Ilustración Uruguaya* (1884) fue una publicación que usó la técnica de la fotolitografía.

Interesa señalar otras publicaciones que incorporaron ilustraciones y que contribuyen, de cierta forma, a que el público montevideano se familiarice y adquiera el gusto por el consumo de imágenes.

Daniel Álvarez Ferretjans (2006: 120) indica que hubo un periódico de efímera permanencia: *La Diablada o el robo de la Bolsa* (1832), que contiene grabados representando a personalidades políticas del momento. Los redactores fueron Bernardo P. Berro, Juan Francisco Giró, Francisco Joaquín Muñoz y Miguel Barreiro.

El primer periódico satírico ilustrado y producido íntegramente en Montevideo fue *La Ortiga*<sup>1</sup> (1870 -77), según informa Benjamín Fernández y Medina (1900), luego aparece *El Garrote* (1873) y hacia mediados de la década del 70 *El Negro Timoteo* (1876-1901). Todos ellos con una rica exposición de caricaturas políticas.

---

<sup>1</sup> Fernández y Medina, Benjamín. (1900) *La imprenta y la prensa en Uruguay. Desde 1807 a 1900*. Montevideo: Imprenta Dornaleche y Reyes. El autor afirma: “En 1871 apareció un periódico satírico ilustrado, que se puede considerar el primero en su género, por la excelencia de los dibujos. Se llamaba *La Ortiga*, y sorprende la libertad de que muestra gozar para sus ataques desembozados y rudos a los miembros del gobierno, en momentos de guerra, en que aquel disponía y ejercía facultades excepcionales. *La Ortiga* se publicó varios años, y la colección de caricaturas de los principales hombres públicos que ella contiene es notable y valiosa, tanto desde el punto de vista político como artístico (p.40 -41)

También debemos mencionar otros periódicos de caricaturas que surgieron en Buenos Aires pero que impactaron en Montevideo como referentes del género, es el caso de *El Mosquito* (1863) y *Don Quijote* (1883).

Vázquez Lucio escribe que el 24 de mayo de 1863 salió el primer número de *El Mosquito* (figura 4), su caricaturista y editor responsable fue el francés Henry Meyer. Este impreso fue presentado a su público como de la clase de *Charivari* y *Punch*, lo que estaría indicando el conocimiento que se tenía en el Río de la Plata acerca de los periódicos ilustrados europeos. Pasaron varios individuos por la redacción de *El Mosquito* pero se desató en 1866 Henry Stein.

Stein, francés, nacido en 1846, emigró a Buenos Aires y pensó dedicarse a la apicultura, pero terminó dibujando para esta publicación que permaneció hasta 1893, marcando con su impronta a la cultura y al periodismo de fines del siglo XIX. Los acontecimientos políticos estuvieron presentes y las caricaturas de los gobernantes de turno también. La política uruguaya también tuvo su espacio en las páginas de este periódico, la sección *Picotones* hizo referencia al enfrentamiento entre Venancio Flores y Bernardo Berro o a la guerra de la Triple Alianza ( Vázquez Lucio,1985 :112) Otra señal del recorrido de la información y de las publicaciones en el Río de la Plata, en este caso.

*El Mosquito* compartió escena periodística con *Don Quijote* (figura 5), creado por Eduardo Sojo en 1883. Este periódico presentó las características gráficas de todos los semanarios editados en aquella época. En 1890 la rivalidad entre *El Mosquito* y *Don Quijote* es continua, los enfrenta estilos distintos de hacer periodismo y política. *Don Quijote* se caracteriza por una crítica feroz al sistema político y uno de estos episodios termina con Sojo en la cárcel como lo consignan Vázquez Lucio y Laura Malosetti, en sus respectivas investigaciones sobre el periodismo gráfico en Argentina.

Por tanto, cuando se publica *Caras y Caretas* en 1890 el público montevideano posee cierta experiencia para valorar las caricaturas que desfilaron por el semanario. Hacia fines del siglo XIX se produce una verdadera expansión de la prensa escrita y para el caso de impresos con imágenes Cerda Catalán (1965) consigna que entre 1897-1904 se editaron en Montevideo alrededor cincuenta publicaciones que pertenecen al género satírico-político.

### **El semanario *Caras y Caretas* 1890-1897**

La primera época de *Caras y Caretas* se extiende entre el 20 de julio de 1890 hasta el 20 de febrero, publicándose 85 números.

El fundador y director fue Eustaquio Pellicer, el dibujante y caricaturista Charles Schütz (figura 6).

A partir del número 72, noviembre de 1891, Charles Schütz es el nuevo propietario y el director Arturo Giménez Pastor, por el retiro de Pellicer.

Se imprimió en la Imprenta y Litografía *La Razón*. Se publicó los domingos, a ocho páginas, con un formato de 370 por 260 mm e impresión a tres tintas; el valor fue un peso mensual la suscripción, seis pesos la semestral y nueve pesos la anual, para Montevideo e interior del país.

Hubo una segunda época del semanario, desde el 4 de marzo 1894 hasta el 28 de febrero de 1897. Sus propietarios fueron Arturo Giménez Pastor y el dibujante Juan Sanuy. Se mantuvo el mismo formato y salida los domingos. Se imprimió primero en la Litografía y Tipografía *La Sudamericana*, (marzo de 1894 a enero de 1895), y luego nuevamente en la imprenta *La Razón*. En total se contabilizan 153 números.

El semanario se presentó al público como: “Semanario Festivo”, en el frontispicio observamos el título y a una mujer danzando con antifaz, serpentinas, máscaras y caretas; hombres de distintas edades que corren tras el carnaval, el carnaval de la vida, o de la política, ya que el país vivió en un perpetuo carnaval como sostiene Cerda Catalán (1965: 27). También, junto al título se registra en el centro el nombre del director, a la derecha el año, fecha y número- y a la izquierda - la dirección de la Administración. Debajo, a la izquierda se indica los precios por suscripción, fecha de publicación y la imprenta que lo realiza.

En el centro, la caricatura, denominada caricatura central, y debajo versos alusivos al personaje seleccionado. El diseño del semanario, en particular la portada, es similar al diseño de periódicos españoles como *El Buñuelo* (1880-1881), *El Motín* (1881-1923), *Madrid Cómico* (1880-1923) o *La España Cómica* (1889-1890) esta particularidad estaría indicando la influencia de la prensa satírica y de caricaturas española en el Río de la Plata. Es probable que alguna de estas publicaciones fuera conocida en esta región, Eduardo Sojo (Demócrito) fue colaborador de alguno de esos impresos y publicó *Don Quijote* en Buenos Aires y también participó activamente en *Caras y Caretas* montevideana en sus dos épocas.

La siguiente página contiene el sumario; en el primer número titulado *A la Prensa y al Público*, luego denominado *Zig-zag* –prosa y verso por Eustaquio Pellicer-. Las otras secciones: *Una visita* (prosa) por A. Llamas-*Epigramas* (verso) por Deventure,-*Dolera* (verso) por Luís González,-*Sport* (prosa) por Pío,- *Teatros* (prosa y verso) por *Calibán*,- *Menudencias* (prosa y verso),- *Espectáculos*,-*Avisos* .*Grabados*- indicando el nombre o título de las caricaturas de la portada y página central- y avisos por Schütz.

Los contenidos que se analizarán en esta investigación del semanario serán las caricaturas (portada y central), y las secciones *Zig- zag* y *Menudencias*. Por

las portadas y páginas centrales desfilaron los personajes públicos y políticos de Montevideo de fines del siglo XIX.

Las caricaturas son el objetivo sustancial, pero las secciones mencionadas aportan elementos y datos relevantes de determinadas caricaturas y su impacto en el medio.

La columna *Zig-zag* la escribe Pellicer y editorializa la semana y los hechos más significativos. Escribe sobre las dificultades que día a día deben enfrentar y resolver periodistas y artistas. Utilizando un estilo bromista y a veces sarcástico el periodista y director nos relata la semana montevideana y, cuando lo justifica, hace referencia a otras publicaciones y el tipo de relaciones que comienzan a forjarse. Vinculaciones que se producen en ocasiones por algunas caricaturas o para destacar el nivel artístico del semanario.

En cuanto a la sección *Menudencias* aporta información sobre el impacto del semanario, sus relaciones con el resto de la prensa y en ocasiones denuncian irregularidades en cuanto a la recepción del semanario en el interior.

En el primer número, esta sección, agradece los saludos recibidos de otros periódicos enterados de su próxima aparición por la propaganda previamente realizada. También invita a los lectores a enviar trabajos artísticos y literarios que serán seleccionados por su calidad para ser publicados.

En el siguiente número se informa con entusiasmo que todos los ejemplares fueron vendidos. Pero en otras ediciones se quejan y reclaman al Correo por ejemplares que no llegaron a los suscriptores o por aquellos que deben y si no pagan su deuda dejaron de recibir *Caras y Caretas*.

Esta situación será una constante y reflejo de las dificultades financieras que deben enfrentar. Los avisos publicitarios no son suficientes para cubrir los gastos,

mantener una numerosa clientela y que permanezca fiel al semanario será el desafío para Pellicer.

### ***Caras y Caretas* y el público**

Poder reconstruir los mecanismos de difusión de un nuevo semanario en la ciudad de Montevideo de fines del siglo XIX constituye uno de los objetivos de la investigación.

La pesquisa realizada indica que hubo dos formas de anunciar al público la salida del semanario: la primera consiste en la propia prensa. Diarios y periódicos en sus páginas informaban a sus lectores de la aparición de nuevos emprendimientos periodísticos. Otro mecanismo utilizado para anunciar y publicitar la inminente salida del semanario fue la impresión de un prospecto que se ofreció al público.

Durante la búsqueda que exigió la investigación sólo localicé en *La Época* la mención de un prospecto sobre la aparición de *Caras y Caretas*, y transcribió literalmente el folleto que circuló para difundir la aparición de *Caras y Caretas*.

Es conveniente incluir entonces la noticia y el suelto:

#### NOTICIAS *CARAS Y CARETAS*.

Desde hace algunos meses el festivo escritor Eustaquio Pellicer, uno de los más simpáticos y atractivos españoles que han venido al país y uno de los que más se han hecho estimar por las cualidades individuales y condiciones de escritor, humorístico, pulcro y honrado, trabajaba en la organización de un periódico ilustrado a la

altura de los que con crédito y gran circulación se publican en Europa.

Tras muchas dificultades y obstáculos vencidos, Pellicer ha logrado realizar su deseo y el 20 que rige aparecerá el 1 número de *Caras y Caretas*, ilustrado, humorístico literario que con el concurso de escritores reputados y de artistas tan conocido y acreditado como el famoso Demócrito de *El Quijote*, Heráclito o sea Mayol, también del *Quijote* y el *Rigoletto* de Buenos Aires, Juan Sanuy, el delicado acuarelista español y Mr. Schütz dibujante distinguidísimo cuya pluma primorosa hemos podido admirar en trabajos de diversa índole, como ser retratos, composiciones y alegorías.

Hemos tenido á la vista alguna prueba de las ilustraciones del 1º número de *Caras y Caretas* y podemos asegurar, sin la menor vacilación que este periódico será el primero de sud América en el sentido artístico.

Lo creemos llamado a un éxito extraordinario lo mismo en el país que entre los vecinos...

Ayer se ha distribuido un prospecto que transcribimos casi íntegramente y que aparte del estilo bromista de Pellicer, no contiene ninguna exageración en cuanto a las promesas hechas de dar un periódico finísimo por precio reducido.

Es de creer, hasta por honor del país, que el periódico *Caras y Caretas* tendrá una aceptación extraordinaria, desde que otros de menor interés y de menos trabajo artístico y literario han merecido el favor del público.

No hacemos más que interesar la atención de nuestros lectores con esta noticia en la seguridad que el conocimiento del periódico ha de asegurarle con mayor eficacia el concurso general.

He aquí el prospecto (por cierto ilustrado con mucha elegancia)



Señor don.... (Aquí el nombre y los dos apellidos de la persona que reciba esta hoja (1)

Muy señor mío, ó señora (del que la sea):

Aunque no tenga el gusto de conocer a UD me permito dirigirle la presente para anunciarle que el domingo 20 del mes que corre, daré a luz (¡no se alarme!) el semanario más festivo y mejor ilustrado que se ha visto en Montevideo desde que el mundo es un fandango que es el tiempo que cuenta desde que Dios lo formó.

Aparecerá todos los domingos; llevará por título el que encabeza esta hoja, tendrá 8 páginas del tamaño de las mismas y estará impreso a tres tintas, sobre un papel siete millones seiscientos mil veces mejor que el del banco Nacional. Su texto, bajo la dirección del que suscribe (indigno de ello, por cierto) tendrá firmas como las de... (Ojo a las firmas que todas son descontables) Sansón Carrasco (Daniel Muñoz), W. Bermúdez, Mongo (Alfredo Castellano), Samuel Blixen, Sancho Huertas (Luis Cardozo), José Artol, Ricardo Usher Blanco, Alfredo Duhau, y otros más que me callo por no copiar íntegro el censo de la población.

¡Un verdadero almacigo de genios!

Las ilustraciones estarán a cargo del famoso Schütz, dibujante parisino que ha gozado de más fama que Boulanger; y que aquí en el poco tiempo que lleva, ha metido más ruido que la fuga del encaje del Banco...Con Schütz colaboraran en algunos números los archi-ultra-celebérrimos caricaturistas Demócrito (Eduardo Sojo), Heráclito (Mayol) y Juan Sanuy.

¡Ah! Hablemos del precio. La suscripción mensual, costará 1 peso, ¡papel del Banco Nacional! Que, dado su escaso valor, es lo mismo que regalar el semanario.

Por los avisos ilustrados y en verso como los que ven al pie de la presente, se pagarán cuatro miserables pesos valederos para cuatro publicaciones.

El semanario desde su 1º número tirará 4000 ejemplares.

Podrá dar a UD más datos sobre lo que será *Caras y Caretas*, pero se le va a hacer agua la boca y además me hace falta espacio.

En la calle del Cerro N° 97(Administración de *La Razón*) queda esperando su suscripción el que con mayor respeto se ofrece a UD atento y S. C E. Pellicer.

(1)Si es portugués, le admito que ponga los 10 primeros nombres nada más.<sup>2</sup>

Una primera observación es la necesidad de pregonar con anticipación la salida del semanario, el público debe saber que está por conocer una nueva publicación, de qué se trata, quiénes son sus periodistas y dibujantes, cuál será su costo. Pellicer se ocupa de difundir toda esta información. Se comunica también el costo de los avisos, se dice que podrán ser ilustrados y en verso.

Hay referencias permanentemente a la situación económica del país, relatadas con humor y vinculadas con la elaboración del semanario, haciendo un paralelismo entre su trabajo y los acontecimientos más significativos que suceden.

El folleto comunica quiénes participan del emprendimiento, y los roles que desempeñarán. Algunos de los mencionados ya tienen una carrera en el periodismo local. Daniel Muñoz, director del diario *La Razón*; Samuel Blixen y Alfredo Duhau, periodistas también de *La Razón*.

En cuanto a los caricaturistas Eduardo Sojo y Manuel Mayol ya cuentan con experiencia y reconocimiento en Buenos Aires, lo que permite afirmar acerca de la proximidad laboral y artística entre Montevideo y la capital argentina. Fue una práctica frecuente trabajar en una y otra ciudad, existió una comunidad de artistas

---

<sup>2</sup> *La Época* 1890 (Montevideo) Año IV, N° 944, domingo 13 de julio.

y periodistas que se apoyaron y trabajaron cooperativamente. Un dato a tener en cuenta es que estos individuos eran inmigrantes y probablemente esa condición anudara el vínculo entre ellos. Pellicer lo presenta con sus nombres y seudónimos por tanto indicaría cierta familiaridad con el público montevideano.

También es evidente que la prensa cumple un papel importante ya que a su comunidad de lectores se informa sobre la aparición de este nuevo semanario y además incluye el folleto de propaganda. Destacan el valor de sus ilustraciones y se animan a predecir que será el semanario más exitoso de Sudamérica.

El diario *El Día*, el 12 de julio, también publica la noticia sobre la pronta aparición del nuevo semanario: *Caras y Caretas*; escribieron que leyeron el folleto y que promete “hilaridad, chistes y gracias”<sup>3</sup> semana a semana. También registraron quiénes participarán en calidad de dibujantes o colaboradores.

Algunas consideraciones acerca de esta modalidad de propaganda, la primera es que la prensa escrita ocupó un lugar destacado en la sociedad para informar y anunciar desde acontecimientos políticos, económicos e incluso diarios y revistas. La segunda es que fue imperioso publicitar con antelación el semanario. Porque el semanario encierra por lo menos dos dimensiones, una cultural, letrada e intelectual y otra económica y financiera. Pellicer y sus colaboradores necesitan vender avisos y suscripciones para que el semanario sea exitoso y pueda permanecer en el mercado.

El propio Pellicer ofrece información acerca de las peculiaridades de emprender un semanario, lo cuenta en el primer número y lo presenta de esta manera:

A la prensa y al público

“Con el sombrero en la mano

---

<sup>3</sup> *El Día* 1890 (Montevideo) Segunda época, Año I, N° 164, sábado 12 de julio

y la cabeza inclinada  
que es la fórmula adoptada  
en todo el orbe cristiano  
hago mi salutación  
a la prensa, en general,  
(sea tal o cuál su matiz  
y su opinión)  
y a todos los moradores  
del Uruguay, que estos sean,  
(Incluyendo a los que sean  
y no sean suscritores)  
En vuestras manos entrego  
mi suerte, con toda fé,  
pues no se me oculta que  
en los instantes que llevo  
a no mediar vuestro apoyo  
esta audaz empresa mía  
en poco tiempo sería  
*un cadáver más en el hoyo*  
¿Me ayudarán? Así creo  
y en pago de ese favor  
les deseo... lo mejor  
que yo para mi deseo,  
es decir, dinero y salud, ó por lo menos dinero, sino fuesen posible  
las dos cosas.  
Por qué; no hay que darles vuelta! El dinero es la vida y lo demás  
una zoncera.  
Aquí debía empezar a hacer la crónica de todo lo que ha pasado en  
la semana, si hubiera pasado algo.  
Pero no pasó. Sólo yo he pasado las de Caín para la confección del  
semanario que os ofrezco.

A estas horas no tengo la razón perdida, por mi feliz ocurrencia de imprimirle en los talleres de *La Razón*.

Porque hay que ver lo que son estas cosas hechas por un hombre solo y escaso de estatura.

Durante ocho días, no hice otra cosa que cruzar calles y subir escaleras, veloz como una chispa...y con rollos de papel por todas partes. De la litografía a casa del dibujante, de éste a los colaboradores... y vuelta a la litografía, y torna a la casa del dibujante, y otra vez a la de los colaboradores...

Ah caro lector! No sabes el trabajo que cuesta buscarse la nutrición por medio de suscritores...”<sup>4</sup>

En verso y prosa, Pellicer cuenta las dificultades para elaborar el semanario y apela a la suerte del mercado – el público- para tener éxito. Probablemente disponer de capital, contratar imprenta y colaboradores, buscar anunciantes, podrían ser las dificultades que debió sortear, comparándose con el personaje bíblico de Caín para reforzar esa idea. Otro dato interesante es que califica a su emprendimiento como empresa, el objetivo es hacer dinero, señalando una connotación económica a su proyecto.

Estas dos características, la apelación al mercado y utilizar el término empresa, estarían señalando un nuevo perfil de publicación periodística en la que se combinan la motivación cultural con la económica. Las expectativas de Pellicer son altas ya que se dirige a todo el Uruguay como mercado o público y sugiere que se realiza una lectura compartida, práctica frecuente cuando se estima en un 80% los índices de analfabetismo<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> *Caras y Caretas* 1890 (Montevideo) Primera época, Año 1, N ° 1, domingo 20 de julio.

<sup>5</sup> “Para medir el analfabetismo se impone la hipótesis. En 1908 había 39.77% de analfabetos. En 1876-77 la población del país era tres veces menor y la inscripción escolar seis veces menor. Suponer, entonces, el doble de analfabetos que en 1908 parece lógico. Arribamos al 80%. Los estudiantes universitarios entre 1888 y 1894 no eran más de 4 cada 10.000 habitantes, los secundarios igualaron esta cifra entre 1887 y 1902”. Barrán, J. y Nahum, B. (1990) *Batlle, Los*

*Caras y Caretas* aparece en un contexto singular, de expansión demográfica, cultural y política, pero de crisis económica.

La expansión demográfica es un dato sobresaliente en la realidad americana y particularmente rioplatense, “55 millones de europeos atravesaron el Atlántico entre 1820-1914 [...] Entre 1881 y 1914, algo más de 4. 200. 000 personas arribaron a la Argentina” (Devoto, 2003: 247) En Montevideo hacia 1889, los inmigrantes representaban el 46 % de su población; llegaban a ser 100.000 en un total de 215.000 ( Nahum, 1993:220)

En cuanto al contexto cultural y consumo de la prensa los datos indican una expansión considerable; para “1870 un tiraje de 11.000 ejemplares, es decir un periódico cada 11 habitantes capitalinos” y para el novecientos “cerca de 100.000 ejemplares cotidianos informaban a los 400.000 montevidianos” (Barrán y Nahum; 1990:159). Podemos señalar el tiraje de *El Día* entre 12 a 15.000 en 1895, un diario que había innovado en su cambio de formato y adquirido su propia imprenta a gas.

La expansión de la prensa se enmarca en un contexto mundial, Eric Hobsbawm se refiere a este fenómeno como “medios de comunicación de masas [...] Un periódico británico alcanzó una venta de un millón de ejemplares por primera vez en 1890, mientras que en Francia eso ocurría hacia 1900” (1999: 61)

En cuanto a lo político, los noventa, se presentan como una década en la cual se transita un proceso de modernización; en el sentido de ampliación de la competencia electoral y participación ciudadana. El Estado ya había comenzado su proceso de consolidación en un contexto de dictadura, pero a partir de la administración de Herrera y Obes se constata el predominio de civiles en el

---

*Estancieros y El Imperio Británico Tomo 1 El Uruguay del novecientos.* Montevideo: Banda Oriental (p.34)

gobierno y una tímida formación de clase política que será en el batllismo cuando alcance su máxima expresión.

La crisis del noventa no parece amedrentar a Pellicer, producir un semanario en esta circunstancia denota confianza en el producto a vender, por su calidad o innovación, tendrá una buena acogida por el público. El semanario logró permanecer un año y medio, en su primera etapa, y cuando reapareció en 1894 contó con una experiencia previa exitosa, con una marca registrada para los montevideanos, permaneciendo hasta febrero de 1897.

### **Posibles razones del cierre de la primera época de *Caras y Caretas***

Durante el primer año de *Caras y Caretas* se observa una relación de complementariedad entre el propietario y responsable, Pellicer y el dibujante Schütz, incluso la portada del 28 de diciembre nos brinda las caricaturas de ambos e intercambiando roles en la confección del número, dibuja Pellicer y escribe Schütz. Esta situación de respeto y admiración se quiebra en noviembre de 1891 cuando Pellicer comunica que abandona el semanario en el diario *La Época*, y en los números siguientes de *Caras y Caretas* aparece con un nuevo director: Arturo Giménez Pastor y el propietario es Charles Schütz.

La salida de Pellicer fue abrupta, en el número anterior nada se informa de esta posibilidad. En el número siguiente- 29 de noviembre -, en la sección *Zig-zag*, el nuevo director anuncia con naturalidad acerca de la salida de Pellicer del semanario y el desafío que implica para él remplazarlo.

La carta que Pellicer envía a *La Época* es elocuente en cuanto a posibles diferencias, transcribimos la noticia:

Sr. director de *La Época* – Presente.

Mi estimado amigo: - Ruégole haga pública con las presentes líneas, que desde el 23 del corriente he abandonado la dirección literaria de *Caras y Caretas* dejando de pertenecer al propio tiempo a la empresa editora de dicho periódico, en mi carácter de copropietario.

Divergencias de apreciación con el Sr. Schütz en asuntos en mi entender, afectaban el crédito moral del semanario aconsejaron mi resolución.

Queda reconocido a los benévolos conceptos que supe merecer, a su diario siempre que se ocupó de *Caras y Caretas* y puedo asegurarle que en esa buena acogida de la prensa como en lo del público en general tuvo su mejor estímulo y recompensa.

E. Pellicer, 27 de noviembre 1891.<sup>6</sup>

El diario también comentó la novedad:

*Caras y Caretas*

Este semanario ha pasado a otras manos.

El Sr. Pellicer lo abandonó por desinteligencias tenidas con su compañero el dibujante Sr. Schütz. Los jóvenes Albert Varzi y Arturo Giménez se han hecho cargo de la dirección de éste periódico.<sup>7</sup>

Las pesquisas realizadas indicarían que la ruptura entre Pellicer y Schütz coinciden con la caricatura sobre el Capitán Dupuy (figura 20) aparecida el 29 de noviembre. Es significativo que la carta que se publica en *La Época* es del 27 de noviembre, pero Pellicer dice que desde el 23 se desvinculó del semanario por discrepancias con Schütz. ¿Cuál fue el motivo de discusión? ¿Por qué el

---

<sup>6</sup> *La Época* 1891 (Montevideo) Año V, N° 1353, sábado 28 de noviembre.

<sup>7</sup> *La Epoca* 1891 (Montevideo) Año V, N° 1353, sábado 28 de noviembre.



semanario anuncia con naturalidad el cese de Pellicer? ¿El semanario con anticipación elige a quiénes va a caricaturizar en su portada? ¿Pellicer advirtió de las posibles repercusiones en dibujar al Capitán del Puerto? ¿El periodista no quería quedar implicado en la burla a Dupuy?

Efectivamente la caricatura de Dupuy fue comentada y festejada al día siguiente por los diarios *El Día* y *La Tribuna Popular*.

*La Tribuna Popular* en “Apuntes Diarios” escribió:

*Caras y Caretas* nos ofreció ayer el retrato del Coronel Dupuy en una quintilla que es todo un ditirambo. Pero que se nos figura que es también un epigrama.

Porque hay ciertos elogios que cuanto más intensidad tienen más gracias hacen.

Y hasta degeneran en burlescos procopios<sup>8</sup>.

*El Día* registró lo siguiente:

El lindo semanario *Caras y Caretas* que dicho se en honor a la verdad salió bueno ayer, a pesar de la falta de Pellicer “trajo en su galería de Caricaturas Contemporáneas” el retrato del señor

Coronel Dupuy Capitán del Puerto

Trae el retrato su coplilla al pie, cuyos dos primeros versos dicen:

“Este es un hombre formal

Honrado a carta formal”

Y a propósito, señor Coronel Dupuy, ¿Cómo vá eso de la proveduría del Lazareto?<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> *La Tribuna Popular* 1891 (Montevideo), lunes 30 de noviembre.

<sup>9</sup> *El Día* 1891 (Montevideo) Año II, N° 573, lunes 30 de noviembre.

No se encontró otros comentarios sobre esta caricatura, tampoco *Caras y Caretas* hizo referencia a las reseñas que los diarios realizaron sobre la caricatura de Dupuy. Pellicer en su nota dirigida a *La Época* sólo expresa: “ Divergencias de apreciación con el Sr. Schütz en asuntos en mi entender, afectaban el crédito moral del semanario aconsejaron mi resolución”; explicación imprecisa de su desvinculación del semanario. Pellicer no explica ni aclara, solo que hubo algo que provocó el distanciamiento y ruptura.

El fin de la alianza entre Pellicer y Schütz llevó a preguntarnos si podría también interpretarse como una realidad habitual entre periodistas y artistas, en un medio competitivo y dominado por individuos de personalidades exigentes.

En otro capítulo de la investigación profundizaremos sobre otras caricaturas que provocaron repercusiones en la sociedad.

En marzo de 1892 Schütz notifica, a través del diario *La Época*, que por razones de salud deberá suspender la publicación del semanario *Caras y Caretas*.

Nuevamente se elige a la prensa para divulgar una noticia vinculada al mundo del periodismo. La nota dice lo siguiente:

Sr Director de *La Época*- Muy Señor mío: mi salud seriamente quebrantada por año y medio de trabajo sin tregua me impone la necesidad de ausentarme para Europa, a fin de restablecerla con un descanso que se hace tanto más imprescindible cuanto que siendo mi vista la atacada, me imposibilita para ejercer con éxito mi profesión. Por tal motivo me veo en el caso de suspender la publicación del semanario *Caras y Caretas* que hasta ahora apareciera bajo mi dirección artística y quiero por la presente agradecer al sr. Director y demás colegas de la prensa, las

benévolas frases con que me han alentado en ocasiones varias, lo mismo que a los que han favorecido con su protección a dicho semanario y a los que con sus escritos han contribuido a darle popularidad de que hasta hoy ha gozado.

Pidiendo al Sr. Director la publicación de la presente, lo saluda muy atentamente

Carlos Schütz.<sup>10</sup>

Las palabras de Schütz relatan las razones del cierre hacia marzo de 1892: su salud se vio comprometida por el excesivo trabajo. Decide tomarse un descanso y cuenta que se irá a Europa. Agradece el apoyo y la publicidad que recibió el periódico.

Fueron tres meses los que separa la salida de Pellicer y el cierre del semanario.

Cabe preguntarnos si los problemas de salud del dibujante fue la verdadera causa de la interrupción o que Arturo Giménez Pastor y Charles Schütz no pudieron continuar la tarea iniciada por Pellicer.

El semanario vuelve a imprimirse en marzo de 1894. El Director fue Arturo Giménez Pastor, función que anteriormente cumplió cuando Pellicer abandona el semanario en noviembre de 1891. Los dibujantes fueron Juan Sanuy (Juan Bellver), Wimplaine (Diógenes Hequet), Manuel Correa y Heráclito (Manuel Mayol). Mantiene el mismo formato y secciones. También hay similitudes, con la primera época del semanario, en los mecanismos de promoción y propaganda.

Permanece en el medio hasta febrero de 1897. El cierre coincide con el inicio del levantamiento armado liderado por Aparicio Saravia en 1897 y el decreto de censura del gobierno de Idiarte Borda a la prensa.

---

<sup>10</sup> *La Época* 1892 (Montevideo) Año VI, N° 1430, sábado 5 de marzo.

## Capítulo 2. Los creadores de *Caras y Caretas*

### Datos biográficos y trayectorias

Eustaquio Pellicer nació el 3 de setiembre de 1859 en Burgos, España. Tempranamente se inició en el periodismo ya que a los 15 años editó una publicación titulada *Don Javier*, luego participó de *La Broma* y *El Pabellón Nacional*. Llegó al Río de la Plata en 1886.

Charles Schütz arribó al Río de la Plata en 1860 instalándose primero en Buenos Aires y luego se trasladó a Montevideo, hay dudas en cuanto a su origen ya que algunos sostienen que es alemán y otro francés<sup>11</sup>, pero todos coinciden en su talento y capacidad artística. Schütz permanece en las dos etapas del periódico.

---

<sup>11</sup> Es presumible que Charles Schütz provenga de Alsacia y Lorena, región disputada por Francia y Alemania que por la Guerra de 1870 terminó bajo la administración política germana. “Alsacia perteneció a Francia de 1648 a 1697 y Lorena estuvo bajo la influencia francesa desde el siglo XVI y perteneció al país desde el XVII. Tras la revolución francesa de 1789, los alsacianos, mayoritariamente de habla alemana y religión protestante, optaron por pertenecer a Francia. Tras la guerra franco-prusiana de 1870, los dos territorios pasaron a pertenecer al Reich alemán. La política arbitraria alemana y los intentos de "germanización" forzosa hicieron que la mayor parte de la población aceptara de buen grado el retorno a Francia tras el fin de la primera guerra mundial. Sin embargo, las actitudes centralistas tendentes a eliminar los rasgos culturales diferenciadores de estas regiones crearon descontento contra Francia. De 1940 a 1945, tras la invasión nazi, volvieron a manos alemanas, para ser definitivamente francesas tras la derrota de Hitler.” <[www.historiasiglo20.org/GLOS/Alsacialorena.htm](http://www.historiasiglo20.org/GLOS/Alsacialorena.htm)>  
La prensa del momento lo identifica como francés.

En el folleto de propaganda Pellicer lo presenta de esta forma: “(...) Las ilustraciones estarán a cargo del famoso Schütz, dibujante parisino más famoso que Boulanger” diario *La Época* 1890, Año IV, N° 944, 13 de julio.

En *Caras y Caretas* el 16 de noviembre de 1890 en la sección Zig zag Pellicer escribe: “(...) el dibujante profiere interjecciones en francés...”. Luego el 29 de noviembre de 1891 en la sección Zig zag Arturo Giménez escribe: “...Schütz que quiere al periódico tanto como a Francia, o por lo menos a Alsacia –Lorena...”.

Cerda Catalán en su obra *Contribución a la Historia de la Sátira Política en el Uruguay: 1897-1904* identifica a Schütz como parisiense, pág.27.

El artículo *Sentido y Destino de la Caricatura* en Cuadernos del Claeh, 1978 escrito por varios historiadores, consigna en la página 89 “El alemán Schütz había llegado al Río de la Plata en 1860.”

Es probable que ambos se formaran en Europa y luego desplegaron sus experiencias y conocimientos en esta región logrando una inserción relativamente rápida. Sandra Szir (2009) documenta que pintores e ilustradores compartieron una formación común y que habían desarrollado su carrera artística en sus lugares de origen e incluso tuvieran una formación académica.

Manuel Mayol (figura 9) había estudiado en la Academia de Bellas Artes de Cádiz, José María Cao (figura 7) se había formado trabajando en una fábrica de loza en Galicia y luego con los escultores Nemesio Martínez y José María López. La autora sostiene que la redacción de *Caras y Caretas* también se constituyó en un espacio de formación.

Antes de unir talento y creatividad, que se aprecia en la publicación del semanario *Caras y Caretas*, estos individuos participaron y realizaron otros emprendimientos periodísticos y artísticos rioplatenses.

Pellicer en Montevideo participa en *La Unión Gallega* y *El Ferrocarril*. En 1887 edita *La Pellicerina*, semanario satírico y de humor con ilustraciones en la portada y una caricatura central. Sólo serán once números, el primero el 27 de febrero y el último 29 de mayo de 1887. Consistió en una publicación semanal, que se ofrecía por suscripción mensual a 20cts y suelto 4 cts. En la portada aparece Pellicer con una pluma que moja en un tintero, también una especie de sifón en el cual se anuncia las características de la publicación, en el fondo otras leyendas con evidente sarcasmo como el tiraje de 10.000 ejemplares y el tipo de críticas que se realizaran: “agrias , dulces y amargas”.

El resto de las páginas ofrecen: una caricatura central, en la contratapa avisos publicitarios, información variada como saludos a colegas. Por las páginas circularon caricaturas de Máximo Santos, Juan Belinzón, Julio Herrera y Obes y Carlos Muñoz Anaya, entre otros. Las caricaturas están firmadas por Bigotudo y

en el editorial del 19 de mayo escribe que fue a Buenos Aires a buscar caricaturista. Pero en los dos últimos números del semanario no hay caricaturas.

Probablemente nuestro personaje cumpliera varias funciones: propietario, escritor y dibujante, entre otras, lo que implicaría ciertas dificultades para cumplirlas adecuadamente.

En su primer número escribe lo siguiente: “*La Pellicerina* se inspiró en dos ideas...la primera fue la de hacer dinero. Con esta sólo bastaba.”<sup>12</sup>

Son reveladoras estas palabras ya que denotan una inquietud de carácter económico: uno de sus propósitos es hacer dinero. Pellicer apuesta a una publicación singular en la que se combinan textos e imágenes, con contenidos humorísticos y críticos de la realidad montevideana. Posiblemente el objetivo fuese establecerse económicamente a través de una empresa personal e independiente; aunque nuestro personaje continuó manteniendo vínculos laborales con otros diarios como analizaremos más adelante.

Es significativo apreciar que en muy poco tiempo ya estaba editando un semanario: al año siguiente de su llegada, Pellicer llegó en 1886.

Esta situación indica que existió una red de vínculos entre los inmigrantes en la que el recién arribado podía rápidamente encontrar trabajo y en este caso uno ligado a su experiencia previa como periodista.

Distintas investigaciones<sup>13</sup> dan cuenta de lo vital que fueron estas redes para la inserción y permanencia de los millones de inmigrantes que arribaron a América, entre otros factores que también explican este proceso.

---

<sup>12</sup> *La Pellicerina* 1887 (Montevideo) N° 1, 27 febrero

<sup>13</sup> Ver las investigaciones realizadas por:

Devoto, Fernando (2003) *Historia de la inmigración en la Argentina*. Buenos Aires. Ed. Sudamericana.

Fernando Devoto (2003) estima que 100.000 extranjeros arribaron a Buenos Aires entre 1871-1880.

Este emprendimiento periodístico y empresarial fue efímero, pero señalaría el comienzo de su carrera como periodista -propietario, en el Río de la Plata. Este hombre se muestra como un individuo que logra combinar varios talentos: es periodista, dibujante, humorista y empresario. Todas estas habilidades las volverá a plasmar en una nueva publicación: *Caras y Caretas*, en el mercado montevideano hacia 1890.

En 1892 se traslada a Buenos Aires, y reaparece en la escena periodística en 1898 con la publicación de un semanario denominado también *Caras y Caretas*, compartió con su homónimo montevideano el nombre, pero con una impronta distinta. Este periódico se convirtió en un éxito rotundo de ventas y permanencia en el medio, se publicó hasta 1941.

La *Caras y Caretas* argentina incluye como novedad la fotografía y publicidad comercial; publicación que constó de 24 páginas con novedosos contenidos: biografías, crítica y creación literaria, crónicas del mundo del espectáculo y cine.

Un formato manuable de 26.5 x 18cm, precio accesible para un impreso de seis tintas y la heterogeneidad de contenidos icónicos (caricaturas, dibujos y fotografía) y textos informativos y literarios posicionó al semanario como un impreso revolucionario.

---

-Sánchez- Albornoz, Nicolás (1991) La población de América Latina 1850-1930 en Bethell, Leslie Historia de América Latina: Economía y Sociedad 1870-1930 Vol. VII Barcelona Ed. Crítica.

- Concepción Navarro Azcue. (2007) Seminario "Vaivenes del sueño dorado, inmigrantes de las dos orillas". Montevideo, FHCE.

Eduardo Romano afirma que *Caras y Caretas* (1898) - Argentina- fue la primera revista ilustrada popular;

“[...]porque dio a leer sus materiales en un soporte atractivo, dinámico y transportable [...] concitaba a multiplicidad de lectores, con una oferta que ningún grupo social era desdeñado [...] Por último por el nivel de heterogeneidad discursivo alcanzado, capaz de imbricar lo serio con lo cómico, lo curioso con lo tremendo. Sobre todo, a causa de que ni lo verbal ni lo icónico estaban restringido a una sola modalidad” (2004: 432-433)

Por otra parte, Sandra Szir (2009) agrega que *Caras y Caretas* (1898) fue el gran impulsor de las publicaciones ilustradas y esto se debió al fotograbado y fotomecánica que produjeron las condiciones de posibilidad técnica de esa expansión. Esta mecanización masiva de la información visual le permitió al semanario la interacción de texto e imagen reforzándose uno con el otro.

En *Historia del Humor gráfico y escrito en la Argentina* (1985), Vázquez Lucio consigna que la experiencia exitosa de *Caras y Caretas* se debió a las repercusiones de sus caricaturas políticas fundamentalmente y promovió emprendimientos periodísticos similares como *Guignol* de 1902 o *Quiquiriquí*; ambas se focalizaban en la actividad política y parlamentaria pero no ganaron el reconocimiento popular esperado. El autor agrega otra razón: la novedad de modalidad comercial que combina la calidad de las ilustraciones, colaboradores literarios y el nivel técnico para dirigirse a un público más numeroso y variado.

Nuevamente como ocurrió en 1890 con la *Caras y Caretas* montevideana, observamos una estrecha colaboración entre escritores y dibujantes rioplatenses. En 1904 aparece una sección “Actualidad uruguaya” y en 1906 el semanario aclara que Montevideo es una ciudad que siempre consumió este producto y registra la dirección de la sucursal, sita en Plaza Independencia, centro de



distribución y reunión de los seguidores y colaboradores del semanario. (Romano, 2004 :182)

En 1904 se edita otra publicación *P.B.T* en la que su creador también es Pellicer, nuevamente alcanza con la revista reconocimiento del público y de la crítica.

Oscar Vázquez Lucio ha observado que “el humor de estos años y los que vendrán, pasa fundamentalmente por “P.B.T” y “Caras y Caretas” [...] Son las dos revistas fundadas por Pellicer, las que testimonian a su modo hechos de la vida nacional” (1985:243)

Eustaquio Pellicer murió en 1937.

No se tiene información acerca de cómo fue el acuerdo entre Pellicer y Schütz para producir un semanario, y en cuanto a sus propósitos sólo podemos aproximarnos a partir de las intenciones que declaran en el prospecto publicitario y en las editoriales que publican en *Caras y Caretas*.

En la primera época se estableció una especie de división de tareas, ya que se enfatiza en que Schütz es la estrella artística y Pellicer el director, cada uno especialista en su área, pero en una relación de complementariedad.

De todas formas, en esta primera etapa, ambos individuos trabajaron juntos. Compartieron y combinaron esfuerzo y talento logrando editar una publicación exitosa.

## Colaboradores del semanario

Pellicer y Schütz poseían ciertas competencias fundamentales para poder entonces editar un semanario, tenían experiencia previa y contaron con la colaboración de personajes locales que facilitaron la empresa, como fue Daniel Muñoz.

Daniel Muñoz (1849-1930) fue periodista, fundador y director del diario *La Razón*, además de diplomático y funcionario público. Fernández Saldaña escribe que Muñoz utilizó “el seudónimo Sansón Carrasco al pie de crónicas escritas en galana prosa, abundante en sátira fina y abundantes observaciones, sin perjuicio de mostrar una franca faz combativa, tal como exigía el periodismo de la hora, agresivo en el ataque, adjetivado violento, pronto para responder a tono a los adversarios (...) ya fuesen oficialista de *La Nación* o clericales del *Bien Público*” (1945 :871-872)

Muñoz fue parte activa del semanario: podemos comprobar que en sus inicios la imprenta y tipografía, además del espacio físico utilizado fue el de *La Razón*.

¿Los vínculos entre Pellicer y Muñoz son una manifestación de solidaridad entre colegas? ¿o una relación basada en intereses estrictamente comerciales y económicos? ¿Muñoz facilitó la inserción de este inmigrante español, con habilidades periodísticas, por convicciones políticas?

Pellicer en 1890, además de dirigir *Caras y Caretas*, fue corresponsal de *La Razón en Buenos Aires* durante los sucesos que culminaron con la caída de Juárez Celman. Lo cierto es que se observa una estrecha relación entre Muñoz y Pellicer, pero no tenemos datos de cuáles fueron sus términos.

Los creadores de *Caras y Caretas* lograron que participen otras personalidades de reconocida trayectoria en el ámbito periodístico y cultural de Montevideo como: Samuel Blixen y Alfredo Duhau, ambos integraron la plantilla del diario *La Razón*, cumpliendo distintas funciones.

Samuel Blixen (1867-1909), reconocido periodista, crítico y autor teatral y Alfredo Duhau (1862-1938) también periodista y autor teatral.

Pellicer y Schütz contaron con la colaboración permanente o esporádica de otros periodistas y artistas, algunos de ellos de notoria popularidad como Eduardo Sojo y Manuel Mayol, ambos españoles.

Eduardo Sojo, madrileño, quién firmó con el seudónimo Demócrito, dibujante y responsable del semanario editado en Buenos Aires *Don Quijote* (1884).

Manuel Mayol, andaluz, utilizó el seudónimo Heráclito y fue responsable en la redacción de *Don Quijote*. El propósito de la propaganda que se realizó para promocionar el semanario también fue la de anunciar a estos artistas y su participación en la novel publicación como forma de atraer consumidores.

Estos vínculos pueden aludir a la estrecha colaboración solidaria entre estos hombres que comparten oficio y su origen extranjero, ya que son inmigrantes. Mayol llegó a Buenos Aires en 1880 y Sojo lo hizo en 1883.

Eduardo Sojo trajo consigo una vasta experiencia y reputación adquirida en España. Fue un conocido caricaturista y dibujante republicano desde 1870. Participó en distintas publicaciones como *El Caos* (1870), *El Noventa y Tres* (1870-1871), *El Buñuelo*, *El Motín* y *La Broma*. Sojo y Mayol ya trabajaron juntos en España y ambos ya utilizaban los seudónimos de Demócrito y Heráclito.

Debo mencionar el trabajo de Laura Malosetti Costa “*Los Gallegos, el arte y el poder de la risa*” (2005), la autora consigna el papel desempeñado por dibujantes y escritores inmigrantes, españoles más precisamente, en la prensa gráfica rioplatense y, además, señala que revolucionaron las reglas del humor político en la década de 1880.

Las persecuciones y censuras de que fueron objeto las producciones artísticas de estos individuos explicaría la razón de radicarse en el Río de la Plata. Asimismo esta colaboración solidaria entre inmigrantes está señalando una proximidad geográfica entre Montevideo y Buenos Aires que permite articular emprendimientos de este tipo. Hacia 1880 las fronteras entre Uruguay y Argentina eran muy porosas, la circulación de personas e ideas fue frecuente y fluida. Es por eso que hasta la consolidación de las identidades y de los estados nacionales podemos referir a un espacio rioplatense.

También participó el artista Juan Sanuy, español, cuyo nombre verdadero fue Juan Bellver de profesión médico, pero tuvo una activa carrera como acuarelista y dibujante e incluso periodista ya que fue propietario de *Montevideo Cómico* (1895). Semanario con caricaturas de formato similar a *Caras y Caretas*.

Una característica significativa en esta época en el mundo del periodismo fue entonces la red de relaciones y colaboraciones entre los individuos que comparten el oficio.

Otro ejemplo de esta red de vínculos es la de Pellicer cumpliendo funciones de colaborador en el diario *La Razón*.

El diario *El Día* comenta este rol a raíz de los incidentes ocurridos en Buenos Aires en julio de 1890 que provocaron la caída de Juárez Celman, el presidente argentino.

Hasta altas horas circularon anoche boletines sucesivos de *La Razón* conteniendo telegramas del corresponsal de ese diario en Buenos Aires don Eustaquio Pellicer [...]

Puede decirse que Montevideo no ha dormido acompañando a los combatientes en las emociones de la noche.<sup>14</sup>

La noticia de *El Día* está indicando lo siguiente; primero que para cubrir acontecimientos de relevancia política se envía a Buenos Aires a un periodista; que en el caso de Pellicer no es exclusivo de *La Razón*, ya que es responsable de *Caras y Caretas*. En segundo lugar este “corresponsal” fue representando a un periódico, pero la noticia también se comunica en otro, en este caso en *El Día*, y por último la relativa cercanía con Argentina habilita esta práctica de ir a cubrir noticias y volver para continuar con la publicación del semanario.

Este desempeño, ejercer varios roles dentro del oficio del periodismo, podría indicar una práctica frecuente en una época de cambios en la producción de periódicos.

Recordemos que Daniel Muñoz, director de *La Razón*, participa como Sansón Carrasco en *Caras y Caretas*. También se observó que ambas publicaciones poseen un vínculo estrecho en la medida que en el diario se registran noticias sobre el semanario para comunicar a sus lectores sobre cambio de dirección o los contenidos de determinado números de *Caras y Caretas*.

Ya se realizó una descripción y análisis de los creadores en su primera etapa, conviene señalar ahora quiénes participaron en la segunda época. Cabe indicar que las características del semanario en cuanto a título, contenido y formato se mantuvieron. La segunda etapa se inicia el 4 de marzo de 1894 y se extiende hasta 28 de febrero de 1897.

---

<sup>14</sup> *El Día* 1890 (Montevideo) Segunda época, Año I, N ° 177, 29 de julio.

El director fue Arturo Giménez Pastor y director artístico Juan Sanuy. Ambos individuos participaron del semanario en su primera etapa pero como colaboradores. En el caso de Giménez Pastor reemplazó a Pellicer, cuando éste se retiró de la dirección durante los tres últimos meses hasta el cierre del semanario.

Durante la segunda época del semanario, se sumaron como dibujantes Diógenes Hequet, Aurelio Giménez Pastor (figura 8) – conocido como Wimplaine II- y Manuel Correa. Todos ellos también tuvieron participación y reconocimiento en periódicos de Buenos Aires.

Arturo Scarone (1942: 351) señala que Hequet, cuyo seudónimo fue Wimplaine, fue un destacado dibujante que integró a fines del siglo XIX y principios del XX la redacción de varias revistas y ocupó la cátedra de Composición y Ornato de la Facultad de Arquitectura. Como artista pintó “Episodios de la Independencia”. También uso el seudónimo “Jaki” en una caricatura en *La Fusta* de 1900.

Aurelio Giménez Pastor, hermano de Arturo, fue dibujante y pintor, pero se dedicó con preferencia a la caricatura. Trabajó como artista en 1894 en la *Caras y Caretas* montevideana y también en la porteña. También se desempeñó en la publicación *El Gladiador* y en la revista *Vida Moderna* (Fernández Saldaña, 1945:557-558)

## **El mundo del periodismo: límites y alcances**

Durante el siglo XIX es posible advertir las transformaciones que experimenta la prensa escrita y el recorrido que realiza el publicista para ir adaptándose al mundo del periodismo.

Para Tulio Halperin Donghi (2006) en la primera mitad del siglo XIX, en Hispanoamérica y en el Río de la Plata, las carreras periodísticas fueron efímeras y condicionadas por los límites de un público diminuto y de una coyuntura política compleja. El contexto político, primero revolucionario y luego el período de las luchas facciosas entre las distintas corrientes políticas o ideológicas para acceder al control del Estado e imponer un modelo de nación, condicionó el desarrollo de una prensa de opinión con permanencia en la región.

En este contexto de escasos consumidores capaces de sostener con sus suscripciones y anuncios, la viabilidad económica de los periódicos estará sujeta a la subvención estatal. El estado compra espacios para publicación de noticias oficiales o autoriza el uso de la imprenta de propiedad estatal. Esta realidad impone al periodista otro límite: su falta de independencia o la conducta zigzagueante de acuerdo a los intereses políticos del momento. Para el historiador estas conductas periodísticas obedecen a una etapa de constante redefinición política en la que era posible que los publicistas se identificaran con una u otra facción.

Esta situación se prolongó hasta la consolidación del estado – nación, creando una relativa autonomización de la actividad periodística respecto del estado y una profesionalización del publicista. En este proceso de modernización política la prensa va a desempeñar un rol fundamental, a decir de Julio Ramos en

su obra *Desencuentros de la modernidad en América Latina. Literatura y política en el siglo XIX* (2003).

El autor manifiesta que el diario *La Nación* fundado por Bartolomé Mitre en 1870 fue el primero en comenzar una transformación que tiene como singularidad cierta autonomización de lo político. *La Nación* no abandona la prédica política partidista tradicional pero incorpora otros espacios y funciones vinculadas a la información y la publicidad comercial, sustanciales por la tendencia empresarial que comienza a registrar el diario.

Ramos cuenta que cuando Enrique de Vedia, sobrino de Bartolomé Mitre, pasó a ser el nuevo gerente del periódico y

“reconocía que para sobrevivir como empresa debía autonomizarse de la política más inmediata. (...) tenía que rebasar la esfera perimida del partido. El periódico debía llegar a un público cada vez más heterogéneo, tenía que convertirse asimismo en agente publicitario de sectores que políticamente bien podían ser contradictorios. El periódico comenzaba entonces a proclamar su “objetividad”, en una estrategia de legitimación distintiva de su voluntad de autonomía y modernización” (Ramos; 2003: 98)

En este proceso de transformación técnica y conceptual del diario, se registra una nueva división de tareas. En un principio Mitre cumplió diversas funciones: fue propietario, editor, gerente y redactor. Incluso el lugar de elaboración fue en su domicilio. El carácter artesanal es evidente en esta etapa de producción de las publicaciones impresas. Con la gerencia de Vedia se visualiza cierta especificidad y especialización del trabajo periodístico. Ya no es frecuente que un mismo sujeto realice múltiples funciones.

Estos cambios van unidos a determinadas transformaciones que operan en la sociedad de fin de siglo rioplatense. Encontramos una sociedad en plena



expansión demográfica, heterogénea, y con tendencias de pautas de consumo cultural bien definidas.

La prensa que circula en los últimos años del siglo XIX denota una variedad peculiar de títulos y contenidos, lo que estaría justificando la existencia de un público diverso.

Hay publicaciones políticas, de humor, religiosas, culturales, profesionales, y en cuanto a sus formatos y presencia en el mercado también son dispares: diaria, semanal o mensual.

Es significativo además el número de periódicos y ejemplares que se editaron en ese período, Adolfo Prieto (2006) consigna que para Buenos Aires hacia 1880 circularon un promedio de 100 publicaciones entre diarios y revistas. El autor registra ,según los datos del *Censo General de Población, Edificación, Comercio e Industria de la Ciudad de Buenos Aires de 1877*, que circularon unos 80.500 ejemplares diarios sólo de los periódicos más reconocidos como *La Prensa* , *La Nación* , *El Diario* , *La Patria Italiana*, *Sud-América* o *La Tribuna* por mencionar algunos.

Para Montevideo, de acuerdo a la compulsa realizada en la hemeroteca de la Biblioteca Nacional, en 1890 se contabilizaron 47 publicaciones, entre periódicos y revistas. Se trata de impresos de gran heterogeneidad en cuanto a contenidos e incluso algunos de ellos escritos en italiano, francés o inglés. Esta peculiaridad refiere a un público muy diverso en cuanto a intereses pero también a la existencia de comunidades extranjeras que buscaban mantener un espacio de comunicación preservando rasgos de su identidad.

A esta realidad se debe añadir una cuestión fundamental: las campañas de alfabetización, que permiten ampliar el mercado de potenciales consumidores y con ello las transformaciones en el mundo del periodismo y de la lectura.

En Uruguay, a partir de 1877, se incorpora el Decreto-Ley de Educación Común, que pretende, entre otros objetivos, aumentar la matrícula escolar y disminuir el analfabetismo. El diagnóstico realizado por las autoridades escolares en 1878 determinó que el 69 % de los niños en edad escolar quedaban sin recibir educación. “Los reformadores varelianos y sus continuadores lograron disminuir al analfabetismo del 80 al 39, 79 % entre 1876 y 1908.” (Barrán y Nahum, 1990: 142)

En Argentina el proceso de alfabetización está pautado por continuas campañas que se inician hacia 1853 con la dirección de Domingo Faustino Sarmiento. Estos programas, con sus debilidades en cuanto a efectiva alfabetización y permanencia de los estudiantes en las escolares, tienen como resultados que “ En el Censo Escolar de 1883 subió a 145.000 el número de niños inscriptos y en 1895, el año del Segundo Censo Nacional , a 247.000 expresando en uno y en otro caso el 28% y el 31% de la población estimada” (Prieto, 2006:27)

Los avances que lograron las campañas de alfabetización en el Río de la Plata probablemente van a incidir no sólo en un aumento de potenciales lectores sino también en una modalidad de apropiación de la información diferente. Podría afirmarse que comienza a producirse una forma de leer distinta; la lectura transita por un proceso individual e íntimo abandonando paulatinamente el carácter público y colectivo que poseía. En los capítulos finales se profundizará sobre las formas de lecturas, apropiación y representación de las caricaturas políticas, que es el tema central de esta tesis.

Se observó que Pellicer y Schütz asumieron distintas actividades para producir un semanario ilustrado como el de *Caras y Caretas*. De acuerdo a lo investigado y expresado anteriormente, podríamos afirmar que el semanario se produjo según pautas tradicionales pero buscó cierta autonomización política.

Esta publicación pretendió mantener independencia al no identificarse con los personajes o las situaciones derivadas de las conductas o prácticas de la clase política. A través de las caricaturas políticas criticaron y expusieron constantemente al presidente, ministros y personalidades vinculadas a la administración pública. Todos los domingos los montevideanos podían contemplar por lo menos dos caricaturas, la de la tapa y la de la página central, de las personalidades públicas más representativas.

En cuanto a su financiación las estrategias empleadas fueron las ventas por suscripción, que fue un mecanismo utilizado por toda la prensa, pero también promocionaron venta de espacios publicitarios en el semanario.

En el folleto que circuló para hacer propaganda de *Caras y Caretas*, se explicita lo siguiente:

Por los avisos ilustrados y en verso como los que ven al pié de la presente, se pagarán cuatro miserables pesos valederos para cuatro publicaciones.<sup>15</sup>

Como vemos se desarrolló una política de publicidad, se vende el espacio para los avisos con ilustraciones y verso. A su vez la contratapa fue el espacio dedicado a todos los anunciantes. El formato del semanario disponía de una organización formal y específica en la que los lectores ya conocían dónde se ubicaba cada sección, cada caricatura y la página de los anuncios estaba al final.

Se observa la constante necesidad de comunicar los cambios de dirección que el periódico sufrió para que los anunciantes y suscriptores del semanario pudieran mantener el vínculo comercial y acceso al mismo. A modo de ejemplo citaremos los siguientes avisos:

---

<sup>15</sup> *La Época* 1890 (Montevideo) Año IV, N° 944, domingo 13 de julio.

Nos mandamos mudar a calle Andes N ° 275 (altos) donde han quedado establecidos la Dirección y Administración de este periódico. Quedando avisados los que necesiten dirigirse a nosotros con cualquier objeto, incluso el de mandarnos dinero o caso que lo valga.<sup>16</sup>

¡Mudanza! Las oficinas de *Caras y Caretas* se han trasladado a la calle Río Negro N ° 250 á donde deben dirigirse las personas que verbalmente ó por escrito necesiten comunicarse con la Dirección y Administración.<sup>17</sup>

En enero de 1892 en la sección *Menudencias* se escribe:

Desde ahora quedan definitivamente instaladas las oficinas de redacción de este semanario en la calle 25 de mayo N° 205 (altos). Allí estamos a disposición de ustedes la única incomodidad que ofrece la casa es la de tener que pagar al casero.<sup>18</sup>

Estas aclaraciones que se integran al periódico advierten dos cuestiones interesantes; por un lado, el cambio de dirección es información necesaria para continuar recibiendo dinero por concepto de suscripciones o por avisos contratados. En otro sentido refiere a las dificultades de establecer la oficina en un lugar físico de manera permanente. No podemos conocer con certeza las razones de estos cambios de domicilio, no hay más de un par de meses entre las últimas mudanzas y luego se produce el cierre del periódico en marzo de 1892. Probablemente los gastos de alquiler, la salida de Pellicer en noviembre de 1891, las oscilaciones del mercado, puedan explicar las dificultades para encontrar un recinto adecuado y accesible para producir un periódico.

---

<sup>16</sup> *Caras y Caretas* 1890 (Montevideo) Primera época, N ° 10, domingo 21 de setiembre.

<sup>17</sup> *Caras y Caretas* 1891 (Montevideo) Primera época, N ° 32, domingo 22 de febrero.

<sup>18</sup> *Caras y Caretas* 1892 (Montevideo) Primera época, N° 77, domingo 3 de enero.

*Caras y Caretas* logró erigirse en un producto cultural significativo combinando texto e ilustraciones, específicamente caricaturas políticas. Fue un impreso creado por individuos relativamente jóvenes con inquietudes intelectuales que les permitieron pensar e idear un semanario singular que se dirigió y apeló a un público más amplio a partir de su propuesta periodística. Sus creadores además fueron inmigrantes, muchos de sus colaboradores también.

Si bien el formato que asumió el semanario no fue totalmente novedoso, este sí resultó exitoso por su calidad, permanencia e influjo en el medio. Logró una permanencia y estabilidad inusual para este tipo de impresos en un mercado disputado y relativamente acotado.

Pudo proyectarse a espacios sociales y culturales más amplios que el montevideano, gracias a las redes que se tejieron entre los que produjeron el semanario y sus colaboradores, estos individuos transitaron por ambas ciudades dejando una marca indeleble.

En 1898 vuelven a trabajar junto a Pellicer en la *Caras y Caretas* porteña; Manuel Mayol, Aurelio Giménez Pastor, Sanuy, Cao, recordemos que todos ellos participaron y colaboraron en la *Caras y Caretas* montevideana. Así lo consigna Oscar Vázquez Lucio (1985: 223) y además incluye a otros artistas que mantuvieron una activa actuación en impresos de Buenos Aires como Orestes Acquarone y Hermenegildo Sábat. Acquarone fue un caricaturista uruguayo que dibujó para *El Negro Timoteo*, para *Don Quijote* de Sojo y luego participó en la publicación *Rojo y Blanco*. Sábat, oriundo de Palma de Mallorca tuvo una extensa actuación en Uruguay y Buenos Aires.

Esta realidad laboral tan estrecha entre Montevideo y Buenos Aires fue una constante y una práctica frecuente en el mundo del periodismo como se ha documentado en páginas anteriores. Cabe señalar que estas prácticas también las

desarrollaron escritores e intelectuales, como fue el caso de Horacio Quiroga, documentado en el trabajo de Sandra Szir “Entre el arte y la cultura masiva. Las ilustraciones de la ficción literaria en *Caras y Caretas* (1898-1908)” (2009), revolucionando la relación entre imagen y palabra y acercando la literatura a un público más amplio, masivo.

Por último, debemos señalar que, a partir de la publicación de *Caras y Caretas*, los impresos ilustrados tendrán como referente esta publicación, pionera en fusionar calidad artística con actualidad política y cultural. *Caras y Caretas* promocionó un estilo periodístico y se transformó en un ícono de su tiempo

### Capítulo 3. El posicionamiento del semanario en el escenario político y cultural

#### **El posicionamiento del semanario en el escenario político. Caricaturas políticas en el semanario *Caras y Caretas***

La elección de Julio Herrera y Obes inicia una etapa de predominio de civiles en el ejercicio de la política y administración del gobierno. Luego de un período de gobiernos militares entre 1876 - 1886, el país comienza a transitar un proceso político que tiende al fortalecimiento de un Estado republicano. Este proceso implica incorporar prácticas democráticas de participación política e inclusión y representación de las minorías en el gobierno.

Pivel Devoto (1944) señala una etapa de “conciliación” entre el militarismo y el civilismo, caracterizada por la reorganización de la actividad partidaria. Los Partidos Políticos se presentan como partidos de “Principios”, y proponen conquistar libertades políticas, superación de las luchas entre caudillos y doctores, valorar el caudillo como instrumento de sugestión política y tradición gloriosa y luchar contra el militarismo consagrando el triunfo de un régimen civil.

El 1886 el Partido Nacional se propone una nueva organización, en 1887 se establece el primer Directorio. También en 1887, el Partido Colorado organiza un acto de manifestación partidaria realizando un recorrido desde la plaza hasta la Casa de Gobierno. El Partido Constitucional retomó la prédica constitucionalista contra la aparición de las divisas tradicionales. El Partido Católico realizó una reunión en 1887 para su organización.

La prédica política se realiza a través de la prensa. Carlos María Ramírez y José Sierra Carranza realizaron la difusión del ideario del Partido Constitucional en el diario *El Plata* (1880).

Los nacionalistas tuvieron a Agustín de Vedia como director de *La Democracia* (1880) y el colorado Julio Herrera y Obes predicó en *El Heraldó* (1881)

Por tanto, entre fines del siglo XIX y principio del XX se registran distintas tendencias que oscilan entre consolidar prácticas políticas conservadoras u oligárquicas y encarar otras más democráticas; que tienden a ampliar las bases del electorado y su representación en la administración del Estado.

En este proceso participan distintos actores y asociaciones: los partidos políticos, la prensa y la ciudadanía. Estos protagonistas mantienen niveles de participación y competencias diversas; unos reclaman legitimidad como interlocutor válido entre la ciudadanía y el Estado; otros exigen representación o acceso al gobierno que les permitirá controlar el aparato estatal. Los mecanismos utilizados, por los distintos partidos o agrupaciones políticas o culturales, también fueron diferentes. Hubo levantamientos armados de dimensiones nacionales como los de 1897 y 1904, y revueltas como la de la Unión de 1891 que fueron reducidas inmediatamente. Otros prefirieron la abstención como forma de protesta por la falta de garantías electorales.

En este contexto la prensa desempeñó un importante papel en la difusión de opiniones y nociones políticas. La expansión de diarios y revistas, indica que hay interés de ciertos periodistas en comunicar ideas y programas políticos, tal vez editorializar prácticas políticas censurables o la necesidad de emplear otros dispositivos que transformen al sistema. Asimismo la variedad y cantidad de la prensa registrada refuerza la noción de un público interesado por estar al corriente, y probablemente tomar posición, respecto de los acontecimientos políticos más significativos.



Interesa demostrar en esta investigación cómo el semanario *Caras y Caretas*, a través de la producción de algunas caricaturas, fortaleció un espacio de discusión política o evidenció espacios de sociabilidad e interés por contenidos políticos, en una sociedad que transita hacia un sistema republicano más democrático y participativo.

Recordemos que la primera época de *Caras y Caretas* (1890-1892) coincidió con la presidencia de Julio Herrera y Obes.

Julio Herrera y Obes fue electo presidente el 1º marzo de 1890 y gobernó al país hasta 1894. Nació en Montevideo en 1841 en el seno de una *familia principal*, es decir una de las primeras familias arribadas a Montevideo durante la segunda colonización canaria<sup>19</sup>. Tuvo una formación en derecho e incursionó en el periodismo desde las páginas de *El Siglo*. En un principio, como todos los jóvenes liberales de entonces, se manifestó en contra del fenómeno del caudillismo y en particular del caudillo colorado Venancio Flores. Pero luego se incorpora al gobierno de Flores ocupando el cargo de Secretario. Herrera y Obes se había iniciado tempranamente en la actividad política. Perteneció al Partido Colorado y fue una figura de amplio reconocimiento y actuación antes de ser presidente. Señalemos su actuación como Ministro de Relaciones Exteriores durante la administración de Gómes en 1872. Luego integró las Cámaras del 73 en la bancada principista y estuvo entre los desterrados de la barca Puig<sup>20</sup>.

---

<sup>19</sup> W. Reyes Abadie (1977) en *Julio Herrera y Obes, el primer Jefe Civil*; afirma “Nacido y educado en el seno de una familia principal, iniciada en América por Don Cristóbal Cayetano Herrera que llegó a Montevideo en 1729 en la segunda colonización canaria...” (p.5)

Esta condición de primeros pobladores le otorgó a la familia de Herrera ciertos beneficios y prestigio.

José Claudio Williman y Carlos Panizza Pons en *La Banda Oriental y la lucha de los Imperios* (1998) escriben que : “Para estimular la venida de pobladores de Buenos Aires y de Europa , Zabala - gobernador de Buenos Aires- dispuso aplicar a los primeros habitantes la ley VI, Título VI, Libro IV de las Leyes de Indias que dispone: Para honrar las personas , hijos y descendientes legítimos de los que se obliguen a hacer población , y la hubiera acabado y cumplido su asiento , le hacemos Hijosdalgo de solar conocido (...) y personas nobles de linaje... (p.18), “que tenían además el derecho de recibir el tratamiento de “Don” precediendo su nombre, dando origen al patriciado montevideano o gente principal”(p.19)

<sup>20</sup> Washington Reyes Abadie en *Julio Herrera y Obes: el primer jefe civil* (1977) relata lo siguiente: el episodio de los desterrados de la barca Puig fue el desenlace de los acontecimientos

Posteriormente residió en Buenos Aires y volvió a Montevideo después de algunos años para enfrentar al dictador Santos a través de la actividad periodística en *El Herald*. Fue ministro de Gobierno de Máximo Tajes y artífice de la transición hacia la república civilista.

Determinados historiadores <sup>21</sup> coincide en caracterizar a la presidencia de Herrera y Obes con el modelo de república oligárquica, en la que los doctores urbanos se consideraban con una capacidad insuperable para dirigir al país. La doctrina de la *influencia directriz* es uno de los ejemplos que demuestran la visión oligárquica del Presidente entre otras prácticas arbitrarias y prejuiciosas adoptadas por éste.

Luego profundizaré en esta doctrina cuando analice las caricaturas alusivas a esta cuestión.

---

políticos ocurridos en enero de 1875. El 1° de enero de 1875 debía elegirse Alcalde Ordinario de Montevideo, pero una serie de incidentes entre los “principistas” y “candomberos” obligó a la mesa electoral a suspender los comicios. El acto electoral se realizó el 10 de enero y nuevamente hubo disturbios y disparos entre los electores, entre los involucrados se encontraba Julio Herrera y Obes alineado a los “principistas”. El presidente José Ellauri se mostró inoperante frente a los disturbios electorales, presentaron renuncia los Ministros de Gobierno, Relaciones Exteriores y de Hacienda y esto aceleró la renuncia del Presidente y se exilió en Buenos Aires. Pedro Varela fue designado para completar el período presidencial pero el orden fue impuesto por el coronel Lorenzo Latorre y los soldados del batallón 1° de Cazadores. El 15 de enero los batallones de guarnición establecieron campamento en la plaza Constitución y ocuparon el Fuerte, el Cabildo y los organismos oficiales más importantes. Desde el Ministerio de Gobierno se decretó la prisión y destierro de los “principistas”. El 24 de febrero la policía fue aprehendiéndolos uno a uno, Julio Herrera y Obes fue detenido junto a otros jóvenes principistas como José Pedro Ramírez, Agustín de Vedia, Aureliano Rodríguez Larreta, Anselmo Dupont, son quince el total de los prisioneros. En el Cabildo se les comunica que serán trasladados a La Habana en la barca Puig. Cuando llegan a destino luego de tres meses de navegación se enteran que el gobierno español de la Isla no los admite por tanto deben continuar el viaje a Norteamérica arribando a Charleston el 19 de junio de 1875. Luego de seis meses Julio Herrera retorna a Montevideo. (p.37,41,44)

<sup>21</sup> Obras consultadas: Nahúm, Benjamín (1993) *Manual de Historia del Uruguay* tomo 1 1830-1903, Montevideo. Banda Oriental.

Frega, Ana, et al. (2007) *Historia del Uruguay en el siglo XX (1890-2005)*. Montevideo. Banda Oriental.

Reyes Abadie, Washington y Vázquez Romero, A (1998-2001) *Crónica General del Uruguay, volumen III: el Uruguay del siglo XIX*. Montevideo, Banda Oriental.

Winn, Peter (2010) *Inglaterra y la Tierra Purpúrea Gran Bretaña y Uruguay en el siglo XIX Tomo II Boom, Quiebre e Imperio Económico 1880-1903*. Montevideo, Banda Oriental

En cuanto al contexto económico, la presidencia de Herrera y Obes, estuvo atravesada por la crisis económica de 1890, que se desarrolla en la región y tiene en el país una manifestación clara con la quiebra del Banco Nacional. Los problemas que atraviesa la Casa Baring Brothers en Londres repercuten en las economías capitalistas periféricas, por ejemplo las rioplatenses, entre otras afectadas del continente. La retirada de capitales extranjeros en particular argentinos de la plaza montevideana provocó la escasez de dinero y la quiebra de más de mil casas comerciales y compañías. El Banco Nacional en julio de 1890 suspendió la conversión de sus billetes en oro generando conmoción y preocupación en los ahorristas. Uno de los principales clientes del Banco era el propio Estado. Esta situación complejizó aún más la crisis, una primera medida fue decretar el *curso forzoso* por seis meses de los billetes emitidos por el Banco Nacional. Pero los Bancos Comercial y de Londres reaccionaron activamente contra esta medida. El resultado fue la liquidación del Banco Nacional. El gobierno atravesaba una crisis económica provocada por la reducción de ingresos fiscales y a su vez un déficit presupuestal importante.

Peter Winn señala la responsabilidad de los dirigentes políticos en la crisis económica y financiera, entre otros factores que analiza en su obra *Inglaterra y la Tierra Purpúrea. Gran Bretaña y Uruguay en el siglo XIX* Tomo II, particularmente de Herrera y Obes pero también destaca su “gran habilidad política” para enfrentarla y continuar con la consolidación de su posición política:

“El presidente uruguayo primero consolidó su posición política con una elección legislativa controlada cuidadosamente, el pago selectivo de salarios y el fortalecimiento de las alianzas con el grupo de oficiales del ejército más propenso a armar un golpe. Con esta posición política asegurada, Herrera y Obes ganó fácilmente la aprobación de las Cámaras para una estrategia económica diseñada para resolver la larga crisis [...]” (2010:192)

Las medidas adoptadas para enfrentar la crisis fueron muy impopulares, y el semanario *Caras y Caretas* las utilizó para desarrollar caricaturas referidas a esta situación. A modo de ejemplo la caricatura del 7 de setiembre de 1890 “Para salir de la crisis” o la del 23 de noviembre “ El Krak de Baring” o la del 7 de diciembre “ Nuestra situación económica”, fueron algunas de las caricaturas referidas a la crisis económica y financiera que atravesaba el país.

Al principio se comentó la singularidad del contexto político y económico en que se publicó el semanario. Interesa poder explicar en qué se basó entonces el éxito de este emprendimiento en un contexto adverso. En todo caso poder establecer los mecanismos utilizados para permanecer en un mercado inestable y conmocionado por la crisis del noventa.

*Caras y Caretas*, en su primera etapa 1890-1892, fue un semanario que ilustró los principales acontecimientos que vivió el país. Los hechos políticos y económicos fueron los preferidos por sus creadores Pellicer y Schütz, ya que domingo a domingo los montevideanos podían seguir la semana política con sólo ver las caricaturas que contenía el semanario.

Esta investigación resultó de gran utilidad poder visualizar los hechos que en lo cotidiano fueron significativos para esa sociedad en cuanto a la permanencia de la noticia o la discusión que promovieron. Otro elemento a señalar es la posibilidad de conocer los rostros de los protagonistas del acontecer político - cultural, con sus características más notables, a través de las caricaturas y dibujos presentadas en el semanario. En la actualidad los dirigentes políticos y las personalidades intelectuales y artísticas sobrellevan una gran exposición mediática por tanto es muy fácil para todos los ciudadanos reconocerlos e identificarlos. A fines del siglo XIX, ¿cómo y dónde la sociedad lograba realizar este proceso de distinguir y contemplar a las figuras políticas y artísticas más importantes?

La creciente difusión de imágenes impresas como la fotografía y litografía permitieron ir reconociendo los rostros de los personajes públicos. La expansión de publicaciones conteniendo dibujos y caricaturas también colaboró en este proceso.

Es probable que la frecuencia semanal, el estilo y éxito de esta publicación permitieran al público familiarizarse con las caricaturas presentadas, habilitando una instancia de reconocimiento y de comunicación en este caso visual.

Una primera interrogante planteada es cómo y dónde el artista realiza la construcción del personaje a caricaturizar. A partir de qué insumos y en qué sitios logra descubrir los rasgos más representativos y pasibles de ser reconocidos por el público para que luego la caricatura tenga sentido. Para el artista es imprescindible que el lector u observador identifique al personaje y luego ese mecanismo se active inmediatamente con sólo observar algún aspecto o rasgo peculiar del mismo. Sin estas condiciones previas, las caricaturas del semanario no conseguirán un posicionamiento manifiesto en la sociedad, es decir qué lugar ocupó en la escena política y cultural.

Los historiadores del arte y la cultura han demostrado que la producción de símbolos o imágenes se inspiran en modelos o emblemas iconográficos tradicionales conocidos por artistas y el público.

Es el caso de la representación de la República, concepto político identificado cómo una mujer joven vestida con una túnica tipo matrona romana que en la cabeza lleva un gorro frigio. Señalemos la influencia de la Revolución Francesa, el liberalismo y el romanticismo, en la construcción de este modelo iconográfico.

Las nuevas corrientes políticas y artísticas –liberalismo y romanticismo– eligieron esta forma de encarnar al nuevo sistema político asociado a una mujer

joven capaz de proteger y mantener a todo un país. Desde entonces obras como *La Marianne* se transformaron en símbolo de la República francesa y de todos los sistemas republicanos.

Durante el siglo XIX diversos periódicos y artistas se valieron de esta alegoría para representar a la República, como el periódico republicano y federal editado en Barcelona *La Flaca* (1869) que incluyó los trabajos de Tomás Padró, o la pintura de Honoré Daumier *La República* de 1848 que también eligió y representó a la República identificada como una mujer.

Es probable entonces que Pellicer y Schütz conocieron por su oficio, practicado antes en Europa, los dispositivos necesarios para la rápida identificación y reconocimiento de las caricaturas de los distintos personajes políticos para el público. En Montevideo: ¿qué elementos claves seleccionan o eligen que permitirían asociar a los políticos con determinadas actitudes o características?

Es significativo el dato que se encontró en el propio semanario cuando realizó la caricatura de José Ellauri en el número 48 del 14 de junio de 1891, la cita dice lo siguiente:

Hemos tenido que adivinar, más que copiar, las facciones del Dr. Ellauri, pues la fotografía que de él pudimos conseguir (y que es la última que se hizo nos aseguran) data de once años atrás, tiempo más que suficiente para destruir un retrato y cambiar por completo la fisonomía de una persona ¡Sálvese el dibujante!<sup>22</sup>

Esta información revela una de las posibles formas que el dibujante accede a los rasgos del individuo a caricaturizar: la fotografía. También refiere a la dificultad de este método, las personas no se toman fotografías cotidianamente ni

---

<sup>22</sup> *Caras y Caretas* 1891 (Montevideo) Año II, N° 48, domingo 14 de junio.

todos los años ( Broquetas , 2011), pero es una práctica que se instaló en la sociedad y se convirtió en uno de los insumos para poder hacer el trabajo el dibujante. Por último la capacidad artística del caricaturista para captar los atributos de Ellauri a partir de una vieja fotografía y plasmarla en el semanario.

La caricatura de Adela Castell, escritora, educacionista y Directora de la Escuela de Aplicación que ilustró la portada del número 28 del 25 enero de 1891, también se realizó a partir de un grabado, copia de una fotografía de hace seis años. Esta aclaración e información la proporciona el propio Pellicer en la sección *Menudencias*.

La producción de caricaturas también implica una apropiación del personaje por parte de su creador, su marca registrada. Proceso por el cual el público reconozca al autor de la caricatura y el personaje caricaturizado. En la segunda época de *Caras y Caretas* hubo reclamos porque otros periódicos - *El Negro Timoteo* y *Montevideo Cómico* - utilizaron caricaturas producidas por éste y no lo explicitan al público. Luego detallaré sobre estas disputas cuando desarrolle las relaciones del semanario con el resto de la prensa en particular la prensa satírica y de caricaturas.

Uno de los objetivos de esta investigación es determinar cómo se posicionó el semanario en el escenario político, y se pretende evaluarlo a través de las caricaturas producidas por él. Recordemos que cada número contiene una caricatura en la portada y otras en las páginas centrales en un total de ocho páginas.

La imagen ocupa un lugar central en esta publicación. En la primera época se publicaron 85 números, esto implica unas 255 caricaturas que permitirán analizar y cuantificar personajes, eventos y acontecimientos que marcaron la agenda política de Montevideo a fines del siglo.

La metodología para realizar el abordaje analítico de las caricaturas, es decir su incidencia y posicionamiento en la escena política consistirá primero en un relevamiento cuantitativo de eventos y personajes políticos. Luego en la posibilidad de establecer intencionalidades u objetivos de los creadores del semanario al elegir caricaturizar determinados actores y hechos políticos. Por último seleccionaré determinadas caricaturas, que por su impacto o calidad, proporcionan información acerca de cómo participó el semanario en el debate político.

El primer número de *Caras y Caretas* tiene en la portada a Juan Carlos Blanco (Figura 10)

La elección de este individuo podría interpretarse como carta de presentación, ya que es una figura de amplio reconocimiento para el público, pero la quintilla que acompaña la imagen le imprime otra dimensión a la figura de Blanco. Imagen y palabras apelan a un dirigente político con cualidades singulares y con rasgos compartibles con otros dirigentes políticos.

Esta es la quintilla:

Prototipo del hombre inteligente  
Brilló como ministro y en el foro;  
Es constitucional muy consecuente,  
Y un orador tan bueno, que la gente,  
le llama pico de oro<sup>23</sup>

El semanario inicia su carrera periodística marcando una tendencia: elegir a un individuo con una trayectoria política peculiar ya que su actividad política estuvo marcada por conductas significativas. Pero, ¿quién fue Juan Carlos Blanco? ¿Por qué este individuo fue seleccionado para el primer número de *Caras y Caretas*?

---

<sup>23</sup> *Caras y Caretas* 1890 (Montevideo) Año I, N° 1, domingo 20 de junio.



Juan Carlos Blanco nació en 1847 y en 1870 obtiene su título de abogado. Fue diputado pero luego se desligó del Partido Colorado y formó el partido Constitucional. En 1881 pronuncia un “sobresaliente discurso en el cementerio cuando iba a darse sepultura al tipógrafo Fontán , asesinado por las turbas la noche en que fueron asaltados los diarios opositores. Al final , la oración fúnebre vino a convertirse en un formidable alegato condenatorio para los hombres que gobernaban el país” (Fernández Saldaña; 1945: 208) . También participó en la revolución del Quebracho en 1886 contra la dictadura de Santos y luego formó parte del Ministerio de Conciliación, promovido por el propio Santos. Asumió la cartera de Relaciones Exteriores por 52 días y, a decir de Fernández Saldaña, “duró bastante para cambiar los destinos de la República , colocándola en el camino de la reacción civilista”( 1954: 208). En 1888 fue elegido legislador y designado a una misión diplomática que no aceptó, decidió continuar con su cátedra de Derecho Civil.

Este personaje se destacó por su defensa de la libertad y la de prensa en particular en una época de censura y persecución que caracterizó al período militarista de Lorenzo Latorre y Máximo Santos. El episodio mencionado del asesinato de Fontán refiere al conocido método de amenaza e intimidación que sufrió la oposición , específicamente la prensa. Durante el período de Santos se promulgó una ley de Imprenta (1886) que actuaba como mordaza para la prensa y sobretodo castigaba con el destierro a los extranjeros que contravinieran las disposiciones de la nueva ley de imprenta<sup>24</sup> . Esta ley provocó una crisis política al renunciar cuatro ministros que se oponían a cumplir la nueva ley ; obligando al

---

<sup>24</sup> Eduardo Acevedo en *Nacional Historia. Desde el coloniaje hasta el año 1915* (1933:555) consigna: El general Santos se dirigió a la Asamblea General en demanda de una ley de imprenta que le permitiera actuar más eficazmente (...)

“No es posible permitir – decía a la Asamblea en octubre de 1886- que la impunidad, consecuencia de la ineficacia práctica de nuestra ley de imprenta, continúe cubriendo por más tiempo desahogos y amenazas personales, excesos y desmanes de todo género. No es posible permitir que la diatriba y la invención lleven diariamente al pueblo trabajador la alarma y la zozobra. (...) Bastaron al Cuerpo Legislativo cinco días escasos para dejar pronta la mordaza que pedía el Presidente.”

presidente Santos a eliminar los artículos que prohibían al periodista extranjero ocuparse de temas políticos.

La situación política era muy compleja; culminando con la la renuncia de Santos a su cargo de presidente.

Tal vez la caricatura de Juan Carlos Blanco para la portada fue una elección que buscó marcar la tendencia política del semanario. En una etapa de transición y consolidación de prácticas republicanas, caricaturizar a un individuo que condena “las mazorcadas y los empastelamientos de imprenta y las mordazas por vía administrativa o por vía legislativa” (Acevedo, 1933:554) puede interpretarse como una señal de estos periodistas, por un lado el marco de libertad en que deben desarrollarse el periodismo y por otro celebrar una forma de actuación política.

Este primer número está marcando el posicionamiento político del semanario, la caricatura de Juan Carlos Blanco funciona como una carta de presentación en la que se anuncia los contenidos que identificarán al periódico.

En los siguientes números por sus portadas desfilaran personajes públicos, de reconocimiento artístico, intelectual, y político, tales como Ángel Floro Costa, Juan Zorrilla de San Martín, José Pedro Ramírez, Francisco Bauzá, Luis Sambucetti, por mencionar algunos. La elección de estos individuos podría indicar la intención de reconocer el papel que desempeñan y cumplen estas personalidades de ambientes tan diversos pero imprescindibles para forjar una sociedad moderna. Esta tendencia de elegir para la portada personalidades de notorio reconocimiento público se mantuvo durante la primera época con la alternancia de algunas caricaturas vinculadas estrictamente al quehacer político.

A modo de ejemplo circularon las caricaturas de los ministros Carlos María de Pena, Manuel Herrero y Espinosa o Luis Eduardo Pérez. También personalidades que cumplieron funciones administrativas en cargos de confianza

política como el caso del Coronel Bernardo Dupuy, director del puerto; Enrique Gradín director de Aduanas, o el jefe de policía Fernando Quijano.

En esta primera etapa del semanario se observa que las caricaturas de las portadas mantienen la tendencia de representar personalidades públicas que por distintos motivos deben ser elogiados, criticados o manifestar cierto sarcasmo a través de las quintillas que acompañan la imagen.

No se advierte una intención de exponer en la portada a los personajes políticos de primer orden. No hay registro de caricaturas de Julio Herrera y Obes en la página delantera del semanario. Pero en las páginas centrales sí hay caricaturas del presidente y sus ministros de forma reiterada y tal vez podríamos calificarlas como insolentes o provocativas.

En un principio, en las páginas centrales las caricaturas refirieron situaciones problemáticas que afectaron a los montevideanos como el estado de los trenes, el tiempo, los servicios telefónicos, diversiones domingueras o la crisis económica financiera; conocida por los ciudadanos como la inconvención que fue un tema excluyente por meses. Esta modalidad concluyó el 19 de octubre de 1890. Fueron catorce números.

El número del 26 de octubre se ocupó de Tránsito López, un individuo que se hizo famoso por sus poderes curativos, fue protegido por Máximo Tajes ya que pasó de mayor en el Ejército a ser su médico de referencia. La doble página dedicada a este singular personaje alude a una sociedad crédula e ingenua frente a prácticas medicinales frecuentes y nada científicas.

Barrán en su obra *Medicina y sociedad en el Uruguay del Novecientos* analiza y describe acerca de los orígenes del poder médico y los cambios que registra la sociedad en asumir y aceptar esta nueva obsesión por la salud y el papel

central del doctor en su cuidado, vigilancia y dictado de pautas sanitarias que resultarán en una nueva sensibilidad cultural.

El historiador refiere que “desde el siglo XVIII con la instalación del Protomedicato en el Virreinato de Buenos Aires, solo tenían derecho a curar cirujanos y médicos. Sin embargo, ya en 1797, “ para aliviar a los habitantes de la campaña”, el Protomedicato autorizó a los curanderos a ejercer bajo ciertas mínimas condiciones” (1992 :29)

En la realidad, el autor, afirma que todos ejercían el poder de curar: médicos, cirujanos, farmacéuticos, flebotomos, curas párrocos, barberos, dentistas, homeópatas y curanderos. La clase médica del siglo XIX, no tenía el monopolio del saber científico, competían con el saber científico europeo los viejos saberes populares de origen indígena, español, portugués e italiano.

La caricatura de Tránsito López expone personajes y prácticas medicinales frecuentes, respetadas y aceptadas por la mayoría de los habitantes del Uruguay de fines del siglo XIX. Individuos conocidos y relevantes por su condición económica o política como Domingo Ordoñana, recurrieron y promovieron la actividad de curanderos; o como se los llamaba a determinados personajes “mano santa” “ saludador” o “ componedores de huesos”. Lo cierto es que todos se creían con derecho y habilidad para curar , incluso la familia especialmente la abuela o madre tenían un papel protagónico (Barrán; 1992: 36,39)

Esta realidad comienza a cambiar lentamente, primero en Montevideo y después en el Interior. Barrán (1992) sostiene que entre 1900-1930 la sociedad uruguaya se medicalizó. Es decir, el médico monopolizó el tratamiento de la sociedad las prácticas profilácticas del saber médico se popularizaron y buscó la preservación de la salud como aspiración suprema.

La caricatura del curandero López expone una sensibilidad distinta, crítica ciertas prácticas sanitarias y políticas que otorgaban poder a individuos de dudosa idoneidad.<sup>25</sup>

Asumo que los autores disfrutaron de esta caricatura, y pusieron en evidencia cierto carácter supersticioso de los montevideanos.

El número del 2 de noviembre de 1890 contiene las primeras caricaturas políticas: en la portada al ex ministro de Hacienda Carlos María de Pena y la caricatura central sobre la elección de representantes al Poder Legislativo.

Los siguientes ejemplares tienen como protagonista casi exclusivo al presidente Herrera y Obes y a los secretarios de turno en las páginas centrales. En todas las caricaturas el presidente tiene un papel preponderante y siempre aparece acompañado de un perro pequeño con la cabeza de Ángel Briand, secretario personal del mandatario.

El presidente es representado siempre de la misma manera y es su cabello – su jopo- el que recibe toda la atención y será el rasgo distintivo del personaje. Las caricaturas de Herrera y Obes comienzan a desarrollar entonces toda una secuencia de situaciones en las cuales se lo ve como un líder dominante, extralimitándose en sus funciones de estadista.

La primera caricatura de Herrera y Obes aparece en el número 17 del 9 de noviembre de 1890, es una representación pequeña y forma parte de una serie de viñetas sobre los sentidos; la figura del presidente refiere a la vista y al tacto.

---

<sup>25</sup> José Pedro Barrán (1992) registra diversos casos de personalidades públicas y políticas que recurrieron a curanderos o boticarios. Francisco Solano Antuña despidió a los doctores que atendían a sus hijos enfermos de escarlatina y recurrió al curandero Manuel Araucho. (p.45) El Presidente Juan Lindolfo Cuesta autorizó a Ramón Penadés a practicar curas por sugestión, contra la opinión de todo el cuerpo médico. (p.46) Juan Antonio Lavalleja acudió a un compañero de armas cirujano militar para tratar la salud de su hija Elvira (p.46).

A partir de esa fecha las caricaturas de referencias políticas son cada vez más frecuentes y tienden a concentrarse en Herrera y Obes. Incluso el tamaño de los dibujos varía, desde primeros planos a ocupar un espacio generoso de la página.

Una de las caricaturas que merece atención es la publicada el 16 de noviembre de 1890 denominada “El sufragio libre” (figura 11).

Esta caricatura hace alusión a los comicios generales a realizarse en noviembre.

En las páginas centrales del semanario se representó una mesa electoral en la que los ciudadanos y encargados del acto electoral son representados por gatos y alejados de la acción ratones observando y esperando para votar, pero contenidos por un gato.

La organización de los comicios generales de 1890 fue muy criticada por la oposición, porque desde que quedaron abiertos los registros cívicos en todo el país “los primeros cien asientos, destinados por ley para servir de base al sorteo de las Comisiones Inscriptoras y Jurados de Tachas, fueron llenados en todos los juzgados de Paz de Montevideo por cabos y sargentos, verdaderos o disfrazados, que marchaban por las calles a paso militar, [...] en cumplimiento de consignas que partían de la Casa de Gobierno” ( Acevedo,1934:493)

El historiador escribe que si bien las autoridades de los partidos tradicionales alentaron a sus correligionarios al cumplimiento de sus deberes cívicos, pero el fraude oficial acabó por enfriar a todos los entusiastas (Acevedo,1934:493)

La actitud de la oposición osciló en proclamar la abstención como lo hizo el Partido Nacional o deliberar a través de una comisión como el Partido Constitucional.

Los comicios generales entonces se realizaron en un contexto de fraude y abuso de poder y el responsable de todo este aparato es el gobierno y a su cabeza el Presidente Herrera y Obes. Recordemos la política de “influencia directriz” que justifica la injerencia del presidente en los aspectos políticos, como la designación de candidatos del partido gobernante, aunque implique despojar del derecho electoral a los ciudadanos.

En tiempos electorales esta imagen es significativa ya que alude a una práctica opuesta al título de la escena. La elección de gatos para representar a los delegados, electores y jefes departamentales organizando los comicios y en la que los ratones observan la acción, es una escena gráfica y graciosa. Pellicer y Schütz apelan a los gatos, animales con ciertas cualidades conocidas popularmente como la astucia y sagacidad, paradójicamente son los personajes encargados de velar y dar garantías a los ciudadanos en instancias electorales.

Esta caricatura inicia un periplo de crítica a las prácticas políticas efectuadas por el régimen de Herrera y Obes. Los siguientes números del semanario continuaron haciendo referencia a las elecciones de noviembre y al estilo político y administrativo del presidente caracterizado por no tener en cuenta a la opinión pública ni a las críticas de la oposición y la prensa.

Otra caricatura que impacta es la producida el 21 de diciembre titulada “Ni Koch la salva” (figura 12) en la que vemos a la República, representada como una mujer, siendo inoculada por el médico Koch y que el mal que la aqueja son bacilos que tienen la forma de Herrera y Obes. Esta imagen posee muchas connotaciones y proporciona información política, científica y cultural.

La interpretación política apunta a la situación que se encuentra el sistema republicano de Uruguay en esos tiempos: enfermo, atacado y débil. Y quien está

en condiciones de curar a la República es una figura reconocida internacionalmente: Koch, realizando un tratamiento científico e innovador. En esta segunda lectura observamos lo actualizado que están estos periodistas en cuanto a la divulgación de las técnicas de este médico alemán y sus descubrimientos sobre la tuberculosis. Por último los artistas no necesitan mencionar que a la que hay que salvar es a la República, ni explicar por qué se representa como una mujer. Estos son dispositivos iconográficos y culturales que la sociedad ya tiene incorporado, en los cuáles no se justifica especificar o clarificar que se quiere contar o decir. También es interesante todo el cuadro, la composición del tema; la República está recostada en una habitación en la que en una de las paredes se encuentra un cuadro que es exactamente igual a la caricatura “El Sufragio Libre” del 16 de noviembre. Esta podría ser la causa de la debilidad del sistema republicano, elecciones fraudulentas en las que votan los que tienen vedado este derecho como los soldados. Es una caricatura en la que contiene otra dentro que ya fue expuesta con anterioridad, la repetición de una acción. Es toda una lección contada sólo con imágenes, en la que apreciamos la función pedagógica de la caricatura y posiciones e intencionalidades de sus creadores.

A partir de este número las caricaturas de las páginas centrales tienen como protagonista indiscutible al presidente y sus ministros en numerosas acciones, como la reforma electoral, los vínculos con la oposición, la elección de ministros o la elaboración del presupuesto. Todas esas imágenes están indicando una postura política. Los nombres de algunas de estas caricaturas son elocuentes y se realizó una selección de las mismas que se adjuntan al apéndice iconográfico, los títulos de éstas a modo de ejemplo: “El corso político” (figura 13), “Los buitres” (figura 14), “El parto ministerial” (figura 15) “The Obes Company” (28/6/1891).

La caricatura “Los Buitres” del 22 de febrero de 1891, retoma el tema de la República mancillada por el elenco político. Es muy expresiva la imagen de la República, nuevamente representada como mujer, tendida en el suelo y se le ha caído el gorro frigio, acosada por buitres con la cabeza de los hombres del



gobierno. El buitre más cercano a la República es el Presidente Herrera y Obes, reconocible por su jopo, y le está arrancando el corazón. El otro personaje cercano a la mujer es Angel Briand intentando quitarle la ropa, y otra vez representado como un perro alado. Hay otros buitres cercanos a la acción y tienen la cara de los ministros del gobierno.

Pellicer y Schütz insisten en repetir esta imagen del sistema republicano vulnerado por las prácticas políticas del gobierno.

Otra caricatura seleccionada es “El Parto Ministerial” del 8 de marzo de 1891 del número 34; aquí se observa una habitación y al Presidente en una cama y acompañado de los ministros vestidos como comadronas atendiendo a los nuevos ministros como recién nacidos.

Los nuevos ministros de Gobierno, Fomento, Relaciones Exteriores, Hacienda y el de Marina y Guerra representado como un niño en un andador. No falta Angel Briand, que no se le ve el rostro pero se lo reconoce por el cuerpo de perro alado.

El cambio ministerial se produce, según Peter Winn, por la delicada situación que atravesaba el país:

“El desempleo y el descontento de las clases populares se intensificaron, y la emigración excedió a la inmigración. Para completar la catástrofe, el interior fue devastado por una severa sequía y la vegetación que sobrevivió a este infortunio fue casi destruida por una invasión de langostas. Además , una recesión en Europa redujo la demanda de la poca lana uruguaya [...]La inquietud política creció y rumores de un golpe comenzaron a circular una vez más.[...] el Ministro británico, que predijo como resultados finales el cese de pagos y posiblemente una dictadura militar” “( 2010 : 191)

Concluye el autor que en diciembre los tres ministros más respetados del gabinete de Herrera y Obes renunciaron, está refiriéndose a Blas Vidal, Juan Capurro y Carlos Berro.

Los responsables del semanario opinan y expresan sus ideas a través de las caricaturas del presidente Herrera y Obes y su elenco político. El formato y el medio elegido para tomar posición política lo constituye entonces la caricatura.

Entiendo que ciertas caricaturas del presidente, por su repetida exposición y las connotaciones con las que se identifica la imagen y función presidencial, pretenden por una parte generar espacios de reflexión en la comunidad de lectores o seguidores del semanario; pero también demuestra la existencia de un público con cierta predilección por consumir este tipo de imágenes.

Puede advertirse, en los primeros números del semanario, una selección de caricaturas que tímidamente atacan al gobierno, pero eso cambia hacia noviembre de 1890. La producción de caricaturas más críticas puede significar que Pellicer y Schütz percibieron un público ansioso por recibir caricaturas; permitiéndoles explotar este dispositivo iconográfico.

Durante la segunda época del semanario las caricaturas del Presidente y de sus prácticas políticas aparecen en los primeros números. Confirmación de un público capaz de celebrar este tipo de ilustraciones y de comprender las intenciones de los creadores del semanario.

A partir del número 17, en noviembre de 1890, la caricatura del Presidente fue un personaje constante y sistemático de *Caras y Caretas*.

El dibujo de Herrera y Obes no sólo se repitió más de veinte veces, sino que estuvo asociado a prácticas políticas cuestionables.

Las situaciones a las que referimos se vinculan a una forma de hacer política en donde el presidente tiene un papel preponderante y la ciudadanía subordinado a éste, él propio Herrera y Obes la denominó “influencia directriz”.

Esta doctrina la planteó en un mensaje a la Asamblea General en febrero de 1893, justificando el rol elector que debía tener el gobierno frente a una ciudadanía que se la consideraba inmadura para cumplir con sus derechos políticos. Esta concepción revela unas prácticas oligárquicas del gobierno de Herrera, se establecieron en cada departamento Juntas Electorales designadas por el poder ejecutivo y por lo tanto respondían a su voluntad. Debido al reducido número de electores era posible manipular y adulterar los resultados electorales. La injerencia del poder ejecutivo fue rotunda en las elecciones. Son varios los episodios que relatan maniobras de fraude, amedrentamiento y persecución durante estos años.( Acevedo,1933 : 636)

Estas acciones contribuyen a debilitar al reciente sistema republicano instaurado, luego de una dictadura militar y de una etapa de transición que estableció un gobierno legítimo con todas las garantías constitucionales. Herrera y Obes participó de esa transición como ministro de Tajes desarticulando los pilares del predominio militar como el batallón 5° de Cazadores y la Escolta Presidencial.

Pero una vez electo como presidente confeccionó todo un sistema en el cual la figura y el papel del gobernante fue sobresaliente. La ciudadanía y la oposición no tuvieron los espacios necesarios para fortalecer su ejercicio y función en el nuevo marco político de los noventa. La oposición encarnada en el Partido Blanco y o Nacional optó en una primera instancia por la abstención electoral aludiendo la falta de garantías, luego en 1897, durante la presidencia de Idiarte Borda, la revolución fue el recurso para lograr sus demandas.

En este contexto *Caras y Caretas* participó de la dinámica política, durante casi un año y medio; eligió criticar, ironizar y condenar las prácticas políticas del gobierno. La modalidad consistió en exponer al gobierno en situaciones comprometidas, resaltando la figura de Herrera y Obes como creador y ejecutor de dicha política exclusivista o presidencialista.

Son muchas las caricaturas que comprueban esta intención del semanario. Todas ellas de una gran calidad artística, en la que podemos reconocer a todos los personajes políticos por sus rasgos más típicos y en acciones políticas también advertidas por los consumidores del periódico. Como mencionamos anteriormente hay un personaje que acompaña siempre a las caricaturas del presidente que es Ángel Briand. Este individuo fue conceptualizado, en las caricaturas de *Caras y Caretas*, como un personaje obsecuente y siempre se lo identificó como un perro con alas y pequeño, adulator, atento a los pedidos de su “amo”. Ángel Briand fue médico, jefe político de Montevideo, vinculado al dictador Santos, director de *La Nación* y secretario de Herrera y de Idiarte Borda (Fernández Saldaña, 1945: 232). Como se ve fue un individuo cercano al poder y a los gobernantes de turno tal vez esa conducta generó el rechazo popular de su persona.

Supongo que debió ser significativo visualizar las noticias domingo a domingo luego de que en la semana se haya comentado determinado hecho político. Se produce una instancia de doble impacto; primero la acción discursiva del acontecimiento político y después la posibilidad de mirar la noticia de la semana que probablemente estuvo en boca de todos.

Los semanarios ilustrados instalan la posibilidad de que la sociedad pueda reconocer en las caricaturas a los protagonistas más destacados, y lo hace en dos formatos, a modo de retrato y en modo de relato o narración. La caricatura funciona como una vitrina en la que los personajes políticos se muestran y exponen permanentemente.

Las caricaturas de la portada corresponden a dibujos en los cuales el personaje está posando, es decir el personaje se presenta estático, acompañado de una quintilla para reforzar ciertas características del mismo.

En cambio, en las páginas centrales las caricaturas cuentan una acción. Los personajes dibujados están actuando, son parte de una historia que está impresa en dos páginas, tiene título y quintilla. Las caricaturas centrales tienen más relación con las viñetas o historietas por el espacio que ocupan y la inclusión de una acción, pero no hay diálogos entre los personajes.

De todas formas, se comprende perfectamente la intención de los autores: explicitar gráficamente prácticas políticas cuestionables: el abuso del poder, no ampliar las bases electorales y también identificar a los responsables. En lo posible que los consumidores del semanario reconozcan, visualicen a los políticos y sus trayectorias.

### **Segunda época de *Caras y Caretas* (1894-1897)**

La segunda etapa del semanario mantuvo las mismas características de la primera época: repite el nombre, el formato, la cantidad de páginas, venta por suscripción, se publica los domingos; podríamos afirmar que es el mismo producto que en 1890 salvo que los creadores son otros. En esta instancia encontramos a Arturo Giménez Pastor como director; y a Juan Sanuy, Charles Schütz, Manuel Correa, responsables artísticos en diferentes momentos.

Arturo Giménez Pastor fue “abogado y ejerció el periodismo en publicaciones de Montevideo y Buenos Aires. Fue también profesor de literatura americana y española y Profesor Adjunto de Literatura Argentina en la Facultad de Filosofía y Letras de la UNBA. Publicó varios libros de cuentos y algunos ensayos” (Romano, 2004:111)

Como ya explicamos en el capítulo primero, Pellicer abandonó Montevideo en noviembre de 1891 y se dirigió a Buenos Aires. De todas formas otras fuentes y referencias bibliográficas consultadas afirman que el publicista español fue el director responsable del semanario y se retira a la capital porteña en 1897 (Romano, 2004: 114)

En la segunda época se comprueba una colaboración más estrecha de otros caricaturistas como Demócrito y Heráclito<sup>26</sup>.

Continuando con el análisis de las caricaturas y el posicionamiento del semanario en estos años, lo primero que se debe señalar es que se publicará bajo la administración de Juan Idiarte Borda.

Idiarte Borda, presidente elegido de acuerdo a la influencia directriz luego de veintiún días de deliberación de la Asamblea General. Esta presidencia también se enmarca dentro del modelo oligárquico, afirmación que se refuerza por los continuos fraudes electorales durante estos años, especialmente el de noviembre de 1896 y que entre otras consecuencias produce el levantamiento armado de Aparicio Saravia en 1897.

Juan Idiarte Borda también perteneció al Partido Colorado y fue muy cercano a Herrera y Obes ya que integró el grupo “colectivista”, los amigos del ex presidente.

La lectura e investigación de los ejemplares, que comprendió estos años, 1894-1897, se organizó clasificando los contenidos en tres planos de análisis.

El primero corresponde a una clasificación temporal, identificar qué tipo de contenidos, específicamente de caricaturas, fueron divulgadas en cada año.

---

<sup>26</sup> Demócrito es el seudónimo de Eduardo Sojo y Heráclito de Manuel Mayol.

En una segunda instancia evaluar si las caricaturas producidas manifiestan alguna tendencia de marcar posición en el escenario político. En lo posible registrar el impacto de alguna de ellas, por posibles enfrentamientos o discusiones generadas.

Por último, el tipo de vínculos que se fueron estableciendo con el público y especialmente con el resto de la prensa. Identificar relaciones de solidaridad, rechazo, aceptación o censura, y cómo se manifiestan.

*Caras y Caretas* en 1894, fue el año de la reedición de una publicación reconocida y exitosa. Como ya se informó en páginas anteriores se mantuvo el formato y espíritu de la primera época. Se advierte una oposición más enérgica contra el régimen de Idiarte Borda comparándolo con el período de Herrera y Obes; en el segundo mes del semanario ya se encuentran caricaturas del presidente.

En el número 5, de abril de 1894 aparece la primera caricatura de Juan Idiarte Borda, caracterizado con una camiseta a rayas y generalmente llevando una boina. Esta será la forma que asumirá la representación del presidente en las sucesivas entregas. A partir de entonces durante todo el año la caricatura del presidente se aprecia en las páginas de *Caras y Caretas*. El personaje de Idiarte Borda aparece designando ministros, protagonizando situaciones ridículas, acompañado de Julio Herrera y Obes, hasta fue comparado con Luis XIV (figuras 18 y 19).

Cómo sucedió con su antecesor, el nuevo presidente fue objeto de permanente exposición y ridiculización. No se halló evidencia de actos de censura por parte del gobierno, lo que se encontró fueron dos denuncias o reclamos de censura hechas por *Montevideo Noticiosos* y *La Prensa* sobre caricaturas producidas por *Caras y Caretas* y *El negro Timoteo*, que ridiculizaban a figuras públicas y privadas. Estos episodios se analizarán en el siguiente capítulo.

En 1895, el segundo año, si bien se mantiene la producción de caricaturas de los principales dirigentes políticos, se destaca una serie de enfrentamientos con otros medios de prensa. Son distintos episodios protagonizados por el semanario con *Montevideo Noticioso*, *La Prensa* y *El Negro Timoteo*, que registran cierta disputa acerca de los métodos y dispositivos utilizados para comunicar y posicionarse en la escena política. Estos conflictos con dichos periódicos reafirman la noción de que uno de los espacios privilegiados de la discusión y enfrentamientos políticos fue a través de la prensa escrita. Las páginas de los diarios se convertían en escenarios ideales de combate político para toda una generación de políticos e intelectuales que apostaban a una modalidad *civilizada* de ejercer la rivalidad y la desavenencia.

El último año del semanario estuvo marcado por la producción de caricaturas referidas a los grandes periódicos que circularon por Montevideo, algunos de ellas elogiando periódicos y otras realizando una crítica implacable al accionar de algunos medios de prensa escrita. También eligieron caricaturizar en las portadas a referentes políticos como José Batlle y Ordóñez (figura 16) o Juan Lindolfo Cuestas (figura 17)

Durante toda la segunda época se registra un ataque sistemático al presidente Idiarte Borda, ministros y prácticas de gobierno incluso sus caricaturas si aparecen en la portada del semanario.

En cuanto a las caricaturas del presidente Idiarte Borda siempre se presenta como un individuo que no estaría a la altura de la investidura presidencial.

Esta impresión resulta tal vez por la forma en que es representado, acaso por su vestimenta. Silvia Rodríguez Villamil en “Vivienda y vestido en la ciudad burguesa” (1996) señala toda una preocupación por la apariencia exterior de hombres y mujeres a fines del siglo XIX. Era sumamente importante la cuestión de ver y ser visto, “para encarnar determinado rol, hombres y mujeres burguesas



debían presentar ante los demás (incluso ante ellos mismos) una imagen acorde con la posición social que ocupaban y con las concepciones dominantes sobre lo masculino y femenino” (Rodríguez Villamil, 1996:102). La autora también afirma que la apariencia física en el período 1870-1920, se construye y modifica según pautas ideológicas y culturales dominantes. Continúa expresando que es llamativa la cantidad de avisos e información sobre la moda que aparece en la prensa, desde vestimenta, perfumes, cosméticos, sombreros o peluquerías. El hombre elegante debía estar atento a una variedad de detalles: trajes, camisas, calzado, corbatas, guantes, bastones y sombreros. Hay referencia al cuidado de la barba y el cabello.

Reflexionando sobre estos aspectos, es muy significativo como es caricaturizado el presidente Idiarte Borda. Fernández Saldaña (1945) afirma que pertenece a una familia de inmigrantes vasco-franceses que se asentó en la localidad de Mercedes, departamento de Soriano. Hacia 1872 comienza a tener participación política, primero como Alcalde y luego integrando la Junta Económica Administrativa, siempre vinculado al partido colorado y llegó a diputado por su departamento en 1879. A partir de esta fecha siempre logró permanecer en los círculos políticos y luego en el grupo colectivista alineado a Julio Herrera y Obes.

Entonces Juan Idiarte Borda ocupó una posición social, económica y política destacable; pero en las caricaturas siempre se lo registra con una indumentaria que no está a la altura de dichas circunstancias. *Caras y Caretas* representó al presidente Idiarte Borda con boina, con chaleco o camiseta a rayas y unas falsas botas, especie de alpargatas con polainas. ¿Cuál fue la intención de dibujarlo de esa manera? ¿Qué se pretendía con repetir y reforzar el uso de la boina, la camiseta a rayas y las falsas botas? Analizando las caricaturas de Idiarte Borda se hace complejo identificarlo con la máxima figura política. Las imágenes remiten a los inmigrantes, generalmente los fusionan a todos como gallegos o vascos, no reconociendo las diferencias de origen y diversidad lingüísticas.

Una posible interpretación podría estar indicando su trayectoria política, recordemos que la Asamblea General deliberó 21 días para elegir presidente; Idiarte Borda es el candidato de Herrera y Obes; fue elegido por esta razón más que por sus condiciones naturales de líder político. Para Peter Winn ( 2010) la elección presidencial de 1894, en que fue elegido Idiarte Borda, simboliza una renovada inestabilidad política ,en contraste con la fácil victoria de Julio Herrera de 1890. También sostiene que Idiarte Borda carecía tanto de los recursos financieros como del talento político de su predecesor.

Otra particularidad de las caricaturas de Idiarte Borda es que generalmente está acompañado por el ex mandatario Herrera y Obes. La figura de éste último como una sombra, un tutor del actual Presidente, en ocasiones visible y cercano, en otras más alejada, pero siempre presente. La permanente exposición de Idiarte Borda junto al ex presidente podría señalar un rasgo del sistema político basado en el clientelismo, patronazgo y soborno (Winn, 2010 : 240)

Los caricaturistas están señalando lo que muchos comentarían: el poder político que aún poseía Julio Herrera y Obes y la falta de personalidad y carácter de Juan Idiarte Borda. La continua producción de caricaturas referidas a estos asuntos es tomar posición política, es criticar prácticas y modelos políticos en una época en la que se comienza a reivindicar la democratización y ampliación electoral.

Esta investigación no encontró reclamos de censura por parte de las figuras políticas implicadas directamente, ya que fueron constantemente atacados y cuestionados por la prensa en general y en particular por la prensa satírica y de caricaturas.

Sin embargo, Cerda Catalán (1965) escribe que hubo un proceso judicial contra *La Carcajada* iniciado por Evaristo Ciganda por la forma en que el semanario se refirió a su persona como “diputado trasandino”, calificativo que

cuestionaba su ingreso a la cámara de Diputados. Este incidente se publicó en *El Siglo* en 1897.

*La Carcajada* fue un impreso dirigido por Pedro Washington Bermúdez, hijo del creador del famoso *El Negro Timoteo* y se publicó por dos meses hasta el decreto de censura de marzo de 1897 del gobierno de Idiarte Borda. El semanario se definió como una publicación literaria, jocosa y política. Cerda Catalán señala otro enfrentamiento ocurrido en 1903 entre *La Tribuna Popular* y *The Monigoty* (1903), el conflicto se desató porque el periódico acusó al semanario satírico de promover y alentar la candidatura de Batlle.

La prensa fue espacio privilegiado para denunciar o comunicar conflictos entre el mundo del periodismo y el elenco político y entre la llamada prensa seria y satírica. Cerda Catalán sostiene que la prensa seria no dio importancia ni categoría a los periódicos satíricos, sí señala que se anuncia en sus páginas la salida de algún semanario o los contenidos de su próximo número.

El historiador Pivel Devoto expresó su opinión sobre la relación entre la prensa y la administración de Herrera y Obes:

“El gobierno de Julio Herrera y Obes fue sumamente difícil. Era un momento de crisis económica para el país [...] sequías, epidemias, langosta. Como siempre ocurre en estos casos el gobierno tenía la culpa de todo. Nadie vio entonces, lo que se había ganado: el régimen de garantías civiles, el respeto a los derechos individuales, la amplia libertad (a veces desenfrenada) de la prensa, el sentido generoso con que Julio Herrera y Obes ejerció su influencia gubernamental llamando al gobierno a hombres que no eran partícipes de sus convicciones políticas; o le eran personalmente desafectos [...] La opinión pública, que él llamó alguna vez cortesana versátil, le fue adversa” (1973: 55)

El historiador también afirmó que la actitud de Herrera y Obes fue una “conquista invisible” de su administración “su impasibilidad estoica frente a los abusos de la prensa, frente a los ataques terriblemente intensos de la oposición, tenía como finalidad dar la sensación clara de gobierno civil” (Pivel Devoto; 1944: 449)

Es significativa la apreciación de Pivel Devoto, sobre todo el adjetivo que usa sobre la prensa: “desenfrenada”, la prensa actuó sin freno, sin consideración sobre la gestión del presidente Herrera. El historiador realiza un análisis ponderando las dificultades que tuvo que enfrentar Herrera y Obes en un contexto adverso pero que logró imponer transformaciones necesarias para el país. El historiador parece más molesto que el propio Herrera sobre la acción que ejerció la prensa escrita sobre su gestión.

Peter Winn en cambio presenta la siguiente opinión sobre de las presidencias de Tajés, Herrera y Obes y Borda, y de las interpretaciones de ciertos historiadores uruguayos como la de Pivel Devoto:

“La venalidad de los políticos uruguayos, con su déficit de presupuesto y su creciente endeudamiento público, solo reflejaba la naturaleza del sistema político que esos líderes políticos habían heredado y en el cual actuaban. Máximo Tajés y Julio Herrera y Obes, los hombres que condujeron a Uruguay durante este período, son justamente alabados en los libros de historia uruguaya por haber hecho retornar a la nación al gobierno civil y terminar los conflictos interpartidarios a través de los gobiernos de conciliación. Ambas fueron victorias costosas” ( 2010: 226)

Fernández Saldaña cuando reseña sobre Alcides Montero, ministro de Hacienda entre agosto de 1890 y marzo de 1891, escribe lo siguiente: “ El presidente Herrera y Obes lo llamó (...) para integrar el gabinete , confiándole la –

en aquellos momentos- ingratisima cartera de Hacienda (...) Montero encaró los tremendos problemas que planteaba una intensa crisis en forma que tal vez no la hubiera hecho un financista “gran modelo” colaborador eficaz en los planes del presidente Herrera, enderezados a conservar el régimen metálico, sustrayendo el país –como se sustrajo a la bancarrota y al curso forzoso, el ministro hubo que compartir críticas acerbas y ataques desconsiderados hasta el día de su dimisión” (1945: 845). Alcides Montero fue uno de los personajes preferidos por el semanario, fue un protagonista asiduo en las páginas de *Caras y Caretas* y le inventaron un apodo: el ministro *Lapa*, recordemos que este término alude a un molusco que se aferra a las rocas y también a personas excesivamente insistente e inoportuna. Este individuo no sólo tuvo que enfrentar la crisis económica y financiera que sufrió el país en los 90, adoptar medidas impopulares sino que además la exposición pública a través de las caricaturas.

La primera caricatura que protagoniza el ministro Alcides Montero fue la del 28 de diciembre de 1890 y comparte la escena con la danzarina de *Caras y Caretas*, la acción está centrada en la renuncia tan esperada del ministro.

El 25 enero de 1891 la caricatura central corresponde al ministro de Hacienda y lo acompaña la siguiente quintilla:

Aunque hacen fuerza gigantes

Sus fuerzas no son bastantes

Pues esa “lapa” tremenda

No la arrancan de la Hacienda

Ni cien yuntas de elefantes.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> *Caras y Caretas* 1891(Montevideo) Año II, N° 28, domingo 25 de enero.

Como se observa hay siempre una complementariedad entre imagen y palabra, práctica que se desarrolla durante toda la existencia del semanario. En realidad esta modalidad se despliega en todos estos formatos de publicación satírica que combinan imagen y palabra.

Esta caricatura fue elogiada por *Le Courrier Françoise*, en el número 30 correspondiente al 8 de febrero de 1891 Pellicer escribió:

Damos las gracias a *Le Courrier Françoise* por el encomiástico suelto que dedicó a nuestro número anterior.

La modestia nos obliga a rechazar sus elogios por inmerecidos.

En cambio no hemos recibido de don Alcides ni una sola frase de felicitación por dicho número.

¡Que diversidad de pareceres hay en el mundo! <sup>28</sup>

La provocación política también se registra en este testimonio, no solo se ridiculiza al ministro con la caricatura, sino que se lo anima a replicar.

No tengo indicios de que el Sr. Alcides Montero haya realizado alguna manifestación al respecto.

De acuerdo a lo investigado y analizado es posible determinar entonces el posicionamiento político del semanario. Se puede afirmar que fue a través de la producción y difusión de sus caricaturas políticas que *Caras y Caretas* logró por un lado adquirir visibilidad y reconocimiento del público.

---

<sup>28</sup> *Caras y Caretas* 1891(Montevideo) Año II, N° 30, domingo 8 de febrero.

Formó parte del debate político y buscó tomar posición en los temas más significativos de la agenda política del momento por la permanente exposición que las caricaturas hicieron de los gobernantes y de sus prácticas políticas.

La ciudadanía tiene la oportunidad de apropiarse de un conjunto de imágenes que se presentan en dispositivos de fácil manipulación y acceso, como es el semanario, habilitando un consumo masivo de las caricaturas políticas. A su vez esta particularidad del formato y difusión de las ilustraciones permite crear o amplificar espacios de reflexión y discusión que contribuyen a democratizar las prácticas políticas.

### **Posicionamiento del semanario en el panorama de la prensa y prensa satírica de la época; recibimiento y repercusiones.**

En la primera etapa del semanario la relación establecida con el resto de la prensa fue de respeto y cordialidad. Se logró evidenciar estos vínculos durante la lectura y análisis de *Caras y Caretas* agradeciendo los saludos y corroborando en otros medios de prensa como *El Día*, *La Razón*, *La Época*, *El ferrocarril*, que efectivamente escribieron y saludaron al nuevo periódico. A modo de ejemplo transcribimos algunos saludos contenidos en los diarios mencionados:

Diario de la mañana *La Época*.

Miércoles 23 de julio 1890.

Noticias. Por falta de espacio hubo que retirar ayer de esta sección entre otras noticias, el saludo que dirigíamos a este ameno e interesante periódico dirigido por don Eustaquio Pellicer, periódico que anunciamos aparecería el domingo próximo pasado.

*Caras y Caretas* es una publicación digna de la protección de público. Escrito con verdadero humorismo, se hace leer desde la primera a la última página (incluso avisos)

Deseamos larga vida y mucha prosperidad al nuevo semanario ilustrado.<sup>29</sup>

*El Día*

Sábado 12 de julio 1890.

Hemos visto el programa anuncio del semanario festivo *Caras y Caretas* que aparecerá el domingo 20 del mes actual. A juzgar por el solo programa que hemos leído, D. E. Pellicer, su director, piensa mantener la hilaridad de sus lectores semana a semana, con chiste y gracia.

*Caras y Caretas* ilustrada por los dibujantes Schütz, Demócrito , Heráclito y Sanuy y en su redacción formarán parte Luís Cardozo , W. Bermúdez, Daniel Muñoz , Samuel Blixen, Alfredo Duhau, Alfredo Castellano, José Artol, Ricardo Usher Blanco y algunos otro más que calla Pellicer por no copiar íntegro el censo de la población.

Anticipamos la bienvenida a *Caras y Caretas* <sup>30</sup>

*El Ferrocarril,*

En Noticias Generales

Hemos recibido el 1º número del semanario que lleva por título *Caras y Caretas*. Bien impreso, con buenos grabados y amena y chispeante redacción, el nuevo colega atrae desde luego las simpatías, llenando a la par en la prensa local un hueco importante.

---

<sup>29</sup> *La Época* 1890 (Montevideo) Año IV, N° 941, 23 de julio.

<sup>30</sup> *El Día* 1890 (Montevideo) Año I, Segunda época, N° 164, 12 de julio.



Devolvemos el saludo dominical periódico y le deseamos muchas y productivas suscripciones<sup>31</sup>

A su vez *Caras y Caretas* agradece los saludos de bienvenida y prosperidad en la sección “Menudencias”.

Se advierte toda una serie de relaciones entre los periódicos, periodistas y afines al oficio de las publicaciones impresas. Cuando se edita un diario se anuncia la inminente publicación en otros diarios y éstos comunican la noticia, la comentan y luego auguran éxitos. El nuevo periódico en sus páginas agradece los saludos y devuelve la atención recibida nombrándolos, individualizando cada impreso que lo mencionó y felicitó. También es la prensa la elegida para informar sobre cambios de dirección o día de edición que otro periódico necesitó avisar a sus lectores. La prensa es el medio para notificar los contenidos que determinado ejemplar publicó en números anteriores o dispondrá en próximas ediciones.

Igualmente es a través de los diarios que se oficializa el cierre de un periódico o el cambio de propietarios.

Asimismo, la prensa escrita es el medio por excelencia para difundir noticias y crear corrientes de opiniones en ésta época.

Cuando se editó en 1890 *Caras y Caretas* no había en ese momento en el mercado otros periódicos con características similares, sí antes habían circulado publicaciones satíricas nacionales y extranjeras. Hacia 1894, segunda época del semanario, si compartió el mercado con *El Negro Timoteo* y *Montevideo Cómico*.

Sólo se encontró una mención acerca de la posibilidad que surgiera un periódico de caricaturas para hacer la competencia a *Caras y Caretas*, en el número 18 del 16 noviembre de 1890 Pellicer en la editorial “Zig-zag” escribe:

---

<sup>31</sup> *El Ferrocarril* 1890 (Montevideo) Año XXII, N° 6336, 21 de julio.

En las oficina de *Caras y Caretas* reinan desde hace cuatro días, la tribulación más desesperante y el mayor de los desconsoles. En un lado, el redactor se mesa con saña el bigote y se retuerce violento sobre la silla, como si tuviera un acto electoral atravesado en el epigastrio.

En otro lado el dibujante profiere interjecciones en francés y se come el lápiz en mordiscos de rabia. Cerca de ellos, el administrador estruja con manos crispadas los recibos pendientes de cobro, mientras empapa en llanto todo lo que encuentra debajo de los lagrimales (...) Y todo ¿por qué? Por un simple suelto aparecido en *La Nación*, anunciando la próxima salida de un periódico que se pondrá frente a frente del nuestro. (...) Vean ustedes con cuanta facilidad se priva de la subsistencia a una porción de familia y cuan insegura es la base en que el periodista asienta sus esperanzas. (...) Casi nos han aplastado ya sólo con el título que dicen llevará el nuevo colega. Parece que no y eso de llamar *Represalia* a un periódico festivo predispone a la risa de un modo atroz. Agréguese a esto que la publicación será patrocinada por el Gobierno, según rumores ¡échense a medir el alcance de nuestra desgracia! ¡No hay competencia posible!<sup>32</sup>

Cómo se puede apreciar en esta editorial se escribe sobre un rumor; la posibilidad que se publique un periódico que compita con *Caras y Caretas* financiado por el Gobierno. El periódico no existió pero si es probable la inquietud que provocó el semanario de Pellicer y Schütz en filas del gobierno.

Esta preocupación en el gobierno por un periódico de caricaturas políticas se debió tal vez al reconocimiento y difusión que estaba teniendo el semanario en la

---

<sup>32</sup> *Caras y Caretas* 1890 (Montevideo) Año I, N° 18, domingo 16 de noviembre

sociedad. Una comunidad que comienza a acostumbrarse y aceptar la circulación de caricaturas políticas, entre otras imágenes impresas, como material de consumo. Ese número además contiene en las páginas centrales la caricatura “El Sufragio libre”, comentada anteriormente.

También se encontró en el propio semanario referencias a nuevos emprendimientos periodísticos, lo saludan y felicitan. Podríamos pensar en posibles competencias pero lo cierto es que se anuncia y publicita a la novel publicación.

En junio de 1891 *Caras y Caretas* publicó:

Hemos recibido el primer número de *La Avispa* semanario político que justifica su título porque pica como el insecto de su nombre. (...) Hacemos votos porque pueda zumbarnos mucho tiempo al oído.

Otro ejemplo de publicar noticias sobre otros impresos, en julio de 1894 *Caras y Caretas* informó:

Hemos recibido el último número de la *Ilustración Sudamericana* y se la recomendamos a ustedes porque viene interesantísimo y es barata.

Una característica en el mundo del periodismo de esta época es la red de solidaridad que se entabla entre sus integrantes. Es probable que hubiera rivalidad pero también colaboración entre los distintos impresos que circularon en Montevideo.

Cuando *Caras y Caretas* cumplió su primer aniversario diversos diarios saludaron el acontecimiento

El diario *El Día* publicó el lunes 20 de julio de 1891:

Ayer cumplió un año de existencia el popular semanario de caricaturas *Caras y Caretas*, que dirige Eustaquio Pellicer. La buena redacción y la especialidad en los dibujos de Schütz, han logrado dar vida propia a tan interesante semanario.

Deseamos que la prosperidad de *Caras y Caretas* siga en progreso creciente.

*La Época* el 21 de julio de 1891 también celebró el aniversario y expresó:

Este interesante semanario se ha publicado bajo la competente dirección de nuestro amigo don Eustaquio Pellicer y que cuenta con la cooperación del habilísimo dibujante Sr. Schütz, ha cumplido su primer año de existencia...ha conseguido en tan poco tiempo elevarse a una altura desconocida hasta ahora en los periódicos de su índole. Entretanto enviamos nuestro saludo al colega deseándole muchos años de vida próspera.<sup>33</sup>

Ambas citas coinciden en elogios y reconocimientos, destacando la popularidad del semanario.

Durante la segunda etapa en un principio los vínculos entre los colegas de la prensa denotan respeto por el trabajo realizado, luego se tornan tensos y conflictivos. Especialmente con *El Negro Timoteo*, *La Prensa* y *Montevideo Noticioso*. El primero podría explicarse por la competencia ya que ambas publicaciones comparten características y público. En el caso de los segundos son dos medios de prensa muy cercanos al presidente Idiarte Borda y posiblemente respondan a sus encargos de enfrentarse y criticar la conducta o línea política del semanario *Caras y Caretas*.

---

<sup>33</sup> *La Época* 1891 (Montevideo) 21 de julio

No se encontró en el resto de la prensa consultada referencias a los conflictos que se instalaron entre *Caras y Caretas*, *El Negro Timoteo*, *Montevideo Noticioso* y *La Prensa*. En este capítulo solo mencionaré los enfrentamientos ya que el análisis se profundizará en el próximo.

El enfrentamiento con *La Prensa* es a partir de una caricatura que publica *El Negro Timoteo* y cuando el primero critica dicha imagen no precisa quién lo realiza, sólo escribe “un periódico de caricaturas” provocando que *Caras y Caretas* se moleste por esta situación.

El otro conflicto que se establece es con *Montevideo Noticioso*, este último reclama que se censure al semanario por una caricatura como se hizo en Buenos Aires. *Caras y Caretas* replicó enérgicamente esta posibilidad.

En cuanto a la difusión de caricaturas, imágenes o noticias, se encontró esta referencia en la sección *Menudencias* del 23 de junio de 1895:

Un periódico *Montevideo Cómico*, en su número del domingo pasado en la sección “Mostacillas” once *Menudencias* copiadas de los N° 64 y 65 de *Caras y Caretas* 1ª época sin indicar procedencia. Va siendo fácil, con los moderno procedimientos redactar periódicos. ¿Eh? <sup>34</sup>

*Montevideo Cómico* fue un periódico de caricaturas, formato similar al de los periódicos satíricos que circularon por Montevideo a fines del siglo XIX. Su propietario Juan Sanuy que también participó anteriormente como dibujante en *Caras y Caretas*.

Como se aprecia, la denuncia es contundente porque identifica al periódico y critica una forma de hacer periodismo que probablemente fue frecuente: copiar

---

<sup>34</sup> *Caras y Caretas* 1895 (Montevideo) Segunda época, N° 69, domingo 23 de junio.

la información o imágenes de otro y publicarla como propia. En este caso no pasó inadvertida y se denunció públicamente. El medio para hacer efectivo el reclamo fue la prensa.

En julio del mismo año, 1895, en el número 71 se lee lo siguiente:

Nuestro colega *El Negro Timoteo*, se ha servido en una de sus últimas caricaturas de la figura cómica que hasta ahora empleara nuestro artista para caracterizar a Abella y que por lo tanto es propiedad de *Caras y Caretas*.

Aunque ella es bien conocida, como tal del público y en el dibujo del colega los menores detalles (el detalle de don Julio en la hebilla del cinturón, etc.) están reproducidos exactamente, no creemos que este demás indicar la procedencia del tipo, como lo hizo lealmente *Caras y Caretas* cuando copió a *Don Quijote* la caricatura del presidente argentino poniéndole en letra bien clara con permiso de *Don Quijote*. Lo dicho reza para otro periódico, el *Montevideo Cómico*, que ha copiado con igual exactitud y en las mismas condiciones, nuestras caricaturas de don Epifanio y don Clodomiro. Esto de que nos copien es muy halagüeño para nosotros pues que nos declara maestros en el género, pero...no nos conviene de veras<sup>35</sup>.

Nuevamente encontramos registros de críticas y relaciones ríspidas entre los colegas de periódicos, en este caso de sátiras y caricaturas.

La molestia de los creadores de *Caras y Caretas* se debe a que se utiliza caricaturas de su propiedad y no se comunica al público. El derecho de autor es lo que enfrenta a estos artistas- periodistas. La denuncia identifica a los periódicos

---

<sup>35</sup> *Caras y Caretas* 1895 (Montevideo) Segunda época, N° 71, domingo 7 de julio.

que usan y apropian del trabajo artístico no aclaran a quiénes pertenecen y agregan que si bien es un reconocimiento para *Caras y Caretas* “no les conviene”.

La acusación puede interpretarse también como una competencia entre las publicaciones que comparten características formales, periódicas de sátiras y caricaturas, y por lo tanto público. Pero se observa ciertas prácticas y códigos propios del mundo del periodismo que no siempre fueron respetados.

La caricatura pertenece a su creador, el artista produce y se apropia de una forma de representar, que luego será identificada y reconocida por el público.

También hubo alusiones y referencias hacia otros medios de prensa, del interior de la República, pero que indican relaciones de cordialidad.

En enero de 1895 se publicó:

Nuestro colega *El Plata* de Guadalupe ha dedicado en varios números elogiosas frases a nuestra publicación transcribiendo algunas de las producciones y siluetas de hombre políticos publicados en ellos.

Mil gracias.<sup>36</sup>

La primera observación es el alcance y difusión del semanario, en este caso se lee en Canelones, es decir la expansión sobrepasa los límites de Montevideo. Esta realidad podría indicar por un lado el hecho que determinadas publicaciones tenían una difusión geográfica más amplia sobrepasando el espacio de origen de la misma, y por otro el reconocimiento que algunos impresos lograron poseer por su acción periodística o calidad artística reflejando una aceptación y recepción pública muy amplia. En el caso de este periódico; *El Plata*, reproduce siluetas de hombres políticos aparecidas en *Caras y Caretas* lo que posiblemente estaría

---

<sup>36</sup> *Caras y Caretas* 1895 (Montevideo) Segunda época, domingo 13 de enero.

sugiriendo coincidencia con las intenciones del dibujante al caricaturizar al elenco político. Otra vez la re exposición de algunas caricaturas políticas señala posicionamiento político, se opina a través de la imagen, de las caricaturas políticas

Otro ejemplo sobre el alcance geográfico de *Caras y Caretas* se halló en el ejemplar de octubre de 1895, también en la sección *Menudencias* en la que dice:

*La Prensa* de Salto y *El Argos* de Durazno dedican elogiosas frases al anterior número de nuestro semanario, reproduciendo algunas producciones de él. Damos mil gracias a los colegas.

Y ya que de gracias se trata, cumplimos darlas al Sr. Santini, que con su hermoso retrato del Sr. Acevedo Díaz nos dio ocasión de hacer unas caricaturas tan elogiada (lo digo ruborizándome) como la del n° del domingo pasado<sup>37</sup>.

La circulación del semanario por pueblos y ciudades del país propició una red de vínculos que, sirvió para producir caricaturas, en este caso la de Acevedo Díaz a partir de su retrato enviado a la redacción. Hay una retroalimentación de información e insumos iconográficos, que tiene por consecuencia la creciente circulación de imágenes.

¿De qué medio se valió el semanario para alcanzar ciudades tan lejanas de Montevideo? Fue el Correo el medio utilizado para distribuir los ejemplares de *Caras y Caretas*. La venta de los números por suscripción, al igual que en Montevideo.

En la sección *Menudencias* encontramos las referencias a la expansión geográfica de *Caras y Caretas* y también a las dificultades para que los suscriptores accedan al semanario. Ya en la primera época del semanario se

---

<sup>37</sup> *Caras y Caretas* 1895 (Montevideo) Segunda época, N° 86, domingo 20 de octubre



encuentran menciones acerca de los obstáculos que debió sortear porque no siempre los ejemplares llegaban a destino. El responsable de esta situación según lo declarado por el semanario fue el Correo y este periódico se encargó de notificarlo continuamente a sus lectores. Estas denuncias podrían revelar cierta animosidad por parte del servicio estatal hacia la publicación o simplemente un servicio ineficiente. Si bien no podemos determinar si existió manipulación por parte de las autoridades del Correo sobre la distribución del semanario es bien interesante constatar que el público de *Caras y Caretas* superó los límites de la capital y por tanto el alcance de su propuesta.

De todas formas, llama la atención la cantidad de veces que reclaman al Correo, el énfasis y estilo que utilizan en las mismas.

El primer reclamo aparece en el número 17 correspondiente al 9 de noviembre de 1890 y dice lo siguiente:

¡Qué escándalo! Nada menos que tres paquetes de periódicos correspondiente a los números 12, 14 y 15 se han eclipsado a los ojos de nuestros Agentes.

Además de esto, cinco suscriptores nos reclaman varios números de los que remitimos directamente.

Señor Herrera: diga V. á sus empleados que nuestra administración está dispuesta a regalarles un ejemplar o dos , o los que pidan , con tal de que lleguen á su destino los que se depositan con este objeto.

Hasta ahora estuvimos dejando seis ejemplares de arriba para que los empleados no tuviesen necesidad de leer en los de los suscriptores, pero por lo visto, quieren algunos más para hacer colecciones y desearía saber los que necesitan para servirlos, hasta de cabeza, si creen que es el medio más rápido.

¿Tendrá V. esa bondad?

¿Me echará usted en olvido?

¡Se lo pido! ¡Se lo pido!

Con mucha necesidad

Esta acusación escrita en el semanario permite realizar algunas deducciones; la primera notifica cuántos ejemplares y números de *Caras y Caretas* se perdieron o no llegaron a destino.

La segunda consideración es que la queja va dirigida directamente al director del Correo: Cipriano Herrera, responsable del funcionamiento del servicio. Por lo tanto esta dificultad en la difusión y distribución del semanario revela una situación de irregularidad en el ejercicio de la libertad de prensa y expresión.

Los reclamos al Correo comienzan en noviembre, mes en el cual observamos una tendencia mucha más crítica hacia la política emprendida por el gobierno.

Es el mes de las elecciones para candidatos a diputados y senadores de la República, lo que es un agregado extra en las ya tensas relaciones entre el gobierno y la oposición.

El Correo no se dio por aludido ni desmintió lo ocurrido, sino que probablemente continuó actuando de la misma forma porque a la semana siguiente el semanario volvió a escribir que algunas localidades no recibieron los ejemplares enviados.

Esta semana no nos han reclamado números, más que de Fray Bentos, Santa Lucía, Minas, Colón y Cerro Largo. Teniendo en cuenta que otras semanas se *perdieron* paquetes enteros, no podemos por menos

de hacer público este relevante progreso que se manifiesta en la fidelidad de la Administración de Correos.

Dentro de poco vamos a tener que dar patente de honorables a los funcionarios públicos que no sustraigan más que las dos terceras partes de las cosas que se les confíe<sup>38</sup>.

Nuevamente con un estilo irónico Pellicer comunica a su público las complicaciones que tiene para que el periódico sea leído por sus suscriptores pero que la distribución del mismo mejoró y agradece a los funcionarios del Correo. El público participa de toda esta situación irregular e interna del semanario con la Administración del Correo. Hay una intencionalidad por parte de los responsables de la publicación en que esta situación adquiera visibilidad y conocimiento público. Posiblemente se esté denunciando una práctica frecuente con la prensa opositora o de cuestionamiento al gobierno, es en realidad una práctica netamente política que castiga y perjudica la libertad de prensa.

Los reclamos al Correo vuelven a reiterarse el 30 de noviembre y el 7 de diciembre; en 1891 el 11 de enero y 1 de febrero.

Durante la segunda época del semanario las denuncias al Correo se registraron el 1 de abril de 1894 por la falta correspondiente al número 4 del 18 de marzo. Pero en 1895 las críticas y reclamos al servicio de Correos son más numerosas. El 27 de octubre de 1895, el número 87 expresa:

¡Correo!

¡Es que se nos acabó la paciencia! Y para que el público vea á que grado de desquicio llega una repartición pública en todas partes digna de respeto, cuando la soldada ha puesto á hombres ineptos y la impunidad protege á empleados demasiados aptos para la prestidigitación publicamos aquí las siguientes cartas cuyas

---

<sup>38</sup> *Caras y Caretas* 1890 (Montevideo) N° 18, domingo 16 de noviembre.

originales obran en nuestro poder, manifestando rudamente los perjuicios que irroga una administración vergonzosa a los desgraciados que tienen que servirse de lo que nuestra benevolencia llama un Correo.

Advirtiéndole que todos los sábados a la tarde, van al correo los paquetes para el servicio de la suscripción de campaña que pagamos religiosamente el franqueo de ley.

Lascano, julio 2 1895.

Sr Administrador:

Ahora paso a comunicarle que desde el número 62 en adelante no he recibido el semanario.

También del mes de mayo a un suscriptor le faltaron dos números que son el 63 y 64 y en el mes de junio le faltaron a otro el 68 y 69 que me reclama.

Queda a Ud. , siempre atento y S.S.

Estanislao M. Cambre.

Pando, octubre 14 1895.

Sr. Administrador de *Caras y Caretas* Muy Sr. Mío. En el paquete de ayer me faltó un número de *Caras y Caretas*. Así es que servirá enviármelo sin más lo saludo. SSS

L.S Bejerros.

Rosario, junio 27 de 1895.

Sr Administrador *Caras y Caretas*.

También espero me mande a vuelta de correo el número 68 de *Caras y Caretas* que todavía no he recibido.

José Bransi.

Colonia, agosto 20 1895.

Sr Director: Hoy recibí el paquete de *Caras y Caretas* número 77 en el que vinieron nada más que dos números para los suscriptores del número 76 también me llegaron sólo dos números. Espero me mande los que faltan.

Melchor Advell.

Rivera, octubre 20 1895.

Sr. Administrador *Caras y Caretas*.

Participa Ud. Que se han borrado de la lista de suscripción los suscritores que había en ésta a *Caras y Caretas* y esto es debido a las irregularidades en el recibo del periódico. Siento sobremanera este hecho que priva a esta agencia de la representación del mejor semanario de caricaturas.

SSS Estanislao Martell.

Los reclamos proceden de diversas localidades y algunas de ellas como Rivera muy lejanas a la capital. Las quejas van dirigidas a la administración del semanario y coinciden en la falta de ejemplares en los paquetes enviados y recibidos por las agencias. El periódico identifica al Correo como el responsable de esta irregularidad y decide publicar esta situación que se convirtió en una práctica frecuente. Las dificultades en la distribución de *Caras y Caretas* generaron la cancelación de suscriptores en Rivera, un problema económico a las siempre comprometidas finanzas de la revista. Interesa señalar el elogioso cumplimiento del “mejor semanario de caricaturas” realizado por el agente de dicha ciudad.

Se aprecia, por las fuentes y citas registradas, que el semanario tuvo una difusión y alcance muy amplio excediendo los límites departamentales dónde se

editó. Por consiguiente el público también fue numeroso, y por los reclamos de faltantes de números, podemos inferir que fue una clientela que disfrutó de las caricaturas. Forjando una comunidad que comienza a habituarse a consumir impresos iconográficos, en este caso de caricaturas.

La medida adoptada por la administración y redacción del semanario, para enfrentar al Correo por su distribución en todo el país, fue hacer pública a lectores y suscriptores sobre la situación particular que atravesaba la publicación.

Luego de realizar las denuncias tengo la impresión que por un tiempo no se repetían las quejas de faltantes. ¿Resultó quejarse públicamente e identificar al Correo como los responsables de una distribución irregular? ¿Hubo animosidad o censura frente a determinadas caricaturas políticas? ¿El gobierno estaba al corriente de esta situación? En el caso de que conocía o alentaba esta persecución; ¿qué pretendía el gobierno? ¿Procuraban reducir la circulación de algunas caricaturas o perjudicar la trayectoria exitosa del semanario en otras localidades lejanas a Montevideo?

La permanente exposición de presidentes y ministros a través de las caricaturas producidas en *Caras y Caretas* indicó asumir un posicionamiento político en un momento de definiciones y competencias políticas entre distintos actores, asociaciones y partidos políticos. Posicionamiento que también se manifiesta por apostar a una publicación satírica con caricaturas que tiene como objetivo predilecto visibilizar a personajes políticos y sus prácticas más frecuentes en una sociedad que tiende a reclamar espacios y métodos más democráticos.

## **Posicionamiento del semanario en el escenario cultural, repercusiones e influencias**

En cuanto al posicionamiento cultural del semanario debo mencionar y destacar su calidad artística. Pellicer y Schütz produjeron un material que logró reconocimiento del público y de los diarios y revistas que circularon en Montevideo y en otras localidades del país. A través de la lectura de la propia *Caras y Caretas* se comprobó que por medio del correo, alcanzó lejanas ciudades como Lascano, Minas, Cerro Largo, Fray Bentos, Salto y Durazno, por mencionar algunas localidades. La relación con el correo no fue sencilla como ya comentamos.

El posicionamiento en la escena cultural de *Caras y Caretas* puede demostrarse por las continuas referencias que se examinaron en otros medios de prensa escrita, ya que registraron en sus páginas señala cierto respeto y consideración por esta publicación. Como se afirmó antes, las referencias a otras publicaciones indican prácticas frecuentes en el ámbito de la prensa, pero la continua y permanente mención a este periódico de caricaturas excede las reglas de cordialidad.

Cuando se examinaba la prensa que compartió la escena periodística con *Caras y Caretas* se observó que algunos periódicos anticipaban el contenido - el sumario- del próximo número de *Caras y Caretas*. El diario *La Razón* frecuentemente publicaba al semanario en la sección “Ecos del Día”, anuncia lo que contendrá en número 17 que aparecerá al día siguiente.

*Caras y Caretas* logró un gran reconocimiento y aceptación del público. La permanencia, la difusión y las continuas referencias a su producción iconográfica lo demuestran.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> *La Razón* 1890 (Montevideo) 8 de noviembre.

Señalemos que esta publicación también comprendió temas literarios, artísticos, deportivos y de humor. Las secciones dedicadas a estos asuntos estaban a cargo de personalidades reconocidas en el medio cultural, por ejemplo José Enrique Rodó que escribió con el seudónimo Calibán.

*Caras y Caretas* fue un impreso que se destacó en el ambiente cultural, por sus opiniones y posicionamiento sobre diversos temas en particular su papel como agente o difusor de cultura.

Las opiniones del semanario a veces fueron cuestionadas por otros impresos, fue el caso de *La Tribuna Popular*. *Caras y Caretas* escribió el 3 de mayo de 1891 lo siguiente:

Sr crítico teatral de *La Tribuna*: Aquello de la apología del Sr. Duhau en *Caras y Caretas*, lejos de molestarnos, nos ha llenado de gusto, porque le tenemos muy grande en que nos llamen aplaudidores de la buena.

¡Ah! Y a propósito de su crítica ¿sabe Ud. Que resultó bastante profunda para hecha... así de corrido, como quién dice?

¡Tigre el Sr de Benavente!

Y que satírico!!!<sup>40</sup>

Se aprecia en la nota del semanario un cruce de opiniones sobre una obra de teatro en la que Duhau es su autor.

Alfredo Duhau además de periodista, llegó a ser director de *La Razón*, escritor y colaboró en la producción de *Caras y Caretas*. La obra de teatro mencionada en la nota es “Un duelo” comedia en tres actos que se estrenó en el teatro Solís.

La cercana relación entre Duhau y *Caras y Caretas* se refleja también en la Caricatura Contemporánea que le dedicaron el 3 de mayo de 1891 y la crítica de

---

<sup>40</sup> *Caras y Caretas* 1891 (Montevideo) año II, N° 42, 3 de mayo.



Calibán (seudónimo de Enrique Rodó) en la sección *Teatros*, incluso reproducen una escena del 2º acto, “lo mejor de la obra”.

Este episodio da cuenta de la solidaridad entre los colegas, pero se advierte cierta animosidad entre las publicaciones también.

En otra oportunidad las relaciones entre *La Tribuna Popular* y *Caras y Caretas* fueron distintas, en el ejemplar del 20 de enero de 1894 se lee lo siguiente:

Partes y Novedades

En *La Tribuna Popular* del viernes el conocido escritor nacional Sr. Víctor Pérez Petit, ocupase en ese balance literario de nuestro semanario con frases elogiosas y de gran aliento.

Los redactores de *Caras y Caretas* y en particular su Director, agradecen al distinguido crítico los honrosos conceptos que le han merecido esta publicación.<sup>41</sup>

El agradecimiento señala varios aspectos; menciona al periódico que publica la nota y al escritor que realiza el balance literario. La nota también destaca orgullo por el comentario realizado por el crítico. El semanario fue reconocido por otros atributos además de las ilustraciones que producía.

Otra característica que ofreció el semanario fue la posibilidad de que los artistas o ilustradores trasciendan el espacio de la publicación. El éxito y expansión de la revista permitió que los caricaturistas demuestren su talento y posibilidad de mostrar sus creaciones en otros espacios como las exposiciones.

A modo de ejemplo se leyó en el número del 27 de enero de 1894 lo siguiente:

---

<sup>41</sup> *Caras y Caretas* 1894 (Montevideo) Segunda época, domingo 20 de enero.

Nuestro compañero de tareas Manuel Correa ha puesto en exposición sus obras y la de sus discípulos.  
¡Hay ahí cada dibujo y pinturas!<sup>42</sup>

El éxito y popularidad de *Caras y Caretas* fue tan importante que una marca de cigarrillos adoptó la medida de regalar a sus consumidores una reproducción fotográfica de cada retrato-caricatura publicada en el semanario.

Examinando los ejemplares se leyó esta nota:

Los Sres. Domingo Tusé y Compañía han tenido la original idea de obsequiar a los consumidores de sus cigarrillos de papel con una reproducción fotográfica de cada uno de los retratos – caricaturas que hemos publicado en nuestro semanario.

A cada atado acompaña una pequeña fotografía admirablemente hecha, dado el tamaño en que se han reproducido los dibujos.

Esta novedad – que agradecemos por el honor que importa para nuestros grabados – unidos a la calidad excelente del tabaco con que está elaborado los cigarrillos, prometen colocar entre los más conocidas la marca “ los veinte orientales”<sup>43</sup>

Resulta interesante esta modalidad de publicidad para ambos productos; los cigarrillos y la publicación ilustrada. Este estilo de promocionar un producto u objeto señala por un lado el papel cada vez más importante de la publicidad para posicionar un artículo o pauta de consumo, por otro la creciente circulación de imágenes en distintos formatos, vinculadas a diversas actividades y por último el

---

<sup>42</sup> *Caras y Caretas* 1894 (Montevideo) Segunda época, 27 de enero.

<sup>43</sup> *Caras y Caretas* 1891 (Montevideo), Año II, N° 37, 29 de marzo 1891

placer de disponer de ellas en asuntos cotidianos como la manipulación de una caja de cigarros.

Probablemente los propietarios de la compañía de cigarros asociaron intencionalmente su producto al periódico de caricaturas, apelando al éxito comercial y cultural que estaba experimentando *Caras y Caretas*. A su vez el semanario debió aprovechar la difusión de sus creaciones artísticas que de futuro posibilitaran expandir sus ventas.

En mayo del mismo año una casa de cigarrillos decidió utilizar la marca *Caras y Caretas* para identificar sus productos. Así lo escribe el propio semanario:

La casa de Orejuela y Compañía ha empezado a elaborar cigarrillos con la marca *Caras y Caretas*.

En las cubiertas de las cajetillas se han reproducido fielmente la portada de nuestro semanario y de todas las caricaturas que en ello han aparecido.

El trabajo es primoroso; pero no se fijen ustedes tanto en el mérito de la cubierta como en la calidad del tabaco.

Es lo mejor de lo mejor, y conste que hablamos con conocimiento de causa<sup>44</sup>.

Como se afirmó antes existió una asociación entre dos productos en la que se beneficiaron ambos, ya que permitió una amplificación de posibles consumidores-lectores y diversificación de métodos propagandísticos.

Las implicancias del semanario en el escenario cultural montevideano rebasaron los límites del mundo periodístico y empresarial ya que en un baile de

---

<sup>44</sup> *Caras y Caretas* 1891 (Montevideo) Año II, N° 44, domingo 17 de mayo.

disfraces realizado en el Club Uruguay una dama utilizó un traje inspirado en la alegoría femenina de *Caras y Caretas*.

Para el periódico el hecho no pasó desapercibido y lo registró en la edición del 15 de febrero de 1891:

En el baile del Club Uruguay llamó la atención por lo original de su traje además de llamarlo como siempre, por su resaltante hermosura, la niña Chichí Castellanos, nombre con que familiarmente se le adultera al de pila.

Reproducía el traje – con algunas variaciones impuestas al recato-, el que ostenta en la carátula de nuestro semanario la figura de mujer alegórica del título *Caras y Caretas*. No faltó quién dijera que a poderse transportar la alegoría viviente al lugar que ocupa lo dibujado por Schütz, el número de suscriptores a *Caras y Caretas* sería igual al de habitantes que tiene la República.

Felicitaciones a la Señorita Castellanos por su feliz idea y le agradecemos que nos haya tomado por figurín pues con ello nos ha hecho inconscientemente reclame como no creímos llegar a obtener de una tan distinguida propagandista.<sup>45</sup>

La elección de disfrazarse de mujer danzarina con antifaz al igual que el dibujo de la carátula denota la popularidad y reconocimiento que poseía el semanario en la sociedad montevideana.

Otro indicativo del papel que tuvo el semanario en el desarrollo y gusto por las ilustraciones y caricaturas se refleja en la explicación que el propio impreso responde a un lector;

---

<sup>45</sup> *Caras y Caretas* 1891(Montevideo) N° 31, domingo 15 de febrero.

En respuesta a la carta de un suscriptor, nos envía nuestro caricaturista Wimplaine lo siguiente, que publicamos aquí por considerarlo de interés para todos los suscriptores.

“Se queja usted por la falta de parecido en los tipos de la caricatura política, ante todo conviene saber si usted distingue la caricatura del retrato. *Caras y Caretas* publica caricaturas y como tales les basta con un leve parecido que por lo general le da tan solo el rasgo caricaturesco de rostro y eso basta.

Por otra parte debe usted suponer que de muchos de los personajes no poseemos retratos, en cuyo caso hay que hacerlos de memoria o los poseemos antiguos y defectuosos, en cuyo caso hay que reconstruirlo.

Además ¿quiere usted retratos? Entonces sacrifiquemos la expresión correspondiente a la situación en que se presenta al caricaturista y dejemos lo cómico de lado.

¿Quiere usted caricaturas? Entonces hay que sacrificar algo del personaje a favor de la expresión.

Pero no es bueno confundir (...)

Wimplaine.<sup>46</sup>

Toda una lección la ofrecida por Wimplaine, seudónimo de Diógenes Hequet, a los lectores; es bien interesante la aclaración que realiza acerca de la concepción que se tiene de los retratos y caricaturas. El caricaturista de cierta forma asume el rol de educador al explicar las diferencias entre caricaturas y los retratos; aunque hay cierto enfado o reproche en sus palabras.

Esta controversia planteada entre el artista y un lector remite a un problema teórico de fondo que se vincula a la pregunta qué es y qué significa “representar”. Siguiendo los aportes de los especialistas como Gombrich en *Meditaciones*

---

<sup>46</sup> *Caras y Caretas* 1894 (Montevideo) Segunda época, Año I, N ° 24, domingo 12 de agosto

*sobre un caballo de juguete* (1951; 1976) transcribimos “representar es sustituir, crear un sustituto, y así como la práctica de crear precede a la de comunicar, el sustituto precede al retrato. (...) en el plano de la representación, el punto de partida de cualquier semejanza está dado por aquella imagen mínima” (Burucúa; 2007: 56) Cuando se analice el impacto de algunas caricaturas y las posibles interpretaciones sobre su significado profundizaré estas cuestiones.

Lo interesante es lo que generó en esta instancia la producción de caricaturas y la recepción de las mismas para un sector del público, el cruce de palabras y la reflexión que provocó.

El otro aspecto que alude el artista y es sobre los insumos que puede utilizar para poder producir un dibujo: la fotografía y la memoria. Aspecto que fue analizado anteriormente.

Otra cuestión a destacar y plantear es el relativo a los anunciantes que eligieron al semanario para publicitar sus productos y servicios. La contratapa fue el espacio físico en el que se colocaron los avisos publicitarios. En dicha página encontramos a una diversa oferta de empresas y anunciantes que apostaron por un periódico satírico y de caricaturas políticas. Mencionemos algunos ejemplos de quiénes pagaron por aparecer en *Caras y Caretas*: Confitería *Del Telégrafo*, rematador *Jaime Maeso*, el café *Tupí Nambá*, cervecería *Niding*, peluquería *Al Fígaro*, Médico *Suñer y Capdevila*, Fotografía *Fritz Patrick*, Encomienda *El Urgente*, litografía *La Razón*. Recordemos que cada anuncio va acompañado de viñetas y versos. *Caras y Caretas* desde el inicio vendió espacios publicitarios y ofreció tarifas en el folleto de comunicaba su próxima aparición en el mercado hacia julio de 1890: “Los precios por los avisos ilustrados y en verso (...) se pagarán cuatro miserables pesos valederos para cuatro publicaciones”.

Es probable que a los creadores del semanario no solo les interesaba opinar sobre la política sino también que su emprendimiento fuese económicamente

próspero o por lo menos rentable. En la edición del 6 de mayo de 1894, durante la segunda época, se registró la siguiente nota:

Reclames especiales.

A todo el que quiera anunciar una especialidad o novedad, advertimos que el mejor reclamo es un “cuento vivo” como en los que en números anteriores hemos publicado en este lugar, apropiado al objeto que se anuncie y que por su interés cómico (que tendrá mucho) hará reír a medio mundo y conocer lo anunciado al mundo entero.

Precios convencionales<sup>47</sup>.

Los avisos publicitarios acompañaron al semanario durante toda su existencia, hubo un promedio de 20 avisos por ejemplar. Realizando un análisis más exhaustivo sobre los anunciantes podemos afirmar cierta fidelidad de las empresas y comercios con el periódico, se repiten los mismos nombres y firmas comerciales.

De acuerdo a lo expuesto considero que *Caras y Caretas* fue una publicación que logró desempeñar un papel sustancial en la escena cultural montevideana, en la medida que dedicó espacios fijos al teatro, literatura, deportes, además de comentar y promover variadas actividades y eventos que tenían como denominador el desarrollo cultural.

Si bien los contenidos exhibidos fueron variados: las caricaturas políticas y sus contenidos culturales, potenciaron al periódico a un sitio de privilegio.

---

<sup>47</sup> *Caras y Caretas* 1894 (Montevideo) Segunda época, Año 1, N° 10, domingo 6 de mayo.

## Capítulo 4. Caricaturas y debate político

### **Identificación y análisis de las caricaturas políticas que provocaron debate en Montevideo**

En este capítulo analizaremos la caricatura política- producida por el semanario *Caras y Caretas* (1890-1897), como artefacto cultural específico y sus representaciones en la sociedad montevideana de fines del siglo XIX.

Se pretende primero identificar las caricaturas políticas producidas por el semanario *Caras y Caretas* que despertaron comentarios e instalaron la polémica y el debate en la sociedad montevideana de fines del siglo XIX. En segundo lugar quiénes se manifestaron cuando observaron ciertas caricaturas y en que espacios revelaron agrado y aprobación o por el contrario malestar y reproches.

Finalmente, siguiendo los planteos de Roger Chartier (1991;1996) y Peter Burke (1996 ;2005) poder analizar y comprender como la circulación multiplicada de imágenes impresas transformó la sociabilidad y accedió a pensamientos nuevos modificando las relaciones con el poder. Para lograr este propósito los autores señalan en primer término el estudio crítico de todos los textos u objetos impresos que comunican por medio de la escritura o por la imagen y luego el análisis de las prácticas y apropiaciones que las sociedades o grupos produce de los distintos objetos impresos.

Hacia fines del siglo XIX la imagen conquista un lugar de privilegio, como hemos analizado, y la caricatura política es una de las manifestaciones más populares en este sentido por su difusión en periódicos satíricos. El análisis de las caricaturas producidas por *Caras y Caretas* permitiría descubrir aquellas imágenes que instalaron el debate o crítica en la sociedad montevideana, habilitando nuevas formas de interacción y participación política o cultural.



Durante la existencia del semanario *Caras y Caretas de Montevideo* observamos que fue objeto de halagos por parte de la prensa y el público en general debido a su calidad y fundamentalmente por sus caricaturas.

Para llevar a cabo entonces los objetivos planteados se realizó un relevamiento del semanario en sus dos épocas procurando identificar caricaturas que provocaron discusión o comentarios. Luego se indagó en los diarios que compartieron el espacio de circulación y fueron mencionados por *Caras y Caretas*, ya sea para agradecer o contestar notas que lo involucraban.

La búsqueda ubicó dos notas, una de la *Tribuna Popular* y la otra de *El Día* que hacen referencias a una caricatura producidas por el semanario.

La *Tribuna Popular* registra lo siguiente en la sección “Apuntes”:

*Caras y Caretas* nos ofreció ayer el retrato del coronel Dupuy con una quintilla que es todo un ditirambo. Pero que se nos figura que es también un epigrama. Porque hay ciertos elogios que cuanto más intensidad tienen más gracia hacen. Y hasta degeneran en burlescos procopios.<sup>48</sup>

El diario *El Día* publica:

El lindo semanario *Caras y Caretas* que dicho sea en honor a la verdad salió bueno ayer, a pesar de la falta de Pellicer, trajo en su galería de “Caricaturas Contemporáneas” el retrato del señor Coronel Dupuy Capitán del Puerto.

Trae su retrato su coplilla al pie, cuyos dos primeros versos dicen;  
“Este es un hombre formal  
Honrado a carta cabal”

---

<sup>48</sup> *La Tribuna Popular* 1891 (Montevideo) 30 de noviembre.

Y a propósito, señor Coronel Dupuy, ¿Cómo va eso de la proveeduría del Lazareto?<sup>49</sup>

La imagen en cuestión (figura 20) corresponde a la carátula que se editó el 29 de noviembre y la acompaña la siguiente quintilla:

Este es un hombre formal  
Honrado a carta cabal,  
De quién se tiene por cierto  
Que no asciende a General  
Porque es capitán...del Puerto.<sup>50</sup>

Las primeras interrogantes formuladas fueron sobre la identidad de este personaje y las posibles razones de exponerlo públicamente en la portada del semanario.

La caricatura remite a Bernardo Dupuy, militar que está cumpliendo funciones para el gobierno en la Administración del Puerto ocupando el cargo de Capitán.

Es significativa la reacción inmediata de estos diarios ya que al otro día opinaron sobre la caricatura. Probablemente la actuación de Dupuy fue cuestionado por la opinión pública y el semanario tuvo la sagacidad de exponerlo en el momento justo.

---

<sup>49</sup> *El Día* 1891 (Montevideo) Segunda época, N° 573, 30 de noviembre.

<sup>50</sup> *Caras y Caretas* 1891 (Montevideo) Año II, N° 72, domingo 29 de noviembre.

La caricatura de Dupuy y los comentarios generados en *La Tribuna Popular* y *El Día* podría indicar ciertos cuestionamientos a la gestión del Capitán del Puerto, pero no se encontró en otros impresos referencias al hecho. Este incidente da cuenta de la capacidad y olfato político de los autores de *Caras* y *Caretas*, y de la creatividad para comunicar una noticia que en ese momento fue discutida.

No se encontró registro de pedido de explicación o rectificación por parte de Dupuy.

Asumo que nos encontramos frente a un suceso que fue relevante y criticado, pero no logró trascendencia política. Este hecho describe la cotidianeidad de los montevideanos, eventos que involucran a personalidades políticas que si bien no ocuparon cargos de máxima jerarquía integran el universo político dirigido por Herrera y Obes, colocándose en el blanco de caricaturistas y periodistas.

Otro dato importante a tener en cuenta es que Pellicer abandonó la dirección de *Caras* y *Caretas* a partir de ese número. Incluso la nota de *El Día* expresa lo “bueno” del semanario a pesar de la salida de Pellicer. En capítulos anteriores mencionamos este incidente como causa probable del alejamiento y distanciamiento de Pellicer con Schütz.

También observamos cómo la prensa se constituye en un espacio privilegiado de discusión y debate político. Los acontecimientos más importantes estuvieron registrados en la prensa, transformándose en formadora de opinión pública y de tendencias políticas.

En la segunda época del semanario descubrimos dos incidentes que tienen como protagonistas excluyentes a la caricatura política.

Se detalla la primera situación; el 24 de febrero de 1895 en la edición número 52 se lee:

Un diario, ó cosa así, el *Montevideo Noticioso* (no sé si lo habrán dicho también otros) dice refiriéndose a ciertas medidas que el Gobierno Argentino intentó tomar contra los periódicos de caricaturas de allá “otro tanto debería hacer nuestro Gobierno, pues el periódico *Caras y Caretas*, del domingo último trae una caricatura ridiculizando al Sr. Ministro de España”  
Contra quienes deberían tomar medidas, el Gobierno y los particulares es contra los gacetilleros imbéciles a quienes se les alcanza un ardite de lo que son.

Frente a la lectura y denuncia realizada por *Caras y Caretas* se buscó la noticia que originó el cruce de comentarios.

*Montevideo Noticioso*, (periódico matutino) Director y Gerente Juan Antonio Zubillaga, escribió lo siguiente el 21 de febrero de 1895:

Crónica

*Don Quijote*- El gobierno argentino se ha preocupado de las medidas que podrá adoptar para evitar que los periódicos de caricaturas lleguen en sus dibujos a extremos que puedan molestar a naciones con las que nos unen relaciones de amistad y cortesía. La caricatura del último número de *Don Quijote* dedicado exclusivamente a las dos cuestiones internacionales que vienen preocupando la atención pública , la de las Misiones y la de Chile, aquella terminada por el laudo del árbitro , ha impresionado desfavorablemente al Ejecutivo y a fin de evitar que aparezcan otra

análogas así como a decidir si en el caso presente corresponde adoptar alguna medida represiva obedece al encargo que han recibido los ministros del Interior y de Justicia estudiar este asunto. Otro tanto debería hacer nuestro Gobierno, pues el periódico *Caras y Caretas* del domingo último, trae una caricatura ridiculizando al Sr Ministro de España.

La libertad de imprenta debe ser amplia pero hasta cierto punto.<sup>51</sup>

La caricatura (figura 21) apareció el 17 de febrero de 1895, número 51 del semanario, corresponde a la carátula titulada “La pareja “de la Pareja” dibujada por Wimplaine.

Analicemos la caricatura en cuestión y el enfrentamiento entre los periódicos.

La reseña de *Montevideo Noticioso* hace referencia a un acontecimiento ocurrido en Buenos Aires y la protagonista es una caricatura política que aparece en *Don Quijote*. El periódico afirma que el gobierno argentino estaría preocupado por las repercusiones internacionales de una caricatura referida a las cuestiones de Chile y Misiones; y por consiguiente se estudian medidas para censura próximas ilustraciones que generen problemas o dificultades. *Montevideo Noticioso* opina que lo mismo debería hacerse aquí por una caricatura que ridiculiza al Ministro de España; remata diciendo: “sí a la libertad de imprenta pero hasta cierto punto”.

La noticia encierra dos cuestiones: controlar la libertad de expresión; los excesos de determinadas caricaturas se controlan articulando medidas represivas. La otra el papel que se le asigna a una caricatura, responsable de generar conflictos dentro y fuera de fronteras. Este reclamo plantea otras aristas al problema a la libertad de expresión- garantía de todos los sistemas republicanos-

---

<sup>51</sup> *Montevideo Noticioso* 1895 (Montevideo) Segunda época, año VII, N° 1287, 21 de febrero de 1895.

se presentan las siguientes interrogantes: ¿quién decide si una caricatura es desmesurada o extrema?; ¿cuándo es necesario reprimir y censurar?; o ¿quién fija los límites de la libertad de prensa? Por lo expresado por la prensa la acción corresponde a los Gobiernos.

*Montevideo Noticioso* además de posicionarse en un debate argentino considera pertinente debatir en Uruguay sobre la libertad de imprenta y exige directamente una acción del gobierno hacia *Caras y Caretas*.

Está pidiendo censura y control al semanario, en particular por una caricatura, pero probablemente éste periódico estuviese molesto por otras caricaturas y la del Ministro de España funcionó como disparador del pedido de censura.

La respuesta del semanario no tardó en llegar. El director de *Caras* realizó una poderosa descalificación al periódico *Montevideo Noticioso*; podríamos registrar tres niveles de crítica. Primero lo denomina “gacetilla”, aludiendo a ser la voz del gobierno; en España se le llamó así al diario oficial. Luego al periodista lo tilda de “imbécil”. Y por último considera insignificantes al diario y a su propietario; el término “ardite” refuerza esa idea de que tanto el diario como su periodista carecen de valor, de importancia.

Es curioso que, si bien el semanario menosprecia al periódico en cuestión la respuesta fuera inmediata, no lo dejó pasar. Su rechazo fue breve pero contundente a cualquier tipo de censura o recorte a la libertad de prensa.

No hay réplicas de *Montevideo Noticioso* a *Caras y Caretas*.

En cuanto al resto de la prensa frente a este incidente el diario *El Día* publicó un breve artículo que refiere a lo que ocurrió en Argentina por la caricatura en *Don Quijote*;

A propósito de una caricatura.

El Dr. Bermejo, encargado por sus colegas de gabinete de estudiar una publicación hecha por un periódico de caricaturas ridiculizando el fallo reciente de la Cuestión Misiones, debía dar lugar a alguna medida represiva, después de detenido estudio del asunto ha encontrado que no existe disposición aplicable, pues la ley solo confiere el derecho (acusar y censurar) una publicación a la persona aludida en ella.

Toda medida de represión sería, en consecuencia atacada de nulidad.<sup>52</sup>

El diario marcó posición al escribir esta noticia ya que da cuenta del incidente que generó una caricatura por referirse al fallo sobre la Cuestión Misiones. Comunica que una acción represiva puede realizarse si una persona se ve afectada por una publicación y no es este el caso.

De todas formas, la nota permite apreciar una situación peculiar: una caricatura fue motivo de reunión del gobierno argentino para estudiar la posibilidad de censurarla, por ser considerada responsable de un posible incidente internacional. Si bien existió intencionalidad de reprimir el impreso no hubo mecanismos legales para llevar a cabo la acción. La nota de *El Día* tal vez pretende poner en aviso las eventuales dificultades de emprender contra la libertad de expresión o como fue llamada en la época de imprenta. Por último todo este acontecimiento argentino repercutió en Uruguay, lo que afirma la fuerte vinculación entre ambas naciones y la circulación de impresos de caricaturas en este caso.

El hecho de no encontrar otros comentarios sobre estos incidentes- el cruce entre *Montevideo Noticioso* y *Caras y Caretas*; podría señalar ciertos indicios

---

<sup>52</sup> *El Día* 1895 (Montevideo) Primera época, Año VI N° 1573, miércoles 20 de febrero.

acerca de lo que piensa la sociedad montevideana en cuanto a limitar o no la libertad de prensa. Posiblemente emitir opinión al respecto abriría el debate y por consiguiente identificarse con uno u otro bando. Estar a favor de limitar la prensa o amordazarla significaría estar con una gestión de gobierno con altos niveles de crítica. Recordemos que fueron hombres públicos el blanco preferido de los caricaturistas. Sistemáticamente, a través de las caricaturas, fueron expuestos públicamente todos los domingos. No debe haber sido sencillo tolerar esta situación de exposición permanente. ¿Pero quién asumiría la tarea de defender o apaciguar los embates de las caricaturas? Probablemente alguien cercano a los gobernantes de turno.

En cuanto a la caricatura en cuestión “La Pareja “de la Pareja””; que generó tanta controversia, tiene de protagonista a dos personajes “Cesar” y “Pepe”, el último se lo identifiqué como el ministro de España José de la Rica. El título alude a una pareja de jóvenes enamorados que huyeron de España y terminaron en el puerto de Montevideo. Las autoridades españolas acusan a Miguel Mirat de raptar a una señorita, por lo tanto la pareja mantiene un romance ilícito.

Este suceso fue comentado por los diarios y mantuvo en vilo a los montevideanos ya que por una fuerte tormenta que azotó a la ciudad se demoró el desembarco de los pasajeros.

*El Día* en la edición del 9 de febrero registró la noticia:

La pareja enamorada.

El buque en que venía la ya famosa pareja enamorada, esa pareja huida de Madrid, cuya prisión pide el Ministro de la Rica, llegó esta mañana al puerto.

Dios protege al tierno idilio – la policía de seguridad, encargada de turbarlo, no pudo llegar a bordo. Fuera de la bahía reina aún el temporal. El coronel Paravis, la visita de la sanidad, los reportes, tuvieron que volverse, desde la mitad de camino, todos mojados.



Desgraciadamente, esta tarde tal vez pueda dar costa el Uruguay.<sup>53</sup>

*Caras y Caretas* nuevamente logra posicionarse en la escena política con la caricatura del ministro de la Rica; incluso la quintilla que acompaña amplifica el efecto buscado y dice así:

César y Pepe (a dúo)  
aquí están dos mozos crudos  
más valientes que Roldán  
el terror de las parejas  
que buscando asilo van  
a estos no hay enamorados  
que se acerquen sin temblar<sup>54</sup>

De acuerdo a la información recabada y el análisis de la caricatura parece desmesurado el pedido de censura que reclama *Montevideo Noticioso*. Como afirmamos anteriormente el enojo del periódico se explique por las continuas caricaturas que tenían como protagonistas a todo el elenco político.

En 1895 sucede otro incidente, el 26 de mayo dos periódicos de caricaturas: *Caras y Caretas* y *El Negro Timoteo* expresan sus descargos por una nota publicada días anteriores.

En *Caras y Caretas* en su número 65 del 26 de mayo de 1895 escribe:

Algunos diarios han dedicado severos sueltos a “un periódico de caricatura” que no contento con ridiculizar al Presidente, la emprendió también con su familia.

---

<sup>53</sup> *El Día* 1895 (Montevideo) Primera época, Año IX, N° 1564, 9 de febrero.

<sup>54</sup> *Caras y Caretas* 1895 (Montevideo), Año II, N° 51, 17 febrero.

Participando en parte de las ideas emitidas por dichos diarios, y, considerando por tanto justos, en parte, la censura dirigida al colega, eso de “un periódico de caricaturas” nos molesta, porque habiendo dos *El Negro Timoteo* y *Caras y Caretas* pudiera caernos el sambenito sin que hayamos hecho gestiones para ello, dado que no todo el mundo está obligado a aprendernos.

¡Qué! ¿Tuvieron miedo de precisar, los colegas? ¡Oh prudencia, a lo que obliga! ¿Y cuánto más fácil hubiera sido poner *El Negro Timoteo*, en vez de un periódico de caricaturas sino fuera esa debilidad que tienen los colegas?<sup>55</sup>

Lo primero que llama la atención de la nota es el enojo del semanario porque la denuncia no identifica al periódico que ridiculizó a la familia del Presidente de la República. Luego afirma estar de acuerdo con el pedido de censura y lo considera justo. Esta situación revela cierta rivalidad entre los impresos ilustrados y la falta de solidaridad en un contexto en que el recorte a la libertad de expresión afectaría a toda la prensa. También se aprecia un cambio de pareceres con respecto a febrero, recordemos que *Montevideo Noticioso* realizó un pedido de censura al semanario y éste replicó duramente en ese caso. ¿Qué cambió entonces? Hay una conducta ciertamente hipócrita en los periodistas.

Igualmente, el semanario en la misma edición que escribe su molestia, en las páginas centrales, dedica una ilustración a Guillermo Kubly perdiendo los favores del presidente, la titulan “El murguista despedido”. Una señal para *La Prensa* o una forma de responder sin identificar directamente al responsable de la queja y la acusación imprecisa a un “periódico de caricatura”. En esta caricatura se observa a Julio Herrera y Obes, como dueño de casa que le pide a su criado Juan Idiarte Borda – lleva en la mano un gran plumero- que le diga a Kubly que se calle que no toque nada. La escena la observa complaciente Ángel Briand.

---

<sup>55</sup> *Caras y Caretas* 1895 (Montevideo) Segunda época, domingo 26 de mayo.

La imagen es muy fuerte, ya que el que es propietario y administrador es el ex presidente Herrera y Obes y el actual simplemente un subalterno.

*Caras y Caretas* eligió una imagen y lo reforzó con reclamo escrito para manifestar su enfado con *La Prensa*.

El otro impreso involucrado en este cruce fue *El Negro Timoteo*, publicación definida como satírica, política y burlesca. Tuvo una larga duración de cuatro épocas; la primera entre 1876 y 1887, la segunda entre 1895 y 1896, la tercera 1898 – 1899 y la última muy breve del 1 y 6 de agosto de 1901. Fue dirigido por Washington Pedro Bermúdez y su caricaturista Orestes. *El Negro Timoteo* se expresó el 26 de mayo de 1895, en la sección “Cosas de Negro”:

Cierto diario censura que un periódico satírico haya sacado a luz a la familia del Sr. Idiarte Borda. (¿no será suposición del diario?) Aunque no fuera suposición sino verdad, que resultaría? Por lo pronto lo siguiente: que ese diario vé la paja ajena en el ajeno y no la viga en el propio. He aquí la prueba ”yo creía en su instinto de conservación ( dice refiriéndose a Juan ) y yo creía en su dignidad sublevado contra una imposición moral que debía parecerle una humillación y una vergüenza , yo creía que comprendiendo que su interés personal , su reputación de hombre político y su prestigio de gobernante , le exigía revestirse de energía y romper los lazos que lo ligan a Herrera , y a su círculo, lo haría *por su nombre , familia de quién su debilidad, aunque aparente , tiene que apesadumbrar.*

El pez por la boca muere, pues sacar a “la flía.” de ese modo o sacarlo de otro siempre es sacarla... de sus casillas. Además no se olvide que en el banquete con que el Sr. Idiarte Borda obsequió a

sus ministros, S.E. dijo en un brindis: “Hago votos, los más sinceros, para que continúe reinando, como hasta hoy, la misma armonía de visitas y propósitos patrióticos que han dirigido y guiado nuestros actos que hasta el presente hemos realizado. Hago extensión estos votos a las distinguidas Señoras que nos honran con su presencia’. Entre estas señoras estaba la de Juan y uno de sus hijos. Ergo, desde que el mismo Sr. Idiarte Borda ha dado vida oficial a las distinguidas damas que asistieron, sin protesta de nadie, al banquete político, empezando por lo suya propia, esas damas deben ser consideradas como personajes públicos. En todo caso la culpa se la tendrá el Sr. Idiarte Borda, que pega ciento en la herradura y ninguno en el clavo.<sup>56</sup>

La respuesta de *El Negro Timoteo* también se apresuró a informar y justificar la ilustración al público y sus palabras fueron contundentes para quienes lo criticaron.

La réplica se dirige a responsabilizar a los dirigentes políticos, en este caso al Presidente, ya que hizo pública la participación de su familia en eventos políticos, como los banquetes. Tampoco identifica el periódico que realiza la denuncia o el reproche. Es probable que ésta práctica, fuera una forma de encarar los enfrentamientos en la prensa, y sólo los aludidos e involucrados participan de la discusión.

Resultó complejo identificar el impreso que realizó el comentario criticando a un periódico de caricaturas, ya que ni *Caras y Caretas* ni *El Negro Timoteo* nombraron al responsable de tal opinión.

El diario fue *La Prensa* y el artículo que critica a “un periódico de caricatura” se divulgó el 21 de mayo de 1895.

---

<sup>56</sup> *El Negro Timoteo* 1895 (Montevideo) N° 13, 26 de mayo.

La caricatura que generó esta discusión se tituló “Peregrinación Bearnesa” (Figura 21), del 19 de mayo de 1895, portada del número 12 de *El Negro Timoteo*.

*La Prensa* escribió en su sección *Entrelineas*:

Bien está que se combata a los hombres políticos por sus hechos y por sus tendencias. Están ellos en sus puestos para defenderse y atacar; la política es un campo de acción en donde no entra sino el que viene preparado para la batalla. Las heridas que se reciben son accidentes previstos: nadie se queja, como no puede quejarse de recibir un hachazo el duelista que va al terreno del honor a esgrimir sus armas contra el adversario. Pero la vida privada, el hogar, la familia del ciudadano no pueden estar a merced de las enemistades políticas, y, para honra de nuestra cultura, de nuestra civilización social por decirlo así, debemos recordar que nunca lo ha estado y que, aún en las épocas de mayor encono en los partidos, la prensa se ha abstenido siempre de ofender la dignidad de la mujer y de los hijos de los gobernantes y de los hombres públicos. Y sin embargo, ayer hemos visto un periódico de caricaturas en que se pinta: a la señora del Presidente de la República y a todos sus hijos, con intención tan ultrajante que nos ha parecido que no habrá nadie en Montevideo, ni fuera de Montevideo que no condene enérgicamente esta falta de respeto a quienes – sean cuales fueran las opiniones políticas que profesen- tan acreedores a la consideración social lo han sido siempre. La señora del Presidente, madre de familia ejemplar, llena de prendas morales que la conquistan al cariño de los suyos y la simpatía de los extraños, mujer distinguida que ha formado un hogar donde reina la virtud y la modestia, no puede, no debe sufrir injustamente en la

delicadeza de sus sentimientos ataques que, inspirados por pasiones políticas, tienen que sublevar a todos los que no están cegados por el odio partidismo.<sup>57</sup>

El director y redactor Guillermo Kubly a partir de la caricatura sobre Idiarte Borda y su familia expresa su opinión acerca de cuál debe ser los límites de la libertad de prensa: la vida privada y la familia. En la nota, el periodista acepta y justifica la crítica a los dirigentes políticos pero es inaceptable que se involucre a la familia, refugio de los valores tradicionales. Cita que, en los momentos más complejos del país, la prensa nunca atacó a la familia de los gobernantes ni de los enemigos políticos. Luego ensalza a la señora de Idiarte Borda, ejemplo de moralidad y virtud que injustamente fue caricaturizada. La apreciación de Kubly encierra toda una concepción de la mujer, el espacio que debe ocupar y su rol en la sociedad. Define a la vida privada y familiar como reductos sagrados y por lo tanto no pueden ser atacados, menos burlados por una caricatura.

La discusión que establece la caricatura del Presidente y su familia coincide con el nacimiento de una nueva sensibilidad que se consolida en el novecientos. De acuerdo con los planteos del libro *Historias de la Vida Privada en el Uruguay*, los autores afirman que la vida privada comienza a transformarse en intimidad y en un derecho individual reclamado al Estado, Iglesia y sociedad. “Entre 1870-1900 aparecen signos cada vez más elocuentes de una mentalidad alerta a la preservación de los “secretos” del hogar y la persona. Empieza advertirse la necesidad de delimitar una esfera para lo privado y otra para lo público. Se nota el deseo de hacer del hogar, primero y del individuo después, castillos inexpugnables a los de afuera, a las “intromisiones” atrevidas cuando no ilegales ya, de los “otros”. Nace la intimidad como hecho y como derecho”. (Barrán, Caetano, Porzecanski; 1996 :44)

---

<sup>57</sup> *La Prensa* 1895 (Montevideo), Año I, N° 5, 21 de mayo.

Advertimos entonces cómo una caricatura promueve una discusión en torno a lo que se considera privado e íntimo y pasible de ser expuesto al público.

Probablemente Idiarte Borda y su mujer le pidieron al diario oficialista que defendieran el honor de la familia presidencial. Estos descargos pretenden frenar los continuos ataques, qué a través de las caricaturas, debieron soportar los dirigentes políticos. La ilustración de *El Negro Timoteo* habilita una discusión acerca de los objetivos a criticar y una reflexión sobre los límites de las caricaturas.

En los próximos números, de ambos semanarios, no aparecen comentarios directos de estos sucesos.

La única señal que podría interpretarse como respuesta a este incidente es lo que publicó *La Prensa* el 30 de mayo en el apunte titulado “Guerra a la Prensa”; dice lo siguiente:

Nos consta que se han emprendido trabajos con el objeto de desacreditar nuestro diario, haciéndolo vender a mitad de precio por muchachos que gritan: “*La Prensa*, diario que se funde”. Ignoramos si es la popularidad de que goza *La Prensa* desde el primer día de su aparición o bien la propaganda la que le ha valido ser señalada a los favores de sus adversarios. Por el momento nos contentamos a dar cuenta al pueblo de ese hecho para que haga los comentarios que a su criterio le inspire<sup>58</sup>.

La nota de Kubly contiene una denuncia y una modalidad de enfrentamiento entre los diarios de la época. Se busca desacreditar al periódico, los canillitas anunciaban que *La Prensa* es un diario que se funde y lo venden a mitad de precio. Esto significa un inconveniente económico y una propaganda negativa

---

<sup>58</sup> *La Prensa* 1895 (Montevideo) Año 1, N° 11, jueves 30 de mayo.

para el diario en cuestión. Remata apelando al criterio y reflexión del pueblo. También podemos pensar que el conflicto entablado entre estas publicaciones se desarrolla en otro ámbito, ya no en la prensa sino en el mercado y el papel que juegan los vendedores callejeros, cómplices de periodistas o empresarios de los impresos.

El resto de la prensa frente a estas circunstancias no escribió ni opinó, sólo se localizó una referencia el 6 de mayo, antes del incidente comentado, en el diario *El Día*:

*Caras y Caretas*, el más antiguo de los semanarios festivos vino ayer muy bien acabado. (...) Después en la gran caricatura política trae un muestrario abundante de las actitudes de don Juan que reflejan las distintas reflexiones peregrinas que trae a la mente su elevadísimo empleo cazado al vuelo.

Entre sus buenos materiales literarios debe mencionarse el artículo de Giménez titulado “Párrafos de la Historia non Sancta” en lo que, en estilo bíblico, se cuenta la dolorosa historia de los últimos disgustos entre don Julio y don Juan.

La nota del diario da cuenta de las tensas relaciones entre Julio Herrera y Obes y Juan Idiarte Borda, el ex presidente y el actual. También refiere a las “reflexiones peregrinas” que realiza el presidente en un tono sarcástico; actitudes que luego serán motivo de enfrentamiento entre *La Prensa* y los semanarios *El Negro Timoteo* y *Caras y Caretas*. Por último, la prensa es el medio elegido para opinar o comunicar lo que otros impresos publican, amplificando la caricatura en este caso.

¿Cómo interpretar los silencios del resto de la prensa frente a una situación singular? ¿Responden a un sentir generalizado de los montevideanos?



Una posible explicación podría vincularse a la desacreditada gestión del bordismo. Defender la postura de *La Prensa*, fiel vocero del presidente, sería alinearse con el gobierno. Otra conclusión estaría relacionada a los peligros que implica amordazar a la prensa, en un proceso de fortalecimiento democrático y republicano como el que viene transitando el país desde 1890.

Centremos el análisis en la caricatura “Peregrinación Bearnesa”.

El dibujante logró una composición familiar ridícula y probablemente enojaron a la esposa del Presidente. La imagen muestra al presidente y su mujer caminando y delante de ellos sus hijos, todos llevan bajo el brazo una casa. Los personajes de la peregrinación tienen todos los mismos rostros, la misma indumentaria, el mismo gesto y la misma verruga en la mejilla. Es decir la familia del presidente: adultos y niños están caracterizados de la misma forma. En cuanto a la casa que todos llevan bajo el brazo puede referirse a la casa-quinta que estaban construyendo en la zona de Colón.

Cerrando la procesión se identifica a Ángel Briand, secretario personal y personaje muy polémico como hemos indicado.

La familia del presidente es observada por curiosos desde la vereda y podemos visualizar a la “República” con gesto de asombro.

El título también es elocuente, alude al lugar de origen de la familia: la región bearnesa en los Pirineos atlánticos de ahí la identificación del presidente con los vascos. Esta práctica de confundir o considerar que todos los inmigrantes eran vascos o gallegos fue frecuente, denota cierto desdén por entender que cada comunidad posee sus peculiaridades identitarias. Recordemos que Idiarte Borda fue caricaturizado, tanto por *Caras y Caretas* o *El Negro Timoteo*, como vasco usando permanentemente la boina, sombrero típico de los habitantes de la región de los Pirineos, al norte de España.

*La Prensa* fue el portavoz del gobierno de Idiarte Borda, y en otras oportunidades fue objeto de burla de *Caras y Caretas*. Una de las tapas del

semanario tiene como protagonista a *La Prensa en broma*, la ilustración de una prensa manipulada por Federico Vidiella (Ministro de Hacienda) apretando al pueblo y a otros periódicos.

Se produjo un viraje interesante en *Caras y Caretas* hacia julio de 1895, se publica una declaración de principios respecto al tipo de caricaturas que se exhibirán:

Si lectores. Ya estamos cansados de broma, de caricaturas contemporáneas; vamos a dedicarnos a lo serio en la primera plana; nada de caricaturas allí; retratos puros.<sup>59</sup>

El cambio del semanario se observa al no identificar las caricaturas o presentarlos de espaldas y con adivinanzas, por ejemplo.

Se mantiene la crítica feroz al elenco político y sus prácticas de gobierno hasta el cierre en marzo de 1897, después del decreto de censura del 5 de marzo 1897.

Finalmente estimo que la difusión de caricaturas, en particular las caricaturas: “La pareja “de la pareja” y “Peregrinación Bearnesa” habilitó e instaló un espacio de discusión política. Entendiendo que la interacción entre el público y el consumo de caricaturas políticas concedió a los lectores ciertos mecanismos de participación política alternativos. El público entonces obtendría la posibilidad de opinar, criticar o juzgar a partir del consumo y apropiación que realiza de las caricaturas.

La historiografía latinoamericana ha demostrado creciente interés en analizar y profundizar temas vinculados a la ciudadanía política, reflejo de esta tendencia es el libro coordinado por Hilda Sabato *Ciudadanía política y formación de las naciones. Perspectivas históricas de América Latina* (2003). Distintos

---

<sup>59</sup> *Caras y Caretas* 1895 (Montevideo) Segunda época, N° 63, domingo 12 de mayo.

abordajes integran la obra pero todos tienen en común el propósito de analizar los procesos de construcción de la ciudadanía, su organización, formas de representación, prácticas electorales; y cómo “estos procesos cumplieron un papel central en la construcción de una esfera política y un proceso de afirmación del individuo frente al Estado” (2003:21)

De este libro debo mencionar el trabajo de José Murilo de Carvalho *Dimensiones de la ciudadanía en el Brasil del siglo XIX*, en el que autor advierte que el debate sobre la ciudadanía en la América Latina del siglo XIX se centra en la naturaleza y expansión de la participación electoral relegando otras dimensiones. Su abordaje se concentra en el Brasil, pero realiza un planteo que habilita a reflexionar sobre la temática referida a esta tesis y al proceso uruguayo de construcción ciudadana. Murilo de Carvalho menciona distintas dimensiones y tradiciones para la construcción de la ciudadanía y la que interesa destacar es acerca de la presencia del Estado en la vida cotidiana de los individuos. Es a través del Registro Civil, el Ejército, los censos, las elecciones, que los individuos comienzan a tomar conciencia de la presencia del Estado y tal vez fue esto lo que despertó la idea de la nación como comunidad de pertenencia (2003: 343)

Siguiendo la idea del autor, la acción del Estado relaciona a los individuos con instancias y actitudes que tienden a una mayor participación e interés por la vida política. Esta dimensión ciudadana se define de arriba hacia abajo.

También la obra señala que se hace necesario continuar “avanzando en el análisis de otras formas e instrumentos de construcción de opinión pública como los periódicos, folletos, hojas volantes y más en general, la imprenta, que cumplen un importante papel movilizador electoral entre la población alfabeta” (2003: 439). Para el caso de la población analfabeta de la época existieron otros recursos y prácticas que asistieron en la formación de opinión pública como la tertulia, conversaciones callejeras, clubes o rumores.

La caricatura política posee un carácter excepcional ya que podemos situarla en ambos contextos, la apropiación de contenidos iconográficos puede realizarla un público amplio y heterogéneo; en cuanto a edades, niveles de instrucción y de género.

## Conclusiones: Caricaturas políticas y ciudadanía

En esta tesis hemos planteado como hipótesis que las caricaturas producidas por el semanario *Caras y Caretas* ejercieron una influencia significativa en la construcción cultural y política montevideana de fines de siglo XIX.

La multiplicación y circulación de impresos, específicamente de las caricaturas políticas formó parte de la cotidianidad de los montevidianos y de algunas ciudades del interior.

Para Montevideo, los historiadores José Pedro Barrán y Benjamín Nahum afirman: “De un diario cada 11 habitantes editados por la prensa montevideana de 1870, pasamos en 1916 al diario cada 4. Cerca de 100.000 ejemplares cotidianos informaban a los 400.000 montevidianos del novecientos.” (1990:159) En el caso de publicaciones satíricas y de caricaturas se registraron más de cincuenta para 1890-1897(Cerda Catalán,1965). De acuerdo con los datos proporcionados por los creadores de *Caras y Caretas*, este semanario editaba 4.000 ejemplares.

En cuanto a la producción y circulación de caricaturas políticas nos interesa consignar entonces que formaron parte de esta expansión informativa, colocando a la caricatura como soporte protagónico del semanario. *Caras y Caretas* fue un claro exponente.

La caricatura tiene un valor agregado y es su peculiar efecto desacralizador de la política y el poder. Baudelaire ya reflexionó acerca de la esencia de la risa y los elementos que constituyen la caricatura, en un artículo publicado en 1855 que fue comentado en capítulos anteriores. Interesa señalar las apreciaciones que realiza sobre la risa: expresión frecuente de la locura, síntoma de debilidad, satánica y profundamente humana. Cada una de estas manifestaciones y

emociones pueden ser provocadas por las caricaturas políticas, es decir que personas investidas en cargos públicos o desempeñando roles prestigiosos en la sociedad que pueden ser objeto de burlas y de risas. La solemnidad de esos individuos se desvanece.

*Caras y Caretas* explotó las caricaturas de los políticos y a sus prácticas como insumo permanente en sus páginas y esto fue lo que permitió posicionarse en la cultura y la política. Esto ha sido, - demostrado por el éxito de público- ya que permaneció por casi siete años- en Montevideo y se proyectó por todo el territorio uruguayo.

Reseñamos que circularon 238 números entre la primera y segunda época de *Caras y Caretas*, en cada uno de ellos incluía por lo menos dos caricaturas: en la portada y en las páginas centrales sobre un total de ocho páginas, sin contar las pequeñas viñetas que ilustraban otras secciones. Podría calcularse entonces que más de setecientas caricaturas fueron producidas por el semanario sin contabilizar las realizadas por otros impresos ilustrados.

La llamada prensa “seria” logró cierta estabilidad en el mercado. Hubo diarios que se mantuvieron por décadas y se convirtieron en referentes como fue el caso de *El Siglo* o *El Ferro-carril* o *El Día*. En cuanto a la prensa satírica y de ilustraciones lograr la permanencia fue todo un desafío. Si bien hubo toda una expansión de este tipo de impresos la norma fue su carácter efímero. Los semanarios que sí lograron estabilidad fueron el *Negro Timoteo* y *Caras y Caretas*. El primero circuló entre 1876-1901, con interrupciones, compartió el mercado con *Caras y Caretas* entre 1895-1896. Sí se registró un incremento significativo (tanto en títulos, como en permanencia) hacia 1900 de la prensa satírica e ilustrada, es el caso de *La Fusta*, *La Alborada* o *The Monigoty*.

Probablemente hay una aceptación mayor de estas publicaciones y un camino allanado previamente por *El Negro Timoteo* y *Caras y Caretas*.

También demostramos el papel clave que ejercieron los periodistas-publicistas en los cambios que comienzan a producirse en los diarios a fines del siglo XIX.

Una primera manifestación fue la profesionalización del periodista. Publicistas y letrados comienzan a poseer un entrenamiento profesional que culmina en la formación de intelectuales. La prensa arrebató, por decirlo de alguna forma, la paternidad a las élites tradicionales y letradas en la creación de individuos con capacidades y habilidades intelectuales, empresariales y técnicas que promovieron una forma distinta y cada vez más autónoma del oficio del periodismo.

Eustaquio Pellicer y Charles Schütz impulsaron un semanario ilustrado en una ciudad distante de sus lugares de origen. Ser inmigrantes no les impidió hacer humor político. Las caricaturas que desfilaron por las páginas de *Caras y Caretas* demuestran agudeza y sagacidad para reconocer los personajes más simbólicos del elenco político. También advierten con presteza las prácticas políticas que debían denunciarse.

Estos individuos pertenecieron a una generación de inmigrantes, con trayectorias y formación compartida: fueron artistas y periodistas, que tejieron toda una red de vínculos a su llegada al Río de la Plata permitiéndoles continuar con su oficio. Esta articulación de contactos entre ellos les permitió iniciar-continuar en algunos casos- toda una carrera en el mundo del periodismo y algunos de ellos renovaron y alteraron la forma de hacer humor político.

Pellicer y Schütz fueron capaces de emprender el desafío de crear un impreso en un contexto político complejo y económicamente adverso. Esta situación no los desalentó, apostaron a un producto que no fue novedoso en cuanto a su formato, pero logró posicionarse en la escena cultural convirtiéndose en un referente para todos los semanarios ilustrados.

Artistas y publicistas reconocidos en el Río de la Plata, como Eduardo Sojo, Manuel Mayol, José María Cao, Aurelio Giménez Pastor, Juan Sanuy; ilustraron *Caras y Caretas*. Su participación fue considerada de beneficios recíprocos, de mutua utilidad. El semanario pregonaba la participación de caricaturistas con trayectoria internacional y los artistas podían propagar su talento gracias a un impreso con alcance formidable y éxito de ventas.

La calidad artística de las ilustraciones combinadas con el humor político y la pertenencia a un círculo de intelectuales e inmigrantes le aportó cierta independencia a la hora de ejercer su oficio de periodistas.

Considero que las caricaturas producidas por *Caras y Caretas* influyeron en la consolidación de una esfera pública en la medida que introdujeron un instrumento altamente efectivo como lo iconográfico para acercar la política al público.

Domingo a domingo los políticos fueron presentados, evaluados y ridiculizados; sus prácticas políticas también fueron examinadas y exhibidas a un público cada vez más numeroso y probablemente heterogéneo.

La posibilidad de imágenes portátiles y masivas en periódicos o semanarios, revistió a estos dispositivos de una eficacia extraordinaria. La lectura o visualización de la caricatura no estaba condicionada a ningún espacio predeterminado, el encuentro con el dibujo podía efectuarse en variados sitios y tampoco requería demasiado tiempo su lectura y posterior apropiación.

Probablemente en los cafés se comentará algún retrato, o en la calle los canillitas aludieran a ciertas caricaturas por su calidad o agudeza.



Las caricaturas políticas por lo masivo, temática, creatividad y frecuencia se transformaron en actores políticos autónomos, algunas de ellas lograron independizarse de sus creadores, adquirieron vida propia. Otras veces originaron debate y promovieron hechos políticos como el caso de la caricatura a la familia del presidente Idiarte Borda. Hubo toda una discusión acerca de los límites de la creatividad artística y la vida privada y pública de los gobernantes. Fue en 1895 que se produjo también un incidente en febrero por una caricatura del ministro de España, episodio que señala una discusión más amplia que se produjo en Montevideo y en Buenos Aires por las caricaturas aparecidas en *Don Quijote* sobre la cuestión de límites de Misiones y de Chile. Estos escenarios están indicando una modalidad de hacer política en los cuales la prensa desempeña un papel cada vez más importante y a su vez los impresos ilustrados poseen una intervención cada vez mayor. En Buenos Aires, como fue documentado anteriormente, caricaturistas como Sojo sufrieron actos de censura y represión, no se descubrió en Montevideo actos similares sobre los dibujantes o periodistas de semanarios ilustrados.

Asimismo, las iconografías de la República y de los valores que representa fueron un tema reiterado en *Caras y Caretas*, es significativa la tarea de periodistas responsables y artistas en representarla y sobre todo el interés en señalar las prácticas políticas que la debilitan.

Se observa una intención pedagógica en señalar las dificultades que atraviesa el sistema republicano y una actitud política en repetirlo o denunciar fallas que cometen los gobernantes. Esta reiteración iconográfica contribuyó a fortalecer a la sociedad civil, ampliar una esfera y opinión pública.

En la primera época del semanario se registró un incremento de caricaturas políticas denunciando prácticas abusivas por parte del gobierno a partir de noviembre de 1890. Estas acusaciones coinciden con los reclamos que realiza Pellicer al correo por dificultades en la distribución del semanario. Las quejas que

hace públicas Pellicer pueden estar aludiendo a censuras solapadas del gobierno. Estas conductas pueden reflejar ciertas tensiones entre los periodistas de *Caras y Caretas* y el elenco político, enfrentamientos acerca de cómo y quiénes pueden hacer y ejercer la actividad política. Esta situación conflictiva con el correo se mantuvo hasta abril de 1891, pero no significó un cambio en la temática política de las caricaturas. La crítica al régimen de Herrera y Obes se mantuvo hasta la renuncia de Pellicer a la dirección del semanario en noviembre de 1891.

Durante estos meses hubo un espacio de discusión e interacción promovido por la circulación de caricaturas políticas que cuestionaba prácticas políticas del gobierno. Recordemos que hubo una complementariedad entre los títulos de las caricaturas y la imagen y que en todas ellas el protagonista indiscutible fue el presidente, ejemplos a tener presente “El Corso político” (8-2-1891), “Los Buitres” (22-2-1891), “El Parto ministerial” (8-3-1891) “Casín parlamentario” (26-4-1891), “El tortillero” (7-6-1891). Es significativo la permanente exposición y frecuentación de estos personajes en las páginas del semanario.

Mencionemos también los sucesos entre el semanario *Caras y Caretas* y otros semanarios ilustrados como *Montevideo Cómico*, o *El Negro Timoteo* que revelan rivalidades y tensiones enmarcadas por captar más público o por apropiaciones iconográficas. Los semanarios ilustrados participaron y disputaron por un lugar en un espacio público, autónomo y de interacción social como el que se fue forjando entre la sociedad y la prensa en general.

El desarrollo de la prensa y la difusión de periódicos y semanarios funcionaron como espacio de interacción con el público promoviendo también instancias de construcción ciudadana. De cierta forma el público comienza a habituarse a leer editoriales y opiniones, a observar caricaturas de los políticos, a familiarizarse con contenidos y prácticas políticas, en definitiva a tener opinión sobre lo que sucede a su alrededor.

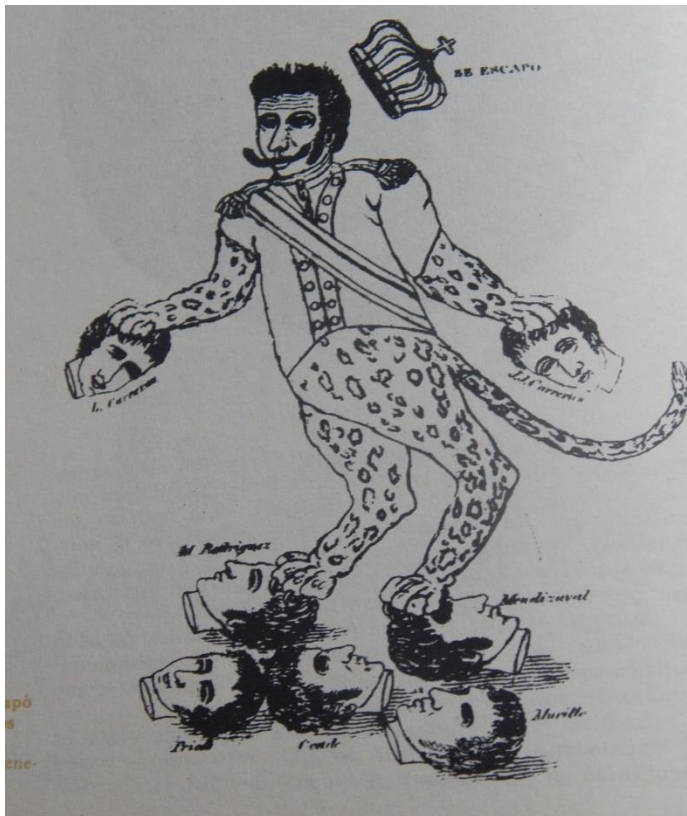
Resulta interesante apreciar que en algunos casos hubo disenso o conflicto frente a la circulación de caricaturas políticas como advertimos anteriormente. La prensa reflejó que no había una posición unánime en cuanto a los modos de participación política y quiénes estaban habilitados o capacitados para ejercer la ciudadanía.

Como sostiene Chartier en *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna* (1994) la circulación de los impresos cimentó y fortaleció una “esfera pública política” condición indispensable de un sistema político y cultura republicana.

En esta misma dirección Hilda Sábato plantea que la expansión sostenida de la prensa periódica se convirtió en un dato evidente de la vida social y política de América Latina hacia fines del siglo XIX; transformándose en un instrumento fundamental para el desarrollo de las formas republicanas de gobierno, difusión de la racionalidad y cultura letrada (Sábato, 2003). El Río de la Plata no escapa a esta realidad, y hemos demostrado que la circulación de caricaturas políticas en el semanario *Caras y Caretas* testimonia un medio para actuar en el debate político.

Las caricaturas producidas por *Caras y Caretas* favorecieron y ampliaron la participación ciudadana ya que instalaron un espacio de sociabilidad específico y con características bien definidas que se complementan con otros dispositivos y mecanismos, en una tendencia a profundizar prácticas republicanas.

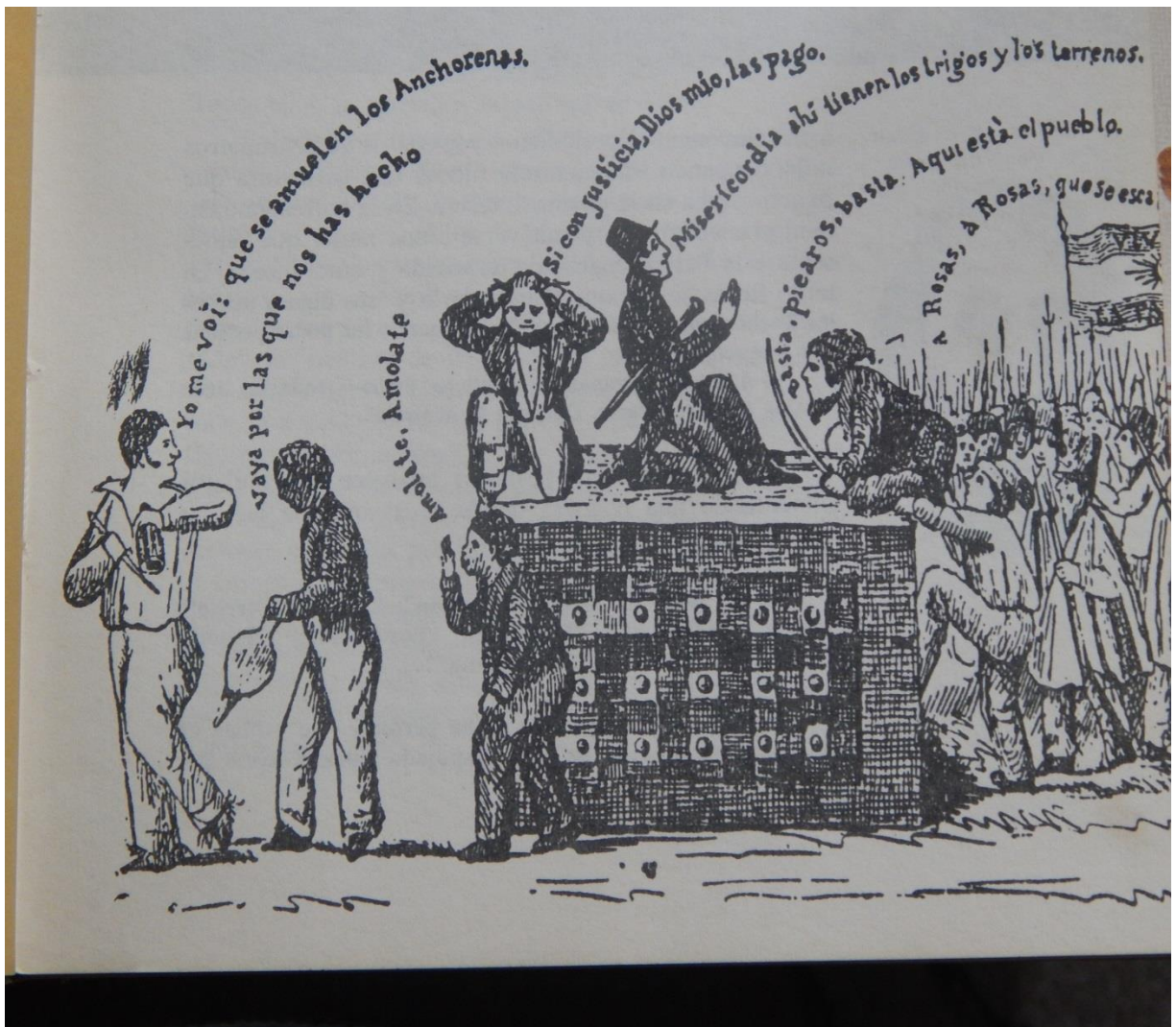
## APÉNDICE ICONOGRÁFICO



1. Caricatura de José de San Martín



2. Caricatura de José de San Martín y Bernardo O'Higgins



3. Una de las caricaturas publicadas en *El Grito Argentino* (1839)



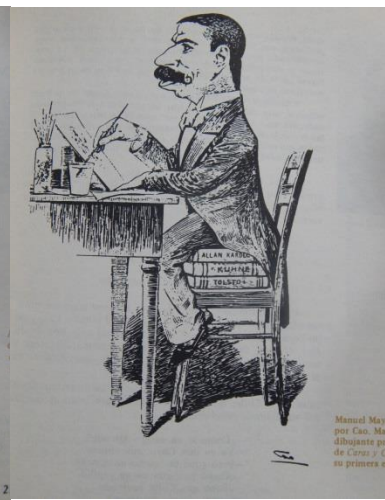
4. Portada de *El Mosquito* de 1871.



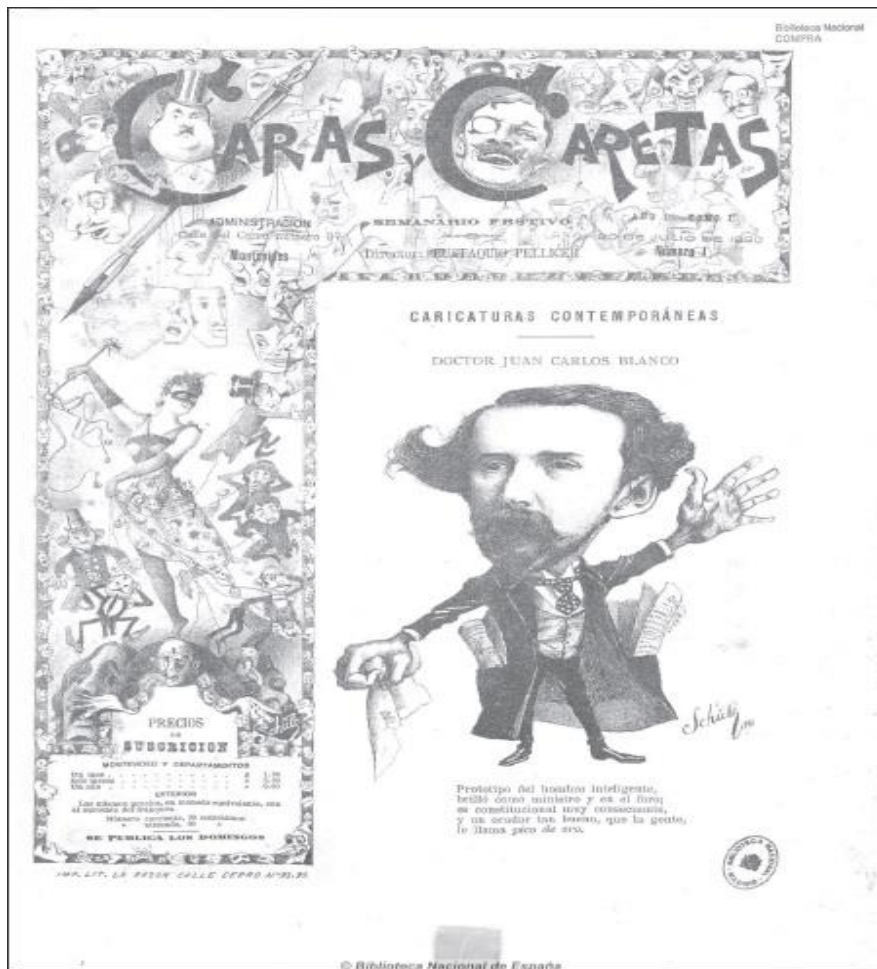
5. Caricatura publicada en *Don Quijote* (1883)



6. Caricaturas de Eustaquio Pellicer y Charles Schütz, portada de *Caras y Caretas* del 28 de diciembre de 1890.



7. Caricatura de José María Cao por Mayol.
8. Caricatura de Aurelio Giménez Pastor por Mayol.
9. Caricatura de Manuel Mayol por Cao.



---

10. Primer ejemplar de *Caras y Caretas*, 20 de julio de 1890.

Caricatura de Juan Carlos Blanco.

---





---

11. Caricatura "El Sufragio Libre" en *Caras y Caretas*, 18 de noviembre de 1890.

---



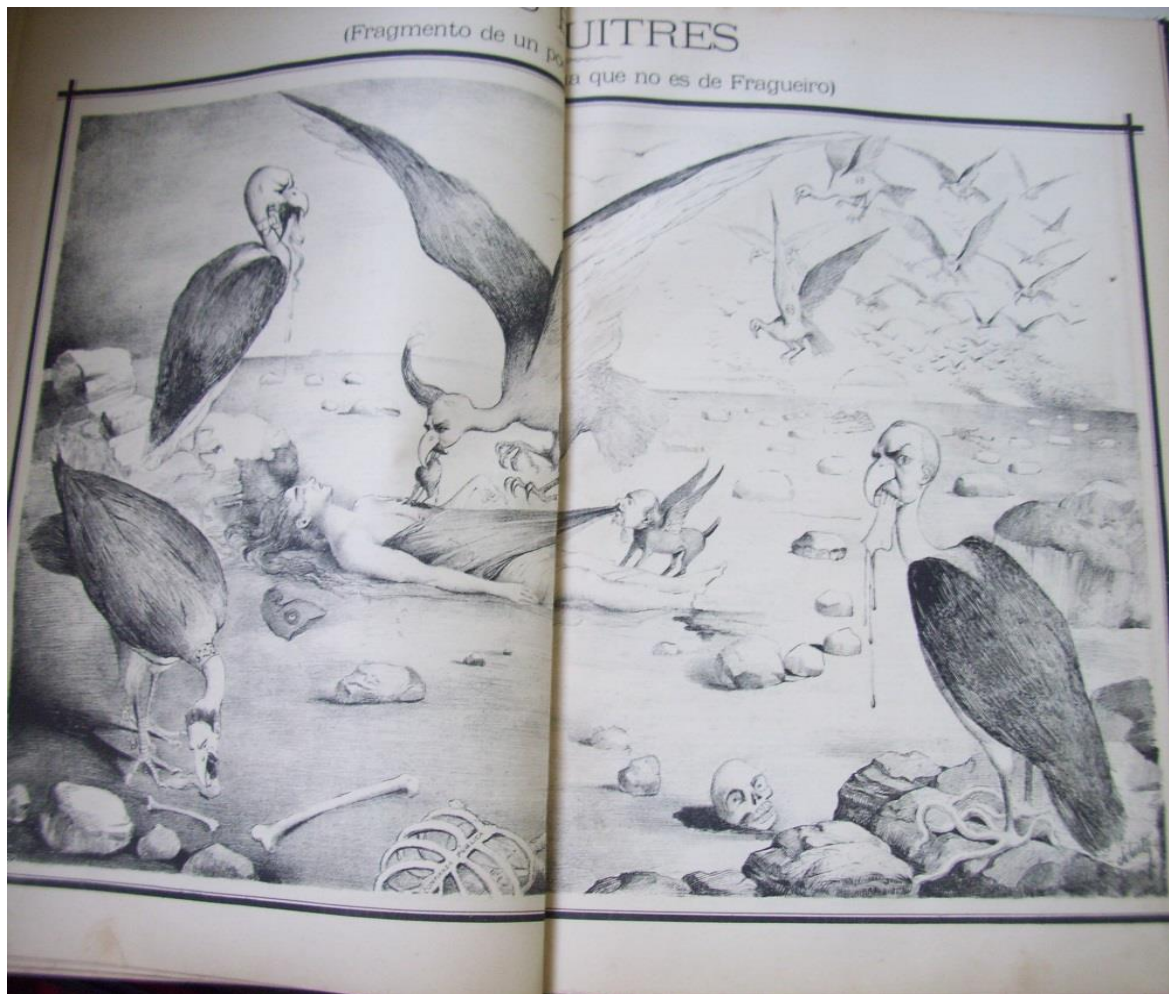
---

12. Caricatura “Ni Koch la salva” en *Caras y Caretas* del 21 de diciembre de 1890.

---



13. Caricatura “El corso político” en *Caras y Caretas* del 8 de febrero de 1891.



---

14. Caricatura

“Los buitres” en *Caras y Caretas* del 22 de febrero 1891

---



---

15. Caricatura “El Parto ministerial” en *Caras y Caretas* del 8 de marzo de 1891

---



Gusta don Pepe tres nombres y sus doncellas almas, que lleva en su brazo fanga blanca para diez hombres de registrar estas.

Y ante el director de *El Día* tengo opiniones todas muy de acuerdo con la mía! de vergüenza que me da aquí el coloso de Rodas.

16. Caricatura de José Batlle y Ordoñez, *Caras y Caretas*, segunda época 1895.



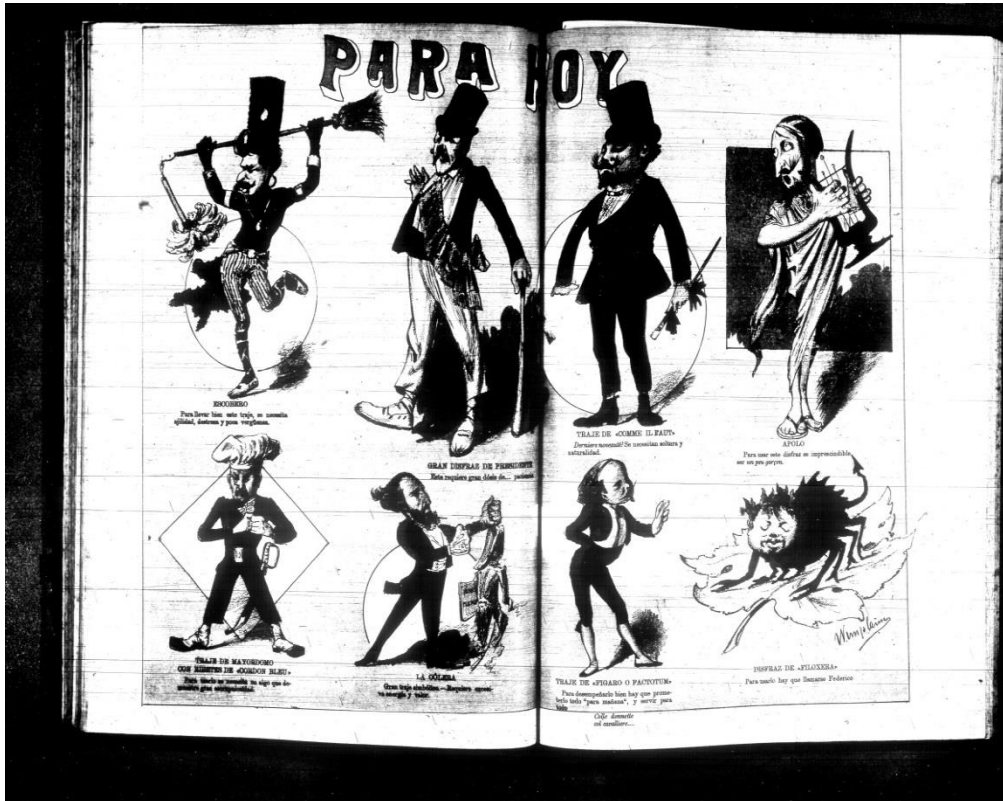
Si dija que esto nació de que nació y no madre, ¿quién que como y bien presto que me va a d. el presupuesto a cambio de puros? Le digo a su madre que está el chiquito, pero bastarían, no puedo más.

el niño pasar de que: ¡Hércules! Ya me f'virgo! Le eché en agua, me lo bebí, la así en la cara ya era grande, y el cura le dijo (lo dijo en latín)

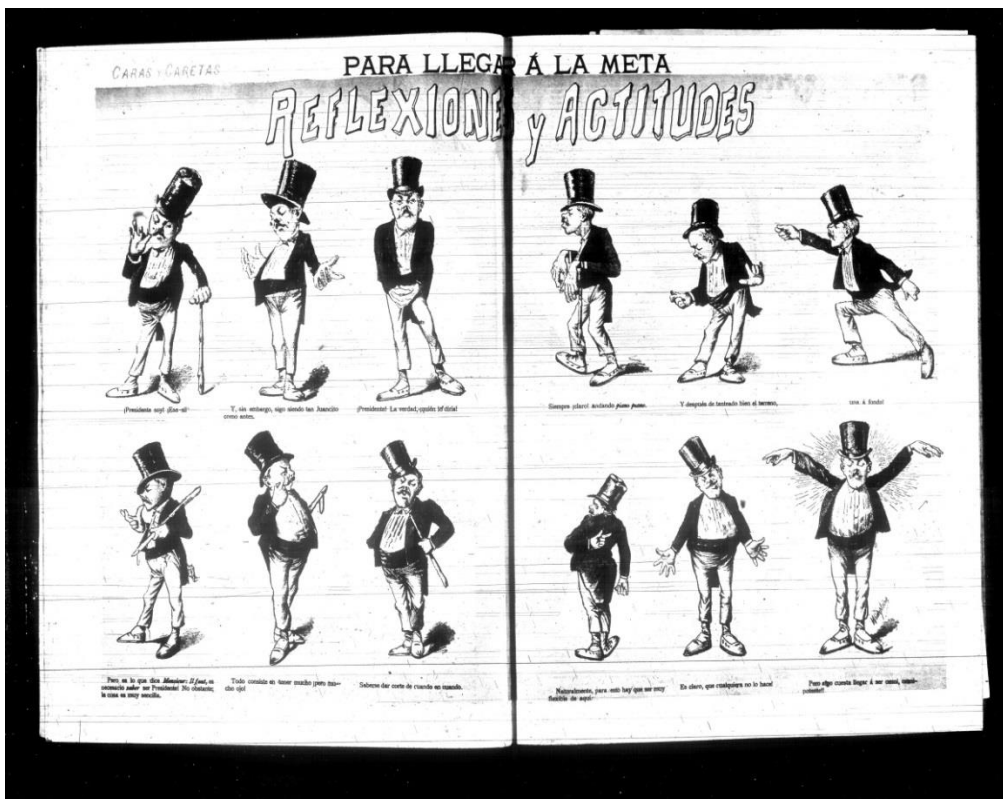
¡Ah! es un hombre público con mucho de aquí... Y además de coñer que me lo lleva al pelo, me me f'virgo, y todo lo que hace, no lo hace muy bien. (En cómo lo educaron.)

(1) Este le dijo también el castigo.

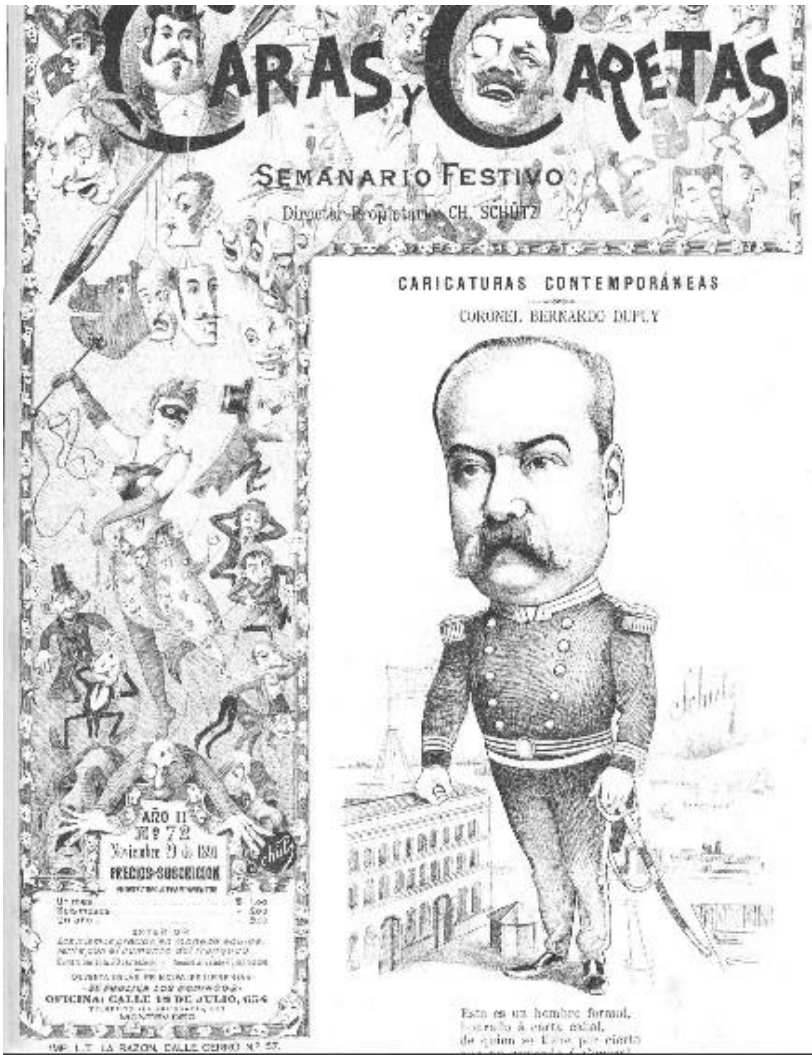
17. Caricatura de Juan Lindolfo Cuestas, *Caras y Caretas*, segunda época 1895



18. Caricaturas de Juan Idiarte Borda y ministros.

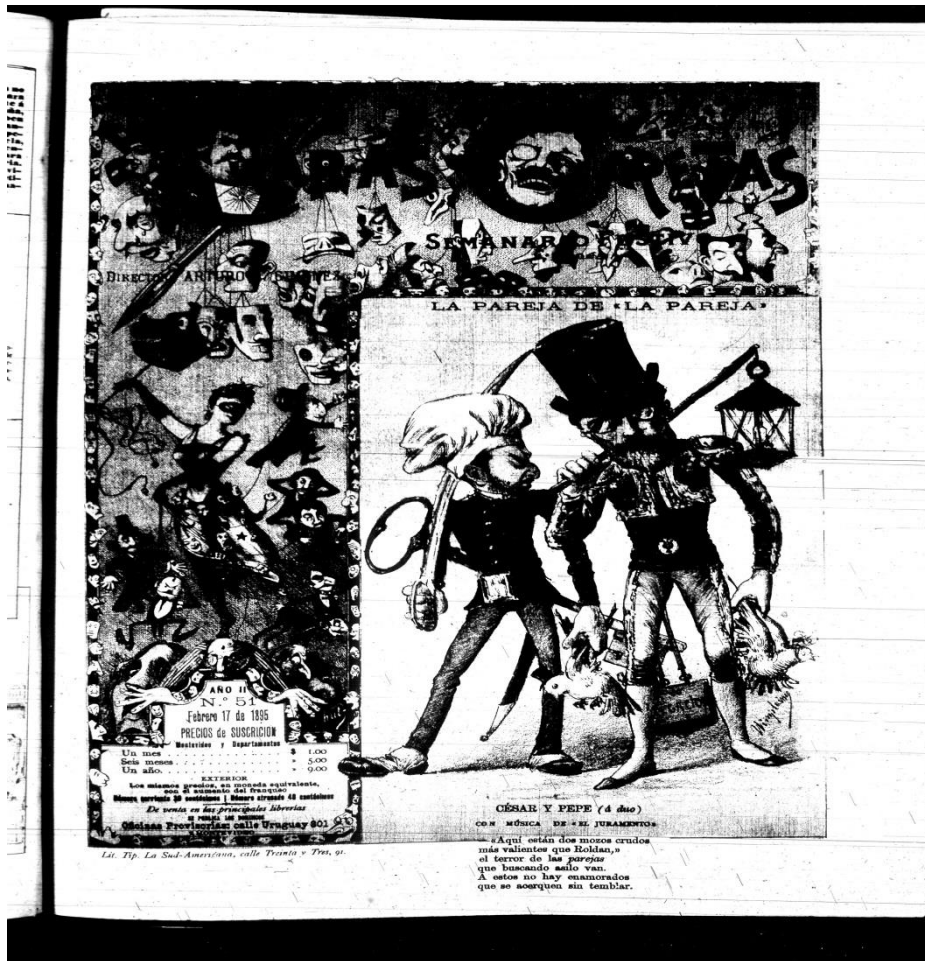


19. Caricaturas sobre Juan Idiarte Borda. En *Caras y Caretas*, segunda época.



20. Caricatura de Bernardo Dupuy, *Caras y Caretas* 29 noviembre 1891.





21. Caricatura  
 “La Pareja de la Pareja” en  
*Caras y  
 Caretas*,  
 segunda  
 época, 17 de  
 febrero de  
 1895.



22. Caricatura  
 “Peregrinación  
 Bearnesa” en  
*El Negro*  
*Timoteo* del 19  
 de mayo de  
 1895.

## BIBLIOGRAFÍA

Acevedo, Eduardo (1933) *Historia Nacional. Desde el coloniaje hasta 1915.*

(Montevideo: Imprenta Nacional)

(1934) *Anales Históricos del Uruguay* vol. 4 y 5 (Montevideo: Barreiro y Ramos)

Agulhon, Maurice (2009) [1977] *El Círculo Burgués* (Buenos Aires: Siglo XXI Editores)

Alonso, Paula (compiladora) (2004) *Construcciones impresas Panfletos, diarios y revistas en la formación de los estados nacionales en América Latina 1820-1920.* (Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina)

Álvarez Ferretjans, Daniel (2006) *Historia de la Prensa en el Uruguay. Desde la Estrella del Sur a Internet.* (Montevideo: Editorial Fin de Siglo- BUSQUEDA)

Balbis, J. Caetano, G. López, A. y Pellerey, R. (1978) *Historia y Caricatura. Una experiencia uruguaya: Caras y Caretas.* (Montevideo: Cuadernos del Claeh, N° 8)

Barrán, José Pedro y Nahum, Benjamín (1990) [1979] *Batlle, Los Estancieros y el Imperio Británico Tomo 1 El Uruguay del novecientos* (Montevideo: Ediciones de La Banda Oriental)

Barrán, José Pedro y Nahum, Benjamín [1971-1972] *Historia Rural del Uruguay Moderno Tomo 1 y 2* (Montevideo: Ediciones de La Banda Oriental)

Barrán, José Pedro (1990) *Historia de la sensibilidad en el Uruguay. Tomo 1 La cultura Bárbara (1800-1860) y Tomo 2 El Disciplinamiento (1860-1920)* (Montevideo Ediciones de la Banda Oriental/Facultad de Humanidades y Ciencias)

(1992) *Medicina y sociedad en el Uruguay del Novecientos Tomo 1 El poder de curar* (Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental)

(1993) *Medicina y sociedad en el Uruguay del Novecientos Tomo 2 La ortopedia de los pobres* (Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental)

Barrán, José Pedro, Caetano, Gerardo y Porzecanski, Teresa (Dir.) (1996) *Historias de la vida privada en el Uruguay Tomo 1 Entre la honra y el desorden 1780-1870; Tomo 2 El nacimiento de la intimidad 1870-1920* (Montevideo Ediciones Santillana)

Barros, Bernardo (1916) *La caricatura contemporánea* (Madrid: América)

Baudelaire, Charles (2001) [1855] *Lo cómico y la caricatura* (Madrid: Ediciones Antonio Machado/ La Balsa de la Medusa)

Beretta Curi, Alcides y García Etcheverry, A. (1998) *Afiches publicitarios en Uruguay (1875-1930)* (Montevideo: Santillana/Fundación Banco de Boston)

Broquetas, Magdalena (coordinadora) (2011) *Fotografía en Uruguay, historia y usos sociales 1840-1930* (Montevideo: Centro de Fotografía, Intendencia de Montevideo)

Buceta Basigalup, Juan Carlos (1941) *Apuntes para la Historia del Periodismo Argentino* (Buenos Aires)

Burke, Peter (2003) (comp.) *Formas de Hacer Historia* (Madrid: Alianza)

(2005) *Visto y no visto El uso de la imagen como documento histórico* (Barcelona: Crítica)

(2001) *Hablar y Callar Funciones sociales del lenguaje a través de la historia* (Barcelona: Editorial Gedisa)

Burucúa, José Emilio (Dir.) (1999) *Nueva Historia Argentina. Arte Sociedad y Política*. (Buenos Aires: Editorial Sudamericana)

(2007) *Historia, arte y cultura. De Aby Warburg a Carlo Ginzburg*. (Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica)

Carvalho, G y Chartier, R (directores) (1998) *Historia de la lectura en el mundo occidental*. (Madrid - Taurus –Santillana)

Cerda Catalán, Alfonso (1965) *Contribución a la historia de la sátira política en el Uruguay 1897-1904*. (Montevideo: Instituto de Investigaciones Históricas. Universidad de la República Oriental del Uruguay. Facultad de Humanidades y Ciencias)

Cochet, Gustavo (1943) *El grabado. Historia y Técnica*. (Buenos Aires: Editorial Poseidón)

Chartier, Roger (1992) *El mundo como representación Historia cultural, entre práctica y representación*. (Buenos Aires: Editorial Gedisa)

(1990) La historia cultural redefinida: prácticas, representaciones, apropiaciones. Punto de vista XIII nº 39, diciembre, 1990.

(1994) [1993] *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna* (Madrid; Alianza)

(2003) [1991] *Espacio público, crítica y desacralización en el siglo XVIII Los orígenes culturales de la Revolución Francesa*. (Barcelona: Gedisa)

Columba, Ramón (1959) *Qué es la caricatura* (Buenos Aires: Editorial Columba)

Devoto, Fernando (2003) *Historia de la inmigración en la Argentina* (Buenos Aires: Sudamericana)

Duarte, Jacinto (1952) *Dos siglos de publicidad en la historia del Uruguay. Desde la fundación de Montevideo 1726-1952* (Montevideo: Talleres Gráficos)

Dell'Acqua, Amadeo (1960) *La caricatura política Argentina. Antología* (Buenos Aires: Eudeba)

Eco, Umberto (2011) [2001] *Historia de la fealdad* (Barcelona: Debolsillo)

Gombrich, E. H (1979) [1959] *Arte e Ilusión. Estudios sobre psicología de la representación pictórica* (Madrid: Gustavo Gili)

Fernández y Medina, Benjamín (1900) *La imprenta y la prensa en Uruguay 1807-1900*. (Montevideo: Imprenta Dornaleche y Reyes)

Fernández Saldaña, J. M (1945) *Diccionario Uruguayo de Biografías 1810-1940*. (Montevideo: Amerindia)

Francés, José (1924) *El arte que sonríe y castiga*. (Editora Internacional Berlín-Madrid- Buenos Aires)

Frega, Ana y otros (2007) *Historia del Uruguay en el siglo XX (1890-2005)* (Montevideo: Banda Oriental. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Ministerio de Relaciones Exteriores)

Halperin Dongui, Tulio (2006) [ 1985] *José Hernández y sus Mundos* (Argentina: Editorial Sudamericana)

Hobsbawm, Eric (1998) [1962] *La Era de la Revolución, 1789-1848* (Buenos Aires: Crítica Grijalbo Mondadori)

(1998) [1975] *La Era del Capital, 1848-1875* (Buenos Aires: Crítica Grijalbo Mondadori)

(1999) [1987] *La Era del Imperio, 1875-1914* (Buenos Aires: Crítica Grijalbo Mondadori)

Jacob, Raúl (1981) *Breve Historia de la Industria en Uruguay* (Montevideo: FCU)

Laroche, W. E (1961) *Los precursores y otras fuentes documentales para nuestra iconografía pictórica*. (Montevideo: Editorial Monteverde)

(1951) *Elementos contributivos a la Historia del Arte en el Uruguay. Orestes Acquarone (litógrafo, dibujante, pintor, escultor, acuarelista) Su tiempo; su vida; su obra*. (Montevideo)

Malosetti, Laura y Gené, Marcela (compiladoras) (2009) *Impresiones Porteñas Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*. (Buenos Aires: Editorial Edhasa)

Malosetti Costa, Laura (2005) “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)” En Yayo Aznar y Diana B. Wechsler (comp.) *La memoria compartida. España y la Argentina en la construcción de un imaginario cultural (1898-1950)*. (Buenos Aires: Paidós)

Mirzoeff, Nicholas (2003) *Una Introducción a la cultura visual*. (Barcelona: Ediciones Paidós)

Navarro Azcue, Concepción (2007) “Vaivenes del sueño dorado. Inmigrantes de las dos orillas” Seminario en la Maestría Historia Rioplatense, UPEP, FHUCE. Montevideo.

Oddone, Juan Antonio (1967) [1955] *Tablas Cronológicas Poder Ejecutivo – Poder Legislativo 1930-1967* (Montevideo: Universidad de la República Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación Instituto de Investigaciones Históricas. Manuales Auxiliares para la Investigación Histórica)

Panofsky, Erwin (1983) [1979] *El significado de las artes visuales* (Madrid: Alianza Editorial)

Peluffo Linari, Gabriel (1999) *De Blanes a Figari Historia de la Pintura Uruguay* tomo 1 (Montevideo: Ediciones de La Banda Oriental)

Piccirilli, Francisco. Romay, Francisco y Gianello, Leoncio (directores) (1954) *Diccionario Histórico Argentino* (Buenos Aires: Ediciones Históricas Argentinas)

Pivel Devoto, Juan E. (1994) [1942] *Historia de los Partidos Políticos en el Uruguay* Tomo II (Montevideo: Edición dispuesta por la Cámara de Representantes)

Pivel Devoto, Juan E. y Ranieri de Pivel Devoto, Alcira (1973) *Militarismo, Civilismo (1875-1897) Adaptado de Historia de la República Oriental del Uruguay* (Montevideo: Editorial Medina)

Prieto, Adolfo (2006) *El Discurso Criollista. En la formación de la Argentina Moderna* (Buenos Aires: Editorial Siglo XXI)

Ramos, Julio (2003) *Desencuentros de la Modernidad en América Latina. Literatura y Política en el siglo XIX.* (México: Fondo de Cultura Económica)

Reyes Abadie, Washington (1977) *Julio Herrera y Obes el primer jefe civil.* Historia Uruguaya segunda serie Los Hombres/11(Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental)

Reyes Abadie, W. y Vázquez Romero, A. (1995) *Crónica General del Uruguay Tomo III El Uruguay del siglo XIX* (Montevideo: Ediciones de La Banda Oriental)

Román, Claudia (2005) “Caricatura y Política en el *Grito Argentino* (1839) y *¡Muera Rosas!* (1841-1842)” en Graciela Batticuore, Klaus Gallo, Jorge Myers (compiladores), *Resonancias románticas. Ensayos sobre la historia de la cultura argentina (1820-1890)* (Buenos Aires: Eudeba)

Romano, Eduardo (2004) *Revolución en la lectura El discurso periodístico y literario de las primeras revistas ilustradas rioplatense.* (Buenos Aires: Catálogos)

Sábato, Hilda (coord.) (2003) [1999] *Ciudadanía política y formación de las naciones. Perspectivas históricas de América Latina.* (México: FCE, COLMEX, FHA)

“Nuevos espacios de formación y actuación intelectual: prensa, asociaciones, esfera pública, 1850-1900”.

Sánchez Albornoz, Nicolás (1991) “La población de América Latina 1850-1930” en Bethell, Leslie *Historia de América Latina. Economía y Sociedad 1870-1930* vol. VII. (Barcelona: Crítica)

Scarone, Arturo (1942) *Diccionario de seudónimos del Uruguay* (Montevideo: Claudia García y Cía.)

(1937) *Uruguayos Contemporáneos. Nuevo diccionario de datos biográficos y bibliográficos.* (Montevideo: Barreiro y Ramos)

Szir, Sandra (2009) “Entre el arte y la cultura masiva. Las ilustraciones de la ficción literaria en *Caras y Caretas* (1898-1908)” en Malosetti Costa, Laura y Gené, Marcela *Impresiones porteñas Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires* (Buenos Aires: Edhasa)

Vázquez, Oscar Lucio (1985) *Historia del humor gráfico y escrito en la Argentina* (Buenos Aires: Eudeba)

Vázquez, Laura (2010) *El Oficio de las Viñetas. La industria de la historieta Argentina.* (Buenos Aires: Paidós)

Rodríguez Villamil, Silvia 1996 “Vivienda y vestido en la ciudad burguesa 1880-1914” en *Historia de la vida privada en Uruguay. El nacimiento de la intimidad 1870-1920.* Vol. II dirección de José Pedro Barrán, Gerardo Caetano, y Teresa Porzencazki. (Montevideo: Santillana –Taurus)

Winn, Peter (2010) *Inglaterra y la Tierra Purpúrea. Gran Bretaña y Uruguay en el Siglo XIX Tomo II Boom, Quiebra e Imperio Económico 1880-1903* (Montevideo: Ediciones de La Banda Oriental)

Zinni, Antonio (1883) *Historia de la prensa periódica de la República Oriental del Uruguay 1807-1852* (Buenos Aires: Imprenta y Librería de Mayo)

Zum Felde, Alberto (1941) *Proceso intelectual del Uruguay y crítica de su Literatura* (Montevideo: Claridad)



## Hemeroteca

### Semanarios

*Caras y Caretas*, 1° época 1890-1892; 2° época 1894-1897.

*El Negro Timoteo* (1887-1896)

*Montevideo Cómico* (1895)

*La Pellicerina* (1887)

### Diarios

*La Época* (1890-1892)

*El Día* (1890-1897)

*Montevideo Noticioso* (1890- 1896)

*La Razón* (1890- 1895)

*La Tribuna Popular* (1890-1895)

*La Prensa* (1895)

*El Ferrocarril* (1890)