

Eduardo Sojo: el artífice del periodismo satírico en España y Argentina¹

Antonio LAGUNA PLATERO
Universidad de Castilla La Mancha
antonio.laguna@uclm.es

Francesc-Andreu MARTÍNEZ GALLEGO
Universidad de Valencia
francesc.martinez@uv.es

Luis SUJATOVICH
Universidad Nacional de Quilmes, Argentina
luis.sujatovich@unq.edu.ar

Recibido: 28 de abril de 2016

Aceptado: 10 de agosto de 2016

Resumen

El artículo analiza la extensa obra de Eduardo Sojo a través de las publicaciones satíricas que fundó en España y en Argentina durante las últimas décadas siglo XIX. A partir de la indagación de algunas de sus caricaturas políticas se reconstruye su posicionamiento político en los diferentes contextos en los que desarrolló su obra y el impacto que suscitó en la opinión pública su discurso en favor de los valores republicanos y su reiterado repudio hacia el clero, en ambos países.

Palabras clave: Eduardo Sojo; Caricatura Política; Republicanismo; Anticlericalismo.

Eduardo Sojo: The Architect of the Satirical Journalism in Spain and Argentina

Abstract

This article analyzes Eduardo Sojo's extensive work through the satirical publications, which he founded in Spain and Argentina during the last decades of 19th century. By looking into some of his political cartoons, his political positioning is reconstructed in the different contexts in which his work was developed, as well as the impact caused by his speech in favor of republican values and his constant disdain directed toward clergy in the public opinion in both countries.

Keywords: Eduardo Sojo; Political cartoon; Republicanism; Anticlericalism.

Referencia normalizada

Laguna Platero, A., Martínez Gallego, F. y Sujatovich, L. (2016). Eduardo Sojo: el artífice del periodismo satírico en España y Argentina. *Historia y Comunicación Social*. Vol 21, número 2, páginas 433-461.

Sumario: 1 Introducción. 2. La escuela de la revolución. 3 De Sojo a Demócrito, de *El Buñuelo* a *El Motín*. 4. *Don Quijote* porteño: transgresión, crítica social y éxito editorial. 4.1. *Don Quijote* y la clase política: un litigio constante. 4.2. *Don Quijote* y la presidencia de M. A. Juárez Celman: oposición, éxito y revolución. 5. *Don Quijote* en España (1892-1900). La denuncia permanente. 6. Epílogo: un final tragicómico. 7. Referencias bibliográficas.

1. Introducción

Eduardo Sojo Sanz, más conocido como “Demócrito” por firmar así sus creaciones, fue uno de los principales protagonistas de la prensa satírica española de fines del siglo XIX y padre de la caricatura política argentina. Comprometido con el republicanismo del 73 y perseguido por el régimen del 76, participó como dibujante y/o editor en más de 40 publicaciones, destacando sobre todas ellas *Don Quijote*, el semanario que publicaría en tres países distintos. Republicano, dibujante y hombre emprendedor, Sojo será el máximo exponente de la caricatura política en la España del último tercio del siglo XIX. Situado cronológicamente entre la etapa inicial de la prensa satírica que representa Ortega y *Gil Blas* (1864) y la “metáfora-collage de connotaciones morales” desarrollada en el primer tercio del siglo XX por Bagaría, su producción se desarrollará entre 1873 y primeros años del nuevo siglo en más de cuarenta publicaciones periódicas². En estas cuatro décadas, Sojo llevará a cabo su producción periodística en semanarios identificados como satíricos por su visión en clave de humor de lo que acontece. Y lo hará apelando al lenguaje visual como recurso básico. Su capacidad de comunicación no es tanto el dominio del lenguaje escrito como el control de las capacidades expresivas que tiene el retrato deforme de los personajes públicos del momento; su éxito es dar forma a lo que otros describen con letras y nombres que muchos no entienden. De hecho, su obra va más allá de la caricatura periodística. Fue un divulgador, un intérprete de clásicos de la pintura, y un ilustrador de láminas con notable éxito. Y de nuevo, no tanto por la calidad de su técnica, cuanto por su capacidad de conectar con los ideales de las personas, su nombre fue protagonista de diversos acontecimientos. Fue requerido por Galdós para ilustrar su episodio *Cádiz*; por Fernández y González para su obra, *París subterráneo*; por la colonia española de Buenos Aires para ilustrar el Álbum de homenaje a Peral. Sus láminas conmemorativas de la proclamación de la I República, no solo consolidaron la simbología de la República –en estrecha dependencia de la imaginería republicana francesa, tal y como ha destacado Pere Gabriel³-, sino que permitieron a muchos republicanos españoles construir su propio “altar republicano” doméstico⁴. Además, este tipo de iniciativas tan conectadas con los sentimientos de una parte de la población, obviamente eran también un buen negocio, tal y como corrobora la reiterada oferta que se produce y la constante propaganda que se realiza desde el mismo semanario. Si la prensa diaria la hemos calificado de “vehículo de ideas” por recoger opiniones de todo tipo, la prensa satírica habría que calificarla como “espejo de ideas” por la capacidad de recrear puntos de vista en forma gráfica⁵. De aquí que

atribuyamos al padre de *Don Quijote* ser uno de los caricaturistas más destacados de nuestra historia, tanto por su capacidad de crear “espejos de ideas”, como por sus iniciativas editoriales y el tiempo histórico en que las llevó a cabo, el último cuarto del siglo XIX. Eduardo Sojo, nacido en Madrid en 1849 y muerto en la misma ciudad cuando aún no había cumplido los 60, consiguió el éxito por la publicación del semanario satírico *El Quijote* en tres países distintos: Argentina a partir de 1884; Uruguay, a partir de 1887 y hasta el año siguiente; y en España, desde el 9 de enero de 1892 hasta 1902. A lo largo de casi dos décadas, simultaneando producción y ediciones en realidades políticas tan distantes, Sojo y *Don Quijote* definieron una nueva forma de entender la caricatura política, desarrollaron un potente medio de comunicación y propaganda con tiradas muy por encima de la media de la prensa diaria del momento y, sobre todo, construyeron en los imaginarios de sus lectores una nueva forma de ver el poder tan diametralmente distinta a los estereotipos oficiales –marcos cognitivos que diría Lakoff hoy en día- que transmitían los cauces tradicionales de propaganda política, ya oficiales ya contrarios.

2. La escuela de la revolución

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

Joven, republicano y federal, Sojo se vio envuelto en las principales acciones promovidas para la implantación de la República, al tiempo que experimenta su bautismo periodístico con la puesta en marcha, a partir del 3 de abril de 1870, de su primer semanario satírico, *El Caos*. Desde un posicionamiento republicano federal, sus cuatro páginas alternaban texto y dibujo para hacer crítica política, lo que explicaría que su vida fuese de apenas unos meses⁶.

3. De Sojo a Demócrito, de *El Buñuelo* a *El Motín*

El 4 de abril de 1880 nació la publicación *El Buñuelo. Sainete Político*, dispuesto a convertirse en azote del sistema canovista. No realiza pronunciamiento alguno sobre su propia ideología y sólo se puede colegir que se trata de un *outsider* situado en el escurridizo territorio de la izquierda liberal lindando con el republicanismo. En los dos primeros números de *El Buñuelo*, periódico dirigido por Eduardo de Lustonó, los dibujantes de las viñetas que ocupaban varias de sus ocho páginas, serán Daniel Perea y Manuel Luque de Soria. Perea, sordomudo de nacimiento y pintor, había arrancado sus colaboraciones periodísticas a través de la caricatura en *Gil Blas* y *La Filoxera*. Luque, almeriense nacido en 1854, comenzó su labor de caricaturista en 1873 en *Mundo Cómico*, muy influido en sus trabajos a lápiz por el maestro José Luis Pellicer, director artístico de la revista, y al poco se convirtió en el más célebre de los caricaturistas de esa década⁷.

El número 3, de 15 de abril de 1880, supuso un cambio drástico en la concepción artística de la publicación. Eduardo Sojo se hizo cargo de la ilustración de la misma. Fue una especie de salto del blanco y negro al color. Firmaba ya como *Demócrito*. La portada, ésta todavía en blanco y negro, lleva su firma: en ella, una mujer arrellanada en una butaca con los símbolos del escudo español, fuma unos puros que representan a los políticos del gobierno que preside Cánovas del Castillo en ese momento; los arroja al suelo a medio fumar, mientras le explica al león que está a su vera –otro símbolo de la nación–, que todos esos cigarros son infumables. El tono de agresividad política presente en esta caricatura será ya invariable en la publicación.

En los números inmediatamente posteriores, la cabecera de *El Buñuelo* se mantendrá. La imagen a lápiz de la portada decaerá a partir del número 7, de 13 de mayo de 1880. En el interior del semanario, en vez de caricaturas a lápiz salpicando las páginas interiores de la publicación, Demócrito ofrecía una doble página (4-5) a color. Un cromo. Las cromolitografías de Demócrito en *El Buñuelo* están directamente emparentadas con las que en su día publicara *La Flaca*⁸. Demócrito dibujó 34 cromos desde el 15 de abril hasta el 23 de diciembre de 1880, aunque la publicación prosiguió hasta marzo de 1881.

Las estampas a color que publica Demócrito son un despliegue de estrategias artísticas y satíricas. Con frecuencia utiliza la parodia, por ejemplo a través de la reproducción modificada de un cuadro clásico. Con más frecuencia todavía va a la esencia de la caricatura y deforma la estampa de los políticos del momento: sus rasgos exagerados y salientes no impiden reconocerlos, pero sí adivinar rasgos de carácter. A veces la deformación incluye el disfraz del político, no sólo para ridiculizarlo sino también para facilitar a quien contempla la nitidez del mensaje que se pretende transmitir. En algunas caricaturas, Demócrito recurre a la aleluya, a veces, pocas, a la manera tradicional, con los recuadros separados con pies escritos en cada uno de ellos; otras, las más, a una formulación renovada de la aleluya en la que las escenas no están separadas entre sí, pero sí numeradas, de forma que el dígito remite a un pie que circunda la parte inferior del dibujo.



Fig. 1: Portada que marca el inicio de la colaboración de Demócrito en *El Buñuelo*

El gobernador, Luis Martos Potestad, conde consorte de Heredia-Spínola, ex militar, ex diputado, ex alcalde de Madrid, era el brazo ejecutor en la provincia de Madrid del partido Conservador comandado por Cánovas del Castillo. Los conservadores gobernaban desde el inicio mismo de la Restauración. Cuando apareció *El Buñuelo*, Cánovas era, desde el 9 de diciembre de 1879, presidente del Consejo de Ministros. Buena parte de los cromos de *El Buñuelo* se refieren a él y a su partido y lo hacen en un tono lacerante y crítico. También, a partir del número 3, con un punto de esperanza: por entonces —marzo de 1880— Práxedes Mateo Sagasta funda el partido Liberal-Fusionista y, por primera vez en mucho tiempo, se vislumbra la posibilidad de alternancia en el poder. En ese número, la viñeta de Demócrito representa al propio Cánovas —vestido de bandolero andaluz— ante el féretro del partido Conservador.

El gobernador no se mostró nada benigno con la reiterada mención de su partido⁹. Demócrito intenta a través de sus viñetas dar cuenta semanal de las características del gobierno conservador existente y va poniendo cara a sus personajes. Hasta el número 6 incluido (6/5/1880), *El Buñuelo* incluye el dibujo de portada y el cromo de Demócrito. A partir de entonces la caricatura de portada desaparecerá y quedará el cromo como reclamo fundamental por el que desfilan los Romero Robledo, conde de Toreno, Cos-Gayón, etc. De forma sólo esporádica en los primeros meses de la publicación, el dibujante señala a la oposición, casi siempre para criticarla por sus

muchas divisiones internas, por su poca operatividad frente al poder. Con todo, como se dijo, se incluye algún destello de esperanza: en el número 12 (17/6/1880), la viñeta parodia *La fragua de Vulcano*, de Velázquez, y se puede ver a varios miembros del fusionismo, Sagasta entre ellos, en la forja: esto es, forjando un nuevo partido.

El Buñuelo no sólo tuvo dificultades para distribuir algunos cromos por la fijación del gobernador civil de Madrid. Abrió otro frente judicial, con al menos cuatro demandas, con el director de *El Imparcial*, Eduardo Gasset Artime, que reiteradamente denunció al periódico satírico por injurias. En realidad, son varias las caricaturas de *El Buñuelo* dedicadas a criticar a periódicos de diferente pelaje. En el número correspondiente al 26 de agosto de 1880, Demócrito retrata con extraordinaria fidelidad a los directores de *El Imparcial*, *La Política*, *El Tiempo*, *El Diario Español*, *La Integridad* y *La Correspondencia*, los viste de tunos y los sitúa haciendo su serenata en la calle del Presupuesto. La alusión es bien clara: los periodistas señalados son unos tunantes, apesebrados en el fondo de reptiles del presupuesto que, por ello, han puesto sus páginas al servicio del gobierno y la situación conservadora. En algún caso, como el de Gasset Artime, aun a pesar del pasado liberal del director.



Fig. 2: Caricatura de Eduardo Gasset y Artime, detalle del cromo de *El Buñuelo* de 26/8/1880

Los textos de *El Buñuelo* buscan la controversia con el resto de la prensa, como con la situación política, pero son los cromos de Demócrito los que hacen demoleadora la crítica porque les ponen rostro y fisonomía a las críticas vertidas.

La relevancia de Demócrito en la publicación quedará de manifiesto cuando se publique el almanaque para 1881, “redactado por lo mejorcito de la presente generación, e ilustrado con cromos de DEMÓCRITO”. Las mayúsculas no son aleatorias¹⁰. Además de los dibujos de portada y contraportada, Demócrito intercala quince viñetas, a toda página, entre las 208 páginas de la publicación. La mayoría de las estampas están protagonizadas por insignes políticos, los que ostentan o merodean el poder. Demócrito construye con ellos series que le sirven para disfrazarlos y construir alegorías: la primer serie es la de los horóscopos, la segunda la de las virtudes teologales, la tercera incluye a “celebridades contemporáneas” (donde hace una relación de bandoleros célebres del momento, cuyo rasgos recuerdan a ministros del momento).

No sólo los políticos ocupan su lugar. También los clérigos barrigudos solazándose con vinos y viandas y más interesados en tener amas jóvenes y guapas que viejas y feas. El anticlericalismo surge como motivo evidente en la paleta de Sojo.



Fig. 3: Viñeta de Demócrito para el *Almanaque de El Buñuelo para 1881*

El 27 de febrero de 1881 salía el número 48 de *El Buñuelo* y Lustonó, con Juan Vallejo y José Nakens, abandonaban la dirección y la redacción, respectivamente. El nuevo director era Francisco Bueno. Demócrito no firmaba un cromo desde el 16 de diciembre. Las fechas dan a entender que la salida de Eduardo Sojo de la publicación provocó una cierta crisis interna, puesto que los tres hombres fuertes de la publicación reaccionaron de idéntica forma unas semanas después. Nuestra hipótesis es que los abandonos se debieron a un alejamiento respecto a Sagasta y a sus huestes fusionistas, en trance de convertirse en nuevo poder ejecutivo. Sea como fuere, tres

de los cuatro hombres que abandonaron *El Buñuelo* iban a verse pronto en un nuevo proyecto periodístico.

El Motín salió a la calle el 10 de abril de 1881, impulsado por dos editores, José Nakens Pérez y Juan Vallejo Larriaga, compañeros de viaje periodístico que vivían «en comunidad perfecta de ideas»¹¹. Ambos eran republicanos y francmasones. Ambos provenían de *El Buñuelo*. Ambos lo habían abandonado por la misma razón y es evidente que contemplaban a *El Motín* como el periódico donde podían realizar el periodismo que les complacía. Y ambos sabían que el éxito de la nueva publicación iba a depender del tirón que Eduardo Sojo, Demócrito, tenía entre los lectores. Suyo era el dibujo de cabecera, para empezar. Demócrito firmó todas las viñetas de *El Motín* desde el 10 de abril al 18 de diciembre de 1881: 36 números discurren entre ambas fechas.

El Motín nació de forma modesta, con cuatro páginas que incluían un comentario, un poema, noticias breves y un grabado¹². Los nuevos cromos de Demócrito son estilísticamente idénticos a los que venía publicando en *El Buñuelo*. Las cromolitografías llevan el sello Litografías Foruny: es muy posible que tuviesen dos canales de distribución, las páginas del periódico y, tan vez con algo de demora, los quioscos o librerías donde se vendía habitualmente la publicación. La fórmula ya la había ensayado *El Buñuelo*, cuando en medio de sus estertores finales y para intentar remontarlos, ofreció una colección de personajes políticos que distribuía a los suscriptores y vendía al público en formato autónomo. Incluso llegó a sacar dos de estas estampas semanales, una el jueves, que se repartía o vendía junto al periódico, y otra el domingo, en la que no coincidía con *El Buñuelo* en la distribución¹³. El reclamo litográfico posee, además, una extraordinaria fuerza, aunque sólo sea por contraste con lo anodino del resto de la publicación y, desde luego, por la calidad y expresividad del dibujo y por la sátira de la intención.

“El legado de los conservadores” es el título de la primera litografía publicada, en la que Demócrito intentaba hacer balance de los años del gobierno que mediaron entre el golpe de Estado de Sagunto y la salida de Cánovas del poder:

El número 23 (11/9/1881) incorporó la sección “Explicación de la caricatura”. De nuevo, se trata de una estrategia ya ensayada en *El Buñuelo*. En ella Demócrito daba algunas claves para la comprensión cabal de su dibujo, claves que aumentaban el efecto satírico del mismo. En ese número la viñeta se titula «Homenaje tributado al beato Práxedes por los candidatos a quienes salvó milagrosamente de la muerte electoral», y la explicación, en la tercera página de la publicación, indica:

“Reconocidos algunos candidatos al favor visible que les ha prestado en las últimas elecciones el beato Práxedes, abogado, como San Antonio, de las cosas perdidas, acordaron sacarlo en procesión llevando en brazos a Venancio, fruto de sus entrañas políticas, para dar público testimonio de su agradecimiento. Moret, Becerra, Gasset y Sardoal lo llevan en andas; Montero Ríos, Carvajal, Gil Berges y López Domínguez sostienen el palio que cobija al Reverendo Emilio, obispo de Micópolis, uno de los que más ostensiblemente ha sido protegido por el beato Práxedes; detrás, y par que no haya entierro donde él no lleve vela, va alumbrando con una el general Serrano,

y con un pie que indica: “Castelar guardia civil, artillero y conservador, fusilando a Castelar tribuno y demócrata, por orden de Castelar ministro”.

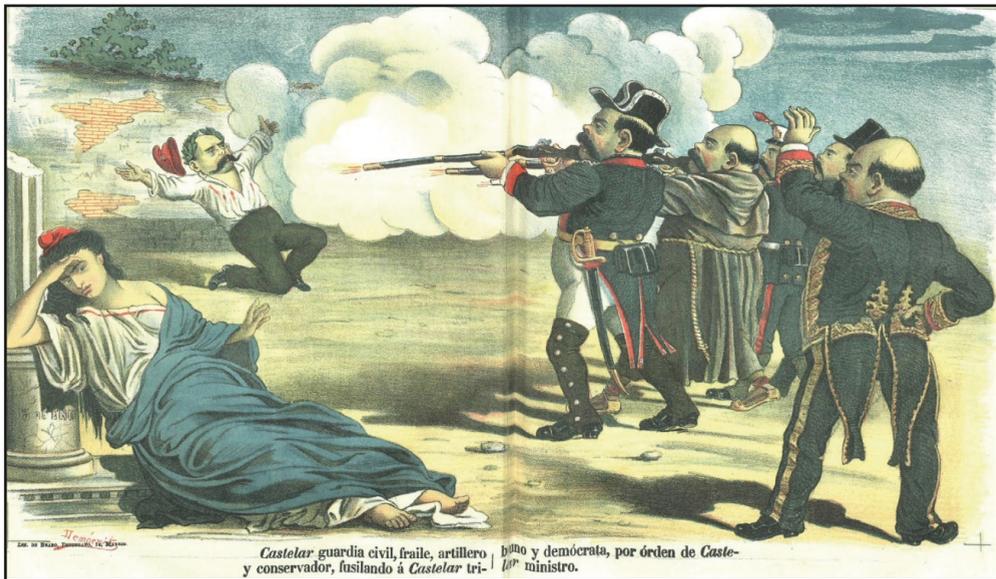
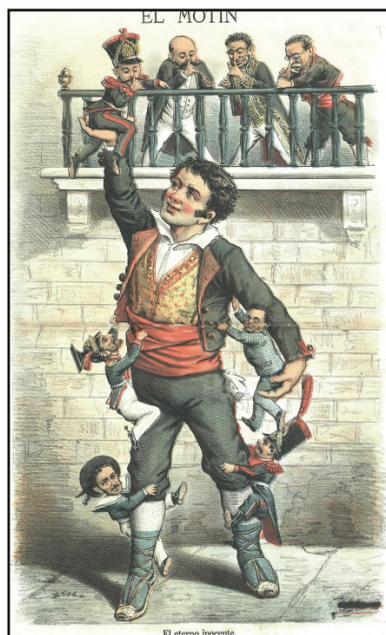


Fig. 5: *El Motín*, núm. 36, 18/12/1881

La crítica a Castelar se completa con la realizada, con menor agresividad y constancia, a la mayor parte de los líderes republicanos. Ni siquiera el prestigioso Pi y Margall se libra. Puesto que se le atribuía la asunción de la definición que Proudhon hizo del pacto federal («sinalagmático, bilateral y conmutativo»), la expresión “pacto sinalagmático” sirvió a Demócrito, a *El Motín* y a algún que otro comentarista hostil para descalificar, mediante la ridiculización, al que fuera presidente de la Primera República¹⁵. En la viñeta de Demócrito, por si faltaba algo, Pi abraza a un grueso canónigo, dejando muchas dudas sobre la verdadera dirección del pacto de marras.

Fig. 6. *El Motín*, núm. 11, 19/06/1881

Demócrito no se despidió formalmente de los lectores de *El Motín*, pero su última viñeta tiene, por así decirlo, valor de compendio. Su personaje central es “El eterno inocente” —en otra ocasión, en el número 5, había aparecido como Juan Lanas— es el trasunto de la España real y de él se mofan algunos mandamases del turno restauracionista y por él trepan algunos políticos y militares que aspiran al mando del país.

Fig. 7: *El Motín*, núm. 37, 25/12/1881

Cuando se acercaban las navidades de 1881 Demócrito dejó *El Motín*. Colaboró esporádicamente en alguno de sus almanaques¹⁶, pues se hallaba ya en la Argentina, con nuevos proyectos editoriales entre manos. *El Motín* (16/1/1892) saludó con efusión su vuelta de aquel país, aunque ya no para contar con él en plantilla: “Un nuevo periódico republicano ha comenzado a publicarse semanalmente. Se titula *Don Quijote*, y con decir que sus caricaturas las hace el popular dibujante Eduardo Sojo (Demócrito), está hecho su mejor elogio. Deseamos al compañero y correligionario toda la buena suerte que merece”.

4. *Don Quijote* porteño: transgresión, crítica social y éxito editorial

Eduardo Sojo comenzó a editar el semanario satírico, *Don Quijote*, en Buenos Aires el 16 de agosto de 1884¹⁷, dando inicio a la etapa más exitosa de su vida profesional. En muy poco tiempo su creación llegará a convertirse en una referencia fundamental para comprender los cambios en la manera de hacer el humor político en la Argentina. Hasta entonces sólo existía una publicación, *El Mosquito*¹⁸, que si bien llevaba veintidós años de circulación en la ciudad no ofrecía a sus lectores una propuesta tan mordaz y con la audacia suficiente para no amedrentarse frente a las autoridades más encumbradas del país como lo hizo *Don Quijote* desde su primera publicación. Esta propuesta crítica y desafiante le generará lectores, relevancia y también, casi como una consecuencia inevitable, problemas con diferentes gobernantes que acabarán siendo resueltos en la Corte Suprema en más de una ocasión. En pocos años Eduardo Sojo logró que su publicación pasara de ser la competencia de *El Mosquito*, a convertirse en una insoslayable referencia en la historia del periodismo argentino, tanto por sus cualidades discursivas como por el reconocimiento otorgado por los lectores.

4.1 *Don Quijote* y la clase política: un litigio constante

En su primera edición permite encontrar las cualidades que desarrollará a lo largo de sus siete años de circulación en Argentina: una ilustración en el frontispicio, nombres de fantasía para denominar al director (sólo figurará Eduardo Sojo a partir del 15 de febrero de 1891) varias columnas conteniendo tres o cuatro notas satíricas (algunas se continuaban en la última hoja) y una caricatura política en las páginas centrales. Esta breve descripción de la superficie redaccional permite advertir que la revista carecía de publicidad, y si bien esta carencia no significó un obstáculo para su crecimiento editorial, es preciso señalar que fue un acuciante problema que también dejó marcas en su propuesta comunicacional, ya que debía afrontar el desafío de autosolventarse sin contar con más apoyo que el que pudiera obtener de sus lectores. Y para ello Eduardo Sojo, le confirió a su revista un mensaje que interpelaba a los lectores de una manera original, desafiante e inusualmente crítico para construir un pacto de lectura de manera rápida y eficaz que le permitiera continuar editando *Don Quijote*. Un ejemplo de este posicionamiento discursivo inédito lo conforma

la siguiente ilustración (aunque en este caso deberíamos definirla como caricatura política) que acompañó las primeras 22 ediciones:



Fig. 8: *Don Quijote*, Año I, N°1, 16/05/1884, página 1

Aquí se puede apreciar a Don Quijote y Sancho Panza enfrentados a las figuras más relevantes de la política nacional. Sancho Panza está haciendo un gesto de burla mientras que Don Quijote acaba de atravesar con su lanza a los cuatro presidentes que hasta el momento había tenido el país. Ellos son: B. Mitre (1861-1868), D.F. Sarmiento (1868-1874), N. Avellaneda (1874-1880) y J.A. Roca (1880-1886) aún en el cargo. La publicación se presentaba en el espacio público porteño con inusitada acritud: castigando a los presidentes y burlándose de quienes aspiraban a serlo a partir de 1886, cuando se renovara la Primera Magistratura.

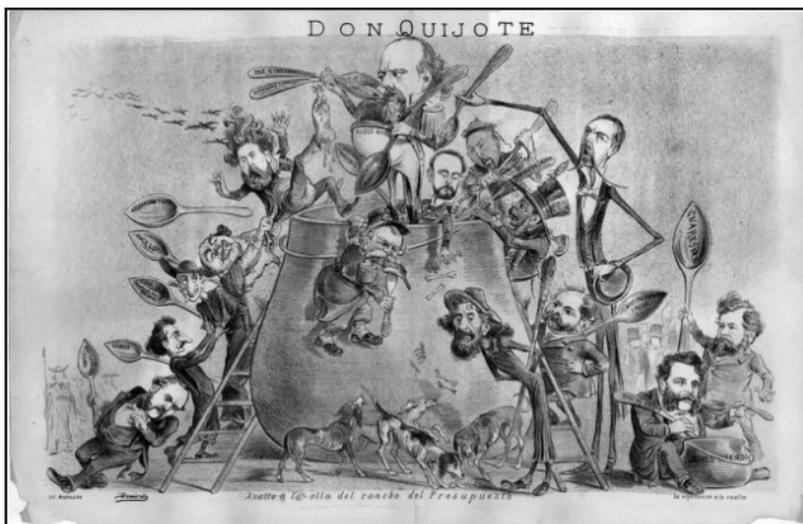


Fig. 9: *Don Quijote*, 16/08/1884, páginas 2 y 3

La forma inaugural de su propuesta discursiva no se limitó a la caricatura que acompañaba al título de la publicación, por el contrario, en las páginas centrales desplegaría su obra mayor de cada semana.

En la cima del caldero gigante se destaca Julio A. Roca, Presidente y líder de la principal agrupación política de alcance nacional el Partido Autonomista Nacional (P.A.N), distribuyendo entre los funcionarios de su gobierno que están muñidos de una cuchara, la comida o sopa del presupuesto nacional. Para reforzar el sentido, Sojo incluyó un epígrafe que decía: “Asalto a la olla del rancho del presupuesto”. Sólo hay una figura que no posee cuchara y que desde un lugar opuesto a J.A. Roca, es decir desde el suelo casi en la periferia asiste al festín como si se tratara de un simple testigo, a pesar de ser B. Mitre, expresidente de la Nación, dirigente político y director del importante diario *La Nación*. De esta forma, Eduardo Sojo ponía al descubierto sus consideraciones sobre la forma de gestionar que tenía el J. A. Roca y el interés que movía a su círculo de ministros. Sólo B. Mitre parecía estar ajeno a esa transacción, aunque no realizara ninguna acción para detenerla.

La indignación sufrida por Eduardo Sojo ante la corrupción generalizada de la clase dirigente, suscitó que apenas cuatro números más tarde *Don Quijote* publicara en las páginas centrales la siguiente caricatura:



Fig. 10: *Don Quijote*, 14/09/1884, páginas 2 y 3

En el centro se destaca el diablo que se está llevando, con un gesto de volup-tuosidad, a los personajes que él consideraba responsables directos de la situación.

Con la leyenda: “¡Al diablo con todos!” Se encarga de evidenciar no sólo cuál es su conceptualización de la realidad política y social, sino también su más intenso deseo. Resulta necesario volver a destacar la irreverencia de E. Sojo pues en apenas un mes de circulación de su publicación, no temió enfrentarse con la clase dirigente del modo más directo. Aunque también podría pensarse que esta actitud le sirvió para establecer un pacto de lectura frontal, crítico pero honesto que le asegurara las ventas necesarias para subsistir económicamente. No es muy aventurado conjeturar que E. Sojo, en su afán de interpelar a los lectores para ganarse su complicidad, buscara una estrategia que identificará tanto a *Don Quijote* como a sus víctimas, ¿Y qué mejor forma de reforzar un pacto de lectura que inaugurando un lenguaje propio? Para ello en 1886, bajo el título “Juaristas Célebres” (en clara alusión al candidato oficial a la Presidencia de la Nación, M. A. Juárez Celman concañado de J.A. Roca) ofreció una completa galería de especímenes políticos:



Fig. 11: *Don Quijote*, 16/01/1886, páginas 2 y 3

En la extensa lista se destacan “Julio César” es decir, J.A. Roca, vestido con atuendo de rey y con nombre de emperador para llevar hasta el paroxismo su afán de poder y dominio, y en la segunda fila aparecen Marcos Juárez, futuro gobernador de la provincia de Córdoba y hermano de M.A. Juárez Celman retratado como un gaucho violento que porta dos facones, dos pistolas y una bayoneta en la espalda, y además tiene un farol sobre su cabeza; y luego se halla el “Príncipe farol”, que representa a M. A. Juárez Celman. Acerca de la repetida mención a los faroles, es preciso señalar que hacen referencia a una marcha nocturna por las calles de Buenos

Aires en favor de la candidatura a Presidente de M. A. Juárez Celman, cuyos partidarios portaban faroles para iluminarse. En el ángulo superior izquierdo, Eduardo Sojo incluyó, aprovechando la ocasión, un mensaje acerca de la magnitud de la circulación del semanario, que según sus cálculos llegaba a 10.000 ejemplares. Su prédica estaba dando resultados. Sólo le faltaba apelar a la animalización en su retórica para que sus caricaturas políticas cumplieran con su doble fin como afirma Gombrich: “Este es el secreto de una buena caricatura: ofrece de una fisonomía una interpretación que nunca podremos olvidar y que la víctima parecerá acarrear siempre, como embrujada”¹⁹. Apenas unos meses más tarde E. Sojo volvió a protagonizar una caricatura, acaso como una forma de vengar de manera simbólica las ofensas sufridas por sus lectores:



Fig. 12: *Don Quijote*, 11/09/1886, páginas 2 y 3

La escena está detenida en el momento posterior del asesinato en manos de Don Quijote de cada uno de los dirigentes más importantes del país. La cabeza colgando de J.A. Roca sobresale de las demás que están sobre el piso. En su mano izquierda cuelga el rostro de “palmerín” es decir Torcuato de Alvear, intendente de Buenos Aires. Entre sus víctimas también figuran M.A. Juárez Celman, M. Juárez, L. Mansilla, entre otros. Las damas que se aproximan al centro de la escena bajando una escalera desde la derecha representan a cada una de las provincias, encabezadas por Buenos Aires. El gesto de Don Quijote pareciera señalar que su acción heroica (y provocadora) sólo tiene como motivo entregar a las damas que integran la República Argentina el fruto de su esfuerzo en favor de un porvenir mejor para todos. Acaso resulta aún más impactante por encontrarse rodeada de publicidades, algo infrecuente en la publicación, y además en “cuarenta y dos colores” como anunció orgullosa en la primer hoja *Don Quijote*.

El compromiso contraído por E. Sojo con su ideario republicano tanto lo obligó como le permitió adentrarse en cada una de las discusiones más desagradables y espinosas de la sociedad en la que estaba inserto. Su experiencia militante y periodística en España le ofreció una perspectiva más amplia y transgresora de los acontecimientos de la realidad porteña. Es por ello que no sólo no eludió los problemas, digamos cotidianos, tales como el maltrato policial, las injusticias sociales, o los atropellos estatales, sino que también se animó a generar su propia agenda temática poniendo en discusión, con sus caricaturas políticas, la legitimidad de un actor político y social de enorme prestigio en el país: la Iglesia Católica. E. Sojo fue el primero que convirtió al poder eclesiástico en un tema de humor satírico en Buenos Aires. Y dada su personalidad, desafiante y temeraria, no se privó de “retratar” la marcha y coronación de la Virgen de Luján²⁰, ocurrida en 1887. Es necesario destacar que la Virgen de Luján o Nuestra Señora de Luján, es una de las advocaciones con la que se venera la figura de la Virgen María en el catolicismo. Se la considera patrona de Argentina, Paraguay y Uruguay. En esta ocasión sí hizo valer una de las rimas que ocupó el frontispicio de la publicación, que decía: “Para El Quijote porteño, todo enemigo es pequeño”.



Fig. 13: *Don Quijote*, 17/04/1887, páginas 2 y 3

Eduardo Sojo se atreve a imaginar de qué forma se han comportado los curas y monjas que formaron parte de la comitiva. En la parte derecha se encuentra un obispo que porta una botella de vino evidenciando un estado de ebriedad, y muy cerca otro religioso que va comiendo un enorme jamón con lascivia portando una botella de vino en el bolsillo. En la otra mitad, se destaca una mujer (¿monja?) embarazada a lomos de burro con un cura y un cerdo: ambos se parecen mucho en su fisonomía (¿y

acaso también en su comportamiento?) gracias a la figura retórica de la animalización empleada. La contradicción entre la conducta espiritual y la vida austera que deben cumplir los hombres y mujeres de la iglesia y los excesos retratados no podrían ser mayores. Y en esa exageración está su mérito y su audacia: la hipérbole ayuda a reforzar la hipocresía denunciada.

La llegada a la presidencia de la Nación de M. A. Juárez Celman, en octubre de 1886, propició que la revista alcanzara su máxima popularidad, a partir de su campaña de hostigamiento y denuncia de la crisis que comenzaba a anunciarse y que estallaría cuatro años más tarde.

4.2. *Don Quijote* y la Presidencia de M. A. Juárez Celman: oposición, éxito y revolución

La asidua detracción del gobierno de Juárez Celman parecía estar generando dos efectos concomitantes: el crecimiento en la popularidad de la publicación, que rondaba los diez mil ejemplares semanales²¹, y la influencia de su discurso. Aunque acerca de este aspecto sea más complejo argumentar cuantitativamente, pues no es posible disponer de datos irrefutables, sin embargo ciertos emergentes que pueden advertirse en *Don Quijote* permiten elucubrar que su posicionamiento editorial, expresado en sus caricaturas políticas pero también en toda su superficie redaccional, no resultaban inocuas. Es preciso señalar que el descontento hacia el gobierno no era sólo obra de la lúcida y mordaz pluma de E. Sojo. Hacia 1890 las dificultades financieras, la inflación, la paralización de las obras públicas y el cierre de las industrias generaron un clima social crítico que fue aprovechado por algunos sectores políticos y militares para organizar una revolución que removiera al Presidente y terminara con el sistema de hegemonía del P.A.N. Los enfrentamientos entre los rebeldes y el ejército leal al Presidente comenzaron el 26 de julio en Buenos Aires, y duraron varios días. Ante la preeminencia de las fuerzas oficiales, el 1° de agosto se acordó el cese de hostilidades y la amnistía para todos los participantes. Aunque los revolucionarios no pudieron cumplir con todos sus objetivos, al menos forzaron la renuncia del Presidente Juárez Celman, que fue reemplazado en el cargo por el Vicepresidente Carlos Pellegrini.

Durante la semana de los enfrentamientos, el periódico no salió a la calle. Pero, una vez finalizado los combates, su circulación alcanzó una cifra récord: 60.000 ejemplares²². Si consideramos que la población de la ciudad de Buenos Aires rondaba los seiscientos mil habitantes²³, podemos advertir que existía una íntima relación entre la opinión pública, los revolucionarios y Eduardo Sojo. No es casual entonces, que los testimonios coincidan en adjudicarle a *Don Quijote* no sólo el favor del público, sino también su reconocimiento en favor del movimiento armado. Al respecto, J. Palacio refiere que “la revolución de 1890 la hicieron las armas y las caricaturas de Cao y Sojo²⁴”. También es muy revelador el aporte H. Sábato, pues agrega un aspecto muy significativo de la comunicación entre *Don Quijote* y la sociedad: “Ante las presiones internas y las críticas de la oposición, Juárez Celman se vio forzado a renunciar a la presidencia, que quedó en manos de Carlos Pellegrini, aliado de Roca. Cuando se supo la noticia, la calle se llenó de gente que coreaba, festiva: ‘ Ya se fue, ya se fue,

el burrito cordobés²⁵.” El cántico revela la notable adopción de las caracterizaciones propuestas por E. Sojo y su capacidad para denominar de una forma novedosa, mordaz y con un lenguaje accesible a los diferentes sectores sociales. Acaso uno de sus mayores méritos al frente de *Don Quijote*.

Así concluía Eduardo Sojo la etapa más exitosa de *Don Quijote* en Buenos Aires. En sólo seis años había logrado establecer una forma diferente de hacer humor político, que le deparó un número creciente de lectores y también (acaso en una proporción semejante) reiterados ataques de la clase dirigente, llegando incluso a convertirse en protagonista de un fallo de la Corte Suprema de la Nación, que en la actualidad se conoce como el “Caso Sojo”. Pero ni la prisión logró disuadirlo, aún en las peores circunstancias la revista continuó con su crítica social ampliada, pues también tuvo tiempo para fustigar a la Iglesia Católica, y a las prácticas sociales que perjudicaban a los sectores populares. Su compromiso social y político alcanzó el apogeo durante la crisis de 1890, y lo convirtió en uno de los símbolos de la “Revolución del Parque” junto a L. N. Alem. Esos son los legados que hacen que Eduardo Sojo y su revista *Don Quijote* ocupen un lugar destacado en la historia de la prensa satírica argentina.

5. *Don Quijote* en España (1892-1900). La denuncia permanente

En la primavera de 1891 Sojo volvía a España con la vitola de triunfador. Al menos así lo saludaba la prensa madrileña, que al hacerse eco de la noticia de su regreso lo calificaban en estos términos: “La firma de Demócrito es universal del istmo de Panamá abajo”²⁶. De lo que no hay duda es que retornaba con más dinero del que partió, gracias al éxito cosechado por su actividad editorial: “El Sr. Sojo hace diez años partió para Buenos Aires, y á costa de su constante trabajo y laboriosidad, y á sus grandes dotes para el dibujo, ha podido adquirir una fortuna, regresando á su patria con gloria y con dinero”²⁷. De hecho, lo primero que hará a su llegada a Madrid será comprar “un precioso hotel”²⁸ en el barrio de Argüelles, donde establecerá la redacción del periódico *Don Quijote* y se dedicará a vivir “como un gran señor”, confirmando ese estereotipo del español que medra “haciendo las Américas”. La primera razón que justifica su vuelta a España es, obviamente, la reedición de su exitoso semanario, intentando de esta forma reproducir lo conseguido en Argentina, esto es, influencia y dinero. Sobre todo lo primero. Después de sentirse protagonista de la caída del presidente Juárez Celman, Sojo parece querer ejercer esta capacidad en España a favor de la ansiada república. Así lo manifestará abiertamente en su propio semanario: “Sojo ha regresado á España con el propósito de *acelerar* el advenimiento de la República”²⁹; y así lo interpretará también la prensa republicana: “Eduardo Sojo (Demócrito), contribuyó con sus golpes de lápiz á derribar al inepto gobernante de Buenos Aires que lo tenía todo corrompido. Después de haberle visto caer y recibir las delirantes demostraciones de agradecimiento de la multitud que corrió á su redacción á vitorearle, se ha venido á España con la intención de herir de igual suerte á los gobernantes no menos ineptos que presiden, á esta administración infecta”³⁰.

El fin básico se materializa el domingo 10 de enero de 1892, con la puesta en circulación de la versión española de *Don Quijote*. Sus señas de identidad apenas difieren del editado en la capital argentina. Si comparamos ambas cabeceras descubrimos las similitudes. En primer lugar, el subtítulo, convertido a estas alturas en una especie de lema identificativo de sus valores: “Este periódico se compra, pero no se vende”. A continuación la serie de sentencias que complementan el grabado central que da rostros al nombre del periódico: “Nada de cientos ni miles del fondo de reptiles”; “Más escuelas y canales que toros y generales”; “Las empresas ferroviarias tendrán censuras diarias”. Y en el lado derecho: “Más pan y más azadones que fusiles y cañones”; “Abajo las cesantías de ministros de tres días”; y “Ve el QUIJOTE madrileño todo enemigo es pequeño”. Finalmente, tanto en la parte superior como inferior de la cabecera, están los datos identificativos de redacción, administración, fecha y número, así como el nombre del director, Juan Osorio Pérez Castañón. Esta es la diferencia más importante que se observa entre la edición española y la argentina, pues en esta última figura el propio Sojo como director y propietario.

Redacción: Plaza de San Ginés, 3.	Domingo 28 de Febrero de 1892.	Administración: Plaza de S n Ginés, 3.
<p>PRECIOS DE SUSCRIPCIÓN</p> <p>En Madrid. { Un Mes..... 1 peseta. • Trimestre..... 330 • Año..... 10</p> <p>Nada de cientos ni miles del fondo de los reptiles.</p> <p>Más escuelas y canales que toros y generales.</p> <p>Las empresas ferroviarias tendrán censuras diarias.</p> <p>Á CORRESPONSALES Y VENEDORES 25 números, 2,50 ptas.</p>		<p>PRECIOS DE SUSCRIPCIÓN</p> <p>En provincias. { Un Trimestre..... 3 pesetas. • Semestre..... 6 • Año..... 12</p> <p>Más pan y más azadones que fusiles y cañones.</p> <p>Abajo las cesantías de ministros de tres días.</p> <p>Ve el QUIJOTE madrileño todo enemigo pequeño.</p> <p>Núm. atrasado, 30 c.s.</p>
Número suelto, 15 céntimos.		
ESTE PERIODICO SE COMPRA, PERO NO SE VENDE		
AÑO I	Director: J. OSORIO PÉREZ CASTAÑÓN	NÚM. 8.

Fig. 14: *Don Quijote*, 28/02/1892

Don Quijote se hará popular en la España de fines de siglo por la misma razón que había triunfado en Argentina: por su inmensa, temeraria y aguda crítica del poder. Como cualquier medio de partido, *Don Quijote* se declara servidor del ideal. Lo hace implícitamente desde el primer número en cada noticia, en cada dibujo, en cada crítica, pero lo hace explícitamente en el primer ejemplar de 1893 con esta declaración:

“Llegó la hora en que la vergüenza tenga su heraldo y a la vez su paladín que acometa, a punta de lanza y lápiz en ristre, a los follones y malandrines que nos toman por tontos y viven como en país conquistado. Hemos sido, hemos procurado ser los heraldos, los paladines de la opinión, según prometimos. El público nos ha honrado con su benevolencia. Estamos satisfechos.

DON QUIJOTE -¿a qué repetirlo?- defenderá ahora y siempre, con tanta fe como entusiasmo, estas dos grandes ideas: la revolución y la República (...) Tenemos un deber que cumplir, un deber sagrado: coadyuvar al triunfo de la República, y estamos decididos a cumplirlo (...) La hora del triunfo está próxima a sonar. La salvación de la patria depende del advenimiento de la República. El país ha llegado a convencerse de esta gran verdad.

El año 93 tiene una hermosa misión que cumplir. De nosotros depende, única y exclusivamente de nosotros, el triunfo de la República.

¡A luchar, pues, sin miedo y sin vacilaciones, hasta obtener la victoria! Todo ciudadano tiene el deber de sacrificarse por su patria. No hay que olvidarlo.

DON QUIJOTE no es de aquellos -hagámoslo constar- que abandonan su puesto en el momento del peligro.

Y terminamos estas líneas con una frase de esperanza: el año 93 debe ser y será, un gran año.

Reciban nuestros lectores el saludo cariñoso que en prueba de afecto le envía la redacción de DON QUIJOTE. ¡¡¡VIVA LA REVOLUCIÓN!!!”³¹.

Su planteamiento no ofrece dudas: *Don Quijote* al servicio de la revolución para el triunfo de la república. Y sin duda que será fiel, poniendo su vida editorial, su integridad física y su patrimonio al servicio de este principio. Lo hará poniendo las páginas de su periódico a disposición de los republicanos más destacados, desde periodistas como Blasco Ibáñez a líderes como Pi y Margall. Cuando apenas llevaba medio año de existencia, por unos “Cantares” publicados en el número 25, de 26 de junio de 1892, en el que se hacía alusión indirecta a la reina regente³², el fiscal ordenó el secuestro de la edición y la prisión preventiva e incondicional del director. El escándalo, en esta ocasión, no será tanto la denuncia del semanario como el encarcelamiento del director en la sección de presos comunes de la Cárcel Modelo de Madrid, en lugar de la de políticos. Los diputados republicanos protestaron en el Congreso por confundir a un periodista con un delincuente común. La prensa republicana de toda España se sumó a esta protesta: *La Vanguardia* de Vigo atribuía la saña demostrada contra el director de *Don Quijote* a las ganas que le tenía desde su primer número; *La Unión Republicana* de Córdoba se lamentaba del grado de deterioro al que había llegado la prensa. Y así se fueron sumando a la protesta publicaciones como: *El Liberal Castréño*, de Castro Urdiales; *El Bergantes de Morella*; *El Grillo*, de Almería... además de la prensa diaria madrileña, especialmente la republicana. Ossorio estuvo preso en la celda 213 de la sección de comunes hasta que, a principios de octubre, por fin se inició la vista oral. El fiscal le pedía una pena dos años, cuatro meses y un día de prisión correccional, así como una multa de 500 pesetas por un delito de lesa majestad, mientras que el abogado defensor solicitaba la absolución. El juez se inclinó por la acusación, imponiendo la pena solicitada por el fiscal con la sola modificación de la multa, rebajada a 125 pesetas. Sojo recurrió ante el Tribunal Supremo la sentencia, pero éste confirmó en febrero de 1893 la condena, enviando a

presidio al que fuera primer director de *Don Quijote*. Incluso el indulto general dado por el gobierno en mayo del 94 no le libró de seguir cumpliendo la pena.

Desde el 19 de febrero de 1893 Sojo aparecerá ya en la cabecera, no con el cargo de director, sino con la identificación de “Fundador”. El otro director con que contará el semanario en su última etapa será Miguel Sawa, un periodista republicano que había destacado en el diario *El País*, con un largo historial también de persecuciones y choques con la legalidad vigente. En su haber se puede citar la carta de agradecimiento que recibirá de Emile Zola por su apoyo durante el caso Dreyfus.



Fig. 15: *Don Quijote*, 5/08/1898

El gran éxito de Sojo, más allá de cualquier lectura técnica o estética, está en el grado de interés que despierta en amplios sectores de la población. Su capacidad de comunicación traspasa los límites del analfabetismo haciéndose universal, pues el mensaje está en el propio dibujo antes que en el pie de texto que los acompaña. La fuerza expresiva del dibujo ahorra toda explicación. Incluso la reiteración con la que retrata a los poderosos, hace innecesario subtítular el verdadero nombre del caricaturizado. Sus protagonistas predilectos son los miembros del gobierno que dirigen los destinos de las personas. Sus escenas gráficas devienen un espejo deformado de la acción de gobierno, un precedente del esperpento de Valle Inclán³³, pero con la

importante salvedad de que para una gran mayoría resultan ser el único espejo en el que ver a sus gobernantes.

Su caricatura no es solo el reflejo grotesco del personaje, sino la interpretación crítica de su condición política y moral. Tal y como lo calificaba Marcos Zapata, “Sojo no es solo el dibujante a secas, no es aquel que traza, con el lápiz las líneas lo bello, es algo más, es el periodista, es el filósofo, el pensador”³⁴. De aquí que esté a mitad de camino entre el dibujo de perfiles exagerados de los primeros tiempos que busca la comicidad en lo ridículo y lo feo, y la recreación psicológica de los artistas posteriores que harían real la máxima del padre de la caricatura moderna, el francés H. Daumier, cuando afirmaba que: “La leyenda es completamente inútil. Si un dibujo no dice nada, es malo, ninguna leyenda lo mejora. Si es bueno, se le comprenderá inmediatamente”³⁵.

Su obra es un compromiso con un ideal, es acción y respuesta, al tiempo que ofrece vías espectaculares para la propaganda política, en este caso la republicana. Pero no solo. También es un soporte de imágenes que conforman imaginarios e informan de acontecimientos. En el primer caso, resulta especialmente notorio el tratamiento gráfico que experimenta la mujer, sobre todo por la novedad que implica³⁶. En el segundo, en el informativo, también es llamativo la forma y modo en que un periódico satírico refleja sucesos que hasta ahora estaban reservados a la prensa diaria. A falta de la fotografía para recoger el momento destacado del suceso, Sojo aportará su lápiz y creatividad para que los lectores puedan visualizar lo ocurrido. Por ejemplo, la idea de pueblo cobra forma en diferentes imágenes, siempre masculinas, varoniles incluso, plasmadas en las caricaturas de la prensa satírica. Hasta los años ochenta del siglo XIX, los arquetipos populares dibujados y caricaturizados respondían a tipos dominantes del espacio donde se distribuía el periódico: el labrador valenciano del semanario *El Mole*, el artesano catalán de *La Campana de Gracia* o los “gatos” madrileños que popularizó el famoso dibujante Ramón Cilla³⁷. Sin embargo, será con motivo del proceso de independencia cubana cuando aflore el primer arquetipo de lo que se considera pueblo español. Lo dibujará Eduardo Sojo en su *Don Quijote* a partir de 1898, eligiendo al campesino aragonés, al “baturro”, como símbolo de lo español. Es obvio que el recuerdo de la Guerra de la Independencia de 1808, con el sitio de Zaragoza como gesta destacada, sustenta esta elección. Pero también es un tipo muy distinto del que protagonizará la prensa satírica de los años veinte y treinta, donde lo andaluz pasa a ser el arquetipo de la españolidad. El caso de *La Traca*, semanario editado en Valencia y distribuido en toda España a partir de abril de 1931, hará de “Juan Español”, tocado de sombrero de ala ancha, su protagonista central como expresión de los anhelos del pueblo español. En el polo opuesto, la caricatura también da forma al “antipueblo”, a los enemigos que amenazan a ese pueblo noble, valeroso y depositario de todas las bondades que significa el arquetipo. Aparece así la colección de “malos”, personificados en el cura egoísta, en el político corrupto, en el rey casquivano, en el militar analfabeto, en el alcalde cacique...

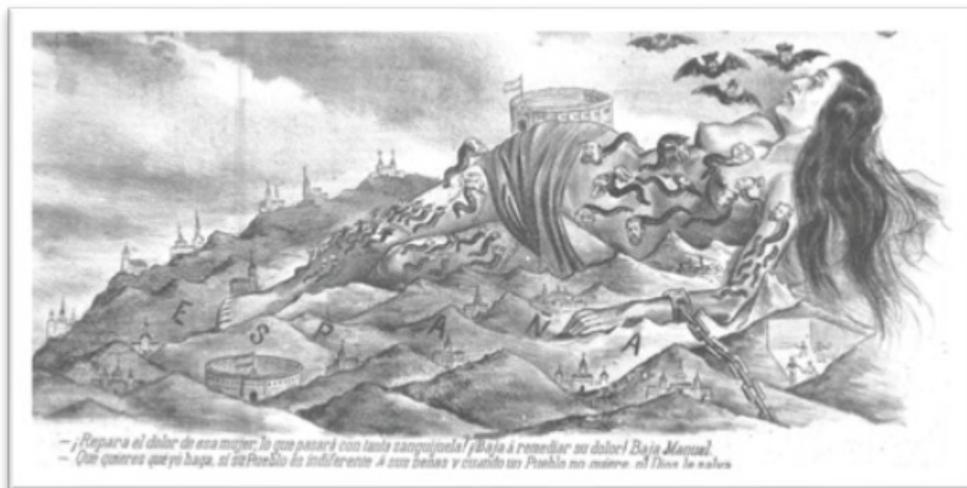


Fig. 16: *Don Quijote*, 21/09/1894

Por último, tal y como venimos insistiendo, Sojo se convierte en el médium que conecta a los republicanos con su sueño, personificando la imagen de la república en láminas que pasarán a decorar las casas y lugares de trabajos. Entre los temas preferidos por el semanario de Sojo para su interpretación gráfica, destacan los relacionados con movimientos sociales, especialmente los encabezados por obreros y republicanos; la guerra, tanto la que se libra en el norte de África como la que dará lugar al desastre del 98; los atentados, tanto nacionales como internacionales; y, finalmente, el fallecimiento de aquellos personajes políticos cercanos a las ideas del dibujante. Normalmente, estos dibujos contaban con una explicación en el artículo inicial del semanario. Y también, de forma demasiado habitual, la suma de artículo y dibujo es lo que provocaba la reacción gubernamental, suspendiendo y secuestrando la tirada e imponiendo sucesivas denuncias que el fiscal traducía en multas o prisión para el director del semanario.

La capacidad de comunicar que le atribuimos a Sojo se mide, además de por la valía y originalidad de sus creaciones, por el grado de interés que despierta y por los efectos que provoca. En este sentido, hay que reconocer que averiguar el número de lectores de sus periódicos es un objetivo quimérico, entre otras razones, porque lo más que podemos llegar a conocer es ejemplares impresos. Así, sabemos que *Las Noticias Ilustradas* alcanzó la cifra de 30.000 ejemplares de tirada; las láminas conmemorativas, especialmente la dedicada a la proclamación de la I República, superaba siempre las 100.000 copias; que los *Almanques de Don Quijote*, realizados al finalizar cada año, se aproximaban también a los 90.000 ejemplares; y, finalmente, que *Don Quijote*, en su edición argentina se movió entre los 15 y los 60.000 ejemplares, mientras que la edición española no superó los 30.000.

En toda la Historia del Periodismo Hispanoamericano³⁸ tan solo encontramos otra experiencia similar, aunque con notables diferencias cronológicas y de contenido. Nos referimos a *El Moro Muza*, publicado en La Habana en 1859 por el vallisoleitano Juan Martínez Villergas (1817-1894), catalogado como el gran referente de la prensa satírica cubana³⁹. Villergas en Cuba, como Sojo en Argentina, uno con la prosa ácida y los versos chispeantes, el otro con sus caricaturas de gobernantes y políticos, no solo alcanzaron el éxito editorial y el reconocimiento público, sino que también lograron desarrollar un rentable negocio periodístico que, trasladado posteriormente a España, resultó todo lo contrario. *El Moro Muza* cubano no tuvo traducción española directa, aunque está en la base de lo que luego sería *Gil Blas*⁴⁰. Sin embargo, el *Don Quijote* argentino de Sojo sí tuvo su réplica en España, además de Uruguay, constituyendo de esta forma una experiencia única, no sólo por editarse a la vez en “ambos mundos”, sino porque la misma fórmula periodística pareció funcionar con efectos similares en realidades políticas tan desiguales. De ahí el reconocimiento que en su día mereció como maestro de caricaturistas e impulsor de un estilo propio, tal y como señalaba la necrológica que le dedicó *Caras y Caretas* el 29 de febrero de 1908: “Maestro de Mecachis, de Mayol y de Cao, tuvo luego muchos imitadores, más ninguno lo ha sobrepujado en gracia y en travesura. No dibujaba, no pintaba, pero en su espíritu inquieto reunía el modo grotesco de Zim, el talento de Oberlander y la original acometividad del más pintado”

6. Epílogo: un final tragicómico

Los inicios del siglo XX significaron los finales de Sojo. El primero se produjo en marzo de 1902, con la muerte de Luisa Moreno, su primera mujer con la que había protagonizado las sonadas veladas de su hotel tras la vuelta triunfal de Argentina. La muerte de su esposa le pilló en Buenos Aires, donde convive con Ascensión Blasco Soriano, que fallecería poco tiempo después, en abril de 1907, casi coincidiendo con la muerte de la hermana de Sojo, Ascensión, que lo hacía en el mes de mayo. Y sin solución de continuidad, recibe el aviso de la Parca en forma de cáncer linguobucal, producto de su enorme adicción al tabaco. Sin compañía familiar cercana, pues no había tenido hijos, sin poder hablar tras la amputación de la lengua, Sojo se comunicará únicamente por escrito con amigos y correligionarios. De hecho, pocos días antes del fin escribía en forma de poema sus últimas voluntades dejando a Roberto Castrovido el encargo de que se despidiese en su nombre de todos los colegas de *El País*. No le quedaba nada más.

7. Referencias bibliográficas

ALCARAZ QUIÑONERO, J. (1993). El Cantón Murciano en la prensa gráfica contemporánea. *Anales de Historia Contemporánea*, 9, 92-93.

- AVILA BAREI, M. X. (2006). *Sátira, caricatura y parodia en la Argentina de fines del siglo XIX. Un caso paradigmático: el periódico Don Quijote (1884-1903) de Buenos Aires*. Gran Canaria: Universidad de La Laguna: Servicio de Publicaciones.
- BOZAL, V. (1979). *La Ilustración gráfica del siglo XIX en España*. Madrid: Alberto Corazón
- CHECA GODOY, A. (1993). *Historia de la prensa en Iberoamérica*. Sevilla: Alfar.
- COLUMBA, R. (2007). *Qué es la caricatura*. Buenos Aires: Dunken.
- COUDART, L. (2012). El boom de la caricatura periodística. *Revista Zócalo*, 1. México DF: Proyectos Alternativos de Comunicación S.A.
- DE LA FUENTE, V. (1871). *Historia de las sociedades secretas antiguas y modernas*. Lugo: Soto y Freire editores.
- DE MARCO (2006): *Historia del Periodismo Argentino*, Rosario: Educa.
- DEL PALACIO, C. Y. (2008). *Voces en papel. La prensa en Iberoamérica de 1792 a 1970*. Chiapas: UNACH.
- ELORZA, A. (1988). *Luis Bagaría y la política*. Barcelona: Anthropos.
- GALLO, E. R. (2006). *Prensa política: historia del radicalismo a través de sus publicaciones periódicas, 1890-1990*. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Históricas Cruz el Sur.
- GANTÚS, Fausta (2009): *Caricatura y poder político. Crítica, censura y represión en la ciudad de México, 1876-1888*. México DF: El colegio de México-Instituto de Investigación del Dr. José María Luis Mora
- GÓMEZ APARICIO, P. (1974). *Historia del periodismo español. De guerras coloniales a la Dictadura*. Madrid: Editora Nacional.
- HARTZENBUSCH, E. (1894). *Apuntes para un catálogo de periódicos madrileños desde el año 1661 al 1870*. Madrid: Establecimiento tipográfico Sucesores de Rivadeneyra.
- LAGUNA PLATERO, Antonio (1999): *El Pueblo, historia de un diario republicano*. Valencia: Institució Alfons el Magnànim.
- LATINO (1943): *Tipos y costumbres bonaerenses*, Buenos Aires: Hyspamérica;
- MATALLANA, A. (1999). *Humor y política: Un estudio comparativo de tres publicaciones de humor político*. Buenos Aires: Eudeba.
- MOLES PINTOR, C. (2012). *El Moro Muza. Una espada periodística en la Cuba colonial (1859-1877)*. Trabajo Fin de Máster. Castellón: Universidad Jaume I de Castellón de la Plana.
- PALACIO, J. (1993): *Crónica del humor político en Argentina*, Buenos Aires: Sudamericana
- SÁBATO, H. (2012): *Historia de la Argentina 1852-1890*, Buenos Aires: Siglo veintiuno

Notas

- ¹ Este trabajo se inscribe en el Proyecto I+D+I, código CSO2015-66667-R, ‘Cambios en la empresa periodística: la estrategia del sensacionalismo. Su emergencia histórica en España y América’, del Ministerio de Economía y Competitividad de España”.
- ² “Largo espacio llenaríamos si trasladáramos los títulos de los periódicos satíricos, políticos, literarios, de toros, etc., etc., en que el lápiz de Sojo ha colaborado, pasan de cuarenta. *El Buñuelo*, *El Motín*, *La Broma*, *Rigoletto*, *El Gil Blas* (segunda época), *El Tío Jindama*, *El Tendido*, *Madrid Cómico*, *Día de Moda*, y en tantos otros como han visto la luz pública en estos últimos años, se ha podido loar la firma de Demócrito al pie de un gran número de intencionadísimas caricaturas y dibujos”, *El Globo*, 1883/07/28
- ³ GABRIEL, Pere (2011): “Iconografía del republicanisme a Espanya i Catalunya. Alguns referents europeus dels federals catalans”, en *Catalonia* n°11, 2e semestre 2012, Université Paris-Sorbonne, revue électronique: <http://www.crimic.paris-sorbonne.fr...> (consultado el 16/02/2014)
- ⁴ El diputado republicano por Valencia, Rodrigo Soriano, en una intervención en el Congreso, denunciaba la detención de un hombre y su mujer por tener pegadas en las paredes de su casa las láminas de Sojo. Vid., “Adiós Torquemada”, en *Don Quijote*, 07/02/1902.
- ⁵ Corresponde a Valeriano Bozal, en uno de los primeros trabajos analíticos sobre el papel de la ilustración satírica, haber puesto de manifiesto cómo a partir de la década de los cuarenta del siglo pasado, “la imagen empieza a tener personalidad frente al texto”. Su punto de referencia es la prensa satírica catalana (*El Papagayo*) y madrileña (*Gil Blas*). BOZAL, V. (1979): *La Ilustración gráfica del siglo XIX en España*. Madrid: Alberto Corazón.
- ⁶ HARTZENBUSCH, E. (1894). *Apuntes para un catálogo de periódicos madrileños desde el año 1661 al 1870*. Madrid: Establecimiento tipográfico Sucesores de Rivadeneyra, p. 290.
- ⁷ ESPINOSA MARTÍN, Carmen (2013): *Caricaturas. Ilustradores de los siglos XIX y XX en la Colección Lázaro*. Madrid, Fundación Lázaro Galdiano.
- ⁸ IBÁÑEZ ÁLVAREZ, José (2015): “Las caricaturas decimonónicas en las colecciones del Museo Nacional del Romanticismo”, in Antonio Laguna y José Reig (coord.): *El humor en la historia de la comunicación en Europa y América*, Cuenca, Ediciones de la UCLM, 127-152.
- ⁹ Sobre la larga tradición moderada de persecución a las caricaturas, véanse ejemplos en Josep-Francesc Valls (1988), *Prensa y burguesía en el XIX español*, Barcelona, Editorial Anthropos, p. 124 y URQUIJO y GOITIA, José Ramón de (1984), *La revolución de 1854 en Madrid*, CSIC, p. 34
- ¹⁰ *El Buñuelo. Almanaque político, satírico y literario para 1881*. Madrid, Imprenta de Fortanet, 1880.
- ¹¹ “Juan Vallejo”, *El Motín*, 15 de julio de 1899, núm. 23, año XVIII
- ¹² PÉREZ LEDESMA, Manuel (2000): “José Nakens, anticlerical y republicano”, en M. Pérez Ledesma e I. Burdiel: *Liberales, agitadores y conspiradores*. Madrid, Espasa Calpe.
- ¹³ *El Buñuelo*, núm. 42, 13/01/1881.
- ¹⁴ El motín 11/9/1881, página 3.

- ¹⁵ Lo que sorprende es que la historiografía actual todavía eche mano de la descalificación en algún que otro título, como VILCHES, Jorge (2001): “Pi y Margall, el hombre sinalagmático”, *Historia y Política*, núm. 6.
- ¹⁶ En el almanaque para 1888 colaboró con 32 grabados. *El Motín*, 18 de agosto de 1887, año VII, núm. 33.
- ¹⁷ No contaba con un diseño gráfico que sobresaliera, por el contrario, tanto en relación al tamaño (35 x 47 cm), como al uso exclusivo de la tinta negra, su presentación era similar al resto de los medios gráficos. Además de las notas y caricaturas de Eduardo Sojo, firmadas bajo el seudónimo de Demócrito, participó Manuel García (de quién Sojo afirmó que: “escribe el Don Quijote casi desde su fundación, lo cual prueba su inagotable chispa y que vale por treinta Garcías juntos y me quedo corto”). A partir de 1887, se incorporó José María Cao, quien debido a las coincidencias con Sojo firmaba sus caricaturas con el nombre de Demócrito II. También participaron Eduardo Mayol (Heráclito), quien en 1898 pasó a trabajar en *Caras y Caretas*, al igual que el famoso escritor José S. Álvarez (más conocido como Fray Mocho), que luego del alejamiento del periódico, fuera director de *Caras y Caretas*.
- ¹⁸ Se fundó el 24 de mayo de 1863. Fue dirigido por Henrique Meyer hasta 1868, y luego por Henrique Stein hasta su cierre el 16/6/1893, treinta años después de su creación. Cada ejemplar constaba de cuatro páginas, salía los sábados, y luego del primer año, los domingos y en sus inicios llegó a vender 1500 unidades mediante suscripción.
- ¹⁹ GOMBRICH, Ernest. H. (1989): *Arte e ilusión. Estudio sobre la psicología de la representación pictórica*. Barcelona, Gustavo Gili ediciones, p. 297.
- ²⁰ La Virgen también da nombre a la localidad donde está construida la Basílica de Nuestra Señora de Luján, distante unos 70 Km. Al oeste de la ciudad de Buenos Aires.
- ²¹ Para obtener mayor información acerca de la circulación de los periódicos, diarios y revistas en Buenos Aires, a fines del siglo XIX, pueden consultarse, entre otras, las siguientes obras: LATINO (1943): *Tipos y costumbres bonaerenses*, Buenos Aires: Hyspamérica; DE MARCO (2006): *Historia del Periodismo Argentino*, Rosario: Educa; PALACIO (1993): *Crónica del humor político en Argentina*, Buenos Aires: Sudamericana; ULANOVSKY (2005): *Parén las rotativas*. Buenos Aires: Emecé; AUZA (1999): *La literatura periodística porteña del siglo XIX*. Buenos Aires: Confluencia.
- ²² Para conocer más detalles sobre la circulación puede consultarse: BAYADJIAN, Carlos (1999): “Don Quijote” en *Historia de Revistas Argentinas* Tomo III (AAER).
- ²³ El censo realizado el 10 de mayo de 1895 indica que en la ciudad de Buenos Aires vivían 663.000 personas. Para mayor información pueden consultarse el siguiente sitio web: <http://www.santafe.gov.ar/archivos/estadisticas/censos/C1895-T2.pdf>
- ²⁴ PALACIO, J. (1993): *Crónica del humor político en Argentina*, Buenos Aires: Sudamericana, p. 80.
- ²⁵ SÁBATO, H. (2012): *Historia de la Argentina 1852-1890*, Buenos Aires: Siglo veintiuno, p. 328
- ²⁶ *La Ilustración Hispano Americana*, 07/06/1891
- ²⁷ *La Correspondencia de España*, 27/05/1892
- ²⁸ DE LA CRUZ, V.: “La República y sus hombres”, en *El País*, 18/09/1894
- ²⁹ *Don Quijote*, 29/01/1893
- ³⁰ *Las Dominicales del Libre Pensamiento*, 16/01/1892
- ³¹ *Don Quijote*, 01/01/1893

- ³² Entre otros veladas acusaciones, lanzaba estas: “Dicen que tienes dinero, tú dices que no que no; que le pregunten al pobre que sin ello se quedó (...) Los que dicen que eres tonta pueden salir de su error: nunca te vi dar un duro sin recibir antes dos”. *Don Quijote*, 26/06/1892.
- ³³ RUBIO JIMENEZ, J. (2006). *Valle-Inclán, caricaturista moderno: nueva lectura de “Luces de bohemia”*. Madrid: Editorial Fundamentos, p. 41.
- ³⁴ *El País*, 18/05/1892
- ³⁵ CASSOU, J. (1948): *Daumier, el hombre de las multitudes*. París: Art de Frances.
- ³⁶ Sobre la aportación de la prensa satírica del siglo XIX a la construcción de los imaginarios sociales, vid. LAGUNA, A. y MARTINEZ, F.A.: “Imaginarios femeninos a través de la prensa satírica: de *Gil Blas* a *Don Quijote* (1864-1902)”, en *Revista de la Asociación de la Asociación Española de Investigación en Comunicación*, nº 2, Santiago de Compostela, 2015. pp. 47-61.
- ³⁷ Por “gatos” se entiende la retahíla de personajes que identifican la vida del Madrid de fines del XIX... “La señorita cursi; la buscona; la chulapa de los barrios bajos; el poeta bohemio; el golfo; el político de profesión; el cómico tronado; en una palabra: todos los tipos más salientes que constituyen el modo de ser de la capital de España, han sido trazados por el lápiz de Cilla distintas veces, y de treinta años á esta parte, es tanta su labor, que raro será el periódico español, más ó menos ilustrado, que no hayan publicado dibujos suyos”, en *Iris*, 22/06/1901
- ³⁸ ÁLVAREZ Jesús Timoteo y MARTINEZ, Ascensión (1992): *Historia de la prensa hispanoamericana*. Madrid: Ed. Mapfre. CHECA GODOY, Antonio (1993): *Historia de la prensa en Iberoamérica*. Sevilla: Alfar. DEL PALACIO, Celia y MARTINEZ, Sharelly (coord) (2008): *Voces en papel. La prensa en Iberoamérica de 1792 a 1970*. Chiapas: UNACH.
- ³⁹ Se trata de un semanario de 8 páginas, con predominio del texto de Villergas sobre los dibujos que firma Francisco Cisneros y las caricaturas de Patricio Landaluce. Subtitulado “periódico satírico burlesco de costumbres y literatura, dulce como los dátiles y nutritivo como el alcauzcuz”, se mantuvo vivo en esta primera etapa hasta septiembre de 1868 para, a partir de 1869, iniciar una segunda que se alargó hasta junio de 1876. Vid. MOLES PINTOR, Claudia (2012): “*El Moro Muza*. Una espada periodística en la Cuba colonial (1859-1877)”. Trabajo Fin de Máster. Castellón: UJI
- ⁴⁰ DEL PALACIO, Manuel: “Cómo se fundó *Gil Blas*”, en *Gente Vieja*, 10/01/1901