



Claudia Roman

Prensa, política y cultura visual

El Mosquito (Buenos Aires, 1863-1893)

Buenos Aires

Ampersand

(Colección Caleidoscópica)

2017

320 páginas

Los desafíos de la imagen. Sobre *El Mosquito* de Claudia Roman

Hernán Pas¹

La extensa Advertencia con la que Juan María Gutiérrez acompañó la primera edición de *El matadero* del extinto poeta y amigo comenzaba razonando sobre su efectividad literaria en términos gráficos: “El artista contribuye al estudio de la sociedad cuando estampa en el lienzo una escena característica, que transportándonos al lugar y a la época en que pasó, nos hace creer que asistimos a ella y que vivimos con la vida de sus actores”.² El carácter plástico del cuadro de Echeverría, que Carlos Pellegrini también había ejercitado en

sendas acuarelas costumbristas de 1830, el valor pictórico que Gutiérrez atinaba a destacar, esto es, la seductora y molesta preeminencia de lo visual para describir una realidad que se vivía y experimentaba cruelmente cambiante a mediados de siglo apenas si halló su contrapartida analítica e historiográfica con el cambio de centuria. En efecto, hasta hace escasos años, fueron más bien pocos y compendiosos, aunque verdaderamente excepcionales, los trabajos que procuraron reparar en la importancia de lo que hoy se denomina cultura visual: las *Iconografías* de Alejo B. González Garaño, de un lado, y los dos volúmenes de la *Monumenta Iconographica* de Bonifacio del Carril publicados en la década de 1960, que reúne los grabados y pinturas que se

¹ Doctor en Letras por la Universidad Nacional de La Plata. Profesor adjunto de la cátedra de Literatura argentina I, e Investigador del CONICET.

² *Revista del Río de la Plata*, N° 1, Buenos Aires, Imprenta y Librería de Mayo, 1871, p. 566.

extienden entre Ulrico Schimid y Rugendas, del otro. De hecho, esa cita de Gutiérrez es precisamente la que Del Carril elige como epígrafe de su majestuoso compendio. Es como si la aparición de la fotografía en la cultura argentina haya colocado en segundo plano aquella afirmación teórica que sostiene que ha sido la de la imagen impresa, antes que la de la fotografía, la invención que trastocó de modo fundamental el sentido moderno de la percepción visual. Para confirmar este diagnóstico, cabe apelar, también, a las palabras que escribía no hace mucho tiempo Sandra Szir –no por casualidad, flamante directora de la colección donde se publica el libro que nos convoca–: “son escasas las indagaciones que focalizan en la especificidad de la prensa ilustrada, más allá del papel de las imágenes como ilustradoras del texto, como reflejos visuales de una determinada realidad o en su carácter estético”. Entre las excepciones, claro, hay que mencionar los trabajos de Laura Malosetti Costa, María Lía Munilla Lacasa, la propia Sandra Szir, y también, en parte, Claudia Roman, que ha venido trabajando sobre prensa satírica ilustrada en el siglo XIX desde su tesis doctoral y cuyo resultado, parcial y a la vez absoluto, es el libro sobre *El Mosquito* que convoca a estas líneas.

Ahora bien: el libro que Claudia Roman escribió sobre *El Mosquito* no sólo viene a contribuir –de modo sustancial– con ese campo, el de la prensa ilustrada, recuperando uno de los clásicos de la prensa satírica del siglo XIX, sino que se esfuerza por hacer algo más. Ese “algo más” está determinado por el tipo de dispositivo de lectura que pone en juego la autora: Claudia Roman trafica al campo de las artes gráficas –o, para decirlo con la ambigua precisión de las llamadas pos-disciplinas, al campo de la *cultura visual*– un amplio compendio de saberes previos, acumulados en un riguroso

ejercicio de la lectura crítica y del trabajo con el archivo, lo que le permite moverse, con notable suficiencia analítica, del cuerpo de la letra al cuerpo de la imagen enriqueciendo, al yuxtaponer sus códigos gráficos, la imagen (ahora, sí: total) de la lectura. Al decir traficar quiero remarcar la zona más riesgosa de toda negociación: la justeza del traspaso. Claudia Roman va y viene de la prensa ilustrada a la historia de la prensa, de la cultura impresa a la cultura de lo visible, de la imagen a la palabra y viceversa ofreciendo como resultado una lectura densa, multiplicada en sus dimensiones profundas, de un periodo clave del proceso de modernización cultural –y de modernización de la prensa– en el Río de la Plata. Este modo de lectura conjuga un meticuloso análisis del detalle con el tamiz de las panorámicas, como si dijéramos una *close-reading* culturalista. Así como la biografía de Henri Stein, editor y dibujante estrella del semanario satírico, se mimetiza con su producto gráfico, al punto de convertirse, como se señala en el libro, en una *marca* inconfundible, y por ende leer la historia de *El Mosquito* es leer a la vez la historia de su dibujante, el mismo trabajo de Roman se vuelve progresivamente una marca, un tipo de registro inconfundible: al terminar su recorrido –un recorrido que es, también, visual–, al lector le quedará la sensación de que la historia de *El Mosquito* y el trazo crítico que lo acompaña se conjugan indefectiblemente.

En este sentido, ha sido un acierto editorial, sin dudas, no sólo haber elegido a *El Mosquito* como objeto de publicación, sino también haber elegido a Claudia Roman para contar su variopinta historia. Puede decirse que este libro sobre *El Mosquito* tiene la forma de una biografía que, como los mejores exponentes del género, ilumina el todo mediante el detalle, repone la arquitectura de la totalidad reconstruyendo la aparente minucia. El trabajo de Roman

logra devolvernos un objeto en su vivencia, nos transporta, como decía Gutiérrez, al lugar y a la época en el que esas caricaturas interactuaban con el público, y nos hace creer que asistimos a ella.

El libro está estructurado en cinco capítulos y un breve epílogo que se cierra – y, como su personaje, parece despedirse– explicando “el pasaje del final de la prensa satírica al nacimiento de la prensa popular sensacionalista” (291). Pero se divide, en cambio, en tres momentos significativos: “los años iniciales de *El Mosquito*” (1863-1868), caracterizados por el ensayo y la experimentación y aclimatación de sus prominentes modelos foráneos –*Le Charivari* y *Punch*–, a cargo de su fundador Henri Meyer, un segundo periodo largo, “momento que lo hizo famoso y por el que suele ser recordado –los veinte años durante los cuales Stein fue su director–” y una “breve coda” con que culminó, vapuleado tal vez por su más virtuoso competidor, *Don Quijote*, que comenzó a publicarse en 1884, y por el desgaste acumulado de los tipos – como si se trataran de tipos de imprenta, y esta es una metáfora que obviamente pertenece a Roman, las figuras retratadas y caricaturizadas fueron agotando su potencial simbólico–, entre los años 1891 y 1893 (36).

Esos tres momentos peculiares del periódico narran, a su vez, momentos distintos en la historia de la prensa argentina decimonónica –y allí puede verse el vaivén del ojo crítico, el ir y venir del detalle al todo, de la imagen a la palabra–, en un movimiento que avanza por la inclusión, la combinación recurrente de datos específicos con descripciones globales, de modo que el libro ofrece una lectura minuciosa de *El Mosquito* sin abandonar la pretensión de registrar también el contexto enunciativo en el que el semanario se inserta. Un ejemplo es el modo de leer las imágenes: si hay un escollo verdaderamente difícil en esta tarea no es tanto el de interpretar virtualmente el

sentido satírico o burlesco de una imagen, sino el de recuperar los sentidos disruptivos que las *figuritas* –es decir, los imágenes estandarizadas de personajes públicos reconocibles: los tipos– producen o pudieron haber producido al aparecer por primera vez en la escena pública bonaerense. Por tanto, recuperar el efecto contingente de punch satírico. Para ello, lo que hace muy perspicazmente Claudia Roman es articular, por un lado, la lectura de las imágenes seleccionadas de *El Mosquito* con la lectura contemporánea que hacía la prensa canónica de esas mismas imágenes. Por el otro, esta historia de *El Mosquito* es también, en parte, la de la prensa satírica ilustrada en su conjunto, pues otra articulación muy bien lograda en el libro es la que se ciñe al campo específico de los periódicos satíricos en competencia: con *El Mosquito* como telón de fondo, vemos ir apareciendo *La Presidencia* (1873) –donde dibujaba Stein bajo nombre de Monet– *El Petróleo* – periódico que, apunta Roman, “por primera vez en su historia, [...] dio a *El Mosquito* la oportunidad de responder con una caricatura a la caricatura de un colega”–, *La Farsa Política* (1875), *El Sombrero de Don Adolfo*, *Anton Perulero*, *El Fraile*, *La Cotorra*, *Don Quijote*. El permanente diálogo de estos competidores con *El Mosquito* relevado por Roman muestra esa preocupación, declarada en la introducción, por “[t]razar la historia del medio en el que fueron publicadas por primera vez [para] redescubrir su origen y su sentido; [puesto que] comprender ese sentido y recuperar la intensa condensación de pasiones e intereses que esas imágenes encierran y los modos en que se vincularon con otros discursos (con la prensa “seria”, con otras intervenciones políticas, con la literatura y con otras imágenes) restaura, al menos en parte, la experiencia de aquella lectura y la sensibilidad de su época” (22). Y esas experiencias invitan también a pensar sus continuidades y diferencias con otras

inflexiones –más cercanas y actuales– de la sátira política verbal y visual.

Muchos son los ejemplos, pero elijo uno que es, además, representativo del tipo de lectura global al que me refería anteriormente. En septiembre de 1883, “en medio de la disputa parlamentaria sobre la cuestión de la enseñanza religiosa en las escuelas”, nos recuerda Roman, “*El Mosquito* publicó una caricatura que fue denunciada por ‘inmoral’ y que dio pie a que esas discusiones terminaran de tomar forma. En la caricatura se veía a una mujer amamantando a un bebé, entre su anciano marido y un joven cura. El epígrafe señalaba: ‘Un milagro que hacen a menudo los frailes y del cual no hablan jamás’” (234). Los diarios proeclesiásticos calificaron, naturalmente, a la caricatura como obscena, y Stein respondió con una carta en la que explicaba que la caricatura era una copia de otra francesa, impresa poco antes por el diario satírico *Le Grelot*, caricatura que por supuesto acompaña en el libro a la de *El Mosquito*. De este modo, la combinación y el contraste no tienen como finalidad comparar copia y modelo, sino explicar uno a partir del otro, uno con el otro, en un contexto de enunciación mayor que los incluye.

Hay en el libro más de ciento cincuenta imágenes reproducidas de *El Mosquito*. El número habla por sí solo de cierto afán totalizador que, en efecto, logra su cometido: el investigador o el interesado en *El Mosquito* al leer el libro de Roman creará haber leído todo lo relativo al semanario, la colección completa y la historia de sus pleitos y lecturas. El efecto podría enunciarse con una fórmula retórica contundente: tema agotado. Quiero decir: a no ser las referencias de los historiadores del humor gráfico en Argentina, conocíamos hasta ahora pocos trabajos sobre *El Mosquito*, la mayoría parciales y bastante recientes. El libro de Roman, sin dejar de ser

parcial en su selección y su recorrido (¿cómo seleccionar, si no, entre los centenares de imágenes plasmadas a lo largo de su historia aquellas que pudieran fusionar escenas, tonos, momentos?), produce sin embargo la sensación de que todo fue dicho, mostrado, analizado, contado. Ese efecto de lectura, esa ficción de globalidad virtuosamente lograda es un claro indicio de un trabajo de escritura singular, puntilloso en su nivel descriptivo, amablemente progresivo en sus elucubraciones, que logra devolvernos, aplacando todo gesto grandilocuente, el cúmulo de lecturas y saberes que asedian empáticamente su objeto.

La historia de *El Mosquito* es así una historia múltiple, pluridimensional: al conocer las bambalinas de la escena editorial nos asomamos también a las biografías de sus dibujantes y colaboradores, de Henri Meyer a Stein, de Choquet a Eduardo Wilde (Julio Bambocha), a las instancias de formulación y reformulación de su plataforma satírica, a los modos de resolución de problemas técnicos específicos, como por ejemplo la incorporación de avisos comerciales mediante la apelación sagaz a la caricatura, a las siempre conflictivas como ambiguas relaciones con la política, que van de una jactancia afirmada en la equidistante crítica que promueve la sátira al momento de mayor compromiso partisano cuando *El Mosquito* se pone a disposición de Dardo Rocha en su campaña presidencial y lo hace “bajo contrato” –como elige llamar Roman el subcapítulo o apartado que trata precisamente ese asunto–, pero también nos asomamos a los tonos que pautan las disputas de la prensa seria, a los intercambios y cruces entre ésta y la sátira, entre ésta y las caricaturas, entre esta prensa seria, llamada canónica, y las baterías lúdicas y corrosivas que van probando los

límites –en términos de Angenot– de lo decible.

Por último, quisiera destacar un aspecto metodológico muy bien entramado en la historia de *El Mosquito*. El término “prensa canónica” para referirse a los otros periódicos serios, no satíricos, los llamados decanos de la opinión publicitada, esto es, *El Nacional* y *La Tribuna*, *La Nación Argentina* y luego *La Nación*, *La Prensa*, *El Diario*, *La Crónica* y *Sud-América*, con los cuales *El Mosquito* intercambia posiciones, ejerce su sentido por contraste. Lo que el término viene a describir a fin de cuentas no es un sistema de prensa culta o seria sino, antes bien, una disrupción en la historia de esa prensa –que por cierto tiene sus antecedentes, de los cuales Roman también se ocupó en otros trabajos–, una disrupción que es doble, icónica y discursiva, la doble disrupción o subversión de la imagen satírica impresa. Como sostenía un suelto de *El Nacional* en la década del 80, citado no por casualidad por Roman: “Hay caricaturas más injuriosas que una diatriba”. El poder de las imágenes, la seducción de verse representado en un período en el que el retrato por daguerrotipo era descomunalmente oneroso, fue en un momento histórico una absoluta novedad que se impuso, como toda novedad, lentamente. El gesto corrosivo de la sátira aliada a la imagen se transformó así promediando la década del 80 en una instancia de publicidad y propaganda política ineludible, codiciable, temerosa. Los escaparates comerciales lo fueron también de personalidades (la famosa *Galería de Celebridades Argentinas*). Pero antes fue un poderoso instrumento cuyos límites debieron irse tanteando. Hay varios ejemplos en el libro que muestran la imprevisibilidad de sus estocadas.³

³ Dice Roman: “Podía llegar a tener gestos todavía más corrosivos: por ejemplo, cuando se atrevió a parodiar la noticia sobre la muerte de la joven Teresa

Con esa novedad debieron lidiar sus editores-dibujantes, que descubrieron en la ambigüedad inherente de la imagen su mayor tesoro. Hay varios momentos en que se describe este fenómeno; elijo una cita que, a mi juicio, resulta iluminadora de esa novedad técnica, pero también política:

La independencia, si hubo alguna, encontró su propia fórmula en las páginas del periódico cuando Stein advirtió que su éxito dependía de lograr una delicada combinación entre amenaza satírica y seducción. Para lograrlo, sujetos y objetos de ambas debían coincidir. En sus siguientes veinte años de existencia, *El Mosquito* hizo de la exposición en sus páginas un privilegio ambiguo, y los diversos integrantes del elenco político que desfilaron por la vida pública y por sus páginas no tardaron en comprenderlo así. (112)

Y con la génesis de ese acontecimiento –para usar una fórmula derridaiana–, inestable y por momentos irascible de la imagen satírica impresa se enfrentó también la autora, devolviéndonos felizmente una experiencia de lectura que enriquece porque sabe contar, transmitir y, al contar, volvernos lectores contemporáneos de los vaivenes de esa compleja novedad.

Bianchi, aparecida en las páginas del diario mitrista *El Pueblo*, deteniéndose en el estilo melodramático con el que estaba redactada antes que en su valor noticioso o emotivo. Incluso su folletín tensó esa cuerda: *Dios, el cólera y los humanos. Novela histórica*, que publicó por entonces, estaba protagonizada por un dios fumador de cigarrillos paraguayos, que enviaba el cólera a los porteños” (88).