

"Caras y caretas": la economía literaria del mercado

por Jorge B. Rivera*

La revista "Caras y Caretas" apareció en Buenos Aires entre 1898 y 1939 y forma parte, con sus logros y limitaciones, de la memoria cultural y cotidiana de muchos argentinos. Se trataba de la primera tentativa de amalgamar, con un sentido gráfico y periodístico moderno, la mayor suma posible de información, educación y recreación, con destino a un público masivo, heterogéneo y geográficamente disperso. Eustaquio Pellicer, José S. Álvarez, Manuel Mayol y otros pioneros del periodismo argentino intentaron esa aventura y propusieron un modelo que tendría continuadores y heresiarcas.

En agosto de 1898 aparece en Buenos Aires el primer número de Caras y Cartetas, un semanario o magazine ilustrado que -a diferencia de muchas revistas contemporáneas, que ponen el acento en lo cultural -se define a sí mismo como **festivo, literario, artístico y de actualidades**. En cierto modo, Caras y Caretas es una hábil suma de géneros y estilos periodísticos que explora la dinámica emergencia de nuevos públicos -la Argentina ha duplicado prácticamente su población en lo que va del primer censo de 1869 al de 1895- y trata de amalgamar tradiciones y campos de la prensa finisecular: la tradición **festiva** de publicaciones como **El Mosquito y Don Quijote**, la tradición **artístico-literaria** de revistas como **El Búcaro Americano, La Biblioteca, Revista de América**, etcétera, integradas o amalgamadas a la matriz informativa de la prensa diaria de concepción y tecnología más modernas.

Ninguno de esos modelos, desde luego, tendrá un absoluto predominio en la definición del perfil genérico de **Caras y Caretas**, que se irá configurando, más bien, como un sistema de cruces y exploraciones de géneros periodísticos (y a la vez de demandas específicas del público), hasta instalar el modelo que se conservó, con naturales variaciones, a lo largo de cincuenta años. La revista, asediada ya desde mediados de la década del '20 por otras pautas periodísticas y socioculturales, dejó finalmente de aparecer en octubre de 1939.

Frente a los típicos productos de su época, **Caras y Caretas** puede ser definida, en el momento de su aparición, como la primera revista argentina de concepción periodística moderna y masiva, pensada en primer término para una nueva clase de lectores, con intereses consumísticos más heterogéneos y amplios que las tradicionales motivaciones políticas, informativas y culturales, netamente especializadas, de los viejos lectores rioplatenses. Un público de capas medias criollas o inmigratorias que se integra tempranamente a los mecanismos de ascenso social, consumo y participación político-cultural (por lo menos vicaria) que se han ido articulando en el país desde los tiempos de la Organización y que encuentran respuestas adecuadas o sustitutivas en esa novedosa fórmula integradora, acuerdista y transaccional que propone la revista.

El talento periodístico de Pellicer

Tradicionalmente se ha identificado a **Caras y Caretas** con la figura de José S. Álvarez ("Fray Mocho"), quien fue redactor pero no estrictamente uno de sus fundadores, como generalmente se sostiene. El nombre de la revista y, en cierto modo, la idea general de su tono y contenidos fueron anticipados por el periodista español Eustaquio Pellicer, quien hacia 1890 editó en Montevideo, asociado con el dibujante Carlos Schutz, una primera versión de **Caras y Caretas**, dedicada a temas políticos, literarios y sociales. Alejado posteriormente de ella y tras una etapa como redactor de **La Nación** de Buenos Aires, en una sección de características festivas, Pellicer fue invitado por Bartolomé Mitre y Vedia, el popular "Argos" o "Bartolito" del periodismo finisecular, a participar en la fundación de una revista de actualidad y crítica jocosa, de características muy similares a las de su pariente montevideana.

En la circular que anunciaba la aparición de la revista, fechada el 19 de agosto de 1898, figuraban Bartolomé Mitre y Vedia, Eustaquio Pellicer y Manuel Mayol, respectivamente como director, redactor y dibujante de aquella, enlazando sus figuras en una viñeta alusiva. Cincuenta días más tarde, "Bartolito" se aparta por razones personales y es suplantado, precisamente, por "Fray Mocho", quien ya posee una más que discreta reputación como escritor y periodista.

Puede decirse que el talento periodístico de los responsables de **Caras y Caretas** logró resultados rápidos y, en algunos casos, persistentes. Las viñetas costumbristas de "Fray Mocho", por ejemplo,

* Artículo publicado en el suplemento Cultura y Nación de **Clarín** el 15 de marzo de 1990.

publicadas entre 1898 y 1903, -y recogidas más tarde con el rótulo de **Cuadros de la ciudad y Cuentos de Fray Mocho**-, son un buen ejemplo de exploración creativa de un género periodístico-literario, que tendrá descendencia en las colaboraciones de noteros con largo arraigo, como Félix Lima y otros costumbristas asentados en el periodismo.

El material literario de la revista tuvo niveles de calidad disímiles, y puede decirse que **Caras y Caretas** acogió desde firmas realmente significativas (brindando espacio a textos que concluyeron por pertenecer a la historia de la literatura argentina, como Carriego, Quiroga, Álvarez, etcétera) hasta colaboraciones más afines con la transitoriedad del encargo periodístico. Horacio Quiroga reconoció en algún momento que la adecuación a las pautas de los restringidos espacios de la revista¹ tuvo una influencia decisiva en la maduración de su oficio de narrador, obligándolo saludablemente a la brevedad y a la prieta economía de recursos estructurales y expresivos. El paso de Quiroga por **Caras y Caretas**, por otra parte, traducido en términos de auténtica difusión y arraigo entre los nuevos lectores de clase media, fue una de las circunstancias evaluadas por Manuel Gálvez para que su nombre encabezara -en 1917- la colección de narradores argentinos de la recién creada Cooperativa Editorial "Buenos Aires"², con lo que se reconocía, implícitamente, la existencia de un mercado de amplio volumen y la influencia que un medio periodístico tenía, o podía tener potencialmente, sobre ese mercado.

Un menú variado y sustancioso...

La redacción de **Caras y Caretas** amalgamó, en su primera etapa, los nombres de la bohemia modernista con los de esa pléyade de periodistas que luchaba por profesionalizar el oficio y por sustraerlo del mero diletantismo literario o político, al uso del viejo periodismo argentino. Entre esas figuras profesionales vale la pena recordar a Eustaquio Pellicer, Luis García, Leoncio Lasso de la Vega, Félix Lima, Antonio Monteavaro y el propio "Fray Mocho", junto a la de dibujantes como Manuel Mayol, Arturo Eusevi, Aurelio Giménez, José María Cao, etcétera; responsables en conjunto de los perfiles gráficos y periodísticos de la publicación.

En **Caras y Caretas** tuvieron lugar, desde luego, la viñeta costumbrista, el cuento y la poesía, pero su materia más sostenida fueron la actualidad nacional e internacional, el material gráfico, la nota de divulgación, la crónica deportiva, los recetarios de interés doméstico, los materiales educativos, las curiosidades, la noticia policial y truculenta, las reseñas geográficas y de viajes, la página infantil, el humor gráfico, la historieta, la nota social, la información histórica, los pasatiempos, etcétera, como productos demandados cotidianamente por una sociedad dinámica y heterogénea, en la que se valorizaban fuertemente los montos información y las posibilidades de ascenso ligadas a los patrones de la cultura alfabética.

El éxito de la publicación -particularmente en su primera década de existencia- sumado a algunas típicas fracturas de redacción dieron lugar, a su vez, a nuevas revistas, que en líneas generales duplicaron o retocaron levemente el perfil de **Caras y Caretas**. En esta línea se inscriben revistas como **PBT** y **Fray Mocho**, que convivieron con el original aunque con menos fortuna, en un mercado todavía estrecho, fuertemente tipificado por **Caras y Caretas** y con una tasa relativamente alta de concurrencia de matutinos y vespertinos.

Un balance histórico

El clásico balance del primer año de existencia³ prueba que el equipo de la revista poseía ideas suficientemente claras sobre las características deseables en un medio periodístico moderno y al propio tiempo sobre el mercado en el que ese medio debía insertarse. Se advertía, en primer lugar, que la caricatura política gruesa -tan característica de la etapa de **El Mosquito**- ya no tenía cabida en la Argentina del 900, en la que las viejas rencillas faccionales de los tiempos de Mitre, Sarmiento y Urquiza habían sido suplantadas por el acuerdismo negociador de la línea Roca-Mitre-Pellegrini. Se requería, entonces, un tono más conciliador y abarcativo, y en este sentido la revista adopta el tono medio, ni demasiado "serio" ni demasiado "chacotón", como se decía en la mencionada rendición de cuentas.

¹ Cfr. Horacio Quiroga, "La crisis del cuento nacional", en **La Nación**, 11/3/1928. Recogido en Horacio Quiroga, *Sobre literatura*, Montevideo, Arca, 1968, págs. 92-96.

² *Cuentos de amor de locura y de muerte*, de Horacio Quiroga. Los cuentos habían aparecido originalmente entre 1906 y 1924 en las revistas **Caras y Caretas** y **Fray Mocho**.

³ Cfr. **Caras y Caretas**, 7/10/1899. El texto fue recogido por Jorge Ruffinelli en *La revista Caras y Caretas*, Buenos Aires, Editorial Galerna, 1968, págs. 19-24.

Tampoco tenía posibilidades periodísticas -por lo menos en los niveles de masividad y consenso a que aspiraban sus directivos- los modelos característicos de la revista **literaria y puramente artística**, pues el nuevo público requería un público más "ligero" en el que se hermanasen, según se decía, la nota de actualidad, la verdad periodística que atrae la atención y la caricatura que permite esbozar una sonrisa.

Al servicio de estos objetivos los promotores de **Caras y Caretas** ponían, por añadidura, otros atractivos materiales. En primer término la calidad gráfica, la rapidez y las posibilidades tecnológicas -avanzadas para la época- de la Compañía Sudamericana de Billetes de Banco. En segundo lugar, el tratamiento moderno de la página de avisos, que redundó en un importante incremento de la inversión publicitaria y convirtió a la revista en un medio altamente cotizado.

Históricamente, **Caras y Caretas** puede ser considerada como la primer revista argentina que incorporó de manera regular una historieta, hecho que se produjo en 1912, con la aparición sistemática y dilatada de **Viruta y Chicharrón**, dibujada originalmente por un autor norteamericano, según se presume, y proseguida después por artistas argentinos (las atribuciones en este sentido son varias, e involucran a Redondo, Sanuy, etcétera). También le cabe a **Caras y Caretas** el privilegio de haber acogido en sus páginas al primer personaje de historieta de la Argentina: **Sarrasqueta** (1913-1929), el atribulado protagonista de la tira homónima del dibujante Manuel Redondo.

Desde su aparición en 1898, en síntesis, **Caras y Caretas** significó un corte tajante en la historia de las revistas argentinas. Un punto de flexión que se separaba con nitidez de los modelos y las utopías culturalistas de Groussac, Zeballos, Berisso, Díaz Romero, Jaimes Freyre, Peña y otros propulsores de revistas, para responder de manera diáfana y escasamente hipócrita a otros patrones inadvertidos e insospechados para muchos: los de la industria cultural moderna, que comienza a operar con un ojo puesto en el comportamiento del mercado y con otro en la producción de materiales capaces de atraer y consolidar la lealtad consumista de los lectores. En su caso ya no se trata de "permitir el ingreso" (de autores o lectores), con un gesto displicente y permisivo a lo Groussac, porque las mismas mecánicas del medio y del mercado estimulan el ingreso sin restricciones ni excesivos regateos.

No se trata, tampoco, como en el viejo modelo de **La Biblioteca**, de las regalías del Tesoro, sino de los fondos que se recaudan, semana tras semana, de los bolsillos del lector y de los bolsillos -naturalmente mejor pertrechados- de esa nueva y cortejada entidad económica llamada el "anunciante".

Las colaboraciones, por otra parte, se pagan (mal o bien), y esa nueva modalidad impulsada por el sesgo **profesionalista** del nuevo periodismo obliga a un tipo de operación desmitificadora -basta con leer con mediana atención al Horacio Quiroga de "Satisfacciones de la profesión de escritor" y "La profesión literaria"⁴- que se parece más a las verdaderas operaciones de la economía de todos los días, con sus paraísos e infiernos cotidianos.

En la cuña entre **La Biblioteca** y **Nosotros**, una revista como **Caras y Caretas** refleja otra realidad técnica y sociocultural, que tiene que ver con el crecimiento y la diversificación de la sociedad argentina, aunque se la vea apenas como la seducción "populista" y el andarivel alternativo del gran proyecto reproductivo de los hombres del '80.

⁴ El primer texto apareció en **Atlántida**, 5/8/1923. El segundo, en **El Hogar**, 6/1/1928. Ambos figuran en Horacio Quiroga, *Sobre Literatura*, ed.cit.