

“Diarios chicos” y “diarios grandes”: la crítica visión de la prensa chilena según los periódicos satíricos, 1880-1910¹

“Small newspapers” and “big newspapers”: The critical view of the Chilean press according to the satirical penny press, 1880-1910

Tomas Cornejo²
tomas.cornejoc@gmail.com

Resumen: Se analizan las estrategias textuales y gráficas utilizadas por algunos de los principales periódicos satíricos de la capital chilena (que se llamaban a sí mismos “diarios chicos”) para describir la actividad de la prensa a partir de las últimas dos décadas del siglo XIX y, en especial, para cuestionar la posición enunciativa de los “diarios grandes”. Al denunciar las sospechosas relaciones entre hombres de finanzas y periodistas, así como ridiculizar el trabajo dentro de las salas de redacción, se erosionó la posición dominante que tenían publicaciones como *El Ferrocarril* y *El Mercurio*. Las imágenes y textos satíricos más certeros se dirigieron sin embargo contra los diarios católicos, cuyos redactores fueron representados como seres irracionales y, por tanto, inhabilitados de participar en el espacio público, en contraste con los propios editores de los “diarios chicos”. El blanco de los ataques varió hacia 1905, cuando la pugna contra el clericalismo dejó de ser primordial y la prensa satírica adquirió un lenguaje clasista, a partir del cual interpretó la actividad periodística durante los siguientes años.

Palabras clave: prensa satírica popular, periodismo moderno América Latina; periodistas chilenos c. 1880-1910.

Abstract: This paper analyzes the textual and graphic strategies used by some of the main satirical newspapers of Chile’s capital (which referred to themselves as the “small daily newspapers”) to describe the activities of the press from the last two decades of the 19th century onwards and, above all, to challenge the stance taken by the “big daily newspapers”. By exposing the suspect relationships between financiers and journalists, and pillorying the work they did in the newsrooms, the dominant position held by such publications such as *El Ferrocarril* and *El Mercurio* began to erode. The most hard-hitting satirical texts and images were, however, aimed at the Catholic newspapers, whose writers were depicted as irrational and, therefore, unable to partake in the public space, in contrast with the editors of the “small newspapers”. The target of these attacks shifted around 1905, when the feud against clericalism began to cool off and the satirical press took a turn towards classist language, which would serve as the lens through which journalists interpreted their task in the years to come.

Keywords: satirical penny press, Latin American modern journalism, Chilean journalists c. 1880-1910.

¹ Proyecto FONDECYT 11150810, CONICYT, Gobierno de Chile.

² Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación, José Pedro Alessandri 774, Ñuñoa, Región Metropolitana, Chile.

La prensa chilena del siglo XIX se caracterizó, al igual que otros países latinoamericanos, por la existencia de periódicos que ejercían como voceros de una lucha doctrinaria. A partir de la década de 1870 y con más claridad en las dos décadas siguientes, el predominio de esa modalidad periodística perdió terreno frente a la información noticiosa y la adopción de patrones modernos en cuanto a la organización, jerarquización y segmentación de contenidos, así como al predominio de empresas como modelo administrativo de cada publicación.

La llamada “prensa liberal moderna” (abarcando en esa denominación incluso a periódicos católicos, liberales sólo en materia de economía) vio así florecer un puñado de títulos que ganaron el favor del por entonces acotado público lector y prosperaron por muchos años (Santa Cruz, 2010). Entre los más señeros puede destacarse *El Ferrocarril* (Santiago, 1855-1911) y *El Mercurio*, publicado desde 1827 y hasta la fecha en Valparaíso, pero que ganaría preponderancia a partir de su edición santiaguina en 1900, la que continúa hasta el presente.

En este contexto, sin embargo, infinidad de contrincantes de toda laya intentaron competir con los diarios más prestigiosos. Los que aquí nos convocan no se plantearon como interlocutores del Estado o la clase política, cuestión que sí hicieron los recién nombrados o sus émulos. Antes bien, crearon nichos discursivos con el doble propósito de participar en el debate público con una voz crítica y de llegar con su mensaje a un segmento del creciente público urbano provisto de capacidades lectoescritoras.

Caben aquí los autodenominados “diarios chicos”, periódicos satíricos o “joco-serios” que proliferaron desde 1880, tanto en la capital chilena como en otras ciudades. ¿De qué manera concibieron estos su labor en el terreno de la prensa? ¿En qué términos conceptualizaron el desempeño, las ideas y el contenido general de sus colegas, los periódicos de mayor abolengo? Y, más importante, ¿cómo legitimaron su propia posición discursiva en el competido escenario del cambio de siglo?

Una premisa básica a considerar es que la prensa satírica desarrolla, casi por definición, un discurso de segundo grado, derivado de modelos políticos y estéticos dominantes en una determinada sociedad. Esos modelos, sus encarnaciones sensibles y el soporte ideológico que les brindan sus adherentes a través de diversas manifestaciones y prácticas culturales (sea de manera orgánica y sistemática o esporádica y desordenada) son la materia prima que el lenguaje satírico desestabiliza y pone en evidencia. Sea por medio de la palabra o sea a través de la imagen, la expresión más cercana y el blanco más obvio al cual atacar era precisamente la taciturna “prensa seria”, los “diarios grandes”.

Debe recordarse lo anterior porque los “diarios chicos” fueron incansables en interpelar a los periódicos más importantes. Número tras número bregaron por volverse interlocutores de *El Ferrocarril*, *El Mercurio*, *La Época*, *El Estandarte Católico*, *El Independiente*, *El Chileno* y *El Diario Ilustrado*, entre otros. Aunque era un diálogo casi imposible, donde los “diarios grandes” iban a una derrota segura si concedían la palabra. De ahí, tal vez, el desdén silencioso con el cual intentaron ignorar las ubicuas hojas satíricas, pese a su evidente presencia y sus tirajes nada despreciables.

No sorprende, entonces, que los artífices de la prensa satírica leyeran y analizaran hasta la saciedad a sus adversarios, convirtiéndose en excelentes conocedores del mundo periodístico de la época. Para quienes redactaban, ilustraban y editaban “diarios chicos”, el socavamiento de la prensa seria corrió en paralelo con la tarea de labrarse una tribuna autorizada para emitir un discurso propio. En lo que sigue se describen cuatro ejes argumentativos al respecto, dando cuenta de los cambios en el periodismo desde la perspectiva de un puñado de hojas que adaptó su lenguaje al contexto de la cuestión social, buscando mayor afinidad con los problemas del público que aspiraba a representar, y para quienes desarrollaba una actividad redentora y pedagógica desde la prensa.

El trabajo se basa en publicaciones de Santiago, concentrándose en periódicos cuya edición se sostuvo sistemáticamente por varios años, en algunos casos con más de una época editorial y cuyos directores, redactores e ilustradores no recibieron la sanción social del gremio periodístico. La excepción fue, hasta cierto punto, Juan Rafael Allende (1848-1909), el prolífico “Voltaire chileno”, reconocido – y combatido – en su época y redescubierto recientemente por la historia cultural (Salinas *et al.*, 2001). No sucedió así, en cambio, con sus colegas de menor abolengo Hipólito Olivares y José Gregorio Olivares, Juan Bautista Peralta y José Rafael Carranza, editores y redactores de periódicos como *El Aji* y *José Arnero*, que, si bien no alcanzaron fama o reconocimiento, lograron que sus hojas tuvieran tirajes significativos: 8.000 ejemplares en el caso del último, en 1905, que llegarían a bordear los 15.000 una década después; 11.000, en el caso de *El Ferrocarrilito*, en 1881. Se intenta dar cuenta, además, del arco temporal 1880-1910, durante el cual se dio una serie de transformaciones sociales, culturales y periodísticas que tuvieron una expresión clara en los “diarios chicos”. Se aludirá en ocasiones a hojas editadas en Valparaíso, dada tanto su relevancia como porque la prensa capitalina dialogaba a menudo con sus colegas del puerto y ambas urbes, así como las ciudades intermedias de la región circundante, eran consideradas un solo espacio comunicacional (Velasco, 1873).

Algunos elementos comunes permiten caracterizar este grupo heterogéneo de publicaciones. De entrada, su aparición repentina y, en la mayoría de los casos, su más repentina desaparición. Eran periódicos surgidos al calor de una coyuntura – bélica, política, electoral –, que podían durar apenas un par de números, unos cuantos meses, o, los más afortunados, consolidarse en el tiempo y superar el año de ediciones. En ello pesó el éxito de algunos títulos, así en cuanto al contenido de su propuesta como en el aspecto financiero y organizativo.

Un segundo punto en común fue el recurso al lenguaje satírico. Aquí hubo un parteaguas que llevó a rivalizar a algunos periódicos joco-serios. No fue casualidad que aquellos que ocuparon las sátiras más punzantes y desacralizadoras del orden establecido fueran los “diarios chicos” de tendencia liberal (Zaldívar, 2004, p. 145). Sus rivales católicos o neutrales en esta disputa doctrinaria pusieron en juego un humor de guante blanco, poco rabelesiano o “bajtiniano”, salvo durante la agitación previa a la Guerra Civil de 1891 (Salinas *et al.*, 2005).

Tercero, las condiciones materiales y administrativas de la labor periodística. Los títulos satíricos de más largo aliento fueron aquellos que parecen haberse organizado como empresa periodística y contar al menos con alguna capacidad instalada, fuera en préstamo, arrendamiento o propia. En general, los de base económica débil tendieron a subsistir un corto período y su precariedad se trasunta en el formato y las características gráficas del periódico. Lo mismo vale decir para mantener ciertos niveles de venta o suscripción –abarcando incluso provincias– que asegurasen algún beneficio (más de 10.000 ejemplares por edición los más exitosos).

Cuarto, la utilización de imágenes. Si bien no todos los “diarios chicos” las traían, fue un anhelo compartido ofrecer grabados (caricaturas casi siempre, con similar ánimo irreverente y socarrón que los textos) a sus favorecedores. Era una herramienta útil y necesaria por partida doble, existiendo una baja proporción de público lector, y un conjunto socialmente heterogéneo de hombres y mujeres bien informado y ávido de novedades aunque no supiera leer. Los periódicos de mayor éxito tuvieron grabadores eficaces, los cuales con el tiempo crearon imágenes y recursos visuales reconocibles, en diálogo con ese público que celebraba una buena caricatura y podía llevarla hasta los muros de sus viviendas o de sus cantinas.

Los recursos gráficos incidieron en el modo de describir la escena periodística de fines del siglo XIX. En un gesto muy característico de la prensa de caricaturas, los “diarios chicos” recurrieron a la personificación (Tillier, 2002). Cada periódico fue representado plásticamente con los rasgos físicos de su director o redactor principal, verdadera cara visible y responsable de los juicios

emitidos por su publicación. De esa forma, el presbítero Luis Campino fue la encarnación del diario católico *El Porvenir* (1891-1906), Joaquín Walker Martínez, de *El Constitucional* (1893-1895), y el sacerdote Rodolfo Vergara Antúnez, redactor de *El Chileno* (1883-1924), la faz visible de dicho diario (Figura 1, *El Padre Padilla*, 18/12/1886, p. 2-3), entre otros. Una estrategia discursiva de tales características ofrecía varias ventajas. Por una parte, respondía a cierta tradición del grabado satírico desarrollado tanto en Europa como en otros países del continente latinoamericano, amén de las publicaciones chilenas del período 1858-1867 que primero difundieron las caricaturas (Mattallana, 1999; Gantús, 2009). Tratándose de un recurso probado y conocido, este uso metonímico del hombre tras la pluma permitía traer a éste al ruedo para desestabilizar la plataforma enunciativa de pretendida objetividad y racionalidad que animaba su quehacer.

Consecuencia de lo anterior era la posibilidad de que ciertos colegas se volvieran personajes habituales de las cargas humorísticas dibujadas, reconocibles por el público receptor y objeto de más puyas a medida que la polémica se encendía por razones políticas, doctrinarias o estrictamente periodísticas. Aunque la personificación no se circunscribió a los periódicos enemigos, ya que se la empleó asimismo para representar a redactores y diarios cercanos o aliados y hasta para poner en escena al periódico propio, como se aprecia a Juan Rafael Allende, editor de *El Padre Cobos*, acompañado de periodistas liberales y conservadores (Manuel Blanco Cuartín, Isidoro Errázuriz y Zorobabel Rodríguez) haciendo tambalear al primer mandatario (Figura 2, *El Padre Cobos*, 11/04/1882, p. 2-3).

Plumas a sueldo: el ejercicio periodístico cuestionado

En un contexto de ácidas contiendas políticas y con un campo periodístico en plena modernización, las necesarias alteraciones surgidas de ese proceso implicaron una serie de definiciones. A partir de las dos últimas décadas del siglo XIX, la prensa chilena modificó sus patrones de organización interna, cambio que fue de la mano con la estructura y el carácter de los contenidos que publicaba y, no menos importante, de quienes elaboraban los periódicos, tanto en su aspecto directivo como textual (Ossandón y Santa Cruz, 2001). Hasta la vuelta del siglo, los “diarios grandes” exhibieron un cariz que combinó el apego a un partido político o una postura ideológica con la apertura a contenidos informativos del país y el extranjero, secciones misceláneas y publicidad e insertos de diverso origen, tendencia que seguiría acentuándose con el correr del siglo XX.

Para la combativa prensa satírica, esas transformaciones se tradujeron en un conjunto de ansiedades respecto del ejercicio periodístico. Desde la trinchera enunciativa donde ella se situaba, este tuvo siempre una carga misional y de sacrificio: sus plumas alumbrarían al pueblo y traerían la luz de la verdad, pese a los costos personales y económicos que ello implicara, aunque algunos publicistas, Juan Rafael Allende en particular, lograron que sus periódicos subsistieran y obtuvieron algún rédito, si bien mínimo (*Poncio Pilatos*, 28/01/1899, p. 4).

Este problema se aprecia desde comienzos de la década de 1880, cuando, a raíz de la Guerra del Pacífico (1879-1883), la prensa vivió un auge con la aparición de nuevos actores y el crecimiento del público. Durante esa coyuntura surgió *El Ferrocarrilito*, en abierta burla a *El Ferrocarril*, principal diario de la época y vocero de los intereses de la elite liberal. Un aspecto llamativo en la producción gráfica y textual del primero fue su preocupación constante por las formas materiales y el orden administrativo, organizacional y financiero de los “diarios grandes”, particularmente su consagrado “progenitor”.



Figura 1. “Hablen, hijos de fraile”, 1886.

Figure 1. “Speak, sons of friar”, 1886.

Fuente: Biblioteca Nacional.

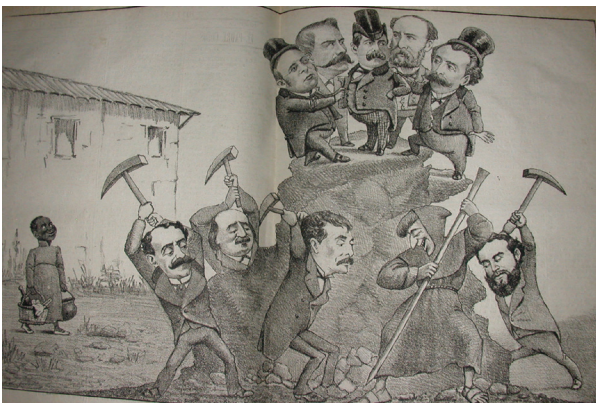


Figura 2. “La opinión minando al Olimpo”, 1882.

Figure 2. “Opinion eroding Olympus”, 1882.

Con tanta sorna como arrojo, dados sus recursos tipográficos limitados condicionados por su base económica precaria, *El Ferrocarrilito* no escatimó comentarios sarcásticos contra aquél. Lo tildó de avaro y se refirió ácidamente al trato vejatorio que otorgaba tanto a sus empleados como a los niños que vendían el diario en las calles (*El Ferrocarrilito*, 21/07/1880, p. 4). El pequeño periódico satírico creó un paralelo entre la reputación de adalid del liberalismo económico que se había forjado *El Ferrocarril* y aquello que exhibía en sus prácticas cotidianas. Su organización productiva, orientada a maximizar ganancias y bajar costos, le permitía constituirse como una empresa exitosa, aun cuando llevaba tales postulados hasta un extremo despreciable, rayano con la usura. La mercancía noticiosa era un agravio a los postulados altruistas del periodismo (Figueroa, 1886). Ataques de un tenor parecido fueron hechos por la misma hoja satírica en contra de *El Mercurio*. A las puertas de la nueva centuria, *Poncio Pilatos* lanzó una andanada en el mismo sentido: “Yo acuso a la prensa, que ya no se ocupa de los intereses generales de la Nación, sino que solamente en hacer el negocio de sus editores o accionistas” (*Poncio Pilatos*, 13/06/1899, p. 1).

Algunos “diarios chicos” hicieron gala de una veta pronunciadamente clasista para analizar la organización de la prensa como empresa comercial. *José Arnero* alertó en 1905 a los suplementeros (vendedores callejeros de periódicos) sobre el intento de las principales hojas capitalinas para cambiar el sistema de venta y distribución, medida atentatoria contra el trabajo de aquellos. Los empresarios periodísticos eran “miserables explotadores”, apenas una “docena de ociosos i badulaques”, un puñado de “dueños de diarios que han repletado sus arcas i han llenado sus estómagos con el sudor de todos nosotros” (*José Arnero*, 16/10/1905, p. 4).

En el caso de *El Heraldo* (1880-1936), vocero del Partido Radical en Valparaíso, *El Ferrocarrilito* lo atacó desde su debut censurando su organización financiera, la cual ridiculizó con un grabado (Figura 3, *El Ferrocarrilito*, 13/08/1880, p. 1) donde un mendigo ruega una moneda a un banquero. Al poco andar, el blanco de críticas fue la postura dubitativa, cuando no contradictoria, del periódico en cuestión. El discurso conciliador de *El Heraldo* en algunas materias fue leído como desafección de la causa común contra los clericales e intento de componenda, tanto con estos como con el Ejecutivo (*El Ferrocarrilito*, 31/10/1880, p. 1). Algunos periódicos podían llegar a extremos en su indefinición: “*Diógenes* es cosmopolita en política i relijion, es decir que es mason-liberal-conservador-rojo-clerical-monttvarista-libre-pensador” (*El Padre Padilla*, 18/10/1884, p. 1). Misma cosa se afirmó sobre *El Mercurio* de Valparaíso, encarnando el ataque en su redac-

tor principal, Manuel Blanco Cuartín (*El Ferrocarrilito*, 03/05/1886, p. 1).

Los “diarios chicos” dispararon también contra las prácticas de los propios periodistas. En un período de transición hacia la plena autonomía y profesionalización del medio, las funciones desempeñadas por los hombres de letras dentro de cada equipo de redacción se confundían. La información noticiosa no era preponderante en 1880, como sí lo sería dos décadas después, cuando se fue recortando con nitidez la figura del *reporter*, siguiendo los modelos transnacionales de especialización periodística. Antes de ello, redactores y escritores de géneros variados daban cuerpo a los “diarios grandes”, más afines con los publicistas decimonónicos, comúnmente verdaderos hombres públicos con actuación en la política partidista, el parlamento, los tribunales y la literatura (Santa Cruz, 2010; Bonilla, 2014).

Ejemplo de aquello era Isidoro Errázuriz, redactor de *La Patria* y *El Mercurio de Valparaíso*, antiguo adalid liberal y gran orador, quien sin embargo renegaba de sus ideas constantemente: “Martillo permanente de la palabra; pluma ofrecida siempre al mejor postor; gran derrochador y vicioso abominable. El ruiseñor del pasado, es hoy apenas un jilguero cordillerano” (*La Lanceta*, 16/06/1890, p. 2). Algo parecido se afirmaba sobre otros conocidos personeros al iniciar la década de 1890: “¿En qué se parece don Julio Zegers á don Máximo R. Lira? En que no se les conoce papá ni mamá. ¿Y en qué más? En que venden su conciencia, su palabra i su pluma” (*La Lanceta*, 16/06/1890, p. 3).

El célebre Benjamín Vicuña Mackenna, a medias tintas entre la historiografía y el periodismo, siempre activo, polígrafo notable, ejercía en la prensa “llenando veinte columnas por día con noticias que nadie cree” (*El Ferrocarrilito*, 06/01/1881, p. 2). Ello provendría de la multiplicidad de periódicos y revistas con los cuales colaboraba, restándole, por tanto, veracidad a sus asertos, carentes de un domicilio enunciativo claro. Vicuña Mackenna enviaba cotidianamente textos a *El Mercurio*, pero también a *Los Tiempos*, publicaciones que no siempre coincidían en su visión de la actualidad (Figura 4, *El Ferrocarrilito*, 17/08/1880, p. 1). A ello sumaba la creación de diarios, como *El Nuevo Ferrocarril*, y la utilización de una serie de tribunas públicas para imprimir textos de diversa índole, que le costaron no pocos enfrentamientos con otros periodistas, dando pie a nuevos ataques de los “diarios chicos” (*El Ferrocarrilito*, 16/12/1880, p. 1).

En opinión de estos últimos, los periodistas de las publicaciones más reputadas no tenían un compromiso real con las causas que defendían. Eran una verdadera casta que trabajaba por dinero, negándose a cumplir su función social y convirtiéndose en enemigos de las



Figura 3. “*El Herald* buscando suscripciones”, 1880.
Figure 3. “*The Herald* looking for subscriptions”, 1880.

Fuente: Archivo Central Andrés Bello, Universidad de Chile.

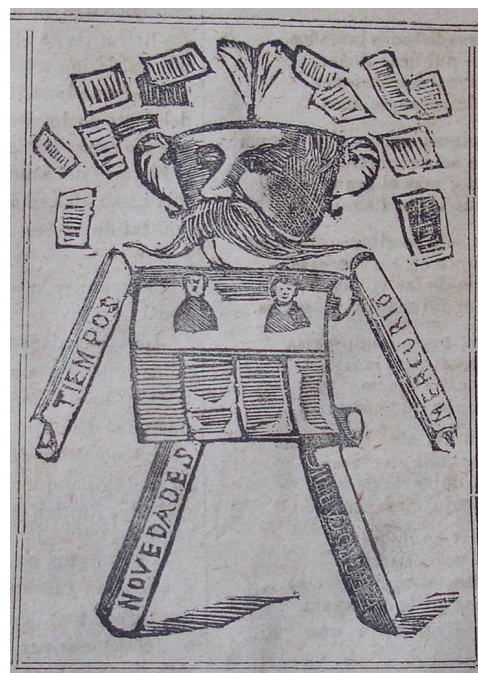


Figura 4. “Una carpa literaria”, 1880.
Figure 4. “A literary tent”, 1880.

Fuente: Archivo Central Andrés Bello, Universidad de Chile.

clases trabajadoras, público preferente de periódicos como *El Aji* y *José Arnero* (*José Arnero*, 22/02/1906, p. 2 y 11/05/1908, p. 2). Las mudanzas políticas frecuentes y los múltiples domicilios editoriales donde escribían aquellos periodistas se debían a una cuestionable relación con el dinero. Al contrario de la tarea misional que se

asignaban a sí mismos, ilustrar al pueblo con las armas de la razón, los colegas de los “diarios grandes” sucumbían ante empleadores más generosos.

Durante todo el período en cuestión se discutió sobre el financiamiento de la prensa, respecto de lo cual los gobiernos chilenos optaron por no intervenir demasiado y subvencionar discrecionalmente algunas publicaciones, aunque sin llegar a abanderarse con ninguna, como sí sucedió en otros países (Valdebenito, 1956; Gantús, 2009). La interpretación práctica de la Ley de imprenta de 1872 bastó para asegurar un consenso básico sobre la materia. Con esa pretendida neutralidad la lógica mercantil tuvo manga ancha y propició el surgimiento de actores privados. Según un catastro nada auspicioso a fin de siglo:

***El Ferrocarril**, decano de Santiago, es un diario eminentemente comercial, que sólo representa los intereses de la viuda de don Juan Pablo Urzúa [su fundador, ya fallecido].*

***El Porvenir** representa los intereses de Leon XIII i del Dinero de San Pedro.*

***La Lei** representa a sus accionistas radicales, entre los cuales hai, sin embargo, güelfos i jibelinos.*

***La Nueva República**, que hasta ayer representaba al Liberalismo Democrático, hoy representa a su comprador, don Federico Errázuriz.*

[...] ***La Libertad Electoral** representa a la testamentaría Matte i a quienes den más por sus columnas [...]* (Poncio Pilatos, 04/05/1899, p. 1).

Años antes se afirmaba que Julio Zegers “había fundado exclusivamente *La Tribuna* para defender los intereses del millonario inglés [del salitre, John Thomas North] i sus propios intereses” (*Don Cristóbal*, 08/07/1890, p. 1). Dicho periódico, de creación reciente, se había publicitado como el de mayor circulación en Chile, pero “ahora resulta que tiene sostenedores! El diario de vida mas robusta que hai en el país necesita de la dieta que le dan los Dávila Larraín, los Lastarria, los Puga Borne, los Zegers, los Barros Luco, los Matte i los Riesco!” (*Don Cristóbal*, 15/05/1890, p. 1).

En este ámbito, los dardos apuntaban continuamente contra Agustín Edwards Ross, magnate y político con ambiciones presidenciales e intelectuales (Salinas, 2006). Si bien desde el punto de vista doctrinario Edwards podría considerarse aliado de la prensa anticlerical, su capacidad para comprar diarios, montar nuevas empresas periodísticas y contratar redactores viciaba por completo la actividad.

Los emprendimientos editoriales de toda índole llevados a cabo por Edwards y sus descendientes, o financiados por la fortuna familiar, sufrieron ataques

constantes. La revista *Zig-Zag* (1905-1964), creada por su hijo Agustín Edwards Mac-Clure, pionera en el género del *magazine* y muy exitosa editorial y comercialmente, fue llamada “la miasma literaria que en forma de revista ofrece dominicalmente el simpático i amable Ministro de Relaciones Exteriores vulgo Cucho Edwards” (*José Arnero*, 01/10/1905, p. 4). Esta revista se llevaba “publicando siempre retratos de novios ricos, palacios burgueses, *kermesses* (borracheras) de caridad en que se lucen trajes y alhajas” (*José Arnero*, 15/01/1906, p. 3). *El Mercurio* de Santiago, perteneciente a la misma familia, era “el pasquín de la burguesía, el órgano de los explotadores, el defensor de los monopolios”, mientras que su propietario “es el [señor] feudal más poderoso de Chile” (*José Arnero*, 26/10/1905, p. 4).

Los redactores más señeros del grupo editorial financiado por Edwards fueron también puestos en la palestra y ridiculizados, como se hizo con Joaquín Díaz Garcés y Carlos Silva Vildósola. Sobre el último, el breve y sarcástico semanario *Sin Sal* publicó una caricatura (Figura 5) donde se lo representa como un lacayo encadenado a “el cuarto poder” a quien sirve, simbolizado por las iniciales del dueño de la empresa periodística que

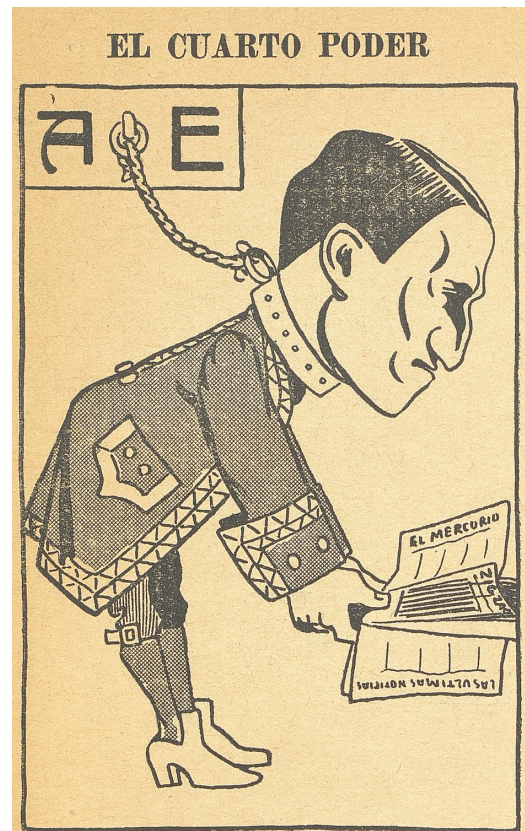


Figura 5. “El cuarto poder”, 1907.

Figure 5. “The fourth power”, 1907.

Fuente: Biblioteca Nacional.

reunía a *El Mercurio*, *Zig Zag* y *Las Últimas Noticias*. Los versos alusivos estamparon: “Es un tipo de inglés hecho á navaja/ que no tiene de inglés sino la ropa./ El fisco ó *El Mercurio*, cuando viaja,/ saben bien *lo que vale* por Europa” (*Sin Sal*, 31/01/1907, p. 4).

La dinastía Edwards figura entre el último cuarto del siglo XIX y las primeras décadas de la siguiente centuria manipulando la opinión pública. Por ello, *Don Cristóbal* podía afirmar con un guiño irónico al catecismo de la época que ella “suele ser representante, nó de todo un pueblo, sino de una familia Matte, de un Agustín Edwards i de un Julio Zegers, tres personas distintas i una sola ambicion no más. *El Mercurio*, *La Patria* i *La Época* pertenecen a un solo millonario; de modo que esos tres diarios representan la opinion de un solo usurero” (26/06/1890, p. 1).

Sus caudales les permitían fundar periódicos, adaptarlos a las tecnologías modernas y, en especial, pagar redactores y periodistas (Silva Castro, 1960). Mientras en 1890 Agustín Edwards Ross fue caricaturizado cual empresario circense que mantenía como perros amaestrados a los redactores de los diarios de su propiedad (*Don Cristóbal*, 03/05/1890, p. 2-3), 16 años después Agustín Edwards Mac-Clure era “el amo” cuya voz resonaba en la escritura de periodistas como Benjamín Vicuña Subercaseaux: “escribe lo que su patrón le manda, la voz de su conciencia es apagada por el ruido del oro con que lo compran” (*José Arnero*, 13/01/1906, p. 3).

Fueran los Edwards o fueran otros, los vínculos espurios de la prensa con el dinero se volvieron comentario obligado en el Chile del 1900. Es un tópico que puede rastrearse al menos hasta la década de 1860, cuando se atacó a periodistas de renombre como Justo Arteaga Alemparte de vender su pluma al mejor postor (*La Penca*, 1868). Si la idea proliferó 40 años después se debió, por una parte, a las transformaciones del campo periodístico que afectaron tanto al texto como a sus condiciones de producción materiales. Pero constituye también un indicativo social respecto al estado de alerta del público sobre el producto impreso que llegaba a sus manos, frente al cual reaccionó con creciente suspicacia y con el anhelo de escudriñarlo.

Espiando dentro de la redacción

Los “diarios chicos” fueron también generosos en descripciones del trabajo periodístico, con sus miserias y grandezas. A un siglo de distancia, resultan muy útiles para comprender las prácticas editoriales y la organización laboral dentro de un medio de comunicación fundamental para aquilatar el desarrollo cultural y político de los países, según la visión prevaleciente en el siglo XIX. La mirada que entregan es ácida, acorde al tono burlón de

la prensa satírica, que comenzaba atacando a sus rivales y terminaba sin embargo mostrando sus propias labores tras bambalinas.

Recordemos que prácticamente todos los editores y redactores de los “diarios chicos” iniciaron sus armas periodísticas en “diarios grandes” (Donoso, 1950; Figueroa, 1886; Arellano y Yecorát, 1894). Ahí desempeñaron distintas tareas, con diversos grados de responsabilidad y aspiraciones constantes por escribir y forjarse un nombre en la batalla de las ideas impresas. Tal fue el caso, entre otros, de Hipólito Olivares, director de *El Ají*, quien trabajó en la imprenta del periódico *El Independiente* (*El Ají*, 09/12/1889, p. 1). El aprendizaje del oficio fue puesto al servicio del periodismo de trinchera cuando se alejaron para fundar nuevos periódicos, o pudieron incorporarse a un proyecto colectivo de prensa independiente.

Toda la experiencia acumulada sirvió para sustentar una labor fuertemente misional, donde el periodista “debe divulg[ar] lo malo, / I atacar firme el abuso/ Su pluma debe ser chuso, / Que le dé al abuso palo. // Tal es la pesada carga, / Que está llamado a cumplir, / La verdad debe decir, / Por mas que sea esta amarga” (*El Ají*, 10/03/1892, p. 1). Sin embargo, según propio testimonio de los “diarios chicos”, la organización del trabajo dentro de los periódicos distaba de ser una mesa de debate racional y elevada.

La prensa joco-seria se encargó de enseñar al público cuánto de prosaico y terrenal podía tener la labor del periodista, dibujando una visión contrapuesta al altruismo y la inspiración poética. Así, *El Ferrocarrilito* podía mostrar un grabado de un idealizado redactor de su propio equipo “en elucubraciones metafísicas”, pluma en mano y ataviado de levita y sombrero de copa, cual escritor romántico; y contrastarlo con imágenes más acordes con su tono habitual de burla, donde los supuestos redactores del pequeño periódico tienen innumerables desventuras y sufren, entre otros, los rigores de la prisa por el afán informativo, según se los puede apreciar tomando nota de las sesiones parlamentarias (*El Ferrocarrilito*, 02/06/1880, p. 1 y 06/06/1880, p. 1).

Los “diarios chicos” podían compartir el halo de optimismo en torno a los hombres de letras, pero des-sacralizándolo de plano. Algunas hojas satíricas dieron cuenta también de las condiciones de trabajo dentro de las imprentas que manufacturaban los diarios capitalinos. Nada había de romántico para cajistas y tipógrafos que debían someterse a jefes despóticos o cuya cotidianidad laboral se veía alterada para maximizar las ganancias de los propietarios. *El Ají* y *José Arnero* adoptaron una seriedad total para abogar por los trabajadores tipográficos, un oficio altamente valorado y que podía ser coronado por un desempeño como redactor, aunque también mostraron simpatía por los suplementeros, niños y jóvenes que

vendían la prensa en las calles, eslabón menospreciado de la cadena de producción periodística que era sin embargo fundamental (*El Aji*, 16/11/1891, p. 1; *José Arnero*, 05/06/1905, p. 2 y 21/08/1905, p. 4).

Exponer, casi como denuncia, el espacio íntimo de las salas de redacción permitía bajar a los periodistas del sitial donde ellos mismos encumbraban su quehacer. Era un razonamiento persuasivo para horadar el poder de los enemigos políticos. Ello podía realizarse recordando la actividad de los “redactores de tijeras”, quienes, lejos de escribir o poner en ejercicio creativamente la pluma, se limitaban a copiar y extraer información traídas por el cable internacional o los periódicos provinciales y de la competencia. Se trataba de una práctica común y cada vez más vilipendiada por los periodistas de mayor renombre (Velasco, 1873). Eduardo Hempel, antiguo cronista de *El Ferrocarril*, fue objeto de unos versos elocuentes al respecto: “Encarnacion de papá [*El Ferrocarril*]/ Se le parece bastante/ Es audaz i petulante, pero no va mas allá./ Hoy su mision se reduce/ A leer i tijeretear,/ Es por ende a rabonar/ Lo que el cronista produce” (*El Ferrocarril*, 26/09/1880, p. 3).

En paralelo, la alusión a que redactores y editores de otras publicaciones escribían “con las patas” fue utilizada a menudo (Figura 6, *El Ferrocarril*, 09/11/1880, p. 1). Esa idea sirvió de munición contra enemigos ideológicos y, con menor saña, como advertencia o censura amistosa hacia colegas carentes de competencias lingüísticas elaboradas. En el primer caso, *José Arnero* disparó contra “un anarquista de nuevo cuño [...] que defiende los intereses de los patrones, que se confiesa i comulga a menudo [...] con la pata escribe en *El Chileno* i que obedece al nombre de Lucho Ross” (*José Arnero*, 09/10/1905, p. 3).

Esta hebra argumentativa da cuenta de las pretensiones intelectuales y los egos creativos que concernían al pe-



Figura 6. “Los redactores de *El Heraldo* en su pedestre ejercicio”, 1880.

Figure 6. “*El Heraldo's* staff writers in their pedestrian exercise”, 1880.

Fuente: Biblioteca Nacional.

riodismo en tanto actividad del espíritu y profesión liberal, cuya materia prima eran las palabras. Como no estaba del todo diferenciado de la literatura, quienes ejercían funciones en la prensa aspiraban también a ser literatos o, cuando menos, un reconocimiento de su talento escribiendo. Si la progresiva emancipación del discurso periodístico (Ossandón y Santa Cruz, 2001; Alvarado, 2016) tendió a separar aguas y crear oficios paralelos de la pluma, la metáfora de “escribir con las patas” continuó teniendo peso para develar la trama oculta de la producción periodística. En efecto, a medida que el siglo dio la vuelta, resultó innegable que la prensa se llenaba de información noticiosa, contingente y variada, cuya representación verbal no precisaba mayor forja, salvo una prosa clara y sintética, capaz de camuflar su propia armazón lingüística (Silva Vildósola, 1936).

Permitir que el público lector y receptor de las imágenes atisbara el interior de la sala de redacción buscaba menoscabar las pretensiones de los “diarios grandes”. Ponía al descubierto las vanidades personales, tanto como la falibilidad del discurso de aquellos y cuáles eran sus fuentes de inspiración. Aquí se puede apreciar un claro nexo con el tema del financiamiento antes mencionado, ya que los periodistas a sueldo de un magnate o un poder económico mayor figuraban intercambiando palabras por monedas, como se caricaturizó al historiador, escritor y político Miguel Luis Amunátegui, agobiado por el látigo y el pago de los montt-varistas (Figura 7, *Diógenes*, 06/06/1884, p. 3).

Este mismo recurso tuvo otras variantes, donde se descorría el velo de aquellas vitrinas públicas que constituían los periódicos para encontrarse que, detrás de aquél,

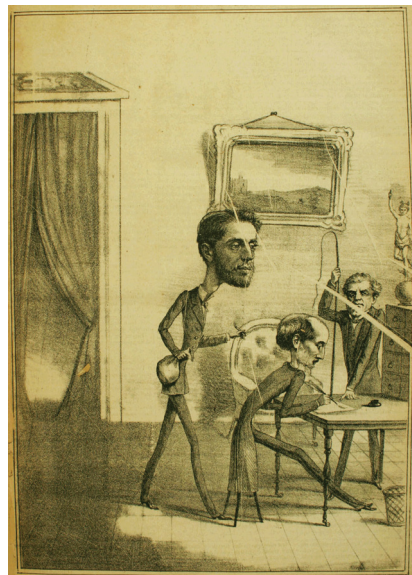


Figura 7. Miguel Luis Amunátegui, pluma alquilada, 1884.

Figure 7. Miguel Luis Amunátegui, rented quill, 1884.

Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional.

los hombres de la prensa perdían todo decoro (Piccato, 2015). *El Ferrocarrilito* desarrolló esta idea festivamente, convirtiendo a los artífices del mismo periódico satírico en personajes con nombres graciosos (Pepito Pimentón, Tucúquere, Doctor Ortiga, Pela-monos, Ají, Pimienta, entre otros) y aspecto desastrado, a quienes ocurrían todo tipo de aventuras y desventuras ficticias en su quehacer cotidiano, impidiéndoles por tanto cumplir con su anhelo informativo o elaborar grabados artísticos. Es decir, hubo voluntad de humanizar a quienes ejercían el oficio periodístico, enseñándolos más cercanos en su actuar y desarmando las altas tribunas desde las cuales pretendían moldear la opinión pública.

Similar vena humorística, si bien más cáustica y aliñada, se hizo extensiva para mofarse de los periodistas rivales. Los redactores de “El Hedor” (por *El Heraldo*), en efecto, “[...] Flacos como una lombriz/ Sólo sombrero i nariz,/ Se les ve a esos señores./ Sus tripas el aire atruenan/ Sus labios secos están/ I no hallan un solo pan/ I mas de viento se llenan./ Ni con el hambre discurren” (*El Ferrocarrilito*, 03/11/1880, p. 1). El interior de las salas de redacción de los “diarios grandes” era tanto o más digno de risa que el de aquellas de la prensa joco-seria. *El Estandarte Católico*, por ejemplo, era una oficina ocupada exclusivamente por clérigos, personajes sin atribución de género muy clara, de sotanas largas y oscuras, desprovistos de los objetos convencionalmente asociados a los hombres de letras dedicados al trabajo intelectual y la escritura, y puestos en actitud de espera ansiosa frente a la prensa liberal para criticarla (*El Padre Padilla*, 13/04/1886, p. 2-3).

Animales, alimañas y plumas sin razón

El corolario de la mirada inspectiva que los “diarios chicos” efectuaban contra los “diarios grandes” implicó un cuestionamiento total de la base enunciativa de estos. Adentrarse en las salas de redacción correspondía a llegar a lo más íntimo de una labor intelectual que se suponía transparente, expuesta siempre al escrutinio del público, aunque en la práctica no lo estaba y solamente los propios actores del selecto grupo vinculado con el mundo de las letras la conocía a cabalidad. Poner en solfa a los periodistas y ridiculizar sus pretensiones o denunciar sus connivencias con el poder económico y político podía ser una arma poderosa. Los recursos del lenguaje satírico propiciaron una serie de variantes que, aplicadas a redactores y periodistas adversarios, los enseñaba incluso despojados de sus cualidades antropomorfas. Si ellos escribían “con las patas”, era porque tenían muy poco de humanos. Algunos, como el empresario, abogado y político Joaquín Walker

Martínez, fueron motejados y convertidos en animales desagradables. Este destacado hombre público fue denostado como “El Chingue”, especie de zorrillo cuyos fluidos pestilentes se equiparaban con la tinta que destilaba su pluma en el periódico *El Constitucional* (Figura 8, *Poncio Pilatos*, 12/04/1894, p. 2-3). Una alusión escatológica de calibre tanto o más alto se había lanzado antes contra Rodolfo Vergara Antúnez, redactor de *El Estandarte Católico*: “en dos versos se me acuerda/ Hacer su historia sucinta:/ Jamás escribe con tinta,/ Sino que escribe con...” (*El Ferrocarrilito*, 20/10/1886, p. 1-2).

Tal como respecto de otros personeros, los “diarios chicos” recurrieron a la animalización y la bestialización de quienes daban forma a la prensa enemiga. Durante las décadas de 1880 y 1890, abundan caricaturas protagonizadas por animales, diablillos y alimañas ponzoñosas en oficinas de redacción que resuman infundios construidos como conjuros o pociones maléficas: es el terreno oscuro de la sinrazón y la falta total de razón. Se escenificó así el proceso que llevaba a tejer un discurso basado en la superstición y el lenguaje apodíctico. No cabía la crítica racional frente a ello, sino su denuncia y la burla más descarada, el escarnio ante quienes se mostraban incapaces de subirse al tren del progreso y las libertades decimonónicas e insistían en volver al oscurantismo colonial (De la Torre, 2010). Tal ataque se hizo sentir en particular desde los periódicos joco-serios liberales contra la prensa católica (Loyola, 2016).

Es posible apreciar por tanto una serie de diablillos inspirando a los redactores de *El Estandarte Católico*, quienes aparecen convertidos en aves de rapiña y gatos (Figura 9, *El Padre Cobos*, 22/08/1882, p. 2-3). De manera similar, las diatribas contra la prensa conservadora y ultramontana situaban a sus principales publicaciones (*El Chileno*, *El Constitucional*, *El Porvenir* y *La Unión*) azuzando el fuego y revolviendo una “piscina de odios y venganzas”, bajo la mirada atenta de un siniestro buitres



Figura 8. “El Chingue redactando *El Constitucional*”, 1894.

Figure 8. “The skunk writing *El Constitucional*”, 1894.

Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional.



Figura 9. Dentro de la redacción de *El Estandarte Católico*, 1882.
Figure 9. Inside the newsroom of *El Estandarte Católico*, 1882.



Figura 10. “Revolviendo la piscina”, 1894.
Figure 10. “Stirring the pool”, 1894.

Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional.

con el rostro del arzobispo de Santiago, Mariano Casanova (Figura 10). Aquí, “Con su lenguaje procaz/ Que la cultura destierra,/ En una labor tenaz,/ Ellos ¡Ministros de paz!/ Vociferan ¡guerra! ¡guerra!// Pero se dan buenas mañan/ Esos místicos chacales/ Para sacar las castañas:/ ¡Quieren que los liberales/ Se destrocen las entrañas!” (*Poncio Pilatos*, 05/04/1894, p. 4).

Según Bertrand Tillier (2002, p. 83), el dibujo satírico decimonónico revitalizó una tradición antigua de metáforas animales que cobró nuevos bríos desde la Revolución Francesa. Caricaturizar a un individuo como animal significa, por una parte, rebajarlo moralmente a partir de la degradación de su cuerpo y la equiparación con especies biológicas inferiores. Por otra, representar a un humano como animal o bestia permite exhibir su verdadera identidad y que aflore aquello que permanece oculto o camuflado por las normas sociales. El desparpajo del grabado humorístico opera en consecuencia como una verdad reveladora en forma de denuncia contra un adversario y de reafirmación de una idea o mensaje compartido por determinada comunidad interpretativa (Cornejo, 2006).

En el caso de los artífices de la prensa, esta herramienta retórica servía para sindicarse a los adversarios como ineptos, pero sobre todo como seres irracionales. Animalizados, los redactores de las publicaciones rivales no solo eran denunciados por su escaso talento y su falta de gracia en cuanto escritores, sino también se cuestionaba abiertamente que pudieran participar del debate público, el cual en su clásica formulación burguesa se habría basado en el ejercicio crítico de la razón, y tal seguía siendo el ideal de los hombres de letras latinoamericanos de la época, pese a los evidentes límites de dicha pretensión (Habermas, 2006; Piccato, 2005; Sagredo, 2000).

Las víctimas principales de tales ataques fueron, consecuentemente, las publicaciones católicas. Los “diarios chicos” crearon incluso una línea demarcatoria frente a ellas, aliándose de forma eventual con “diarios grandes” de tendencia liberal, con la finalidad de evidenciar que las posiciones de los clericales eran indefendibles en el marco de una cultura republicana. Sobre Manuel Blanco Cuartín, reconocido redactor de *El Mercurio* porteño, *El Ferrocarrilito* pudo afirmar: “Antiguo pelucon [conservador], tiene salidas, resquicios i tendencias liberales; mas de una vez por esto hondas heridas le han abierto en la piel los clericales” (*El Ferrocarrilito*, 10/05/1880, p. 3).

Estos últimos y quienes defendían posiciones ultramontanas empleando la prensa proferían “cocos evangélicos” (*Poncio Pilatos*, 01/07/1893, p. 1). En 1884, Juan Rafael Allende denunció que ellos utilizaban el ridículo, la mentira y el engaño “en sus diarios, en sus púlpitos i en sus confesionarios” (*El Padre Padilla*, 27/11/1884, p. 1), contrastando con la prensa liberal, cuyo “lenguaje es moderado, convincente e ilustrativo” (*El Padre Padilla*, 27/12/1884, p. 1).

Como no podía esperarse menos, periodistas y hojas católicas fueron representados visualmente como burros, animales metonímicos de la estupidez, la ignorancia y la obcecación. Muy por el contrario, según demuestra la caricatura “Argumentos clericales” (Figura 11), la prensa liberal –que incluye en primer término al *Poncio Pilatos*, emisor de la carga– ostenta un conjunto de características que remiten a la razón y la civilidad. De acuerdo con el texto complementario del grabado:

Esos que miras, lector,/ Borricos de cuatro patas,/ No son burros; nó, señor;// Si de conocerlos tratas,/ Verás que son periodistas/ Adorados por las beatas [...]/// Con las patas... o las manos/ Suelen cojer una pluma/ Que, con fines poco sanos,/ Esgrimen, no haciendo en suma/ Sino dar golpes feroces/ Contra aquel que los abruma/ Con sus rasonables voces,/ Teniendo por argumentos/ Sólo rebuznos i coces (*Poncio Pilatos*, 15/07/1893, p. 4).



Figura 11. “Argumentos clericales”, 1893.

Figure 11. “Clerical reasonings”, 1893.

Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional.

¿El (otro) despertar de los trabajadores?

Si la lucha doctrinaria caracterizó el campo cultural chileno del siglo XIX, con el correr de los años la querrela entre clericales (o conservadores) y liberales adquirió otro cariz, renovándose con bríos acordes al ímpetu del siglo XX. Desde la trinchera de un periódico aguerrido como *José Arnero*, que se proclamaba a sí mismo “órgano de defensa de los rotos”, el novedoso *Diario Ilustrado* fundado en 1903 era “el pasquín de Joaquín Echeñique, el defensor incansable de los intereses frailunos”. Como órgano de prensa, aquel defendía, “en primer lugar, a los consumidores; los eternos zánganos de la colmena social, a los parásitos de claustros, a esos farsantes, que en patrañas i mentiras esplotan al pueblo i siembran en el país el crimen de sodomía” (*José Arnero*, 30/10/ 1905, p. 3)³.

En opinión de dicho periódico satírico, otro diario pequeño, *El Chileno*, era un “pasquín de sacristía”. A esta coordinada editorial de todos conocida y recordada en innumerables ocasiones por los órganos joco-serios, se sumaba, sin embargo, que *El Chileno*, lejos de ser el defensor del pueblo, como se argumentaba comúnmente, ostentaba en “la Calle de Bandera dos grandes propiedades compradas con el dinero arrancado al pueblo con mentiras i patrañas [...], se ha hecho millonario con el óbolo de los trabajadores [...] es un farsante infame como todos los burgueses son” (*José Arnero*, 04/11/1905, p. 4).

A lo largo de la primera década del siglo XX, se observa un declinar en el interés de los “diarios chicos” por la actuación de la prensa y los periodistas católicos, por el solo hecho de defender esta postura y en general los in-

tereses de la curia. A pesar de episodios puntuales cuando las diatribas volvían a surgir (considérense aquí escándalos por abusos sexuales contra menores y la desautorización de la jerarquía pontificia hacia determinados clérigos populares y heterodoxos), los enemigos comenzaron a ser otros. Dicho desplazamiento se entiende por dos factores entrelazados. Primero, por el apaciguamiento de la disputa doctrinaria con la iglesia católica sobre las directrices culturales del país y el relevo efectuado por la “cuestión social” como debate hegemónico del espacio público (Yáñez, 2003). Segundo, porque ese desplazamiento fue operado por publicaciones satíricas cuyos editores y redactores se reconocían en matrices interpretativas de ideologías radicales de inspiración socialista o anarquista y, en no pocas ocasiones, participaban de organizaciones políticas y de trabajadores de similar tendencia. Esto último, que en el caso particular de la prensa satírica chilena no ha sido estudiado sistemáticamente, puede compararse con lo sucedido en otros países latinoamericanos (Díaz, 1990).

Lo anterior, a pesar que ya desde diez años antes, para *El Ají* la misión de los diarios joco-serios era “hacer mas llevadera la existencia del pueblo trabajador contra los avances del potentado i de la fuerza del capital”, ofreciendo “defender resueltamente al pueblo de los atropellos de que sean víctimas, asegurándoles que pueden mandar por escrito o de palabra todo lo que les suceda en este sentido, para publicarlos” (*El Ají*, 01/09/1890, p. 1).

La vertiente clasista para representar el campo peperiodístico fue mucho más notoria al dar vuelta el siglo XX, en detrimento de la pugna de los “diarios chicos” contra el clericalismo. Algunos editoriales de *José Arnero* abandonaron toda ironía y analizaron el contexto comunicacional impreso como un combate social declarado. En su opinión, las clases trabajadoras debían desestimar “la prédica de la prensa de los caballeros”. Los “diarios grandes” no hacían otra cosa que enriquecerse con “el producto de la venta de los diarios que circulan entre el pueblo i después se vuelven contra él para apuñalarlo” (*José Arnero*, 22/02/1906, p. 2). El mismo periódico llamaba por tanto a boicotear tales publicaciones y a comprender que los periodistas que ahí laboraban eran enemigos solapados de la causa popular. La explotación comercial del producto impreso tenía, en esta mirada, un correlato preciso con la explotación económica de que eran objeto *rotos* y trabajadores. Uno de los principales órganos de prensa chilenos del siglo XX era, según *José Arnero*, el “pasquín de los burgueses, el diario de los asesinos, ladrones i sinvergüenzas, conocido con el nombre de *El Mercurio*” (*José Arnero*, 11/11/1905, p. 4).

El grupo de publicaciones sindicado como “prensa burguesa” era aquel que “propaga la ignorancia i defiende

³ La percepción social respecto de las tendencias del *Diario Ilustrado* se mantuvo toda su existencia, bastante dilatada, hasta 1970. Durante las décadas centrales del siglo XX, el famoso semanario satírico *Topaze* lo llamaba siempre “El Beato Ilustrado”.

a los zánganos de la curia”, mismo que en época de elecciones o ante la beligerancia de países vecinos adulaba a los sectores populares, enaltecéndolos como “nobles ciudadanos, jenerosos i valientes hijos del País, patriotas i esforzados campeones del progreso”. Cuando esos mismos sectores se alzaban contra las iniquidades del orden social, sin embargo, los epítetos de los “diarios grandes” cambiaban de signo, calificando “a esos mismos desgraciados hijos del pueblo, de pililos, pillos, bandidos, inconcientes i salvajes” (*José Arnero*, 06/11/1905, p. 2).

En sus diatribas contra la posición de defensa del orden social adoptada por *El Chileno* – y, dado su gran tiraje, sinónimo de popularidad –, *José Arnero* interpeló a sus propios lectores: “es menester, obreros de la capital, que rechazeis de vuestras manos i vuestras casas a esos diarios que se enriquecen con vuestro concurso”, enfatizando que “ningún obrero inteligente con nociones de instrucción debe llevar en sus manos” un diario como aquel (*José Arnero*, 04/11/1905, p. 4). La llamada apuntaba tanto a los lectores y compradores reales del combativo periódico satírico como a un universo mayor de receptores posibles, el que parece corresponder a un terreno disputado con su enemigo ideológico. Nótese que *José Arnero* se dirige a obreros inteligentes e instruidos, la sección del pueblo chileno que en este mismo editorial distinguía “de una masa de trabajadores ignorantes o metidos a caballeros que ha despreciado nuestra hoja”.

En un contexto cambiante como aquel, donde entraban nuevos actores al ruedo del espacio público y aumentaba – y se diversificaba socialmente – el universo de potenciales lectores, el recurso del humor pareció volverse más estratégico. El favor popular o, en otras palabras, el éxito alcanzado por un “diario chico” con tintas más cargadas ideológicamente que sus antecesores en la guerrilla periodística tenía su basamento justamente en esta veta discursiva. Así, afirmaba *José Arnero*, “la indolencia popular no permite todavía la fundacion de un diario sério i si mantenemos esta pequeña hoja ello se debe a sus secciones satíricas i humorísticas” (*José Arnero*, 18/11/1905, p. 2).

Con todo, la figura del periodista siguió siendo enaltecida e idealizada, si bien sus caracteres más brillantes se reservaban para aquellos que defendían a los desposeídos. De acuerdo con unos expresivos versos:

Ante tu pluma los explotadores/ Tiemblan de miedo i aun de vergüenza./ I a tu espada o pluma los trabajadores/ Hoy tienen confiada su pura defensa [...]. Tu pluma es la espada de mayor dominio/ I el látigo son, pues, tus expresiones./ Con que castigas aquí el latrocinio/ Que al pueblo le dan los burgueses ladrones (*José Arnero*, 19/03/1906, p. 3).

El análisis de las líneas argumentativas de los “diarios chicos” da cuenta de las transformaciones que ellos mismos propiciaron en un escenario periodístico muy disputado. Mientras que en la década inicial del período considerado los redactores de la prensa satírica fustigaron el olvido que los “diarios grandes” hacían de los sectores populares, y en el decenio siguiente motejaron de oportunista e impropio el intento de la prensa católica por atraérselos, resulta evidente que la noción de clase, como categoría analítica, descriptiva y prescriptiva, primó desde 1905. Es en extremo decidor el camino seguido por *José Arnero*, de tirajes siempre en aumento, autoproclamado defensor de los “rotos” y cuyo lenguaje satírico recogía los giros y tópicos creados por Juan Rafael Allende desde 1880. Los redactores y colaboradores de este periódico bisemanal (entre quienes se reconoce a algunos periodistas y dirigentes ligados a organizaciones de trabajadores de la capital y el Norte Grande) escribieron una serie de textos donde los adversarios discursivos y políticos fueron sindicados como periodistas y periódicos burgueses. La suya fue, por tanto, una mirada tanto o más dura que la de *El Ají* y *La Pimienta*, de la década de 1890, pero alimentada y sintonizada con los lenguajes de clase de las ideologías radicales difundidas entre el movimiento popular organizado.

Como corolario de lo anterior se vislumbra en los “diarios chicos” una disputa muy intensa por la representatividad del pueblo. Es decir, por la capacidad y la legitimidad de emitir una voz disonante, que diera cuenta de los intereses de los sectores populares urbanos. Estos crecieron con rapidez, de igual forma que lo hiciera su participación política, si bien no llegaron a conformar un universo ciudadano con pleno ejercicio de derechos.

Referencias

- ALVARADO, M. 2016. *Revistas culturales y literarias chilenas de 1900 a 1920: legitimadoras del campo literario nacional*. Santiago, Editorial Cuarto Propio, 263 p.
- ARELLANO Y YECORÁT, J. 1894. *Los periodistas de la democracia ante la historia*. Santiago, Imprenta B. Vicuña Mackenna, 274 p.
- ARIAS ESCOBEDO, O. 2009. *La prensa obrera en Chile 1900-1930*. 2ª ed., Santiago, Ariadna Ediciones, 182 p.
https://doi.org/10.26530/OAPEN_617568
- BONILLA, L. 2014. *Manuel Caballero: historia y periodismo en la conformación de una modernidad porfiriana*. México D.F., Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores Acatlán, 320 p.
- CORNEJO, T. 2006. La injuria en imágenes: el vilipendiado honor de los hombres públicos chilenos en la prensa satírica (1860-1900). *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*, 6. Disponible en: <http://nuevomundo.revues.org/document2815.html>. Acceso el: 21/05/2017.
- DE LA TORRE, A. 2010. Caricatura política, gráfica e imaginario social: el bestiario anticlerical en la tradición radical mexicana (1867-1911). In: A. DE LA TORRE et al., *De la mofa a la educación sentimental: caricatura, fotografía y cine*. México D.F., INAH, p. 13-52.

- DÍAZ, M.E. 1990. The Satiric Penny Press for Workers in México, 1900-1910: A Case Study in the Politicisation of Popular Culture. *Journal of Latin American Studies*, 22(3):497-526. <https://doi.org/10.1017/S0022216X00020939>
- DONOSO, R. 1950. *La sátira política en Chile*. Santiago, Imprenta Universitaria, 222 p.
- FIGUEROA, P.P. 1886. *Periodistas nacionales: rasgos biográficos de algunos escritores contemporáneos*. Santiago, Imprenta Victoria, 129 p.
- GANTÚS, F. 2009. *Caricatura y poder político: crítica, censura y represión en la ciudad de México, 1876-1888*. México D.F., El Colegio de México – Instituto Mora, 441 p.
- HABERMAS, J. 2006. *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública* [1962]. Barcelona, Gustavo Gili, 352 p.
- LOYOLA, M. 2016. *En contra de los impíos: la actuación de la Buena Prensa católica en la Arquidiócesis de Santiago, 1906-1936*. Santiago, Ariadna Ediciones, 221 p.
- MATALLANA, A. 1999. *Humor y política: un estudio comparativo de tres publicaciones de humor político*. Buenos Aires, Eudeba, 125 p.
- OSSANDÓN, C; SANTA CRUZ, E. 2001. *Entre las alas y el plomo: la gestación de la prensa moderna en Chile*. Santiago, Lom, 158 p.
- PICCATO, P. 2005. Introducción: ¿Modelo para armar? Hacia un acercamiento crítico a la teoría de la esfera pública. In: C. SACRISTÁN; P. PICCATO (coord.), *Actores, espacios y debates en la historia de la esfera pública en la ciudad de México*. México D.F., Instituto de Investigaciones Históricas UNAM – Instituto Mora, p. 9-39.
- PICCATO, P. 2015. *La tiranía de la opinión: el honor en la construcción de la esfera pública en México*. Zamora, El Colegio de Michoacán – Instituto Mora, 465 p.
- SAGREDO, R. 2000. Opinión pública y prácticas políticas en Chile: 1861-1891. In: A.A.V.V., *Lo público y lo privado en la historia americana*. Santiago, Fundación Mario Góngora, p. 243-270.
- SALINAS, M., et al. 2001. *El que ríe último... Caricaturas y poesías en la prensa humorística chilena del siglo XIX*. Santiago, Ed. Universitaria – Centro de Investigaciones Diego Barros Arana, 291 p.
- SALINAS, M., et al. 2005. ¿Quiénes fueron los vencedores? Elite, pueblo y prensa humorística de la Guerra Civil de 1891. Santiago, Lom, 237 p.
- SALINAS, M. 2006. ¡Y no se ríen de este leso porque es dueño de millones! El asedio cómico y popular de Juan Rafael Allende a la burguesía chilena del siglo XIX. *Historia*, Santiago, 39(1):231-262.
- SANTA CRUZ, E. 2010. *La prensa chilena en el siglo XIX: patricios, letrados, burgueses y plebeyos*. Santiago, Ed. Universitaria, 141 p.
- SILVA CASTRO, R. 1960. *El Mercurio de Santiago (1900-1960)*. Santiago, Editorial Lord Cochrane, 131 p.
- SILVA VILDÓSOLA, C. 1936. *Retratos y recuerdos*. Santiago, Zig-Zag, 274 p.
- TILLIER, B. 2002. *La République: La caricature politique en France 1870-1914*. Paris, CNRS Éditions, 174 p.
- VALDEBENITO, A. 1956. *Historia del periodismo chileno (1812-1955)*. 2ª ed., Santiago, [s.n.], 317 p.
- VELASCO, F. 1873. La prensa diaria: lo que es i lo que debiera ser. *Revista de Santiago*, III(1):457-477.
- YÁÑEZ, J.C. 2003. *Estado, consenso y crisis social: el espacio público en Chile 1900-1920*. Santiago, Centro de Investigaciones Diego Barros Arana, 245 p.
- ZALDÍVAR, T. 2004. “El papel de los monos”: breve crónica de un tercio de siglo de prensa de caricatura 1858-1891. In: A. SOTO (ed.), *Entre tintas y plumas: historias de la prensa chilena del siglo XIX*. Santiago, Universidad de Los Andes, p. 139-178.

Submetido: 31/10/2017

Aceito: 15/04/2018