

Poniendo la cara: José María Cao y el retrato humorístico de cambio de siglo (XIX-XX)

CAPMOURTERES, Natalia Mariel / Universidad del Museo Social Argentino - nmcapmourteres@gmail.com

Tipo de trabajo: ponencia

» *Palabras claves: José María Cao, caricatura, retrato.*

> **Resumen**

El objetivo de este trabajo es estudiar la figura del humorista José María Cao, como punto de partida hacia un análisis más amplio sobre las miradas que se conjugan en el paso del retrato del siglo XIX hasta la caricatura de cambio de siglo en Buenos Aires.

Para realizarlo se presentará brevemente el surgimiento histórico del género del retrato en Buenos Aires, para desarrollar a continuación el desenvolvimiento de la caricatura como retrato crítico en la prensa ilustrada.

La propuesta planteada reflexiona sobre cómo se transforma la mirada desde el retrato burgués hasta la generada por la crítica periodística en los medios de llegada masiva. Se busca poner en primer plano el juego y la tensión entre la manera en cómo se representa a sí mismo un grupo social y cómo es visto satíricamente por la prensa.

> **Presentación**

El retrato en Buenos Aires se afianza como un género de las clases más acomodadas, principalmente la burguesía, y alude especialmente a las figuras de poder que se perpetúan gracias a él. Si una imagen vale más que mil palabras, el retrato significaba propaganda y estatus para quien podía costearlo.

Con los diversos cambios que se dieron en el siglo XIX, que desarrollaremos brevemente en esta comunicación, surgen nuevas miradas que van a desafiar la forma en que un grupo social se representa. La prensa ilustrada no dudará en plasmar sus críticas con la satirización de personajes relevantes por medio de caricaturas. Uno de los exponentes más importantes de esta práctica es José María Cao Luaces (1862-1918), quien se destacará en este tipo de obras.

› **El retrato como género**

Siguiendo a Oscar Steimberg, los géneros tienen un carácter de institución relativamente estable y “pueden definirse como clases de textos u objetos culturales, discriminables en todo lenguaje o soporte mediático, que presentan diferencias sistemáticas entre sí, y que en su recurrencia histórica instituyen condiciones de previsibilidad en distintas áreas del desempeño semiótico e intercambio social” (1993, p.45). A su vez, sostiene que la diferenciación de los géneros se da por la definición de rasgos temáticos, retóricos y enunciativos, y esto mismo sucede en las artes plásticas cuando explica que “el momento fundacional de los modernos géneros pictóricos en la pintura occidental (...) implicó, (...) la fijación de los tres rasgos en la definición de cada género” (1993, p. 53). A continuación desarrolla estos rasgos que, en las artes visuales, tienen que ver con: un tema y/o repertorio de motivos, un componente retórico (relacionado con los aspectos formales y propios de la representación) y uno de carácter enunciativo que, si bien se vincula a las formas de titular o firmar además de la composición artística, va más allá del estilo. Al estilo, Steimberg lo define como “un *modo de hacer* postulado socialmente como característico de distintos objetos de la cultura y perceptible en ellos” (1993, p. 46).

A partir de estas conceptualizaciones preliminares, podemos interpretar que el retrato satírico de la prensa es un *estilo* dentro del *género* del retrato.

El retrato del siglo XIX en Buenos Aires

Según Adolfo Ribera, una vez alcanzada la independencia, el retrato se convirtió en el género favorito en Buenos Aires. Esto está claramente vinculado a la necesidad de establecer nuevos ejes de poder para la nueva nación que no tuvieran que ver con el pasado colonial y, una forma de llevar a cabo este propósito, era a partir de la imagen retratística. A su vez, el proceso independentista trajo consigo una apertura comercial y cultural a las corrientes y modas más liberales de Europa que impactaron en la representación artística.

Ribera nos da la clave para analizar las características del retrato en este período: “sin lugar a dudas, antes que la calidad artística, que, en el mejor de los casos, quedaba relegada a un segundo lugar, el parecido físico era lo que el comitente exigía del pintor ante el cual iba a posar” (1982, p. 127). A lo largo de su texto, el autor deja muy en claro que lo único que interesaba al público rioplatense era la semejanza, cuya verosimilitud iba en detrimento a medida que se reducía el precio abonado al artista. Otro aspecto evidenciado por Ribera remite a la idea de que el público que encargaba estas obras era por lo general “medianamente culto, cuando carente del todo de una sensibilidad más o menos educada, lo que se pone

de manifiesto en las noticias periodísticas que dan a conocer cronistas, en su mayoría sin formación estética seria” (1982, p. 131).

El autor también releva una serie de innovaciones tanto en los soportes como en los materiales, debido a la incorporación de nuevas técnicas por parte de los artistas europeos que migraban al país en busca de oportunidades (Louis Laisney, por ejemplo, introdujo el pastel, y los llamados “artistas viajeros” utilizaban la acuarela). La técnica más utilizada fue el óleo y también se destacó el uso de la miniatura, tanto sobre papel como sobre marfil. Otra innovación clave será la litografía, cuya introducción “a mediados de la década del 20 marcará un adelanto en la producción masiva requerida por sectores cada vez más numerosos de público” (Ribera, 1982, p. 136).

No hay duda, sin embargo, de que el desarrollo técnico que cambiará el retrato será en primer término el daguerrotipo y su subsecuente resultado, la fotografía. A partir de este avance tecnológico que daba una fidelidad exacta al modelo retratado, comenzó a recurrirse a la pintura en busca de cualidades artísticas específicas que el medio fotográfico no podía proveer. Incluso podríamos considerar, en función de esta investigación, que todas las formas expresivas comenzaron a reflexionar sobre la posibilidad de ser utilizadas para la transmisión de otros mensajes, puesto que ya no se exigía únicamente similitud de ellas.

El periodismo crítico en el cambio de siglo XIX a XX

El cambio de siglo trajo consigo una nueva forma de periodismo: se pasó del modelo del periodismo francés culto al modelo de la prensa norteamericana. Geraldine Rogers explica al respecto que “en el periodismo antiguo (...) se encontraba muy poca información y su contenido estaba subordinado a las ideas del director (...) La nueva orientación tendía, en cambio, a (...) la autonomización de la esfera política y el desarrollo de los medios como empresas” (2005, p. 2). Al mismo tiempo, surgió la figura de “el pueblo” como nuevo público que buscaba ávidamente contenido diverso y cada vez más novedoso en un formato breve. Así, los periódicos fueron abarcando asuntos más misceláneos para llamar la atención de sus lectores. Otro cambio fue el del uso de la publicidad para recaudar fondos que cubrieran los gastos, en lugar de subsistir con la venta de ejemplares únicamente.

Mara Elisa Burkart reconoce que los directores, propietarios y trabajadores de los periódicos eran en su mayoría extranjeros, pues constituía una buena oportunidad de integración y ascenso social para quienes migraban al país. También, cuenta que “los principales humoristas y caricaturistas de la época [eran] españoles e italianos” (2007, p. 1).

En cuanto a estas publicaciones, no hay duda de que la tríada formada por *El Mosquito* (1863-1893), *Don Quijote* (1884-1903) y *Caras y Caretas* (1898-1939), a pesar de sus diferencias y rivalidades internas, consolidó el periodismo humorístico crítico de este período en Buenos Aires.

› ***El humor como contradiscurso***

El discurso social es entendido como todo aquello que una sociedad dice y escribe en un contexto determinado. Cuando hablamos de “discurso”, adoptamos la posición de Ximena Ávila cuando sostiene: “El análisis del discurso social se inscribe en una perspectiva sociocrítica y no tiene relación con estudios lingüísticos (...) también puede leerse en otros códigos – como el iconográfico” (2012, p. 24).

Dentro de este entramado discursivo, hay distintas pujas por el poder que, en primera instancia, se encuentra concentrado en un discurso central hegemónico. Ávila va a explicar que “El paradigma hegemónico (...) implica las nociones de homogeneidad/aceptabilidad/legibilidad” (2012, p. 30). Es decir que la hegemonía se vale de estos conceptos para generar preceptos incuestionables que sigan sosteniendo su centralidad en el discurso social, a la vez que busca disipar, controlar o destruir las diversidades que no formen parte de su idiosincrasia y que puedan provocar tensiones.

Sin embargo, ante la hegemonía siempre se alzan voces disidentes que pretenden combatir las nociones pétreamente establecidas por ésta: hay “zonas del discurso social más abiertas donde se gestan formas nuevas, deslizamientos o rupturas críticas que pueden ser pensadas, en algunos casos, como ‘contradisursos’” (2012, p. 30). Los contradisursos se identifican como paradigmas heterónomos que promueven todo lo contrario a la hegemonía, como puede ser la heterogeneidad de pensamientos, la disidencia discursiva y la diversidad enunciativa.

Ha de establecerse que el discurso humorístico no tiene siempre un objetivo de entretenimiento lúdico, sino que la risa y la comicidad son herramientas que utiliza para explicitar cosas distintas que van a variar según el emisor discursivo. Al mismo tiempo, al adoptar la risa y la burla, siempre hay algo de transgresión de la norma, de rebeldía en el discurso humorístico: “la característica principal del discurso social humorístico es la ruptura de una regla de cuya violación se desprende la comicidad” (Ávila, 2012, p. 36).

Entonces podemos concluir que, más allá de la radicalidad o ligereza que puedan manejar los discursos humorísticos, no dejan de ser desafíos y cuestionamientos a la norma hegemónica establecida, con un grado de sátira que acaba por resultar incómoda para el poder. Es a partir de estas conceptualizaciones que llevaremos a cabo un análisis del retrato humorístico crítico como formato disidente.

› ***El caso de José María Cao***

En 1862, nace José María Cao Luaces en Santa María de Cervo, Galicia, España. A los 24 años, emigra a Argentina, donde permanecerá hasta su muerte en 1918. Cao es un artista disruptivo y fundante en el

campo de la caricatura política argentina. Su humor crítico y fuertemente ácido le valió persecuciones por parte del sector más poderoso de la sociedad, llegando a sufrir intentos de asesinato y encarcelamientos.

En el ámbito periodístico, trabajó en numerosas publicaciones pero para los fines de esta comunicación tomaremos su trabajo en *Caras y Caretas*, a la que se incorpora desde su fundación en 1898. Desde 1902, será el director artístico y dibujante principal de la revista hasta su desvinculación en 1912, dada por motivos políticos. De sus obras nos interesa analizar los retratos humorísticos que ejecuta en esta editorial para la sección “Caricaturas Contemporáneas” (1900-1913); “una caricatura a página completa de una figura de actualidad con una breve rima (...) que resaltaba en tono satírico alguna característica o hecho reciente protagonizado por el personaje en cuestión” (María Isabel Baldasarre, 2016, p. 82). María Isabel Baldasarre enuncia que el “repertorio de personajes públicos se componía principalmente de políticos, funcionarios y militares argentinos” (2016, p. 82). También se podían incluir intelectuales, clérigos, periodistas y artistas, por lo que podemos decir que se representaba a los personajes más poderosos dentro de cada campo del conocimiento y de la práctica. Podríamos entonces establecer, según lo desarrollado previamente, que era una crítica en tono satírico- humorístico del discurso hegemónico.

Con esto en mente, vamos a analizar tres retratos de personalidades de la política, aparecidos en la sección de “Caricaturas contemporáneas”, parangonados con retratos fotográficos de los mismos personajes.



La primera es una caricatura de Julio Argentino Roca donde se lo presenta con una capa de armiño, como un rey, sosteniendo celosamente el bastón de mando. Esto puede leerse como una crítica al modo de ejercicio del poder que tenía este ex presidente argentino. Sin embargo, cabe notar que en cuanto a los

rasgos la figura es completamente reconocible; incluso se lo representa vistiendo su uniforme militar característico. En la fotografía expuesta, al presidente se lo retrata altivo, digno; en la caricatura, se mantiene la seriedad del rostro y el perfil pero, es todo el ajuar que viste lo que da el tono satírico.

Algo similar ocurre con la “caricatura contemporánea” que Cao le dedica a Manuel Quintana. Nuevamente, el retrato humorístico es prácticamente un espejo del fotográfico; podríamos incluso preguntarnos si el artista se basó en este último para dibujar a su modelo. En la caricatura, la sátira se dirige a la base de madera, similar a la de un mueble perchero, que ocupa el lugar de sus piernas. Claramente se lo equipara a un maniquí, en la búsqueda de acentuar una aparente obsesión por la moda.



La última obra a analizar de Cao es la que hace de Alfredo L. Palacios. Verificamos lo anterior: rasgos idénticos a los de la fotografía, incluyendo por supuesto las exageraciones típicas del retrato caricaturesco.



En la caricatura, el acento humorístico está dado, en lugar de por la vestimenta o por la incorporación de elementos que satiricen como en los casos anteriores, por la pose del retratado. Palacios, subido a una silla, en medio de un paisaje natural, posa dramáticamente, elevando el puño hacia una multitud ausente. Con una mano en el pecho y el viento en el rostro, es la clara imagen del utópico romántico, alusivo a lo importante que fue esta figura como primer referente del socialismo, en América Latina, en acceder a la legislatura de su país. En la fotografía, vemos que el retratado enuncia un discurso con la mano en alto: es claro que Cao estudia a sus modelos antes de dibujarlos y que les imprime no sólo la similitud fisonómica, sino también su carácter.

› ***A modo de cierre***

Podemos concluir diciendo que en la obra de José María Cao se da el caso más ejemplar de retrato humorístico. La deformación de la caricatura no llega al punto de no reconocer al retratado; la identificación en todos los casos es inmediata. También, al ser figuras públicas, sus imágenes recorrían los medios continuamente permitiendo que el público los reconociera.

Una vez lograda la semejanza física, el acento satírico se da en la exageración de los rasgos y desde los objetos que acompañan ese rostro principal. Ya sea desde la vestimenta, a través de la incorporación de elementos ajenos al retratado o de su transfiguración y cruza con objetos y animales, se configura la crítica de un modo que no impide el reconocimiento del personaje.

Cao, a su vez, busca captar el carácter de su modelo: el ejercicio del poder en Roca, el esnobismo estilístico en Quintana o el romanticismo utópico en Palacios son plasmados en el papel. Es más: no sólo se exageran los rasgos, se exacerban también las personalidades y se las usa de manera satírica para criticarlos.

Entonces, podemos determinar, que el retrato caricaturesco de cambio de siglo XIX a XX, ejemplificado con uno de sus mayores exponentes como lo es José María Cao, constituye una forma de contradiscurso que discute y cuestiona la hegemonía discursiva y la forma en que ésta se ve a sí misma, devolviéndole en un espejo disidente su reflejo en clave humorística.

Bibliografía

- Ávila, X. (2012) *Sátira, caricatura y parodia en la Argentina de fines del siglo XIX. Un caso paradigmático: el periódico Don Quijote (1884-1903) de Buenos Aires*. Tesis para optar al grado académico de Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad de La Laguna, España. San Cristóbal de La Laguna: Servicio de Publicaciones Universidad de La Laguna. Disponible en: <http://hdl.handle.net/11086/5495>
- Baldasarre, M. I. (2016) "Con la paleta, el pincel y el caballete: Los artistas en las 'Caricaturas contemporáneas' de Caras y Caretas". Dossier *Huellas. Búsquedas en Artes y Diseño* N° 9, 2016. Pág. 81 a 96 ISSN N° 1666-8197
- Burkart, M. E. (2007) "La prensa de humor político en Argentina. De El Mosquito a Tía Vicenta". *Question*, [S.l.], v. 1, n. 15, ago. 2007. ISSN 1669-6581. Disponible en: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/420>.
- Ribera, A. L. (1982) *El Retrato en Buenos Aires. 1580-1870*. Colección del IV Centenario de Buenos Aires. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Rogers, G. (2005) *Transformaciones y relevos en el campo periodístico argentino: de Don Quijote a Caras y Caretas*. X Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Escuela de Historia de la Facultad de Humanidades y Artes, Universidad Nacional del Rosario. Departamento de Historia de la Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional del Litoral, Rosario.
- Steimberg, O. (1993) "Proposiciones sobre el género" en *Semiótica de los medios masivos: el pasaje a los medios de los géneros populares*. Buenos Aires: Editorial Atuel.