

LITERATURE AND CULTURAL STUDIES

## Prensa satírica popular en Chile y la actualidad de un debate: *El Ají* (1889–1894) y *José Arnero* (1905–1914)

Chiara Sáez Baeza and Antonieta Vera Gajardo

Universidad de Chile, CL

Corresponding author: Chiara Sáez Baeza ([chiara.saez.baeza@uchile.cl](mailto:chiara.saez.baeza@uchile.cl))

Este artículo analiza la prensa satírica producida por obreros tipógrafos en Chile entre finales del siglo XIX y principios del siglo XX. A partir de la revisión de archivos de prensa y utilizando la conceptualización sobre “cultura popular ausente”, los principales resultados revelan características diferenciadas del objeto de estudio respecto de la autorrepresentación de lo popular y del rol jugado en la esfera pública, que por un lado lo apartan de la sátira chilena del siglo XIX centrada en las disputas de los partidos oligárquicos, al tiempo que visibilizan un sujeto popular (emisor y receptor) más complejo y paradójico que el de la prensa obrera dominante, generando hallazgos relevantes para un debate actual sobre los otros populares, el modo en que han permanecido ocultos históricamente y cómo traerlos a escena para la reflexión sobre proyectos políticos del presente.

This article analyzes the satirical press produced by typographers in Chile between the late nineteenth and early twentieth centuries. The main results of a review of press archives, using the conceptualization of absent popular culture, reveal different characteristics of the analyzed cultural products regarding the self-representation of popular subjects and their role in the public sphere. This is differentiated from the conventional nineteenth-century Chilean political satire, which centered on the disputes of the oligarchs while making visible a popular subject (sender and receiver) that is much more complex and paradoxical than that of the dominant labor press. The findings are relevant to a current debate on popular others, how they have historically remained hidden, and how to bring them to the forefront for reflection on current political projects.

La prensa satírica fue una herramienta de las élites políticas chilenas durante el siglo XIX, mientras la prensa satírica de origen popular solo se hace visible a fines del periodo, siguiendo el propio proceso histórico de conformación de los sectores populares chilenos a partir de la independencia. Según Julio Pinto (2000, 2) los sectores populares no se sintieron convocados a la “experiencia de la modernidad” abierta por la separación de España, porque significó proletarización y desarraigo, pero a partir de 1850–1860 este rechazo fue revirtiéndose y aumentó su interés por la integración al proyecto moderno. Las resistencias populares iniciales dieron pie a ciertas formas negociadas de integración, un “asalto subalterno de la modernidad” (22) desde una condición proletaria en ciernes. En este escenario, los obreros tipógrafos ejercieron un rol mediador, pues su presencia fue cada vez más relevante en las diversas vertientes de la prensa de origen popular. Según Josefina Araos (2015, 92), el número de tipógrafos aumentó de 600 en 1875 a 1.422 en 1895.

La prensa satírica popular compartió con la prensa obrera una actitud de confrontación con la élite política y económica, pero se diferenció de ella en una autorrepresentación más plural de los grupos subalternos y el uso del humor como herramienta de la crítica. Así, constituyó una forma específica de apropiación de una tecnología moderna (la imprenta) para la difusión y representación de una cultura popular más amplia que la del entramado obrero-industrial, desarrollando una narrativa periférica que dio discursividad a otras

dimensiones de aquella experiencia cultural. Los grabados y caricaturas en este tipo de prensa también eran importantes, porque permitían alcanzar a personas analfabetas (condición mayoritaria en este sector de la población). Según Tomás Cornejo (2012, 275), “varios testimonios de la época confirman que rotos y pililos eran asiduos compradores de la prensa de caricaturas, y que en las habitaciones de las familias de clase trabajadora los grabados satíricos adornaban las paredes”.<sup>1</sup>

El objetivo principal del presente artículo es describir y analizar dos núcleos temáticos de ambos diarios: su representación de lo popular y su autopercepción como medios de comunicación con incidencia en la construcción de opinión pública. Lo anterior, a partir del encuadre conceptual otorgado por el concepto de cultura popular ausente (Sáez 2019); como constructo analítico referido a “la cultura popular que no es masiva ni obrera” (64) y que visibiliza la diversidad de lo popular en el contexto de sociedades periféricas como la latinoamericana (y la chilena, en particular) cuyas condiciones de participación en la modernidad ilustrada y masiva divergen de los procesos de los países centrales por la colonización española, el mestizaje euro-afro-indígena, las distinciones sociales estamentales que coexisten con la institucionalidad republicana, entre otros factores. A esta perspectiva confluyen una perspectiva materialista de la cultura y la teoría decolonial.

Entendemos la prensa satírica popular dentro de una aproximación materialista a la cultura, donde concebimos la cultura popular como los procesos de construcción de sentido (símbolos, visiones de mundo, representaciones) de las clases subalternas de la sociedad, que operan dentro de la acción social cotidiana y de las necesidades de la vida material: las formas de expresión, incluso sin un discurso explícito, están siempre conectadas al ámbito de la reproducción; por tanto, al ámbito de las desigualdades sociales, de modo que la cultura no puede ser estudiada aisladamente: “cualquier práctica es simultáneamente económica y simbólica, a la vez que actuamos a través de ella, nos la representamos atribuyéndole un significado” (García Canclini 1989, 45). Comprendiendo que si bien la cultura popular es elaborada desde una condición de subordinación económica, política y simbólica, no permanece aislada, sino que está en constante interacción con la cultura dominante. No posee una esencia, pero se articula en torno a un principio estructurador, compuesto por “las tensiones y las oposiciones entre lo que pertenece al dominio central de la cultura de élite o dominante y la cultura de la periferia” (Hall 1984, 102).

De la teoría decolonial (Mignolo 2010; Sousa 2005), adoptamos su crítica a la propuesta de emancipación del proyecto ilustrado europeo donde la proletarización es la propuesta de integración y emancipación para los sectores populares; propuesta que no es posible trasladar sin matices al contexto latinoamericano, en que la industrialización y proletarización nunca fueron mayoritarias. Esas mayorías no integradas al proyecto moderno dominante no pueden ser vistas solo como sujetos residuales, y en esto la teoría decolonial contribuye a ensanchar la perspectiva de visión y comprensión de lo otro popular que, siendo moderno, no es solo (ni únicamente) ilustrado.

El concepto de cultura popular ausente guarda cierta relación de continuidad con los sujetos, espacios y conflictos identificados por Sunkel (1985, 42–43) como lo popular no-representado y lo popular-reprimido: “sujetos que son parte de una constante condena ética y política y que son así transformados en objetos de campañas moralizadoras”; el espacio familiar y de los cuidados, espacios clandestinos y festivos; la religiosidad popular en tanto “una de las formas básicas a través de la cual los sectores populares hacen inteligibles sus condiciones de existencia” (42–43); los conocimientos populares (la medicina popular, las supersticiones, la cosmovisión mágica de la realidad, la sabiduría poética y las culturas indígenas) porque “las creencias tradicionales no son necesariamente y en todas las situaciones de carácter conservador: ellas pueden transformarse en focos de sentimientos de rebeldía” (42–43).

Aunque el análisis de Sunkel localiza un espacio (Chile), un tiempo (el régimen democrático anterior a la dictadura de Pinochet, desde 1954 hasta 1973), un corpus documental (los diarios populares de masas) y un problema específico (la representación de lo popular por parte de la izquierda de base marxista), confluiamos con él en el problema y el análisis en torno a la representación de lo popular; sobre todo, porque observamos que el debate académico sobre cultura popular e izquierda política en Chile no ha tenido avances relevantes en la posdictadura. El diagnóstico del que parte el autor es “la crisis del discurso marxista sobre lo popular”, que se explicaría a partir de dos problemas claves: la prefiguración de lo popular en el discurso y la concepción heroica de la política y de la clase obrera. Ante esa propuesta, concordamos con Sunkel en la intuición de un otro popular invisibilizado, una cultura popular ausente en cuyos sujetos, espacios y prácticas existe una dimensión política que no siempre obedece a una cultura tradicional entendida como periférica, marginal o

<sup>1</sup> Roto: palabra ambivalente. Originalmente usada por la élite para nombrar a los sectores populares en la primera mitad del siglo XIX. Luego se convirtió en un concepto de autoafirmación utilizado por estos mismos sujetos. También maleducado u ordinario. En su acepción literal quiere decir algo que se rompió (Gutiérrez 2010). Pililo: persona sucia o andrajosa.

residual a la modernización, sino plenamente instalada en estos procesos, estableciendo formas negociadas de habitar dentro de las lógicas y estructuras modernas.

Otro aporte en la reflexión de Sunkel son las matrices de sentido de la cultura popular. Para él, la matriz original de la cultura popular es simbólico-dramática, caracterizada por su lenguaje y estética dicotómica; conceptualmente sencilla, pero de imágenes complejas, debido a su vinculación con una visión místico-religiosa del orden social. A esta matriz se contraponen la racional-iluminista, que Sunkel (1985, 46) establece como la base de la cultura popular obrera y que opera como elemento “derivado o externo” sobre la cultura popular. Estas distinciones analíticas nos sirven para dar un encuadre a los modos de expresión que vamos a observar en los casos de análisis. Es dentro de esta tensión que la referencia al humor y su relación con las matrices de la cultura popular nos permite problematizar en este artículo *El Ají* y *José Arnero*.

La tesis que se desarrolla aquí es que ambos diarios denotan en sus temáticas lo que conceptualizamos como cultura popular ausente, utilizando el humor para construir una representación política de lo popular, utilizando para ello el periódico —en tanto dispositivo ilustrado—, pero operando discursivamente dentro y fuera de esta matriz cultural, dando cuenta así de un sujeto popular paradójico, que constituye un modo específico de ser latinoamericano, popular y moderno. Aunque ambos diarios se insertan en un proceso más amplio de articulación y sistematización de una cierta conciencia de clase y una pretensión de desafiar el orden social dominante, presentan matices y diferencias importantes respecto de la prensa obrera en curso (básicamente respecto de los sujetos, espacios y conflictos representados), así como una autonomía discursiva, pese a su relación de simpatías con el Partido Democrático (1887), la primera agrupación política chilena identificada con los sectores populares, dedicada a defender sus intereses y su autoorganización.

El punto de partida del proyecto de investigación en el cual se inserta este artículo es visibilizar experiencias comunicativas y culturales del pasado para construir teoría social y política sobre el presente y el futuro a partir del concepto de cultura popular ausente. Una de sus hipótesis de partida es que existe una gran experiencia popular históricamente desperdiciada por los grandes relatos sobre lo popular construidos desde la matriz ilustrada, experiencia que es necesario visibilizar para pensar de qué manera sirven para construir teorías sobre las culturas populares, la política y el poder en la actualidad.

## Caracterización de la prensa satírica popular

Ricardo Donoso (1950), sostiene que la prensa satírica existe en Chile al menos desde 1808, en paralelo al proceso de independencia. Desde el principio, se habría caracterizado por ser una prensa de trinchera, fuertemente politizada. Sin embargo, era un instrumento de élites que aspiraban a conquistar el Estado, por las armas o por medio de las urnas. Esto que ocurría en Chile durante el siglo XIX se dio de manera similar en otros países del continente (Díaz 1990).

La ley de imprenta de 1872 —redactada durante el gobierno de Federico Errázuriz Zañartu (1871–1876)— habría permitido la consolidación y uso de la prensa por otros sectores de la sociedad más allá de las élites: “a la sombra de la tolerancia del poder público y bajo el amparo de la ley de imprenta, al encenderse de exaltación la opinión, al impulso de las pasiones de partido, floreció la sátira política como expresión de tolerancia social y cultura cívica” (Donoso 1950, 69).

Según el libro de Maximiliano Salinas, Daniel Palma, Christian Báez y Marina Donoso (2001, 54) existieron dos periódicos satírico-populares que reflejaron un mundo popular “‘no-serio’, contradictorio con el de la aristocracia”: *El Ají* (1889–1894) y *José Arnero* (1905–1914). Ambos fueron promovidos, redactados e impresos por obreros tipógrafos cercanos ideológicamente al Partido Democrático. Sin embargo, ambos medios han sido poco abordados en la historia social y de la prensa. Aquí radica el primer aporte de este artículo.

Los catálogos de Donoso (1950) y Trinidad Zaldívar (2004) dan cuenta de cientos de periódicos satíricos impresos en Chile entre principios de 1870 y las primeras décadas del siglo XX; muchos de ellos en condiciones precarias, en comparación con los grandes diarios burgueses o eclesiásticos. Una parte importante de ellos se encuentra en el archivo de prensa de la Biblioteca Nacional, pero hay muchos de los que solo se conserva su nombre. Asimismo, abundan casos de títulos con pocos números y, por tanto, poca continuidad en el tiempo. *El Ají* aparece mencionado en el trabajo de Zaldívar que cubre hasta 1894, pero *José Arnero* no es mencionado en el exhaustivo catálogo de Donoso, que cubre hasta 1950. El catálogo de prensa obrera elaborado por Osvaldo Arias (1970) dedica un capítulo completo a la prensa cercana al Partido Democrático publicada entre 1894 y 1935. Pero no menciona *El Ají* ni *José Arnero*. Micaela Navarrete (1993) y Sergio Grez (2016) se refieren de manera tangencial a la existencia del primero, especialmente en el contexto de la guerra civil del gobierno de Balmaceda (1886–1891). Maximiliano Salinas (2005) realiza un análisis más profundo, si bien centrado en el mismo hito. Ante lo anterior, la investigación de Cristián Rustom (2018) es

la más exhaustiva encontrada hasta ahora sobre *El Ají*, especialmente por la diversidad de temas que analiza dentro su discurso.

El lunes 26 de agosto de 1889 el periódico joco-satírico *El Ají* (¡Al que le pique que se rasque!) salía a la venta en Santiago. En su primera editorial anunciaba: “aparece *El Ají*, dispuesto a combatir con toda la entereza y energía de que viene revestido, todo lo malo que suceda en el transcurso de su existencia, como aplaudirá todo lo que concierna al respeto de nuestras leyes constitucionales, al adelanto intelectual y moral de nuestro país, como así mismo lo que se relacione más directamente con los obreros. El partido en que militará *El Ají* será el de la razón, y su política, la justicia” (EA1, 1889).<sup>2</sup>

En el número 36 del 13 de marzo de 1890 aparece por primera vez un impreso gráfico en el encabezado del diario (ver **Figura 1**): “la figura que hemos puesto a la cabeza de nuestros periódicos representa a *El Ají* corriendo a todos los embusteros, calumniadores, veladores, bandidos, canallas, hipócritas, deslenguados, envidiosos, coños, y a toda aquella escoria de nuestra sociedad”.<sup>3</sup>

Su editor fue Hipólito Olivares, obrero tipógrafo y simpatizante del Partido Democrático. Junto a temáticas de política contingente (donde no necesariamente coincidía con *La Igualdad*, el diario oficial del partido), incorporaba temas de vida cotidiana, género, religión, abusos policiales, entre otros. De frecuencia semanal, costaba dos centavos y consistía en un pliego de cuatro carillas, tipografiado a dos columnas. A inicios de 1890, su tiraje era de tres mil ejemplares, pero su volumen de publicación siguió incrementándose, llegando a cinco mil en junio del mismo año, tiraje que mantuvo hasta su desaparición en 1893. Se enviaba a regiones por suscripción y hacía permuta con varios periódicos obreros o simpatizantes del Partido Democrático a lo largo del país, como queda registrado en el número 5 del 23 de septiembre de 1893, donde se señalan al menos treinta y ocho periódicos regionales con los cuales *El Ají* usaba este sistema.

Evidencia de la relevancia del semanario es el juicio por “abuso de imprenta” que enfrentó en 1890 por parte de Don Manuel Carreño, quien acusó al diario de difamarlo: “se me denigra de la manera más repugnante y se me hace aparecer como un ladrón [...] por lo cual yo me querello criminalmente contra él para que se aplique el castigo correspondiente” [Ref: Caja N°1080 del 1° Juzgado del Crimen de Santiago, 1890].

Durante la guerra civil de 1891, *El Ají* corrió la misma suerte que la mayoría de la prensa, dejando de publicarse entre enero y noviembre. En el número 103 del 16 de noviembre de ese año, *El Ají* relata que durante este periodo se clausuraron más de doscientas imprentas, lo cual dejó a más de mil personas desempleadas. Muchos tipógrafos fueron perseguidos e incluso torturados. Avelino Contardo, militante del Partido Demócrata y uno de los redactores del diario bajo el seudónimo Catón, fue parte de las víctimas del conflicto.



**Figura 1:** Primera portada del diario que incorpora una caricatura (EA36, 1890).

<sup>2</sup> Los dos casos de estudio serán referenciados con título y número de ejemplar, junto al año de publicación en el caso de *El Ají* (EA) y la época (E) en el caso de *José Arnero* (JA).

<sup>3</sup> Coños; modo de llamar coloquialmente a los españoles.

*José Arnero*, por su parte, salió a la luz por primera vez el 16 de enero de 1905 y permaneció hasta 1914 de modo intermitente. Su editor general fue el poeta popular Juan Bautista Peralta. Su nombre alude a uno de los nombres del diablo en la cultura popular chilena. En su primer número, *José Arnero* se presentaba señalando: “aburrido de estar en el cielo oyendo a las once mil vírgenes, acompañadas en arpa y guitarra bajo la dirección de Bartolo, en la semana pasada curé a San Pedro, y en un descuido, mientras dio una cabeceada, me escabullí por la cochera y aquí me tienen ustedes vestido con mis antiguas ojotas, mi poncho, mi chupalla y mi corvo, dispuesto a zarandear a medio mundo” (JA1, E1, 1905).

Partió costando cinco centavos y se publicaba semanalmente. A partir del N°10, empezó a circular dos veces por semana y en ciertos periodos llegó a publicarse tres veces por semana. En su segundo número habla de una circulación y venta de ocho mil ejemplares solo en Santiago. Más adelante habla de su llegada a otros pueblos y ciudades como Chillán, Valparaíso y San Bernardo. La primera época terminó en el N°188, el sábado 23 de junio de 1906. La segunda época comenzó el 25 de febrero de 1907 y finalizó el 12 de abril de 1907. Reapareció semanalmente en lo que será su tercera etapa entre enero de 1908 y julio de 1912. Durante su cuarta época, de enero de 1913 a junio de 1914, la frecuencia fue mensual. Toda su existencia tuvo el encabezado que se muestra en la imagen, o variantes del mismo, caracterizado por la representación de diversos tipos sociales (**Figura 2**).

En los primeros números su subtítulo de presentación era “Periódico humorístico y de novedades”. Desde el número 14 del jueves 30 de marzo de 1905 en adelante, a este subtítulo se sumó: “órgano de los intereses de los rotos”. Aunque ya en el número 3 hay un grabado en su interior, en el número 5 aparece por primera vez una imagen en la portada, correspondiente a Bernardo O`Higgins (político y militar, líder del proceso independentista, 1778–1842) y se hace alusión a la triple conmemoración del 12 de febrero: fundación de Santiago en 1541, Batalla de Chacabuco en 1817 y proclamación de la Independencia en 1818. A partir del siguiente número, la imagen de la portada pasó a ser (salvo contadas excepciones) una caricatura, con acento en la crítica social y política contingente.

Mientras *El Ají* vivió la guerra civil de 1891, *José Arnero* fue testigo de dos hechos sociales relevantes para los sujetos populares: la llamada “huelga de la carne” y la matanza de Santa María. La huelga de la carne fue una manifestación de protesta popular en octubre de 1905 contra un impuesto a la carne importada desde Argentina, que beneficiaba a los ganaderos y perjudicaba a los pobres por el encarecimiento en los precios; *José Arnero* fue señalado como promotor de los desmanes producidos, exigiendo su cierre: “no había mayor delito para los aristócratas que ser demócratas [...] Y no se han contentado con su vocinglería, sino que han llegado hasta gestionar, vehementemente, la clausura de *José Arnero* y la prisión de los que ellos presumen son sus redactores” (*José Arnero*, 86). Dice una de las editoriales del mismo número: “se han sentido heridos en su soberbia al presenciar que el *rotaje*, esa canalla (como la llaman los ricos) ... se ha permitido sublevarse contra los amos... No, —dijeron en coro—, hai [sic] necesidad de darles una lección y al pensamiento le dieron forma, lanzando a las calles con el arma homicida al brazo, a centenares de muchachos orgullosos”. La caricatura de la portada de este número (**Figura 3**) también hace alusión a la huelga, señalando el rol de estos jóvenes de la aristocracia (“la juventud dorada”) en la revuelta, responsables junto a la policía de una masacre de entre 200 a 250 personas.

El 21 de diciembre de 1907 se produjo en la Escuela Santa María de Iquique una gran matanza de trabajadores del salitre (alrededor de tres mil personas), ordenada por el gobierno de Pedro Montt. Este



**Figura 2:** Encabezado de *José Arnero* (1905–1914).



**Figura 3:** “La Juventud Dorada fusilando al Pueblo” (JA86, 1E, 1905).

acontecimiento caló tan hondo en *José Arnero* que motivó su reimpresión a las pocas semanas. Desde ese momento y hasta el fin de su existencia, el diario publicó caricaturas, editoriales, artículos e incluso poemas alusivos al hecho en cada conmemoración anual (**Figura 4**).

### Sátira popular y esfera pública

Para Sergei Averintsev (2000, 15–16) el humor representa un momento de libertad cultural: “una transición [...] de una cierta falta de libertad a una cierta libertad”. Mientras que para Owen Lynch (2002, 436) se trata de un ejercicio de superioridad, que “puede ser tanto un mecanismo de control como una forma de resistencia”; “puede ser usado como control intergrupual” o servir “como un alivio de tensiones que mantiene el statu quo” (436).

Para Salinas et al. (2001), el rasgo definitorio de la risa en la cultura popular es su espontaneidad, algo que a su vez conecta con la conceptualización de Mijaíl Bajtín (1990) sobre la inversión carnavalesca de lo sagrado y lo jerárquicamente superior como elemento estructurante de todas las festividades y rituales de la cultura popular. Ante eso, la sátira encarnaría un tipo de humor moderno, donde la risa es generada por un uso rebuscado de la razón: “un arma empleada contra el adversario cultural desde la agresividad de su universalismo civilizatorio” (Salinas, Ibacachey y Bustos 1996, 22). Matthew Hodgart (2010, 10), refuerza esta idea señalando que la sátira corresponde a “un estado mental crítico y agresivo, usualmente de irritación frente a los últimos ejemplos de absurdidad, ineficiencia o maldad humanas”. Mientras para Charles Knight (2004, 3–4) no es un género en sí, sino un esquema mental (*satiric frame of mind*) que “imita los géneros del habla, [haciéndolos] característicamente irónicos, [y] abriéndolos a posibilidades del significado que no son usualmente utilizados en el uso ordinario”. Finalmente, otro aspecto de la sátira relevante para este estudio es el que destaca Mike Goode (2016) sobre su rol en la construcción y distinción de comunidades imaginadas, sobre todo las comunidades nacionales. Al respecto, Knight (2004) distingue entre una sátira



**Figura 4:** Caricatura alusiva a la matanza de Santa María (JA189, 3E, 1910).

nacionalista simple y una sátira nacionalista compleja. Mientras la primera “enfatisa la distinción del propio país respecto de los demás” (59), la segunda “explora las afirmaciones relativas a las culturas nacionales” (64) “al permitir que los perceptores inestables, irónicos o victimizados miren lo extraño de la sociedad familiar” (79).

Ante esta distinción, Rustom (2018) sostiene que en la prensa satírica popular chilena lo humorístico es siempre una expresión híbrida, que integra elementos tradicionales y modernos “a medio camino entre la dimensión tradicional y festiva del pueblo y la articulación de poder/saber de la modernidad” (10). En coherencia con la idea de hibridez, Cornejo (2012) destaca en la prensa satírica popular chilena “el desparpajo de la carcajada a mandíbula batiente”, “la sátira descarnada e igualadora” y “la inversión carnavalesca del mundo propia del humor popular” (270); “el elemento corporal, lo escatológico, el travestismo y la animalización” (288).

Comprender este carácter híbrido de la prensa satírica popular implica cuestionar la noción moderna de esfera pública —ilustrada, masculina y propietaria—, construida desde la idea de argumentación exclusivamente racional, donde predomina la búsqueda del interés público por medio del consenso. Si bien Jürgen Habermas ([1962] 1981) instaló el concepto de esfera pública en la teoría social, posteriores conceptualizaciones como “esfera pública proletaria” de Oskar Negt y Alexander Kluge ([1972] 1993), los “contrapúblicos subalternos” de Nancy Fraser (1997) o incluso el propio concepto de “esfera pública plebeya” que introduce el mismo Habermas posteriormente ([1990] 2002), apuntan a algunas ideas comunes que aquí se asumen: 1) la esfera pública moderna no se agota en las formas de expresión y discursividad de los sectores ilustrados: también está constituida por sectores no-ilustrados, así como por el despliegue de elementos lúdicos y emocionales; 2) los momentos de crisis permiten que nuevas fuerzas sociales participen en los debates públicos incorporando nuevos elementos de discusión y conflicto, con lo cual la esfera pública no solo está constituida por formas de comunicación dirigidas al consenso; 3) históricamente los sujetos populares han tenido una voz propia, unos modos de comunicarla y hacerla circular socialmente; 4) la igualdad formal no encubre la desigualdad material, por lo que los grupos sociales subordinados participan de la esfera pública creando y haciendo circular contradiscursos. Solo de esta manera podemos comprender el rol que jugó la prensa satírica popular chilena como parte de una contraesfera pública o esfera pública

alternativa a la oficial de la época y el modo en que contribuyó a crear contrapúblicos en el sentido que sus lectores “son entendidos no meramente como un subconjunto del público, sino que constituidos a través de una relación conflictual con el público dominante” (Warner 2002, 423). Todo lo anterior, para problematizar la discusión sobre la conformación y circulación de la cultura popular ausente dentro del debate sobre cómo y quiénes construyen opinión pública, en perspectiva histórica: la afirmación de la existencia de circuitos de comunicación, debate y circulación de ideas más allá de los códigos culturales de los sectores medios y privilegiados chilenos entre finales del siglo XIX y principios del XX.

Dos investigaciones destacadas sobre objetos de estudio similares al de este artículo son los de Elena Díaz (1990) e Hilda Sabato (1992). Díaz (1990) estudió la prensa satírica barata (*satiric penny press*) en México entre 1900 y 1910, encontrando en ella la adhesión a un discurso liberal-democrático y al mismo tiempo obrero-popular; una autoafirmación en tanto pueblo, obreros o trabajadores, en confrontación con una otredad constituida por el burgués y/o el capitalista; realizada por intelectuales de bajo status (artesanos), muy similar al rango de los tipógrafos como trabajadores culturales. Respecto de la otredad, la principal categoría a la que se oponía el emisor era “el burgués’ y menos a menudo ‘el capitalista’” (Díaz 1990, 503). También era frecuente denunciar la brutalidad y corrupción policial, así como un discurso patriótico popular contra una clase dominante vista como antipatriota o vendepatria. Sabato (1992), por su parte, estudió el uso de la prensa que hicieron los migrantes en Buenos Aires entre 1850 y 1880, como un espacio informal de participación política por quienes estaban excluidos de la ciudadanía formal. Esta investigación es interesante principalmente porque abre la mirada al ejercicio de ciudadanía que constituía la prensa, sobre todo de raigambre popular, como parte del proceso de formación de una esfera pública. Sin embargo, se encuentran más puntos en común entre estas formas de comunicación popular y los casos de estudio, que entre estos y revistas nacionales contemporáneas de humor satírico aparentemente cercanas, como *The Clinic* y que también han sido objeto de investigación (Alonso 2019).<sup>4</sup>

## Metodología

Se revisaron todos los números de *El Ají* y *José Arneró* disponibles en el Archivo Nacional (alrededor de seiscientos, considerando que en cada caso hay alrededor de un 10 por ciento de números extraviados). Se utilizó como unidad de análisis los textos bajo un mismo título dentro de cada ejemplar (cartas, editoriales, columnas, noticias, poemas) y estos fueron volcados a una ficha de análisis.

Los aspectos que se abordaron en la ficha de análisis fueron:

- a) Sujetos, espacios y conflictos de la cultura popular ausente, en un análisis guiado por las distinciones ya identificados por Sunkel.
- b) Presentación de las dos matrices de la cultura popular (Sunkel 1985) y la relación entre ellas.
- c) Valores e ideales pregonados y su relación con condiciones materiales de existencia.
- d) Tipo de humor; popular, satírico o híbrido.
- e) La audiencia construida y sus formas de apelación.

Se identificaron las siguientes macro-temáticas en los artículos revisados: autorrepresentación popular, religiosidad popular, espacios de sociabilidad popular, acción política, conflictos y mandatos de género, migración, brechas de clase, nacionalismo, demandas laborales, esfera pública. A continuación, se exponen los hallazgos sobre dos de ellas.

## Hallazgos

### ***Autorrepresentación popular***

Asumiendo lo señalado por Hall (1984) respecto a que no hay una cultura popular esencial, sino que su contenido se constituye a partir de una distinción marcada por la desigualdad y la condición de subordinación material, política y cultural, observamos en primer lugar en ambos diarios un uso intercambiable de conceptos cercanos entre sí (mas no idénticos) para referirse a sí mismos o a la comunidad de intereses a la cual le hablan. En ambos casos, la palabra que más se repite es *rotos*: “Rotitos como yo para quienes escribo” (EA36, 1890); “Los hijos de rotos como yo” (JA1, E1, 1905), seguida de obrero y pueblo. En menor

<sup>4</sup> Si bien es sugerente la continuidad de la crítica a *El Mercurio*, el diario de los poderosos en Chile, directivos y financistas de *The Clinic* —sobre todo en su primera época— tenían estrechos lazos familiares y sociales tanto con la derecha pinochetista como con la élite concertacionista. Mientras que en la actualidad el medio ha girado cada vez más hacia el periodismo de investigación como temática principal.

medida, en ambos se habla de hijos del pueblo, clases trabajadoras y pililos. Una palabra que también se repite mucho en *El Ají* es *trabajadores*. Otras que aparecen en este caso: *pobre, pueblo trabajador, obreros del pueblo, pueblo elector, pueblo soberano, masas populares, masa del pueblo, clase obrera, clase proletaria, proletarios, ciudadanos*. José Arnerio es más abundante en sustantivos que designan la otredad a la cual se enfrenta: *explotadores, aristocracia, caballeros, caballeros de la aristocracia, patronos, ricos, futres, pijes, oligarcas de Chile, clases dirigentes, burguesía*: “¡No! ¡El pueblo no puede sacrificarse en aras del triunfo de tal o cual caballero que, mañana, cuando esté en el poder, maldito si se acordará del pobre diablo que expuso hasta su vida por asegurarle la palma de la victoria!” (JA1, E1, 1905).

Estos sujetos populares (casi siempre en código masculino) son visibilizados desde una relación de abuso, donde las relaciones sociales mantienen rasgos estamentales, propios de épocas premodernas: “Es necesario que el roto desde su más tierna infancia comprenda que no es hombre libre, que es un esclavo de sus poderosos amos, el roto de ahora sigue siendo el vasallo de los señores de horca y cuchillo de la Edad Media” (EA43, 1890). Los privilegios existen incluso al momento de cometer delitos: “El roto roba y asesina por ignorancia, por necesidad muchas veces, la aristocracia, esa canalla forrada en oropel, mata por gusto, por capricho, por orgullo y porque le da la gana” (EA164, 1892). Ante estas situaciones, uno sostiene al centro de su programa “defender resueltamente al pueblo de los atropellos de que sean víctimas” (*El Ají*, 74), mientras el otro señala que “no tiene color político ni religioso y que solamente se preocupa de buscar la verdad y la justicia donde quiera que ellas se presenten” (JA15, E1, 1905). La masculinización del sí mismo se vincula a un ensalzamiento de la virilidad popular: “esta juventud viril, resuelta y abnegada de la clase obrera en general, que ha sido, es y será la defensora más celosa y entusiasta del derecho de los pueblos cuando se los pretende humillar o avasallar” (EA3, 1889), y se contraponen a atributos femeninos: “Aquí no formamos un pueblo enclenque, afeminado y enervado en vicios como los habitantes de la antigua Sibaris, sino un pueblo laborioso, trabajador entusiasta” (EA91, 1890). En el caso de *José Arnerio*, esta virilidad del hombre popular emerge principalmente a partir de una denuncia de pederastia en un colegio católico que abordaremos más adelante.

En ambos casos tanto soldados como policías de más bajo estatus también son considerados parte de los sujetos populares abusados por sus respectivos superiores: “Los jefes están azotando de lo lindo a los pobres soldados. Por la menor falta allá van 40 o 60 palos. Ya se sirvieron de ellos ahora para qué los quieren. Ese es el pago de Chile o mejor dicho de la aristocracia” (EA127, 1892). Especial atención otorgan a los veteranos de la Guerra del Pacífico (1879–1883), olvidados por quienes gobiernan el país y se enriquecieron con el salitre: “niegan a los sobrevivientes de la homérica jornada un mendrugo con que acallar las miserias que producen la vejez y las enfermedades heroicamente heredadas en defensa de la patria” (JA1, E1, 1905). Sin embargo, el impacto que produjo la matanza de Santa María en el sentir popular indica un cuestionamiento y distanciamiento del sentir patriota advertido en ambos casos, como en esta pregunta de *José Arnerio* en 1909: “¿Podremos ser patriotas los que a cada paso somos vejados, atropellados, asesinados, ultimados, perseguidos, oprimidos y explotados en el nombre de esa madre patria que nos presentan como un dechado de bondad y amor con todos sus hijos?” (JA74, 3E, 1909).

Algo similar ocurre con los presos, pues se denuncia permanentemente las condiciones a las cuales son sometidos: “en Linares un pobre hombre fue bárbaramente flagelado por el comandante de policía” (EA48, 1890); “los pacos que por adular a sus jefes apalean a sus hermanos” (JA1, E1, 1905).

Otras distinciones respecto de las cuales la prensa satírica construye su nosotros son las mujeres, los homosexuales y los migrantes. En perspectiva histórica, lo anterior sugiere una serie de reflexiones sobre el carácter contradictorio de los sujetos populares del momento (sensibles ante las injusticias de los ricos, pero al mismo tiempo reproductores de su moral conservadora y excluyente), sobre las cuales volveremos en las conclusiones.

Estos diarios hablan desde un sujeto popular masculino, donde incluso la mujer popular es una otredad, a la cual se dirigen agresivamente cuando no se ajustan a un ideal de madre virtuosa u obrera sacrificada. Destaca especialmente el caso de las cobradoras de boletos en los tranvías: las llamadas “conductoras”, a quienes ambos diarios llaman por el número del tranvía en que trabajan.

Se llama permanentemente la atención a estas mujeres; por ejemplo, por su trato a los usuarios del transporte público. Sin embargo, la interpelación se centra en su comportamiento amoroso y sexual, pues son acusadas de coquetas, insolentes y carentes de moralidad: “la 47 coquetea mucho y usa unos vestidos que apenas le llegan a la rodilla. ¡No tientes tanto a El Ají, chiquilla!” (EA40, 1890); “¿Cómo le habrá ido? ¡Dos contra uno!... El martes divisé a la 455 y a la 34 que llevaban abrazado, en una perrera de la línea Rosas, al cobrador 468. Ambas lo mordían y lo estrujaban, casi lo reventaban. ¡Qué sobadas!...” (JA5, 1E, 1905). Del mismo modo, los textos denotan un nivel de familiaridad que llama la atención. Una explicación plausible

para lo anterior es que en ambos diarios se insinúa una cercanía de estas mujeres con la prostitución: “en la empresa hay conductoras muchas niñas que han sido de vida alegre” (EA72, 1890); “Desde que abandoné el empleo de cobradora de tranvía, tengo establecida en la calle Maturana una casita donde jamás se sabe lo que es pena. En esta casa se encuentran esposos a cada instante, las chauchas llueven como muelas de gallo, los galanteos nunca escasean” (JA4, 1E, 1905). Lo anterior parece convertirlas en mujeres populares de menor valor, aún siendo trabajadoras. Otro objeto de crítica en esta línea son las mujeres cocineras del mercado, a quienes se cuestiona por su coquetería y falta de higiene (JA6, 8 y 13, 1E, 1905).

La animadversión contra las mujeres populares liberadas sexualmente se contraponen con el elogio de aquellas que siguen mandatos tradicionales de género: sumisión, delicadeza, sacrificio, abnegación, buenos modales. La mujer es buena, siempre y cuando es madre, permanece en casa o trabaja fuera de ella, pero no pierde su femineidad: “¡La mujer es la que nos alienta para el rudo batallar diario, la que nos endereza cuando nos torcemos, la que nos alienta cuando sufrimos! ¡Y sobre todo, rotitos, acordémonos que mujeres son nuestras madres!” (EA36, 1890).

Un tema que atraviesa el discurso de *El Ají* es su crítica a la presencia de migración europea, especialmente franceses, españoles e italianos, tema que ha sido señalado por investigaciones previas (Salinas 2005; Grez 2016). El gobierno de José Manuel Balmaceda (1886–1891) promovió la migración europea, por considerarla necesaria para el fomento de la industria y el avance de la sociedad chilena, pero desde el mundo popular se criticaba lo que veían como un trato preferente hacia los extranjeros europeos en desmedro del propio sector. Así como una forma de antipatriotismo de parte de la élite gobernante: “la inmigración es antipatriótica, y derrochadora de los caudales públicos: antipatriótica, porque con esta medida se tiende a suplantar a obreros, arrebatándoles el pan que de derecho les pertenece” (EA23, 1890). La crítica de *El Ají* iba contra los europeos tanto como empleadores o mano de obra. En esta línea también se denuncia a los prestamistas ilegales europeos por abusar de la ignorancia de los proletarios chilenos (EA103, 1891).

Por otro lado, destaca en *José Arnero* la problematización de la homosexualidad a partir de la denuncia de un caso de pedofilia en el colegio San Jacinto de Santiago, que movilizó a la opinión pública de la época. En este escenario, el diario intervino en varios niveles: criticando el abuso contra los niños “Jesús dijo a los chicos ‘Venid a mí’, que siempre a la inocencia tuvo cariño; ¿Y no hacen otro tanto los religiosos en el puro colegio de San Jacinto?” (JA1,1E, 1905), y usando lúdicamente *Jacinto* o *jacintear*, para referirse a personas, actos o actitudes homosexuales: “Pero hombre, ¿por qué no quieres que te llamen Jacinto cuando ese es tu nombre? —Porque ese nombre me avergüenza, porque parece que me quieren icirme maricueca” (JA4, 1E, 1905). Pero el nivel más profundo fue la argumentación de clase; esto es, que a las autoridades solo les preocupaba proteger a los niños hijos de los ricos “José Arnero apuesta ciento contra uno que no habrá ningún ministro liberal que haga clausurar los colegios jacintianos adonde acuden los hijos de pueblo” (JA7, 1E, 1905), y que la homosexualidad era una enfermedad burguesa mientras la virilidad era un atributo popular: “Este repugnante vicio era desconocido entre los chilenos [...] la lepra que había logrado infectar a muchos hombres de la aristocracia había encontrado vacuna de hierro en el pueblo: el roto jamás había sido maricón” (JA11, 1E, 1905).

La otredad en relación al poder político es donde está más presente la dimensión satírica de estos diarios, por medio de textos y caricaturas que enfatizan el exceso y la inversión de las jerarquías sociales. *El Ají*, por ejemplo, acostumbraba inventar relatos en boca de los presidentes de la época e incluso a plantear diálogos ficticios donde se expone la supuesta opinión de estos: “Pensaba que los rotos me amaban y que los únicos que me aborrecían eran esos malditos ambiciosos del cuadrilátero [...] Pues ya lo sabe su Majestad lo que el pueblo quiere aplicar a su majestad: la guillotina como a Luis XVI”<sup>5</sup> (EA65, 1890); “¿Qué necesidad había de enviar especialmente un caballero a Europa a estudiar zoología cuando para esto habría bastado —y hasta sobrado— con hacer un estudio concienzudo y detallado de nuestros mismos diputados?” (JA4, 1E, 1905). En *José Arnero* las caricaturas van a ser más comunes y muchas de ellas harán referencia a políticos, tales como los presidentes Germán Riesco y Pedro Montt, el ministro Rafael Sotomayor (responsable de la matanza de Santa María), entre otros. La atribución de responsabilidad al presidente de la época en esta matanza por medio de la sátira queda bien expresada en la siguiente caricatura y el texto que le acompaña (**Figura 5**).

Otro elemento importante de esta prensa es la auto-percepción de un rol formativo al interior de los sectores populares: “El pueblo necesita luz [...] Atacar la embriaguez habitual, la venta del voto y predicar en pro de la moralidad del ciudadano” (EA39, 1890); “no nos servirá de nada que nos lamentemos, si no nos preocupamos de la regeneración de los representantes populares” (JA68, 3E, 1909).

<sup>5</sup> Con la palabra cuadrilátero se designaba a la combinación política formada en 1889, en oposición al gobierno del presidente Balmaceda, entre los Partidos Nacional, Radical, Liberal Doctrinario y Liberal Mocetón.



**Figura 5:** “Imponente recepción en Iquique. Más de dos mil cadáveres desfilan frente al alojamiento presidencial saludando al protector del 21 de diciembre de 1907” (JA100, 3E, 1909).

### ***Libertad de expresión y esfera pública alternativa***

Diversos indicios nos permiten sostener que ambos diarios eran parte de una esfera pública alternativa a la oficial, donde se relacionaban y reconocían con otros sujetos; por ejemplo, con los poetas populares que publicaban pliegos impresos. Algunos de ellos colaboraron con diarios satíricos populares o publicaron directamente sus propios diarios satíricos, como Daniel Meneses con el Judas Iscariote y Juan Bautista Peralta como editor de *José Arnero*. En este último también hubo una vinculación con los llamados “poetas ácratas”, tales como Francisco Pezoa y Alejandro Escobar y Carvallo, obreros anarquistas y poetas populares, cuyas obras alusivas a la matanza de Santa María de Iquique fueron difundidas en el número conmemorativo del diario correspondiente a diciembre de 1910 (JA189, 3E). En este diario encontramos declaraciones que dan cuenta de una esfera pública alternativa entendida como una comunidad, como cuando se señala: “Ojalá que nuestros amigos, suscriptores, cooperadores y suplementeros de todos los pueblos en general quieran contribuir con su valioso contingente a realizar la obra que hoy emprendemos en favor de las clases desvalidas” (JA2, 4E, 1913).

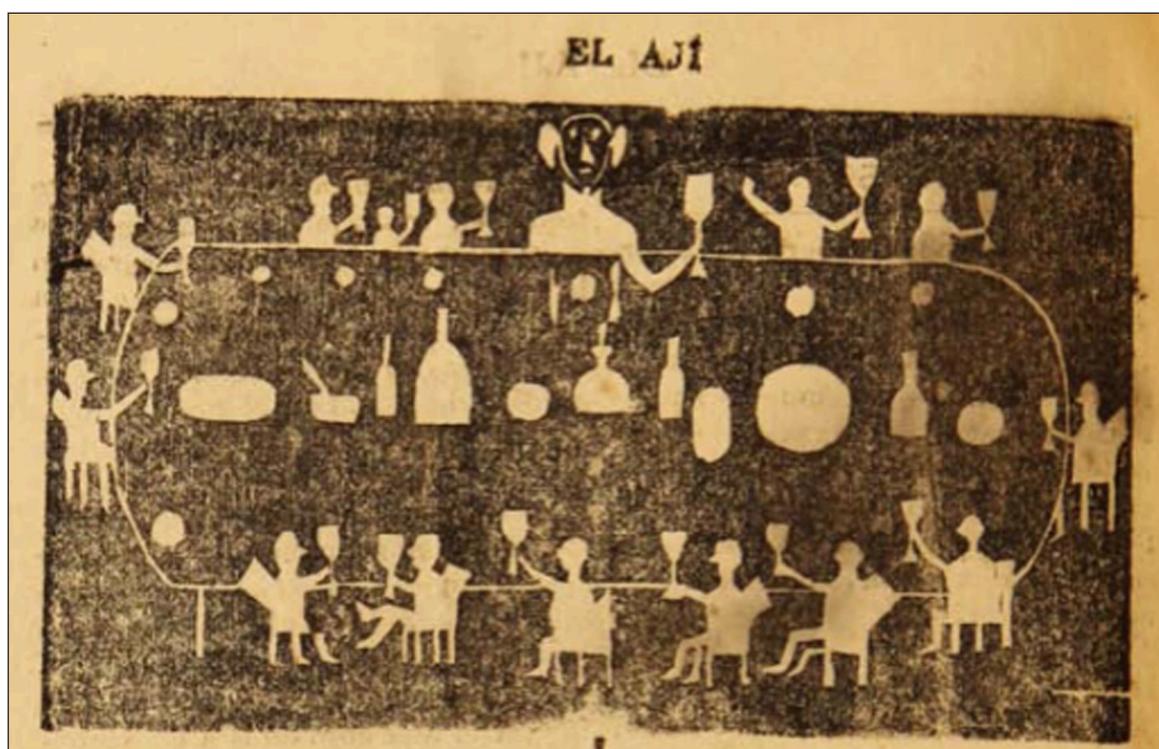
Otro punto se refiere a su distribución y circulación: en ambos casos era muy importante la alianza con los niños vendedores de periódicos, cuyo rol en este periodo ya ha sido destacado en otras investigaciones (Rojas 2006). Eran muy importantes para asegurar la circulación y distribución, pues ofrecían ejemplares de periódicos satíricos populares del mismo modo que ofrecían el resto de productos informativos impresos.

Así lo reconocía uno de los diarios al destacar al gremio de suplementeros por ser “el principal factor que ha dado impulso y desarrollo a este modesto adalid de la causa popular” (JA67, 3E, 1909). Uno de los pocos grabados de *El Ají* se refiere a una cena organizada por sus redactores en agradecimiento y reconocimiento a los niños y jóvenes suplementeros encargados de la venta de sus ejemplares. El grabado es acompañado de un poema en que se menciona el nombre de varios de estos niños (lo cual denota la familiaridad con el grupo) y la cena en cuestión sigue siendo noticia en varios de los números siguientes (**Figura 6**).

El rol dinamizador de una esfera pública alternativa, también se observa en la difusión y celebración del surgimiento de nuevos periódicos obreros o populares en Santiago como en otras ciudades del país (EA19, 1889; EA68, 1890; JA14, 1E, 1905); la difusión de actividades sociales y culturales producidas por otros sujetos del mismo circuito cultural y político (EA38, EA41 y EA83, 1890; JA1 y JA14, 1E, 1905), la publicidad de libros (EA15 y EA17, 1889) y almanaques: “recomendamos a los obreros de Chile el almanaque guía de obreros que acaba de dar a luz el señor Juan C. Rojas, por ser una obra muy útil para el obrero y también para las personas que deseen encontrar pronto un obrero, pues dicho almanaque indica el domicilio de casi todos los obreros de Santiago. Además, trae cosas de mucha utilidad que son dignas de curiosidad. Se vende en la imprenta de El chileno y en nuestra oficina al precio de \$0.40. Consta de 200 páginas” (EA54, 1890).

En esta lógica, ambos diarios establecen claras diferencias con periódicos que consideran parte de la esfera pública convencional; e incluso con la oligarquía que se encuentra tras este tipo de prensa: “Los señores Edwards y Matte [dueños de *El Mercurio* y *La Libertad Electoral*, respectivamente] han encargado a Europa varias prensas para fundar nuevos periódicos en las provincias” (EA51, 1890). Mientras las críticas de *José Arnero* apuntan sobre todo a *El Chileno* y a la imprenta de *El Mercurio*. Ya sea por la información difundida o por sus estrategias de distribución de diarios y revistas, que terminan afectando la capacidad de venta de los suplementeros: “Los ejemplares que deben circular en esta capital son vendidos por el excesivo precio de 16 centavos a dos o tres especuladores, quienes los revenden a los niños a 18 o 19 centavos” (JA9, 1E, 1905).

Caricaturas y grabados también sirvieron para expresar la propia existencia dentro de la esfera pública. *El Ají* publicó un grabado denominado “La prensa de Santiago”, acompañado de unas décimas en las cuales son referidos cada uno de los diarios que aparecen en la imagen (*El Ferrocarril*, *El Chileno*, *La Tribuna Electoral*). En la **Figura 7**, el periódico satírico está representado en el estandarte que dice “Libertad del pueblo”, mientras sacerdotes y caballeros portan los estandartes de los diarios conservadores y liberales a los cuales



**Figura 6:** Cena en homenaje a los suplementeros: “Echando una cana al aire tenéis, lectores, aquí a esta avalancha de chicos hoy festejados por mí [...] Y brindan y se desean salud y prosperidad; y hacen votos porque Chile goce al fin de libertad” (EA44, 1890).



**Figura 7:** “La Prensa de Santiago” (EA39, 1890).

*El Ají* hace frente. Los animales, por último, portan los estandartes de la prensa que recibe subvenciones del Estado, presentado en forma de vaca bajo la etiqueta “erario”.

En *José Arnero* observamos varias caricaturas en las que aparece el nombre del diario. En la que presentamos aquí (**Figura 8**), el diario participa de las celebraciones de las fiestas patrias, mientras el estandarte es llevado por los niños suplementeros, a quienes llama “nuestros baluartes”. El diario y los niños son puestos al mismo nivel de protagonismo que las bandas militares que forman parte de la celebración oficial.

En síntesis, existe una alta autovaloración respecto del rol jugado como parte de una perspectiva desde abajo en la construcción de la opinión pública. En este contexto deben entenderse frases como “antorcha y guía de la civilización” (EA103, 1891), “órgano del periodismo popular” y “prensa de los rotos capaz de batir a la prensa burguesa” (JA2, 4E, 1913). En la misma línea se encuentran declaraciones que dan cuenta de la noción de un rol informativo y una ética periodística: “yo soy el responsable de lo que se publica en este periódico [...] estas son como periodista, mis obligaciones” (EA11, 1889).

Si bien para ello ambos se mueven discursivamente en torno a la matriz ilustrada, en ocasiones el lenguaje utilizado es simbólico-dramático, sobre todo al denunciar ataques recibidos: “Penosa tarea la del periodista porque tiene que fustigar a diestro y siniestro para contener la maldad; y como premio del bien que hace, recibe amenazas de muerte y palizas” (EA44, 1890); “¡Bien pueden encerrar en sus mazmorras a media docena de plumarios obreros, que este periódico seguirá fustigando sin piedad a los miserables asesinos del pueblo [...] las cárceles y los tormentos no atemorizarán a los adalides del pensamiento escrito!” (JA86, 1E, 1905). *El Ají* denunció varias amenazas a la libertad de expresión que afectaban a la prensa obrera y popular en sentido amplio. Uno de estos casos corresponde al asesinato de Francisco P. de Frías, propietario del periódico *La voz libre*, de Temuco, lo que habría provocado “la indignación de la opinión pública desde el uno al otro extremo de la República”, responsabilizando de ello a “agentes de la autoridad de aquel pueblo”: el Intendente de Cautín y al gobernador de Nueva Imperial (EA11, 1889).

Si bien no existió una persecución gubernamental abierta, exclusiva y sistemática contra nuestros casos de estudio, sí ocurrieron algunos amedrentamientos oficiosos, así como censuras veladas, que se expresan en denuncias como “el editor de este periódico fue cobardemente apaleado por cuatro inmigrantes” (EA55, 1890). Luego de los meses de silencio producto de la guerra civil, *El Ají* refería una censura vivida con resignación, pero de la cual volvía con más fuerza a retomar un rol político, conjugando seriedad y sátira en su discurso: “El Ají saluda a todos sus lectores y lectoras y les advierte que, aunque ha estado en escabeche durante 10 meses no por eso está pasado a VINAGRE; está más tieso que un poste del teléfono y con gusto para servir a todo el mundo” (EA103, 1891). Sin embargo, los atentados a la libertad de expresión no



**Figura 8:** “El 18 chico” (JA64, 1E, 1905).

acabaron con el fin de la guerra civil. Prueba de ello son los burlescos versos con los que *El Ají* denunciaba la vulneración a la libertad de expresión en el nuevo gobierno, comparando con Nerón a Claudio Vicuña, el ministro del Interior de Jorge Montt: “el pensamiento mío permita al escritor, y preso el que no piense igual que pienso yo!” (EA112, 1891). En el caso de *José Arnero*, como mencionamos antes, la principal amenaza denunciada fue el intento de cierre en el contexto de la huelga de la carne (octubre de 1905).

## Conclusiones

Los casos analizados visibilizan una diversidad de sujetos populares. Sin embargo, lo anterior está mediado por factores que hacen que esa heterogeneidad no siempre sea presentada con la misma valoración. Así, mientras se habla positivamente de sujetos populares masculinos vinculados a una perspectiva laboral amplia (tipógrafos, niños suplementeros, poetas populares, funcionarios del transporte público, presos, veteranos de la guerra del pacífico, entre otros) en que la virilidad es un valor, por otro lado observamos un trato discriminatorio de otros sujetos populares no-representados en el discurso obrero tradicional: mujeres, migrantes, homosexuales, lo que obedece tanto a motivaciones materiales (“nos quitan el trabajo”) como a cuestiones morales (mujeres liberadas sexualmente y hombres que gustan de otros hombres). Se corrobora así la idea de un sujeto popular heterogéneo y contradictorio, que por un lado quiere justicia social, pero está imbuido de nociones patriarcales y xenófobas: la identidad de lo popular se complejiza.

La desigualdad material es la principal línea de distinción para construir la otredad, pero en ella fungen de manera simultánea e indistinta conceptos anclados a una matriz estamental (caballeros, aristocracia, futres) y otros anclados a la realidad industrial (burguesía). También aparece una diversidad de espacios y conflictos: la calle, el transporte público, el mercado, la plaza, el parque, la intimidad, el colegio. Es decir,

hay una identidad popular construida políticamente, pero que no remite solamente al imaginario obrero o proletario y en donde coexisten ideales emancipatorios y conservadores.

En términos de las matrices planteadas por Sunkel (1985) el anclaje explícito de ambos diarios está en una matriz ilustrada que toma prestados elementos de la matriz simbólica para desarrollar la complicidad con su audiencia. Sin embargo, en la práctica lo que se devela es que esa imbricación es un viaje de ida y vuelta donde los dos diarios están hablando desde una coexistencia negociada de ambas perspectivas, por ejemplo, en su lenguaje excesivo y adjetivizador, pero para articular un discurso de clase. Similar al caso mexicano (Díaz 1990), observamos en *El Ají* como en *José Arneró* la coexistencia de valores de la democracia liberal (voto secreto, libertad de expresión) y de valores estrictamente obreros (justicia social, abandono de conductas autodestructivas como el alcoholismo), con otros valores de la cultura popular tradicional tales como el gasto festivo, la espontaneidad, llorar a los muertos y la solidaridad, entre otros.

En el humor observamos, para ambos casos de estudio, el rasgo híbrido destacado por Rustom (2018) respecto de *El Ají*. Un guiño permanente al humor rápido, inocente y tonto, que se ríe de situaciones cotidianas; pero al mismo tiempo, sobre todo respecto del discurso político, hay una sátira que es lacerante, una irritación ante la maldad cometida contra la comunidad de referencia. Lo vemos en los diálogos en que se amenaza al presidente con la guillotina. En las caricaturas que muestran a los jóvenes aristocráticos matando a sujetos populares durante los sucesos de la huelga de la carne, mientras se les llama “juventud dorada”; o en la caricatura del presidente rodeado de los cadáveres de las personas que murieron en la matanza ordenada bajo su gobierno. El trasfondo es una sátira que aspira a representar una superioridad moral de los sujetos populares, que al mismo tiempo permite construir comunidad por medio de los guiños que hace.

En ambos medios, diversos indicios acreditan su relevancia como fuentes de referencia de una opinión pública diferenciada de los círculos oficiales como de los medios de masas, pero en tensión y diálogo crítico con ellos en varios momentos. Por lo tanto, alternativa, pero no marginal. Ambos construyen opinión poniendo el acento en visibilizar el conflicto social antes que en buscar el consenso con la otredad construida a partir de la desigualdad material. Los grandes momentos de crisis a los que asisten son la guerra civil de 1891, la huelga de la carne de 1905 y la matanza de Santa María de 1907. Todos estos casos, los mismos diarios lo señalan, son inflexiones al interior de la movilización popular que a su vez generan nuevas razones de existencia de ambos medios o profundizan las convicciones por las cuales siguen publicándose.

La construcción de una audiencia de referencia también se hace a través de una retórica simultáneamente ilustrada y simbólica. El uso de ambos diarios como tablón de anuncios a través de los cuales sus lectores se envían mensajes de diversa índole, da cuenta de unas audiencias que forman parte de los sectores no-privilegiados, pero eso no quita que sean activas y estén involucradas en la generación de comunicación social. Por su parte, redactores, editores y reporteros de estos medios van transformándose en periodistas y también en intelectuales que relatan e interpretan acontecimientos relevantes para su público y lectores, desde una perspectiva mucho más cercana —en lenguaje y significados— que la planteada en los medios y círculos intelectuales de la esfera pública convencional en que se despliega la élite.

Al respecto, los dos principales aportes de esta investigación sobre la prensa satírica popular son: en primer lugar, la fortaleza de estas experiencias como evidencia de la existencia de una esfera pública alternativa diferenciada al mismo tiempo del discurso de la prensa obrera tradicional (si bien en fluida relación con ella respecto de los temas en común); y en segundo lugar, el desafío que presentan respecto de la construcción de un discurso de lo popular que se haga cargo de resabios conservadores sin perder de vista al mismo tiempo su énfasis sobre las problemáticas de la desigualdad material. Esto es importante sobre todo en el momento actual de alza de los neofascismos, que encuentran en ese popular-conservador un caldo de cultivo para su legitimidad. Aquí volvemos de nuevo a la tensión planteada por Sunkel y que da actualidad a este artículo: de qué manera la izquierda política, en forma de partidos o de sociedad civil organizada, es capaz de elaborar y desarrollar discursividades mediáticas en la esfera pública, sin desperdiciar la experiencia popular no-ilustrada, lidiando de manera liberadora con los elementos conservadores, emotivos y humorísticos presentes en ella.

Lo anterior se vincula con la pregunta sobre la ausencia o invisibilización de ambos casos de estudio en los catálogos tanto de prensa satírica como de prensa obrera conocidos. Posiblemente esto se deba a sus elementos heterodoxos en general y reaccionarios en particular. Sin embargo, si no nos hacemos cargo de estas contradicciones a través de la investigación empírica, estaremos eludiendo una problemática que sigue sin resolverse hasta hoy.

## Agradecimientos

El presente artículo es producto del proyecto Fondecyt N.º 1161532: “Hacia una sociología de la cultura popular ausente: Corporalidad, representación y mediatización de ‘lo popular reprimido’ y ‘lo popular no representado’ en Santiago de Chile (1810–1925)”, financiado por la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica de Chile (CONICYT).

## Sobre las autoras

Chiara Sáez Baeza es socióloga por la Pontificia Universidad Católica de Chile, doctora en comunicación por la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), posdoctorada en políticas públicas por el IGOP-UAB y profesora asociada del Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile. Es autora de *TV digital en Chile: Políticas públicas y democracia* (2014) y *Apuntes para una historia de la comunicación alternativa en Chile* (2018). Es responsable de [www.culturapopular.cl](http://www.culturapopular.cl) y [pluralismotv.org](http://pluralismotv.org). Es experta en temas de televisión, comunicación alternativa y políticas de comunicación. Para más información, ver <http://www.icei.uchile.cl/instituto/estructura/cuerpo-academico/chiara-saez-baeza>.

Antonieta Vera Gajardo es psicóloga por la Pontificia Universidad Católica de Chile, magíster en estudios de género y cultura en América Latina por la Universidad de Chile, máster en teoría política y doctora en ciencias políticas, especialidad estudios de género, ambos por la Universidad de París VIII. Sus áreas de interés e investigación son la teoría de género, la teoría feminista post y decolonial, las políticas de la diferencia, los imaginarios y representaciones religiosas y el análisis crítico del discurso. Actualmente es académica del Centro de Estudios de Género y Cultura (CEGECAL) de la Universidad de Chile. Para más información, ver <http://cegecal.uchile.cl/web/index.php/teachers/maria-antonieta-vera-gajardo/>.

## Referencias

- Alonso, Paul. 2019. “Satiric Magazines as Hybrid Alternative Media in Latin America”. *Latin American Research Review* 54 (4): 944–957. DOI: <https://doi.org/10.25222/larr.440>
- Araos, Josefina. 2015. “De la voz al papel: Producción y difusión de poesía popular impresa en Santiago, 1890–1910”. Tesis de magíster en historia, Universidad Católica de Chile, Santiago.
- Arias, Osvaldo. 1970. *La prensa obrera en Chile (1900–1930)*. Chillán: Universidad de Chile.
- Averintsev, Sergei. 2000. “Bajtín, la risa, la cultura cristiana”. En *En torno a la cultura popular de la risa: Nuevos fragmentos de M. M. Bajtín*, editado por Sergei Averintsev, Vitali Makhlin, Mijaíl Ryklin y Tatiana Bubnova, 13–33. Barcelona: Anthropos.
- Bajtín, Mijaíl. 1990. *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Cornejo, Tomás. 2012. “Circuitos culturales y redes sociales en Santiago de Chile (1880–1910): Un análisis microhistórico”. Tesis de doctorado en historia, Colegio de México, Ciudad de México.
- Díaz, María Elena. 1990. “The Satiric Penny Press for Workers in Mexico, 1900–1910: A Case Study in the Politisation of Popular Culture”. *Journal of Latin American Studies* 22 (3): 497–526. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0022216X00020939>
- Donoso, Ricardo. 1950. *La sátira política en Chile*. Santiago de Chile: Imprenta Universitaria.
- Fraser, Nancy. 1997. *Iustitia Interrupta: Reflexiones críticas desde la posición “postsocialista”*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- García Canclini, Néstor. (1981) 1989. *Las culturas populares y el capitalismo*. México: Nueva Imagen.
- Goode, Mike. 2016. “The Public and the Limits of Persuasion in the Age of Caricature”. En *The Efflorescence of Caricature, 1759–1838*, editado por Todd Porterfield, 117–136. Londres: Routledge.
- Grez, Sergio. 2016. *El Partido Democrático de Chile: Auge y ocaso de una organización política popular (1887–1927)*. Santiago de Chile: LOM Ediciones.
- Gutiérrez, Horacio. 2010. “Exaltación del mestizo: La invención del Roto Chileno”. *Universum* 25 (1): 122–139. DOI: <https://doi.org/10.4067/S0718-23762010000100009>
- Habermas, Jürgen. (1962) 1981. *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Habermas, Jürgen. (1990) 2002. *Historia y crítica de la opinión pública*. Prólogo a la nueva edición. Barcelona: Gustavo Gili.
- Hall, Stuart. 1984. “Notas sobre la deconstrucción de ‘lo popular’”. En *Historia popular y teoría socialista*, editado por Raphael Samuel, 93–110. Barcelona: Crítica.
- Hodgart, Matthew. 2010. *Satire: Origins and Principles*. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Knight, Charles. 2004. *The Literature of Satire*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Lynch, Owen. 2002. "Humorous Communication: Finding a Place for Humor in Communication Research". *Communication Theory* 12 (4): 423–445. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2002.tb00277.x>
- Mignolo, Walter. 2010. *Desobediencia epistémica: Retórica de la modernidad, lógica de la colonialidad y gramática de la descolonialidad*. Buenos Aires: Ediciones del Signo.
- Navarrete, Micaela. 1993. *Balmaceda en la poesía popular chilena: 1886–1896*. Santiago de Chile: DIBAM, Centro de Investigaciones Diego Barros Arana.
- Negt, Oskar, y Alexander Kluge. (1972) 1993. *Public Sphere and Experience: Toward an Analysis of the Bourgeois and Proletarian Public Sphere*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Pinto, Julio. 2000. "De proyectos y desarraigos: La sociedad latinoamericana frente a la experiencia de la modernidad (1780–1914)". Ponencia presentada en el 19 Congreso Internacional de Ciencias Históricas, Universidad de Oslo, agosto.
- Rojas, Jorge. 2006. *Los suplementeros: Los niños y la venta de diarios, Chile, 1880–1953*. Santiago de Chile: Ariadna Ediciones. DOI: [https://doi.org/10.26530/OAPEN\\_617570](https://doi.org/10.26530/OAPEN_617570)
- Rustom, Cristián. 2018. "La autorrepresentación como discurso de resistencia: El rol de la prensa popular satírica en la construcción de la identidad de los sujetos populares en Chile: 1875–1914". Tesis de magíster en pensamiento contemporáneo, Universidad Diego Portales, Santiago de Chile.
- Sábato, Hilda. 1992. "Citizenship, Political Participation and the Formation of the Public Sphere in Buenos Aires, 1850s–1880s". *Past and Present*, no. 136: 139–163. DOI: <https://doi.org/10.1093/past/136.1.139>
- Sáez, Chiara. 2019. "El concepto de cultura popular ausente y su aplicación al caso chileno desde una perspectiva histórica". *Comunicación y medios*, no. 39: 64–76. DOI: <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2019.51121>
- Salinas, Maximiliano. 2005. "La sátira y el humor político de *El Ají*, periódico del Partido Democrático en Santiago de Chile, 1889–1893". *Palimpsesto* 4 (2).
- Salinas, Maximiliano, Cecilia Ibacachey y Luis Bustos. 1996. "Risa y cultura en Chile" (Documento de Trabajo No. 1). Santiago de Chile: Universidad ARCIS.
- Salinas, Maximiliano, Daniel Palma, Christian Báez y Marina Donoso. 2001. *El que ríe último ... : Caricaturas y poesías en la prensa humorística chilena del siglo XIX*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.
- Sousa, Boaventura de. 2005. *El Milenio Huérfano: Ensayos para una nueva cultura política*. Madrid: Trotta.
- Sunkel, Guillermo. 1985. *Razón y pasión en la prensa popular*. Santiago de Chile: ILET.
- Warner, Michael. 2002. "Publics and Counterpublics (abbreviated version)". *Quarterly Journal of Speech* 88 (4): 413–425. DOI: <https://doi.org/10.1080/00335630209384388>
- Zaldívar, Trinidad. 2004. "El papel de los monos: Breve crónica de un tercio de siglo de prensa de caricatura, 1858–1891". En *Entre tintas y plumas: Historias de la prensa chilena del siglo XIX*, editado por Á. Soto, 139–178. Santiago de Chile: Universidad de Los Andes.

**How to cite this article:** Sáez Baeza, Chiara and Antonieta Vera Gajardo. 2021. Prensa satírica popular en Chile y la actualidad de un debate: *El Ají* (1889–1894) y *José Arneró* (1905–1914). *Latin American Research Review* 56(3), pp. 1–17. DOI: <https://doi.org/10.25222/larr.894>

**Submitted:** 14 March 2019

**Accepted:** 09 August 2020

**Published:** XX Month 202X

**Copyright:** © 2021 The Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited. See <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

**LARR**

*Latin American Research Review* is a peer-reviewed open access journal published by the Latin American Studies Association.

**OPEN ACCESS** 