

Dillon, Alfredo

*La enunciación en El torito de los muchachos :
la voz del gaucho en el periodismo rosista*

Ecos de la Comunicación, Año 4 N° 4, 2011

Este documento está disponible en la Biblioteca Digital de la Universidad Católica Argentina, repositorio institucional desarrollado por la Biblioteca Central "San Benito Abad". Su objetivo es difundir y preservar la producción intelectual de la institución.

La Biblioteca posee la autorización del autor para su divulgación en línea.

Cómo citar el documento:

Dillon, A. (2011). La enunciación en El Torito de los muchachos : la voz del gaucho en el periodismo rosista [en línea], *Ecos de la Comunicación*, 4(4). Disponible en:
<http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/enunciacion-torito-muchachos-voz-gaucho.pdf> [Fecha de consulta:.....]

(Se recomienda indicar fecha de consulta al final de la cita. Ej: [Fecha de consulta: 19 de agosto de 2010]).

La enunciación en *El Torito de los Muchachos*: la voz del gaucho en el periodismo rosista

Alfredo Dillon*

Recibido: 23/03/11

Aprobado: 30/04/11

* Licenciado en Comunicación Periodística por la UCA, estudió Letras (UBA) y cursó el Master en Periodismo de la Universidad de San Andrés y Grupo Clarín. Es docente en el Instituto de Comunicación Social, Periodismo y Publicidad de la UCA. Ejerció el periodismo policial en los diarios Clarín y Perfil.

Resumen

Este trabajo pretende rastrear en los veinte números de El Torito de los Muchachos, un periódico gauchesco publicado en 1830, las marcas que permitan caracterizar al enunciador y el enunciatario construidos por el periódico. También se analizará la enunciación, entendida como un conjunto de recursos discursivos, procedimientos y géneros, que dan forma al mensaje; es decir, que determinan una determinada “manera de decir” (Verón, 2004:172). ¿Qué gaucho habla, a quién le habla, qué vínculo construye con su enunciatario? El análisis de las voces que circulan en las páginas de estos ejemplares ofrece algunas claves para entender una etapa del periodismo argentino atravesada por la polarización política.

Palabras clave

Enunciación periodismo gauchesco, historia del periodismo argentino.

Keywords

Enunciation, gauchoesque journalism, history of Argentine journalism.

Abstract

The aim of this work is to analyze the mechanisms of enunciation in El Torito de los Muchachos, a gauchoesque journal published in 1830 in Argentina, in order to reconstruct the figures of the enunciator and the enunciatary. Who is the gaucho behind the journal? How is his voice created? Who does he speak to; what is his bond with the enunciatary like? The study of the voices, genres, styles and discursive resources used by this publication offers some clues to understand “gauchoesque journalism”, which represents an important chapter in the history of Argentine journalism and shows in its pages the political polarization of the country during the first half of the 19th century.

1. Introducción

1.1. *El periodismo gauchipolítico en la época de Rosas*

*El Torito de los Muchachos*¹ apareció en Buenos Aires entre agosto y octubre de 1830. Escrito íntegramente en verso, podría considerárselo un representante del “periodismo gauchesco”, concepto que englobaría el corpus de publicaciones “gauchi-políticas” (Rama, 1982) que proliferaron en el Río de la Plata durante la primera mitad del siglo XIX.

En 1829 Juan Manuel de Rosas había sido elegido gobernador de la provincia de Buenos Aires por la Junta de Representantes, que además le otorgó facultades extraordinarias. Este período está signado por el enfrentamiento entre unitarios y federales, exacerbado especialmente desde 1828, año del fusilamiento de Dorrego. Según Mirta Lobato y Juan Suriano, el primer gobierno de Rosas, que concluye en 1832, se caracterizó, entre otras cosas, por “la exaltación del partido gobernante y la liquidación de la oposición” (Lobato y Suriano, 2000:180). Para los dos últimos puntos, el periodismo cumplió un rol fundamental en el proyecto rosista.

Félix Weinberg (2001:468) sostiene que entre 1827 y 1835 ocurre en Buenos Aires “una proliferación de periódicos de muy corta vida, pero que libran batallas apasionadas que van *in crescendo* hasta la exasperación por cuestiones partidistas, y hasta personales”. Entre los periódicos unitarios que existían antes de 1830 cabe mencionar *El Granizo* (1827), *Diablos Rosados* (1828), *El Tiempo* (1828-1829) y *El Pampero* (1829). A partir de 1829, el gobierno de Rosas inicia una persecución sistemática contra los enemigos del régimen, que incluyó la quema pública de algunos ejemplares de estas publicaciones. Los periodistas unitarios se verán entonces obligados a exiliarse. La mayoría parte hacia Montevideo; algunos se refugian en Chile. Para 1830, ya no queda prensa opositora en Buenos Aires.

“Libre de unitarios el horizonte político de Buenos Aires, se desata hacia 1830 una avalancha sorprendente de periódicos efímeros, dedicados a execrar a los derrotados”, afirma Weinberg (2001:469). Entre 1830 y 1834, Luis Pérez edita una serie de pasquines escritos en verso gauchesco: además de *ETM*, ese mismo año publicó *El Gaucho* (entre julio y diciembre de 1830) y *El Toro del Once*. Este último se presentó como “el sucesor” de *ETM*.

¹ En adelante, *ETM*. En las citas extraídas del periódico se respetarán la ortografía y la sintaxis originales, aunque sean agramaticales. Todas las citas corresponden a la edición facsimilar del periódico editada por el Instituto Bibliográfico Antonio Zinny (Buenos Aires, 1978).

Todos ellos convivieron con hojas publicadas de manera anónima, pero cuyo tono era similar al de los “periódicos gauchos”. Los títulos de estas publicaciones –que aparecían sin firma– anticipan en buena medida su tono: *La Bruja*, *La Lechuza*, *El Carancho*, *El Loco Machuca Batatas*, *El Relámpago*, *El Rayo*, *El Negrito*, *La Negrita*. Fernández Latour (1978:13), autora de un estudio pionero sobre *ETM* que tomamos aquí como referencia, denomina a todas estas publicaciones “prensa de barricada”: “Una prensa satírica que fue utilizada por unitarios y federales como poderoso elemento de propaganda”.

1.2. Descripción del corpus

ETM aparece por primera vez el 19 de agosto de 1830. Su corta vida termina el 24 de octubre del mismo año, luego de veinte números. Todos ellos, escritos en verso de estilo gauchesco (salvo algunas secciones menores, como los avisos). Aparecía los jueves y los domingos; cada número tenía cuatro páginas.

La portada incluía el título; el lema del periódico (“Para decir que viene el Toro, no hay que dar esos empujones”); un folio con el número, la fecha y el precio (2 reales); y el comienzo del primer texto, que continuaba en la página siguiente. El título aparecía debajo de una ilustración, que en los primeros cinco números representaba un laúd y una trompeta cruzados, con un pentagrama en el centro y rodeados por una guirnalda de flores. Este motivo se utilizaba en otras publicaciones para identificar los anuncios teatrales. A partir del número 6, esa viñeta es reemplazada por un toro en posición alerta, a punto de embestir. Con la inclusión del dibujo del toro, el espacio para el texto en la primera página se reduce de 20 líneas a 15.

En la última página siempre aparece, al pie, el epígrafe: “Imprenta Republicana”, donde se editaba el periódico.

Este esquema se respeta en todos los ejemplares. Solo se altera de manera mínima en el número 12, cuando se incluyen debajo del encabezado, en letra de cuerpo mínimo, observaciones astronómicas y meteorológicas en tono burlón (por ejemplo: “El Sol sale por la mañana: se pone a la tarde”).

1.3. Metodología

Para analizar la enunciación en *ETM*, partimos de la idea de Verón (1998:126) de que “toda producción de sentido [...] tiene

una manifestación material. Esta materialidad del sentido define la condición esencial, el punto de partida necesario de todo estudio empírico de la producción de sentido”. En otras palabras, nos interesan las condiciones de producción de *ETM* y los agentes que intervienen en ellas, pero solo en tanto aparecen representados en los textos que integran el corpus. Como afirma Verón (1998:127): “El análisis de los discursos no es otra cosa que la descripción de las huellas de las condiciones productivas en los discursos”. En este caso, toda disquisición acerca de los “efectos” y las prácticas sociales en torno a la recepción de *ETM* quedan descartados.

Verón (2004:173) define al enunciador como “la imagen del que habla”, y al enunciatario como “la imagen de aquel a quien se dirige el discurso”. El primero no se confunde con el emisor real, así como el segundo no coincide con el receptor efectivo, sino que son “entidades discursivas”. Este trabajo intenta describir a ambas figuras tomando en cuenta lo que los textos dicen explícitamente sobre ellas, pero también infiriendo algunas de sus características a partir de las huellas que la situación de enunciación inscribe en el texto. En otras palabras, se trabajará con lo que el enunciador dice sobre sí mismo y sobre sus destinatarios, y con aquello que no dice, pero surge de marcas textuales concretas.

2. Enunciador: la construcción de la voz del gaucho federal

Para Filinich, (1998:38) “el autor empírico del enunciado no tiene cabida en el análisis de la enunciación. El sujeto del cual aquí se habla está implícito en el enunciado mismo, no es exterior a él”. Por eso, más allá de los avatares biográficos de Luis Pérez —el “autor empírico” de *ETM*—, lo que aquí interesa es describir qué tipo de emisor (discursivo) construyen los textos del periódico.

En primer lugar, habría que señalar que no se trata de un enunciadador periodístico “neutral”, interesado solo en producir discursos informativos. En *ETM* la intención periodística es inseparable de una intención política, propagandística. Lo primordial no es tanto dar cuenta de los hechos sociales “relevantes”, las *noticias*, sino defender una causa (el federalismo) y una figura política (la de Rosas). Según Fernández Latour (1978:9), *ETM* “constituye una muestra más de ese fenómeno característico de la expresión rioplatense que es el verso ‘gauchesco’ de propaganda política”.

Se trata de un enunciador propagandista, no objetivo. La primera persona aparece en todos los números, se presenta directamente involucrada en las situaciones que describe, y aclara siempre su posición frente a los hechos. Por momentos suena solemne, pero casi siempre busca un tono jocoso e irónico.

“Mi objeto es el divertir / los mozos de las orillas: / no importa que me critiquen / los sábios y cajetillas”, afirma el enunciador en la segunda estrofa del primer número. Plantea allí un lugar para sí mismo: su objetivo es *divertir*. Aparece también un destinatario: los “mozos de las orillas”, “compadritos” (Nº 2), “paisanos” (Nº 14); los “gauchos” federales de Buenos Aires. Los *sábios y cajetillas* quedan desde el primer momento en la vereda de enfrente: solo tendrán lugar en el periódico como objeto de burla y agresión.

El enunciador no busca conciliar, no duda ni se pregunta por las razones de los otros. *ETM* identifica a sus enemigos desde el primer número, y radicaliza su posición con el correr del tiempo. Además de un enunciador propagandista, se trata de un militante: su intención no es tanto convencer, sino mostrar su convicción.

Sin embargo, lo más singular de *ETM* radica en la voz que construye: quien habla es un gaucho. En un primer momento este se identifica como un tal Juancho Barriales, aparcero “metido a gacetero” (Nº 1). Barriales explica en el primer número, como si se tratara de un manifiesto, con qué intención ha decidido publicar *ETM*: “Será un servicio á la Patria”. Una “patria” que es todavía más una idea que una realidad (estamos en 1830), y que no incluye a todos los habitantes del suelo argentino, sino que se identifica con el programa federal. El punto de partida es un diagnóstico oscuro de la situación del país: “Solo un interés me arrastra, / y me arrastra con razon / que es ver como está la Patria / que me quiebra el corazón”.

La voz del gaucho se construye según los cánones del género gauchesco. “Lo gaucho” del enunciador es su voz, su habla “campestre”. A primera vista se constatan dos rasgos propios de esta construcción: el intento de reproducir una cierta forma de oralidad, y la deliberada ostentación de marcas que estigmatizarían dicha voz como “iletrada”. Sarlo y Gramuglio (1980:35) lo sintetizan de esta manera: “La mayor parte de los autores gauchescos eran hombres cultos, urbanos, que vehiculizaban su mensaje político y militante hacia un público rural e inculto por medio de un lenguaje que trataba de representar las formas del habla campesina”.

Conviene aclarar aquí, siguiendo a Rama (1982:183), que la voz del gaucho tal como aparece en los textos “gauchescos” no

coincide exactamente con el dialecto rioplatense que hablaban los sectores populares, con el habla campesina real: “La lengua de la poesía gauchesca no es meramente el habla gaucha, sino la apropiación de ella por parte de escritores urbanizados, quienes la someten a una elaboración (idiolecto) que forzosamente la marca con la dominante lingüística (española) que corresponde a su habla ciudadana”. Las particularidades lingüísticas de *ETM*, entonces, no deberían leerse como registros hechos por un socio-lingüista, sino como marcas convencionales de la adscripción a un género que ya se perfilaba como tal desde las publicaciones de Bartolomé Hidalgo en la década de 1810.

De esta manera, en las páginas de *ETM* “función” se convierte en “juncion”; “fue”, en “jue”; “usted”, en “uste”; “verdad”, en “verda”; “buena”, en “guena”; “donde”, en “ande”; “preludios”, en “peludrios”; “experiencia” en “esperencia”; “colorado”, en “colorao”; “director”, en “dereitor”; “así”, en “ansí”; “impreso”, en “imprentao”; “extranjero”, en “estrangero”; “salvaje”, en “sabalaje”; “reloj”, en “relós”... y la lista podría seguir largamente. Los acentos desaparecen o cambian de sílaba; aparecen en lugares insólitos. Se eliminan varias “h”; la “b” y la “v” se utilizan a contramano de la norma; al igual que “s”, “c” y “z”. Se ven palabras como “morrongo”, “mancarrón”, “zonzo”, “chiripá”, “compadritos”, “cajetillas”, “pescozones”, “trompetas”, “dianches”, “pucha”, “carancharse”, “chirlo”, “mamado”, “borrachonazo”, “cangalla”, “guachaje”, “gringada”, “embrollón”, etc., que indudablemente no pertenecían al registro escrito ilustrado, signado por el estilo neoclásico y la imitación del español peninsular.

Cabe señalar, sin embargo, que el enunciador gaucha que se presenta en los primeros números convive con otros enunciadore, habilitando la mezcla de formas populares y cultas. Sobre todo en los últimos números, el registro gauchesco va cediendo espacio a voces más ilustradas, como las que se esbozan detrás de composiciones de sátira religiosa como “Dones del Espíritu Santo” (Nº 20) o un aviso sobre el rey Fernando y la situación de Europa (Nº 19). La intención política no cambia, aunque va adquiriendo más solemnidad y perdiendo humor.

3. Enunciatorio: los gauchos federales, los salvajes unitarios

De Marco (2006:137) señala que *El Torito de los Muchachos* se leía “en los salones federales, pero especialmente donde se

juntaba la gente adicta [al régimen rosista] y bravía”. En este apartado, más allá de las prácticas sociales históricas de recepción, nuestro interés radica en analizar qué lector construía *ETM* en sus páginas.

Los destinatarios reciben varios nombres en los distintos ejemplares: “gauchos”, “muchachos”, “mozos de las orillas”. En el número 3, una supuesta carta enviada al editor alude a la recepción que ha tenido el periódico. Probablemente habría que leerla más como una expresión de deseo que como la verificación de un hecho efectivo, dado que parece haberla escrito el mismo autor del periódico: “Sabrá Vd. que los muchachos / andan locos de contentos / y que es para ellos el Toro / un guen entretenimiento”.

“Teniendo en vista ilustrar a nuestros habitantes de la campaña sobre las más graves cuestiones sociales que se debatían en ambas riberas del Plata, me he valido en mis escritos de su propio idioma y sus modismos para llamarles la atención, de un modo que facilitara entre ellos la propagación de aquellos principios”, escribe en 1872 Hilario Ascasubi (citado en Rama, 1982:170). Considerado por Rama como una suerte de “contrafigura” de Luis Pérez, sus palabras podrían leerse como un mani-fiesto del enunciador construido en *ETM*. El enunciador se hace gaucho para hablarle a los gauchos, y con un fin bien específico: adoctrinarlos políticamente.

Las mujeres son otro público específico de *ETM*, que les dedica una cantidad considerable de líneas, especialmente a partir del número 8. Allí aparece un aviso dirigido “a las federalas” y otro “a las unitarias”; el ejemplar concluye con una apelación a las mujeres argentinas, a quienes dice: “Este es el tiempo, argentinas, / que en fuerza del patriotismo / realceis el federalismo / con señales peregrinas; / y así sereis heroínas”.

En otros pasajes se las vincula con los orígenes de la patria: “Estas fueron las primeras / cuando la Patria empezó, / y con el pelo a la izquierda / bastantes he visto yo. / Estas eran las patriotas, / y al revez las sarracenas / lo usaban á la derecha, / tal vez por desechar penas” (Nº 11).

Sin embargo, la mayor parte del espacio destinado a las mujeres se vincula con una discusión de la época que giraba en torno a la vestimenta femenina: lo que Fernández Latour (1978:22) denomina “la querella de los moños”. Básicamente, lo que se debatía era si las mujeres debían llevar o no vestidos y moños (negros o colorados) que las identificaran como “federales”. *ETM* está a favor, y construye voces femeninas solo para defender su posición:

“Toma Mariquita / ponéte un moñito: / ¿No ves que lo encarga / también el *Torito*?”, afirma una letrilla atribuida a una tal “Juanita” en el número 10. En otro número, sobre la firma “Mariquita” aparecen las siguientes líneas: “Siempre fue muy lindo / al pecho una rosa. / Y el moño encarnado / es la misma cosa” (Nº 12). Para sostener su opinión, *ETM* no vacila en inventar voces que la defientan: en el discurso del periódico, la mujer constituye un colectivo reconocible e identificable, en nombre del cual se opina.

Señalamos con anterioridad cómo, desde el primer número, *ETM* postula amigos y enemigos. El autor del periódico escribe para los primeros (“Solo busco recompensa / en los mozos federales”, afirma en el Nº 1), aunque en muchas ocasiones se dirige directamente a los segundos. La intención no es convencerlos, sino ridiculizarlos y agredirlos.

El antagonismo se plantea en términos de “buenos” y “malos”. Los primeros se identifican con la primera persona del plural; los “malos” son *ellos*, a quienes hay que perseguir y eliminar: “Y así es que hay quien resiste / y con desvergüenza opina / que el gobierno desatina / cuando a los malos persigue; pero si al fin se consigue / salvar la patria en su apuro / yo por mi parte aseguro / que la República vive” (Nº 12).

¿Quiénes son estos enemigos? En primer lugar, los unitarios, el “partido asesino” (Nº 3), “los del primero” (en alusión al levantamiento del 1º de diciembre de 1828, que terminó con el fusilamiento de Dorrego), los “cajetillas”, “los malvados” (Nº 11); los “maricones hermafroditas” (Nº 14), que se contraponen a los “paisanos” varoniles (los federales).

En segundo lugar, también son enemigos los extranjeros: principalmente, los franceses. Estos son “godos” siempre dispuestos a “sembrar la cizaña” (Nº 2). El extranjero es visto como un saqueador, un ladrón: “[...] los mas que han venido / a comer nos aquí el pan / han traído tanta fortuna / como nuestro padre Adán” (Nº 15).

La selección de los enemigos no es arbitraria, sino que apunta a reforzar la pertenencia al partido, a resaltar el apoyo a Rosas. En efecto, los enemigos de *ETM* son los enemigos del Restaurador. En su clásico *La época de Rosas*, Quesada (1923:21) afirma que “Rosas tiene una inquina cordial no solo contra lo francés sino contra todos los extranjeros y sus instituciones, trajes, costumbres e ideas de gobierno”.

Un adversario que debería señalarse aparte son los periódicos y publicaciones de signo político contrario. Con estos entabla autén-

ticas polémicas, que en ocasiones abarcan varios números. Esto ocurre, por ejemplo, con la disputa con *El Arriero Cordobés*, publicado en Montevideo por Hilario Ascasubi, aunque el editor de *ETM* lo atribuye a “un cangalla trompetero” francés (Nº 9). En el número 11 se responde a un comunicado de la *Gaceta Mercantil*, en el que se afirma “que en el *Torito* / se habla con poco recato”. La respuesta de *ETM* es contundente: “No vé amigo que estos diablos / el que no la hace la intenta, / y han de decir heregias / mientras tengamos imprenta”. Sobre *El Serrano*, otro periódico unitario de Córdoba, dice que es “triste” y “chabacano” (Nº 15).

En definitiva, *ETM* se vale de la dinámica amigos-enemigos para construir un destinatario y, a la vez, un “antidestinatario” (Verón, 2004:196): el adversario que lee el periódico desde la posición política contraria. Ahora bien: el discurso de *ETM* da un paso más, y lleva la oposición aun más lejos. Los propios enemigos serían, para *ETM*, enemigos nacionales, no enemigos de un sector determinado, sino “enemigos” a secas. “Después del fusilamiento de Dorrego, los unitarios son vistos no como adversarios sino lisa y llanamente como enemigos del país”, afirma Weinberg (2001:468). La patria se identifica con el proyecto federal; fuera de este no hay futuro posible. “El que quiera ser patriota / debe ser buen Federal” (Nº 17), predica el periódico.

La oposición es inconciliable. El diagnóstico es el de un país dividido, una especie de “mundo al revés” donde parecen imperar la violencia y la injusticia. Gran parte de los enemigos están exiliados (“Ellos se afilan las uñas / como gatos, desde allá”, Nº 9). La “Patria” debe ser federal: ese es el proyecto que *ETM* defiende y exhorta a defender.

No hay unión posible. En el número 9, el editor del periódico enuncia claramente el motivo de sus diatribas. Su punto de vista resulta lapidario, sobre todo teniendo en cuenta que habla en nombre de Dorrego, como si este profetizara desde la tumba:

Es la quimera mayor
creer que se ha de conciliar
Unitario y Federal
como el patriota y el traidor:
si de la ley el rigor
no se aplica nuestra historia
verá eclipsada su gloria,
y seguirán nuestros males.
Con ideas tan fatales
atormento á mi memoria.

Para Ludmer (2000:30), la persistencia del conflicto es la persistencia del género gauchesco. “La guerra no es solo el fundamento sino la materia y la lógica de la gauchesca”, escribe. Si las posiciones fueran pensadas como conciliables, no habría gacetas gauchipolíticas. En un comienzo fueron las guerras de la Revolución; luego la “guerra civil” entre unitarios y federales. El género gauchesco, sostiene Ludmer, requiere necesariamente una alta dosis de violencia.²

4. Enunciación: de gauchos a gauchos; de gauchos a cajetillas

Verón (2004:173) define el dispositivo de enunciación o “contrato de lectura” como “la relación entre el enunciador y el destinatario que se propone en el discurso y a través del discurso”.

¿Qué tipo de contrato de lectura proponen los periódicos gauchescos? Sobre este período del periodismo argentino, Bocco (2004:19) sostiene en *Literatura y periodismo 1830-1861* que en 1830 comienza “una etapa en que la retórica se construye sobre la base de la arenga, el insulto, la disputa, el análisis ideologizado, la utopía”. Esa retórica atraviesa tanto a la literatura como al periodismo, cuyos límites aparecen difusos, según la tesis de Bocco.

Quizás una de las diferencias más claras con la literatura es que la “prensa gauchesca” exhorta a la acción real; interpela al lector para moverlo a intervenir en lo social. Lo hace de manera directa, apelando a la necesidad de “salvar a la Patria”. Los patriotas son héroes; la defensa de la nación requiere hazañas dignas de gloria: “Quisiera de estos renglones / recoger un fruto tal / que no hubiera federal / que no se sacrificara / y con su sangre sellara / el renombre de inmortal” (Nº 12).

El fin justifica los medios: en muchos casos, *ETM* realiza auténticas apologías de la violencia. “Será preciso amansarlos / a fuerza de pescozones”, advierte ya en el Nº 2. En el número 11, el tono se ha acentuado considerablemente: “Y al que le saque el pellejo / veremos que tal le asienta [...] / Verá si a fuerza de azotes / los ojos no le sacamos”. Este número se cierra con una advertencia: “El *Torito* del Domingo de una pedrada matará muchos pájaros”. Parece preanunciarse aquí la barbarie de *El matadero* o, más cerca en el tiempo, *La refalosa* de Ascasubi.

La intención propagandística es evidente y explícita desde la primera línea hasta la última. Rama (1982:82) reconoce en los

² Por eso, para ella, podría insertarse en la historia del género a un cuento como “La fiesta del monstruo” de Borges y Bioy Casares, que se enmarca en el enfrentamiento peronismo-antiperonismo.

periódicos de la época “una función poética emocional que conmueve el ánimo, lo conturba y agita disponiéndolo a una determinada acción”. La exhortación es doble: por un lado, perseguir al enemigo; por el otro, ser fiel al único que puede gobernar la patria: “Que obedezcan al que manda / pues tenemos el mejor, / y no hay mas que apetecer / en nuestro gobernador” (Nº 4). Ese líder político es Rosas, heredero del mártir Dorrego, opuesto a las bajezas y corrupciones de Lavalle, Rivadavia y Paz. Resulta interesante cómo los nombres de estos enemigos empiezan a aparecer recién a partir del número 10 (“Mira que está Paz / en observación; / porque paz no tenga / la Federación”; “¿Quién jamás llegó á oprimir / de tal modo á nuestro suelo / ni quien lo cubrió de duelo / como el tirano Lavalle?”, en el número 12). Antes también se los menciona, pero de manera oblicua, sugiriendo, sin escribir jamás nombre y apellido. Este abandono de la estrategia indirecta y adopción de una actitud frontal coincide con la radicalización de la violencia en el tono del periódico.

Otra cuestión en relación con los nombres propios es la apelación al gobernante. En todo momento *ETM* habla de Rosas en tercera persona, exaltándolo como a un héroe. Muchas veces el nombre de Rosas aparece escrito todo en mayúsculas, para destacarlo en el cuerpo del texto. Resulta especialmente llamativo lo que ocurre en el número 12, en que se apela directamente al personaje, recurriendo a la segunda persona:

Rosas, patriota el más leal,
bajo tu cielo, y cuidado
hoy la nave del Estado
corre un fuerte temporal.
Mira que en un caso tal,
toda precaución es poca.
Y si una confianza loca
nos ha de hacer llorar luego,
recuerda que de Dorrego
el ejemplo te provoca.

La enunciación adquiere aquí rasgos de advertencia, esta vez dirigida no a los enemigos, sino al líder del partido federal, el hombre en quien está puesta la esperanza de *ETM*. Con una cierta cuota de osadía, el enunciador concluye la advertencia con una exhortación: Rosas tiene que tener presente a Dorrego, ser tan héroe y tan mártir como él.

El problema de la enunciación es inseparable del problema del tiempo. “Cada enunciación inaugura un presente, esto quiere decir que instaura un punto de referencia en función del cual se organizará la representación de la temporalidad”, sostiene Filinich (1998:45). Podría pensarse la enunciación periodística como aquella en la que se pretende aprehender el presente. Lo periodístico sería entonces sinónimo de lo inmediato, lo “actual”. No es el caso de *ETM*: la enunciación aquí parece dirigirse más hacia el pasado, y aun el futuro, que hacia el presente. El punto de partida siempre es la actualidad (1830), desde donde se organiza el pasado (desde los orígenes de la patria hasta el fusilamiento de Dorrego, pasando por los años de Rivadavia y Lavalle) y se proyecta un futuro (el momento en que se logre “la unidad de la patria”, esto es, cuando los federales triunfen definitivamente sobre los unitarios). Fernández Latour (1978:12) señala la intención del periódico de construir una determinada memoria social: “*El Torito de los Muchachos* no refleja en sus páginas tanto las circunstancias del momento, que eran aun inciertas, como las del pasado, para mantener latente en la memoria de sus lectores el recuerdo de los errores cometidos por los unitarios”.

Con respecto a los géneros, y retomando la distinción utilizada por Verón (2004:196) entre géneros-L (caracterizados por “cierta disposición de la materia lingüística”) y géneros-P (productos), interesa relevar los primeros, en tanto dan cuenta de una determinada concepción histórica de lo que un periódico es y debe contener; visión que contrasta con la actual configuración de la prensa gráfica. Además, los géneros insertados en el periódico se vuelven excusa para incorporar las voces “de otros”, aunque en realidad se trata siempre de la misma voz que se disfraza (de mujer, de unitario, de extranjero, de prócer, de negro, etcétera). Esta pluralidad de voces lleva a Fernández Latour (1978:9) a señalar el “carácter teatral del periodismo satírico”, que puede rastrearse ya en los trabajos previos del padre Francisco de Paula Castañeda.

En relación con el género poético dentro del periódico, la primera particularidad que habría que señalar en *ETM* es la escritura en verso, que se sostiene a lo largo de los veinte números. Prácticamente todas las composiciones son de arte menor, con cuatro excepciones en los números 4, 11, 13 y 16. La rima es consonante, y se da en los versos pares.

La poesía ingresa al periódico para volverse vehículo de difusión de ideas políticas. Este fenómeno podría inscribirse en el

más amplio descripto por Bocco, es decir, el borramiento de los límites entre periodismo y literatura. Situación a la que contribuye el hecho de que muchos escritores de la época son también periodistas, como Hilario Ascasubi y, poco después, Domingo F. Sarmiento. Muchas de sus obras resultan difíciles de clasificar como periodísticas o literarias; en todas ellas la fuerte presencia de lo político aparece como factor común. En esta línea, podría pensarse como arbitrario el ingreso de Ascasubi o Sarmiento al canon de la literatura, en simultáneo con la adscripción de Luis Pérez al campo del periodismo (y la consecuente proclividad al anonimato de este último, en contraste con la relevancia otorgada al individuo autor una obra “literaria”).

Uno de los géneros-L que más abunda en *ETM* es la carta. Estas en general son atribuidas a otros, aunque están escritas con el mismo estilo que el resto del periódico. Esos otros son, casi siempre, amigos (por ejemplo, el Teniente Alcalde Bocacho en el número 3, o “los muchachos” en el número 8). Sin embargo, en ocasiones la correspondencia la firma algún adversario (como en la “Carta dirigida al Torito por uno de los del Pontón”, en el número 12). Podría vincularse a estos textos con las cartas de lectores, aunque aparecen ya desde el primer número (este incluye una epístola del “amigo” Lucho Olivares, y a su vez la “contestación” de parte del editor).

Otro género son las composiciones tituladas en función de su estructura poética. Así, por ejemplo, las “décimas” (composiciones de estrofas de diez versos), “cielitos” (término que, en realidad, nombra un tipo de danza y no una estructura poética), sonetos, romances, canciones y letrillas (composiciones generalmente festivas o satíricas). Estos textos a veces se atribuyen a personajes anónimos o genéricos (“un gaucho”, “un aparcerero”), y otras veces construyen una voz identificable, más allá de que la firma aparezca o no (como las décimas del número 1, supuestamente escritas por Dorrego: “Yo soy aquel magistrado / que fiel a mi patria he servido / y el premio que he recibido / que se me haya fusilado”).

Aparecen, además, fábulas (Nº 2), testamentos imaginarios (como el atribuido a Rivadavia en los números 4, 5, 6 y 8), variedades, consejos, advertencias, epitafios y epigramas.

Los “avisos” merecen una mención aparte. Son la única sección que no aparece casi nunca en verso. Abarcan temas diversos, pero nunca tomados seriamente: un peluquero que corta la patilla en forma de “U” (como la usaban algunos unitarios); una verdu-

lería que vende melones y melocotones podridos; pedidos de mano de obra extranjera para realizar trabajos insólitos (como, por ejemplo, enterrar un perro); recomendaciones sobre vestimenta –en tono más bien exhortativo– dirigidas a las mujeres; “publicidades” del número siguiente (por ejemplo: “¡Como nos hemos de reir con el Torito del Domingo!”, N° 7) y otros cuya intención es exclusivamente humorística (en el número 17: “El domingo... es al otro día después del sábado”).

Un mecanismo recurrente en el dispositivo de enunciación consiste en interrumpir los textos para continuarlos en el número siguiente. Se coloca al pie del texto la palabra “continuará”, y el hilo del discurso se retoma en el siguiente número, o –casi siempre– dos números después. Esto podría explicarse teniendo en cuenta que el periódico salía jueves y domingos: los textos interrumpidos un jueves solían continuarse al jueves siguiente, y lo mismo los publicados el domingo. Se apela de esta manera no solo a la fidelidad del lector, sino a su memoria: en las segundas partes de los textos no se reconstruye lo dicho en la primera; se retoma el texto como si no hubiera mediado una semana entre ambas. Este recurso se lleva a un extremo humorístico en el número 6, en el que uno de los “avisos” dice lo siguiente:

Se previene al público que la Academia que se anunció en el número anterior se ha mudado, y para el próximo número se avisará la calle donde se halla.

Más allá de la diversidad de géneros, resulta interesante señalar la unidad de intención detrás de los distintos tipos textuales. Tanto la carta como el testamento o el aviso se “reacentúan” (Bajtín, 1985:269) al ingresar al periódico. El fin es siempre el mismo: exaltar la causa federal y atacar a los enemigos.

5. Conclusión

“Y si al fin consigue Rosas / afianzarse como espero: / viva la Patria mil veces / y mueran los del primero” (N° 20). En estos cuatro versos del último ejemplar de *ETM* se sintetizan los ejes de su enunciación: la mirada dirigida al futuro; la esperanza puesta en Rosas; la concepción de este como salvador de la Patria (siempre con mayúscula); la postulación clara de un enemigo que debe ser eliminado. Propaganda política y violencia, agresión en verso:

a estos ingredientes habría que agregar una cuota de humor y las marcas propias de la convención escrita gauchesca, y el resultado es *El Torito de los Muchachos*.

Como gaceta gauchipolítica, *ETM* fue instrumento del gobierno rosista. La construcción del enunciador gaucho no es solo un juego literario, sino una estrategia política que apunta a hablar el idioma de los sectores populares: los orilleros, los compadritos. En este sentido, la invención del enunciador es, a la vez, la invención de un público. Un público que se construye en el texto, más allá de las experiencias reales de recepción; “un público prácticamente analfabeto, ajeno a los circuitos de las artes y las letras” (Rama, 1982:161).

La originalidad de *ETM* radica, precisamente, en esa doble invención. La intención satírica es herencia de los pasquines del padre Castañeda; el compromiso político es factor común a todas las publicaciones periódicas de la época. Pero la inserción de *ETM* en el género gauchesco (aunque todavía no estuviese consolidado como tal) instaura la posibilidad de un nuevo *contrato de lectura*, dirigido a un determinado público bajo determinadas convenciones de enunciación. Lo gauchesco se presenta, así, como un *estilo* que atraviesa géneros (aunque Ludmer hable de “género gauchesco”): existe una literatura gauchesca, pero también un periodismo gauchesco.

Por otra parte, no se trata solamente de un gaucho hablando a gauchos: otras voces enuncian y otros destinatarios se presuponen. El público letrado no está excluido de la enunciación de *ETM*; tampoco las mujeres ni los unitarios de Montevideo. Habría que presuponer aquí distintos modos y efectos de lectura en función de cada público.

Para terminar, resulta interesante revisar la definición de Rama sobre el papel del “periodista gauchesco”:

[...] Es un empleado a sueldo y cumple con la redacción de gacetas, hojas sueltas, etcétera. Son las funciones que competen normalmente a los Departamentos de Propaganda de los estados modernos. Es un asalariado que pone su talento al servicio de un gobierno, más que de una política, y de una política más que de una doctrina, puesto que no le corresponde sentar cátedra en sus escritos sino celebrar victorias, inventar calumnias, describir horrores de los enemigos, enardecer con atroces invocaciones el ánimo guerrero de los paisanos de su bando contra los del adversario.

Estas líneas describen qué tipo de intelectual-periodista-escriitor se postula detrás de *ETM* y las gacetas gauchipolíticas en

general. El periodista aparece aquí como mediador entre el gobierno y los sectores populares; un agente propagandístico con compromisos partidarios. Todavía no se había inventado la objetividad: el periodismo era, como vuelve a escucharse a principios del siglo XXI en la Argentina, un “periodismo militante”.

En la primera mitad del siglo XIX, la nación estaba en pleno proceso de construcción. Recién en la segunda mitad del siglo empezará a consolidarse un campo cultural relativamente autónomo. Por lo tanto, resulta lógico que, en plena década de 1830, el ejercicio del periodismo y sus fronteras con la literatura, la política y la propaganda se muestren distintos de sus configuraciones contemporáneas. Sin embargo, algunos rasgos y procedimientos reconocibles en el debate entre aquellas facciones políticas parecen reaparecer en el campo periodístico actual. Tal vez la relectura de *ETM* hoy permita sacar conclusiones no solo sobre el período “gauchipolítico” del periodismo rioplatense, sino también sobre las configuraciones del campo periodístico en contextos de polarización política.

Edición citada

El Torito de los Muchachos, edición facsimilar del Instituto Bibliográfico Antonio Zinny, Buenos Aires, 1978.

Bibliografía

- BAJTÍN, M. (1985): “El problema de los géneros discursivos”, en: *Estética de la creación verbal*, México, Siglo XXI.
- BOCCO, A. (2004): *Literatura y periodismo 1830-1861. Tensiones e interpenetraciones en la conformación de la literatura argentina*, Córdoba, Universitas.
- DE MARCO, M. A. (2006): *Historia del periodismo argentino*, Buenos Aires, Educa.
- FERNÁNDEZ LATOUR DE BOTAS, O. (1978): “Estudio preliminar” a *El Torito de los Muchachos*, Buenos Aires, Instituto Bibliográfico Antonio Zinny.
- FILINICH, M. I. (1998): *Enunciación*, Buenos Aires, Eudeba.
- GRAMUGLIO, M. T. Y SARLO, B. (1980): “Martín Fierro”, en *Historia de la literatura argentina*, t. II, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina.

- LOBATO, M. Y SURIANO, J. (2000): *Atlas histórico de la Argentina*, Buenos Aires, Sudamericana.
- LUDMER, J. (2000): *El género gauchesco. Un tratado sobre la patria*, Buenos Aires, Perfil.
- QUESADA, E. (1923): *La época de Rosas*, Buenos Aires, Instituto de Investigaciones Históricas de la Facultad de Filosofía y Letras.
- RAMA, A. (1982): *Los gauchipolíticos rioplatenses*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina.
- VERÓN, E. (1998): *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*, Barcelona, Gedisa.
- (2004): *Fragmentos de un tejido*, Barcelona, Gedisa.
- WEINBERG, F. (2001): “El periodismo (1810-1852)”, en *Nueva Historia de la Nación Argentina*, t. VI, Buenos Aires, Planeta.