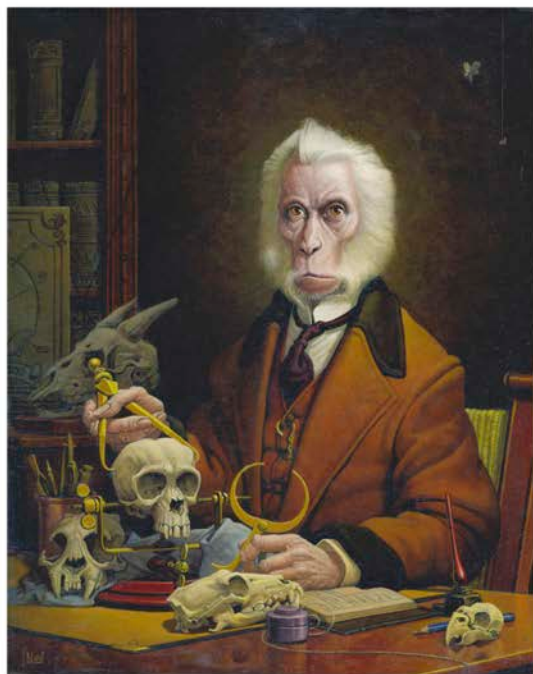


ARRUINANDO CHISTES

Panorama de los estudios del humor y lo cómico



MARA BURKART
DAMIÁN FRATICELLI
TOMÁS VÁRNAGY
(COORDINADORES)



ARRUINANDO CHISTES

ARRUINANDO CHISTES

Panorama de los estudios
del humor y lo cómico

Mara Burkart
Damián Fraticelli
Tomás Várnagy
(coordinadores)



Arruinando chistes: panorama de los estudios del humor y lo cómico / Damián Fraticelli... [et al.]; compilado por Damián Fraticelli; Mara Burkart; Tomás Várnagy. – 1a ed. – Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Damián Fraticelli; Teseo, 2021. 548 p.; 20 x 13 cm. ISBN 978-987-88-0016-5

1. Estudios Culturales. 2. Medios de Comunicación de Masas. I. Fraticelli, Damián, comp. II. Burkart, Mara, comp. III. Várnagy, Tomás, comp.

CDD 302.23

ISBN: 9789878800165

Imagen de tapa: Ignacio Noé

Las opiniones y los contenidos incluidos en esta publicación son responsabilidad exclusiva del/los autor/es.

TeseoPress Design (www.teseopress.com)

teseopress.com

Índice

Introducción	11
<i>Mara Burkart, Damián Fraticelli y Tomás Várnagy</i>	
1. Teorías de lo cómico y el humor.....	21
Filosofía y humor	23
<i>Tomás Várnagy</i>	
El decir humorístico	39
<i>Una aproximación a las cuestiones enunciativas en las prácticas discursivas del humor</i>	
<i>Bernardo Suárez</i>	
El autor como mueca.....	57
<i>Modos de subjetivación en el humor argentino contemporáneo</i>	
<i>Cristián Palacios</i>	
Licencia para matar (de risa)	73
<i>Identificación narrativa y diferencia epistemológica entre productor y receptor del efecto cómico</i>	
<i>Juan Alfonso Samaja</i>	
2. Mediatización e hipermediatización de lo reidero..	107
Sobre trayectorias del humor y lo cómico	109
<i>Oscar Steimberg</i>	
El poder del humor en una sociedad hipermediatizada..	129
<i>Recursos humorísticos y saltos hipermediáticos</i>	
<i>Mario Carlón</i>	

El humor hipermediático	151
<i>La nueva era de la mediatización reidera</i>	
<i>Damián Fraticelli</i>	
3. Sátira y humor político	171
Entre el desaliento y el choteo: caricatura y humor gráfico en la revista <i>Bohemia</i> de cara a la Segunda Guerra Mundial (1935-1941).....	173
<i>Alberto Consuegra Sanfiel</i>	
La carcajada burguesa	197
<i>Liberal-conservadurismo y humor de derecha en la revista El Burgués (1971-1973)</i>	
<i>Martín Vicente</i>	
Chile: la caricatura (im)posible	221
<i>La construcción cómica de Augusto Pinochet por los humoristas chilenos (1979-1984)</i>	
<i>Mara Burkart</i>	
Dictadura, disidencia y humor: el suplemento “Humor” de <i>Hoy</i> (Chile, 1987-1988).....	251
<i>Diana Gómez</i>	
Revistas satíricas como medios alternativos híbridos en América Latina	283
<i>Paul Alonso</i>	
Chico Caruso e os dois lados da tragédia: iconicidade e inconstância interpretativa nas charges sobre Riocentro e Santa Maria	319
<i>Octavio Carvalho Aragão Júnior</i>	
Trayectorias de la sátira política en la animación argentina	339
<i>Mónica S. Kirchheimer</i>	

Dominios de transgresión cómico-humorística en carteles de las protestas durante el estallido social en Chile	357
---	-----

La imagen de Sebastián Piñera

Karina Santos Lara y Lilian Hernández

Riquelme

4. Humor feminista 385

“No morir por el chiste”: el humor feminista en los periódicos <i>Nós Mulheres</i> (1976-1978) y <i>Persona</i> (1974-1986)	387
---	-----

Maria da Conceição Francisca Pires

“¿Viste cómo son las minas?": humor marginal y feminismo en <i>Persona</i>	411
---	-----

Mariana Avilano

5. Estilos de lo reidero 429

El hablar sucio de Lenny y la fundación de la estética de la <i>stand up comedy</i>	431
--	-----

Laura Cilento

Políticas del “humor conurbano”	443
---------------------------------------	-----

Pablo Cordonet y el stand up en el Banfield

Teatro Ensemble

Florencia Casanova

<i>Te rompo el rating</i> (Hugo Sofovich, 1981): Jorge Porcel entre la comedia para adultos y el humor para toda la familia	455
---	-----

Fabio Fidanza

“La inefable <i>HUMI</i> ”: alcances y limitaciones en las dimensiones humorísticas de una revista infantil argentina (1982-1984)	477
---	-----

Lucía Aíta

Lazos de familia: los vínculos estéticos y económicos transnacionales entre la historieta argentina, chilena y mexicana (1945-1968).....	513
<i>Amadeo Gandolfo</i>	

Los autores	539
-------------------	-----

Introducción

MARA BURKART, DAMIÁN FRATICELLI Y TOMÁS VÁRNAGY

El humor y lo cómico se encuentran en todas las culturas y esta universalidad se debe a que son parte central y necesaria de la vida social. Sin la posibilidad de la risa, la vida social “seria” no podría sostenerse. Sin embargo, este reconocimiento ha llevado a que muchas veces sea subestimado como un entretenimiento simple y banal. Más aún, esta mirada que considera intrascendente a lo risible es habitual cuando alguien trata de restarle importancia a un chiste que resultó ofensivo, ¿cuántas veces hemos escuchado decir “¡pero es solo una broma!” o “no deben tomárselo en serio”? En otros casos, ha primado el mito de que las mujeres no tienen sentido del humor para relegarlas o excluirlas de la posibilidad de generar risa y, de este modo, construir un canon de obras de humoristas varones (blancos y heterosexuales).

Sin embargo, ¿es lo reidero tan banal e intrascendente como parece? O, en otras palabras, ¿es lo contrario a lo serio? Lo risible entretiene y distiende, sí, pero es mucho más: puede ser también una forma de percepción y de generación de conocimiento. Esto se debe a que lo reidero tiene la capacidad de enseñarnos a ver de manera novedosa y ridícula la realidad, de revelar incoherencias, de desvelar las otras realidades que acechan detrás de las fachadas del orden social y del sentido común, y de desenmascarar (y, si recurre a la sátira, de atacar) a los poderosos. Lo reidero ofrece una visión del mundo que no es necesariamente la consagrada, de ahí su potencial peligrosidad como agente de disrupción. Ahora, de modo contrario, también puede, a través de lo cómico, reforzar estigmas y prejuicios y, así, el orden social establecido. Estas amplias y variadas

posibilidades de lo risible no hacen más que ratificar la universalidad inicialmente mencionada y es por ello que las ciencias sociales y humanas no deben soslayar su estudio.

En los últimos años, se ha multiplicado el interés por comprender y explicar las manifestaciones de lo cómico y lo humorístico en el ámbito académico. También aspectos más o menos parciales de las producciones risibles han sido tomados como documentos cuyo análisis contribuye a la comprensión y explicación de procesos políticos, sociales, históricos y culturales más amplios. Como resultado, se han escrito ponencias, tesinas de grado, tesis de maestría y doctorado, se han publicado artículos, libros y se han realizado congresos dedicados específicamente al tema. En la Argentina, en 2015, el Grupo de Investigadores del Humor, dirigido por Ana B. Flores, del Centro de Investigaciones de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Nacional de Córdoba realizó las *Jornadas Innovación, rupturas y transformaciones en la cultura humorística argentina*; en 2018, el Instituto de Lingüística de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires organizó las *I Jornadas Internacionales de Estudios sobre el Humor y lo Cómico “La Máquina Caníbal: Transposición, Parodia, Traducción Inter-semiótica. Modos semióticos y transformaciones discursivas desde un punto de vista humorístico”*, y también, en ese año, los Institutos de Artes del Espectáculo, de Literatura Argentina y de Teoría de Historia del Arte de la misma facultad llevaron adelante las *I Jornadas Artes y humor. Estéticas plurales y liminales*. Estas últimas tuvieron su reedición en 2019 y 2020. En 2019, a su vez, se organizaron en la Facultad de Ciencias Sociales las *I Jornadas Internacionales de Estudios Sociales del Humor y lo Cómico*.

La realización en 2015 del *XVII Congreso de la Sociedad Internacional de los Estudios del Humor Luso-Hispánico* (International Society for Luso-Hispanic Humor Studies) en la Universidad Federal de Mato Grosso, Cuiabá, Brasil, incentivó a generar asociaciones y espacios propios que reúnan a investigadores de lo reidero, en especial en Chile. Allí se

llevó a cabo, en 2017, el XVIII Congreso de esta sociedad internacional, pero también ese año se creó en ese país la Red de Investigación y Estudios del Humor (RIEH). En 2018, la RIEH organizó el *Primer Congreso Chileno de Humor* que tuvo sus siguientes ediciones en 2019 y 2020. En Brasil, en 2019, el *XXI Congresso de Estudos Literários*, organizado por la Universidad Federal de Espírito Santo, tuvo como tema central “O humor na Literatura”. También los estudios sobre las expresiones gráficas y audiovisuales del humor tienen un espacio regular en las jornadas y congresos sobre historieta como *Semana em Quadrinhos*, organizada por la Escuela de Comunicación de la Universidad Federal de Río de Janeiro, y las *Jornadas Internacionais de Histórias em Quadrinhos*, de la Escuela de Comunicación y Artes de la Universidad de San Pablo. En Argentina, un antecedente de este tipo fueron las tres ediciones de *Viñetas Serias. Congreso de historietas y humor gráfico* realizadas entre 2010 y 2014 y en Chile, *Dibujos que hablan. Encuentro de crítica, historia y estética de las narrativas dibujadas*, que desde 2015 realiza encuentros anuales.

Este libro es producto de las ya mencionadas *I Jornadas Internacionales de Estudios Sociales del Humor y lo Cómico* realizadas en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires en 2019 y del proyecto UBACYT (2018-2019) “La imagen cómica como espacio crítico bajo las dictaduras militares de Argentina y Chile”, dirigido por Mara Burkart. Reúne una selección de los trabajos allí presentados y textos de autores invitados, los cuales fueron evaluados bajo el sistema de doble ciego. El libro se organiza en cinco apartados temáticos: “Teorías del humor y lo cómico”, “Mediatización e hipermediatización de lo reidero”, “Sátira y humor político”, “Humor feminista”, “Estilos de lo reidero”.

“Teorías del humor y lo cómico” lo inicia Tomás Várnagy con un recorrido histórico por las principales concepciones de lo reidero en Occidente. Cómo Platón y la Biblia interpretaban lo reidero como una debilidad humana que

debía ser controlada y hasta peligrosa para la vida social. O cómo Aristóteles ya vislumbraba la incongruencia como fundamento del desenlace de la risa. Várnagy nos presenta los antecedentes históricos de las tres teorías principales que aún dominan la explicación de lo cómico y humor.

Bernárdo Suárez continúa con una mirada histórica la constitución del dispositivo enunciativo humorístico. Retomando postulados de Bajtín, observa cómo, a partir del Renacimiento, el dispositivo cómico que dominaba lo risible comienza a convivir con las cada vez más extendidas producciones humoristas que, durante fines del siglo XVI y principios del XVII, comienzan a conformar el *ethos* del humorista moderno. Suárez se concentra en él y nos describe cómo se emplaza en las obras Groucho Marx, Woody Allen y Jerry Senfield.

La indagación sobre el *ethos* humorístico continúa con el escrito de Cristian Palacios quien lo analiza en producciones argentinas. Palacios se ocupa de señalar lo fundamental que es atender a esa noción para conocer cómo se genera lo irrisorio y se adentra en las diferentes modalidades que adopta en las creaciones de Quino, Fontanarrosa y Lamborghini, entre otros.

El último artículo de esta primera sección es un exhaustivo análisis de Juan Alfonso Samaja sobre el vínculo de la transgresión cómica y el efecto de distanciamiento entre el personaje cómico y el espectador. El tema es revisado por Samaja desde la narratología y, desde allí, discute con autores clásicos, postulando que el distanciamiento cómico no sería una cuestión ontológica ni axiológica, sino epistemológica. Lo que tematizaría la estructura narrativa cómica es un problema de conocimiento en torno de lo normativo. Sobre la diferencia de este conocimiento se edificaría la distancia cómica: mientras el espectador conoce las normas imperantes, el personaje cómico las ignora.

El apartado “Mediatización e hipermediatización de lo reidero” cuenta con el privilegio de comenzar con un artículo de Oscar Steimberg, uno de los fundadores de los

estudios de lo reidero en Argentina. Steimberg se ocupa de un tema frecuentemente ignorado, pero fundamental para comprender la vida social de lo reidero: su mediatización. Prestar atención a este nivel de análisis implica complejos desafíos si se quiere aprovechar la distinción que elabora Freud, y otros autores, entre lo cómico y el humor, porque ellas fueron elaboradas en el intercambio cara a cara. Cuando el objeto de estudio es mediatizado, deben realizarse precisos ajustes teóricos que respeten las cualidades materiales de los discursos risibles. Steimberg se aboca a ese trabajo y elabora una exquisita distinción entre dos líneas de humor gráfico actual.

Continuando con la problemática de la mediatización, Mario Carlón explora cómo interviene lo risible en los nuevos procesos de circulación del sentido de las sociedades hipermediáticas, sociedades en las que ya no domina el sistema de medios masivos, sino que éste interactúa con el de los medios con base en Internet y la telefonía. Carlón observa que lo reidero genera saltos de escala y giros del sentido inesperados. Describiendo la circulación de las parodias de un *spot* de campaña de Sergio Massa, Carlón demuestra que el poder no se halla únicamente en los enunciadores, como suele pensarse, sino también en los discursos, y los discursos risibles parecen ser de los más poderosos en la interacción de los medios masivos y las redes sociales.

Sobre esta interacción se asienta la novedad de la que se ocupa Damián Fraticelli en el artículo que finaliza el apartado. El autor postula que nos encontramos en el inicio de una nueva era de la mediatización de lo risible. Para fundamentarlo, realiza una periodización de la mediatización de lo reidero atendiendo al dispositivo que se despliega en cada momento. Así discrimina tres momentos: el Humor mediático, el Mediatizado y el Hipermediático, que sería el que domina nuestra contemporaneidad. Sobre este último enfoca su análisis para establecer cuáles son sus propiedades principales.

El siguiente apartado, “Sátira y humor político”, lo inaugura Alberto Consuegra Sanfiel con un trabajo sobre las caricaturas publicadas en la revista cubana *Bohemia* entre 1935 y 1941, años de rápido deterioro de las relaciones interestatales. Consuegra analiza la transformación de la revista en una referencia del movimiento antifascista en la Isla y el papel que jugó la caricatura política y el choteo, práctica y modo de ser intrínseco del cubano de “no tomar nada en serio”.

A continuación, Martín Alejandro Vicente nos introduce en el humor gráfico de derecha de la revista argentina *El Burgués*, publicada durante el final de la autodenominada “Revolución Argentina” y el retorno del peronismo al poder en 1973 después de dieciocho años de proscripción. Vicente revela las formas en que una tradición marcada por el gesto doctrinario y las pautas sobrias se enriqueció al apelar a la risa para expresar su posicionamiento político liberal-conservador.

La caricatura y el humor político bajo la dictadura militar de Augusto Pinochet en Chile son abordados por los artículos de Mara Burkart y Diana Gómez. Burkart analiza los primeros retratos satíricos de Augusto Pinochet realizados por destacados humoristas chilenos y publicados en las revistas opositoras *Análisis*, *APSI* y *Cauce*, y su suplemento humorístico, “La Cacerola”, bajo el imperio mismo de la censura y el terror. Es a partir de reconocer el poder de esas imágenes satíricas que se explican las medidas de censura que prohíben su publicación en 1984. Gómez centra el análisis en el suplemento “Humor” de la revista *Hoy* que se editó brevemente en Chile entre mediados de 1987 y comienzos de 1988. El artículo explora el lugar y las características de lo reidero en las estrategias de disidencia, y los obstáculos que impidieron la emergencia de la prensa humorística independiente bajo la dictadura militar en Chile.

Paul Alonso analiza la revista chilena *The Clinic* y la argentina *Barcelona* en clave de lo que denomina infoentrenimiento satírico, un subgénero que parodia las noticias

y el periodismo que se ha convertido en un fenómeno en la comunicación política en muchas naciones durante las últimas décadas. Ambas publicaciones comparten la propuesta de desafiar los valores hegemónicos después de experiencias nacionales traumáticas como fue la dictadura militar en Chile y la crisis del 2001 en la Argentina, Alonso explora cómo estas publicaciones satíricas negociaron su espacio dentro del panorama mediático nacional a partir de características alternativas, oposicionales y tradicionales (o *mainstream*).

Octavio Aragão se sumerge en el debate sobre la representación de las tragedias por parte de los humoristas gráficos y los problemas de interpretación que acarrea. Aragão analiza los chistes realizados por el brasileño Chico Caruso con motivo del atentado de Rio Centro en 1981, cuando Brasil estaba regido por la dictadura militar, y de la tragedia de la discoteca Kiss de Santa Maria en 2013, durante el gobierno de Dilma Rouseff.

Si hasta el momento los trabajos sobre sátira y humor político han tenido como unidades de análisis a la prensa diaria y periódica, Mónica Kirchheimer nos introduce en el campo de la animación. El artículo nos ofrece un recorrido histórico por ese lenguaje, hasta llegar a la animación contemporánea donde centra el análisis en *Tino y Gargamuza* y en *Gente Rota*, y en las formas que cada uno tiene de problematizar la realidad, con especial énfasis en lo social y lo político.

Por último, Karina Santos Lara y Lilian Hernández Riquelme nos vuelve a Chile, pero al Chile contemporáneo y movilizado contra su presidente Sebastián Piñera y el legado dictatorial. Las autoras estudian los dominios de transgresión cómica-humorística expresados en una selección de carteles alusivos al presidente chileno como instancias y gestos poéticos de resistencia y liberación simbólica.

El apartado “Humor feminista” reúne los artículos de Maria da Conceição Francisca Pires y Mariana Avilano. Pires analiza el diálogo entre el humor gráfico y las

cuestiones discutidas por los grupos feministas durante el período de efervescencia de la Segunda Ola Feminista en el periódico brasileño *Nós Mulheres* (1976-1978) y en la revista argentina *Persona* (1974-1983). Estas publicaciones no sólo fueron pioneras en lo que se refiere a presentar a sus lectoras una producción gráfica y artística hecha específicamente por mujeres, sino que reflexionaron sobre la perpetuación de los estereotipos sobre las mujeres y, más específicamente, del estigma sobre las feministas. Mariana Avilano nos introduce en el humor feminista en clave de comedia *stand up* al analizar el caso de *Persona*, el ciclo encabezado por Charo López, Malena Pichot, Vanesa Strauch y Ana Carolina. El artículo revisa las estrategias reideras que utilizan dichas comediantes para aludir críticamente a las ideas dominantes sobre el feminismo y su agenda política mediante la adopción de un modo humorístico provocador. En esta dirección, su artículo revisa críticamente categorías tales como “humor feminista”, “humor por/para mujeres” y “humor femenino”, para luego proponer inscribir a *Persona* dentro de lo que Joanne Gilbert denominó “humor marginal”.

El último apartado, “Estilos de lo reidero”, lo conforman un conjunto de trabajos dedicados a describir modos de fomentar la risa. Comienza con un estudio de Laura Cilento sobre Lenny Bruce con el fin de capturar la novedad y complejidad que tuvo el *stand up comedy* en su momento inaugural a fines de la década del cincuenta. Bruce, poeta improvisador, experimentó con las tensiones entre el arte y la vida, la oralidad y la escritura, el personaje y el autor, lo permitido y lo condenado. Así, fue estableciendo un modo de hacer que, según Cilento, condicionó la forma que adoptó el género en producciones posteriores.

Florencia Casanova también se dedica a otro artista del *stand up*, pero contemporáneo y argentino, Pablo Cordonet. Mediante entrevistas y observaciones participantes, Casanova deconstruye una forma del género que se define en su identificación con un modo de vida del conurbano

bonaerense. Por los motivos y conocimientos que demandan, las obras de Cordonet invitan a compartir una experiencia risible colectiva sostenida en una convivencia anclada a un tiempo y un espacio particular, el del barrio que se habita.

Abandonando el teatro y llevándonos al cine, Fabio Fidanza se ocupa del pasaje de la comedia picaresca a la familiar de Alberto Olmedo y Jorge Porcel, dos de las estrellas cómicas más importantes de Argentina. Postulando a *Te rompo el rating* (1981) como la película que evidencia esa transición, Fidanza analiza las transformaciones en la figuración de los actores, los procedimientos risibles, la estrategia publicitaria empleada y cuál fue la respuesta de la crítica. De esa manera, instituye una observación que atiende a diversas dimensiones en pos de capturar la fundación de uno de los estilos más exitosos de la historia de las comedias argentinas.

Lucía Aíta, por su parte, se ocupa de un caso que integra un objeto de extensa vida social, pero es poco estudiado: lo risible infantil. La autora analiza la revista argentina *HUMI*, publicación que se editó durante la transición democrática y significó, como lo demuestra Aíta, una *rara avis* dentro de las revistas infantiles argentinas. Con una estética novedosa, un tratamiento horizontal hacia sus lectores y una postura vanguardista en políticas de géneros para la época, *HUMI* cuestionó el orden establecido por los militares para instituciones como la familia y la escuela, elaborando un estilo risible más ácido y crítico que el que se ofrecía en aquel entonces para el público infantil. Esto le generó un colectivo de seguidores que, aunque fieles, no pudieron evitar su temprana clausura por el fuerte rechazo de padres y la censura en las escuelas. Aíta nos invita a hacer un recorrido por esta publicación que se propuso no subestimar a sus pequeños lectores.

Finalmente, el apartado termina con la investigación de Amadeo Gandolfo sobre los vínculos que existieron entre la historieta humorística argentina, chilena y mexicana entre

1945 y 1968. Gandolfo se concentra en analizar cuatro reconocidas publicaciones, *Rico Tipo*, *Pobre Diablo*, *El Pingüino* y *Los Supermachos* para probar que, históricamente, la historieta contó con un carácter marcadamente transnacional que, aunque tuvo sus tensiones, implicó pasajes de estilos y pastiches que dieron lugar a renovaciones nacionales de los modos de hacer humor desde la gráfica.

De esta manera, concluye nuestro panorama de investigaciones sobre lo cómico y el humor. Panorama que esperamos colabore a incentivar el diálogo y la producción de nuevos estudios sobre lo reidero, porque difícilmente podamos comprender la vida social si lo ignoramos como objeto de análisis. Aunque dicen que uno arruina los chistes cuando los explica, no hay nada más fascinante que explorar y desentrañar sus mecanismos y las reacciones que generan, identificar a sus productores y aquello que es risible según sus coordenadas espaciotemporales, en definitiva, dar cuenta del cruce particular entre naturaleza y cultura que se da en la risa.

1. Teorías de lo cómico y el humor

Filosofía y humor

TOMÁS VÁRNAGY

El escritor estadounidense Ambrose Bierce, en su satírico *Diccionario del diablo*, definió a la filosofía como “un camino de muchos ramales que conduce de ninguna parte a la nada”; y el filósofo austriaco Ludwig Wittgenstein afirmó que “una obra seria de filosofía podría escribirse en base a chistes”. Si bien es difícil encontrar una buena aproximación al significado de “filosofía”, más difícil aún es tratar de definir al humor. En este trabajo haremos un breve intento de mostrar algunas posturas filosóficas acerca del humor, lo cómico, el chiste y la risa.

Aristóteles, que definió al hombre como un “animal político” en su *Política*, también lo definió, en *De partibus animalium*, como “el único animal que ríe”; el niño ríe recién a los cuarenta días de su nacimiento y es en ese momento, para el Estagirita, en que se convierte en un ser humano. Reír es propio del hombre, la risa es parte de la condición humana, pero no se trata de la risa histérica o la del bebé, sino la risa como respuesta a un chiste, lo gracioso, lo cómico, lo ridículo, lo humorístico. La cuestión acerca del humor, la risa y los chistes ha preocupado a muchos pensadores desde Platón hasta nuestros días y ha sido considerado un tema filosófico por excelencia.

Lo cierto es que resulta muy difícil cualquier tipo de definición porque el humor, lo cómico o un chiste son, hasta cierto punto, inexplicables. La literatura acerca de estos temas es vasta pero poco satisfactoria para responder algunas de las cuestiones básicas acerca de estos fenómenos ya que no existen respuestas concluyentes para ellos.

Uno de los grandes temas acerca del humor y los chistes es si contribuyen al orden social, a la cohesión y el

control, o es la expresión de un conflicto, incitando a la resistencia, insultando, ridiculizando o satirizando a otros. En este sentido, el humor también puede ser un arma, una forma de ataque y un medio de defensa; el humor tiene un potencial subversivo, y se ha argumentado que tales armas de los débiles pueden ser importantes al hacer que la gente reflexione críticamente sobre su situación, le permita expresar hostilidad en contra de aquellos en el poder, pueda crear un espacio alternativo de resistencia, e incluso le dé a la gente el coraje para tomar acciones más concretas (véase Várnagy, 2016).

Es posible que el humor no lleve necesariamente a la rebelión y a la revolución política, pero indudablemente abre un espacio discursivo que hace posible hablar de aquellos asuntos que, de otra manera, son silenciados o directamente no cuestionados; para George Orwell, los chistes son “diminutas revoluciones”. Los grandes pensadores, desde Platón hasta nuestros días, han dicho y pensado algo acerca del humor y nos han dejado elementos para ir armando una estructura que nos sirve para analizar la cuestión que nos atañe.

Biblia

Resulta interesante advertir que no encontraremos algo cómico en la Biblia, sea en el Antiguo o en el Nuevo Testamento, y notamos inmediatamente que al Dios judeocristiano le falta sentido del humor. Dios se ríe únicamente como desprecio, nunca como mera diversión, y cada vez que se menciona la risa de los enemigos, se sigue la matanza de ellos. En el *Antiguo Testamento* hay veintinueve referencias a la risa, de las cuales trece están relacionadas con el desdén, la burla, el escarnio y el desprecio, y solamente en dos referencias la risa nace del gozo o la alegría. En el *Segundo Libro de los Reyes* encontramos a unos jóvenes que

se burlaban del profeta Elías gritando: “¡Calvo, sube! ¡Calvo, sube! Y mirando él atrás, los vio, y los maldijo en el nombre de Jehová. Y salieron dos osos del monte, y despedazaron de ellos a cuarenta y dos muchachos” (II Reyes, 2, 23-24).

El tipo de risa más común que encontramos en la Biblia es la risa irresponsable e irracional de los necios, siendo lo contrario del necio que ríe la persona sabia y seria; por ello es que “el corazón de los sabios está en la casa del luto, mas el corazón de los insensatos, en la casa en que hay alegría”, y “mejor es oír la reprensión del sabio que la canción de los necios” (*Eclesiastés*, 7, 4-5). En los *Evangelios*, Jesús en su *Sermón de la Montaña* consideraba que la risa podía esperar: “Bienaventurados los que ahora tenéis hambre, porque seréis saciados. Bienaventurados los que ahora lloráis, porque reiréis”, y agregó: “¡Ay de vosotros, los que ahora reís! Porque lamentaréis y lloraréis” (*Lucas*, 6, 21-25).

Platón

Tradicionalmente se considera a Tales de Mileto como el padre de la filosofía y se cuenta una anécdota de él que es una de las versiones más antiguas del filósofo distraído y una especie de primer gran chiste. Platón cuenta la historia de Tales quien, estudiando los astros, “se cayó en un pozo al mirar hacia arriba, y se dice que una sirvienta tracia, ingeniosa y simpática, se burlaba de él, porque quería saber las cosas del cielo, pero se olvidaba de las que tenía adelante y a sus pies” (*Teeteto*, 174a). No es casual que la sirvienta fuese tracia, pues es la tierra de donde supuestamente proviene el culto a Dionisio, con lo cual esta pequeña anécdota confronta al filósofo con el comediante, a lo apolíneo con lo dionisiaco.

El pensamiento occidental sobre el humor y la risa comienza, como en tantas otras cosas, con Platón, que cree que nos reímos por un vicio, especialmente la ignorancia

en gente relativamente sin poder: nuestra diversión es una especie de malicia hacia tales personas y este tipo de situación es una emoción en la que tendemos a perder nuestro control racional, por lo cual es bastante crítico y hará objeciones a todo aquello que pueda descontrolarnos.

En su primera objeción a la risa estima que es “inadmisible presentar a hombres dignos de respeto dominados por la risa, y mucho menos a los dioses” (*República*, 389a); además, encuentra que no es conveniente que los jóvenes sean propensos a ella, ya que “una risa violenta trae generalmente consigo una violenta alteración del ánimo” (*República*, 388e). La segunda objeción de Platón a la risa es debido a que reímos de los males en otras personas porque somos ignorantes acerca de nosotros mismos. En el diálogo *Filebo*, Platón nos cuenta que nos reímos de gente que se cree más rica, bella, virtuosa o sabia de lo que realmente es. Si bien la risa nos hace sentir bien, nuestro placer está causado por la malicia, un “dolor del alma”, siendo esencialmente antisocial y cruel. Este tipo de risa es muy importante para los griegos, pues ven en ella el origen de la comedia y la tragedia: cuando le sucede a los poderosos, es trágico y detestable; en los débiles, es cómico y risible.

El *Filebo* es el estudio más importante de Platón sobre la risa, y ese debate sigue siendo el *locus classicus*, el ejemplo paradigmático para entender por qué nos da placer el infortunio de otros, *Schadenfreude* en alemán (compuesta por *Schaden*, adversidad, daño, y *Freude*, alegría), que designa el sentimiento de alegría creado por el sufrimiento o la infelicidad del otro. En español se traduce como regodeo o regocijo, definido por la Real Academia Española como complacerse maliciosamente con un percance o apuro que le ocurre a otra persona. Esta postura nos proporciona la afirmación más vigorosa acerca de la risa que tenemos de la antigüedad, y nos explica cómo las emociones pueden subvertir la corrección y el decoro.

Finalmente, la tercera objeción de Platón a la risa está relacionada con su preocupación por la posibilidad de que,

al reírnos de los vicios de la gente en la comedia, estos vicios puedan rozarnos. Ya sabemos que las comedias están llenas de mentirosos, hipócritas, borrachos y lascivos y la pregunta es ¿cuánto tiempo podemos leer o mirar estas obras y mantener intactas nuestras virtudes? Dadas todas estas objeciones, no es de sorprender que cuando Platón se imaginaba su república ideal lo hacía censurando o prohibiendo las comedias pues la risa es una emoción que tiende a hacernos perder el control racional sobre nosotros mismos. A los jóvenes no hay que darles malos modelos, razón por la cual es lícita la censura y la mentira.

El miedo de Platón ante la posibilidad de burlarse de todo lo establecido lo mueve a producir las leyes que regulan la comedia en su república ideal, pues “lo que ahora todos denominamos comedia, debe quedar establecido así por la ley y la norma” (*Leyes*, 816e-817a). En este sentido, las manifestaciones artísticas que se permitirían en la república de Platón, se asemejarían al arte del realismo socialista de la Unión Soviética.

Aristóteles

Si bien Aristóteles no recomienda suprimir la risa, pues tiene una actitud mucho más positiva hacia el humor que su maestro, considera que la mayoría de las personas exageran las bromas y la risa; el ideal moral es el *mesotes*, la “mediedad”, es evitar los extremos, por exceso, del bufón y, por defecto, del patán o rústico. Debido a la valoración negativa de la risa en la antigüedad, Aristóteles fue un adelantado al encontrarle el lado positivo al humor y la comedia.

Como toda su teoría ética está basada en el término medio entre un exceso y un defecto, aquí también se aplica esta medida, y el ser intermedio pertenece al tacto y al decoro. La virtud de usar apropiadamente el humor, en el momento y lugar adecuado, es la *eutrapelia* o ingenio (o

agudeza). Aristóteles distingue entre el hombre libre y educado y el hombre servil y sin educación; y estas diferencias pueden verse en las comedias antiguas y las nuevas: “pues, en las primeras, lo cómico era el lenguaje obsceno, y en las segundas la suposición; estas cosas difieren no poco en relación con el decoro” (*Ética Nicomaquea*, 1128a).

El hombre libre y educado es el que sabe reír, pues posee la actitud “correcta”, el punto medio hacia el humor, mientras que el bufón es un esclavo de la risa. Así, vemos una distinción entre lo adecuado y lo inadecuado que solamente ciertos ciudadanos son capaces de diferenciar, con lo cual sería posible separar lo permitido y lo no permitido, dando lugar así a la prohibición de ciertos chistes: “la burla es una especie de insulto y los legisladores prohíben ciertos insultos; quizás deberían también prohibir ciertas burlas” (*Ética Nicomaquea*, 1128a).

Los jóvenes “son amantes de la risa y, por ello, también de las bromas [*eutrapelia*]; pues, efectivamente, la broma es una desmesura [*hybris*] en los límites de la educación” (*Retórica*, 1389b). La comedia es un arte basado en la risa y el humor, y en la *Poética* menciona un libro sobre la comedia, pero ese libro está hoy perdido. Es el famoso Libro II, donde escribe Aristóteles: “Más adelante hablaremos del arte mimético en hexámetros y de la comedia” (*Poética*, 1449b, 22-23); también lo menciona en la *Retórica*: “Sobre lo risible hemos tratado, no obstante, por separado en los libros sobre la *Poética*” (1372a, 1-2).

Aristóteles insinuó la teoría posterior de que la risa es una reacción a muchos tipos de incongruencias, y no solamente relacionadas a defectos humanos. En la *Retórica* menciona que “la risa causa placer [...] ya se trate de hombres, discursos u obras” (1371b; 1372a). Más adelante considera que se puede obtener una risa cuando el orador da lugar a ciertas expectativas en la audiencia y luego los sacude con “cosas inesperadas” (1412a, 27), y da el ejemplo de una comedia desconocida donde la “cosa no es, en efecto, como el oyente la suponía: *Caminaba él, teniendo en sus*

pies [estando calzado con]... *sabañones*" (*Retórica*, 1412a, 32), cuando se esperaba que diga "sandalias".

Entonces, en Aristóteles encontramos el origen del humor no solamente en un sentimiento de superioridad sobre los defectos de los otros sino, además, en ciertas incongruencias o cosas inesperadas. La importancia histórica del pensamiento platónico y aristotélico en la teoría del humor no puede ser exagerada ya que, por ejemplo, establecieron la oposición comedia-tragedia que ha determinado al pensamiento teórico sobre el humor por más de veinte siglos.

Medioevo

Ya vimos que en la Biblia no encontramos risa o humor. Los escritores cristianos como Tertuliano condenaban a la risa *per se*, y el Medioevo se caracterizó por una seriedad petrificada y congelada, con la humanidad hundida en el miedo, el temor y la humildad. Ni los autores de la patrística o la escolástica tenían mucho que decir acerca del humor y la risa, ya que la tarea propia del cristiano era llorar por los pecados en este mundo y prepararse para las alegrías en el otro.

En la Edad Media surge un control de la risa por parte de la Iglesia, cuya actitud estaba sintetizada en el ya mencionado texto del *Eclesiastés*, (7, 4), "El corazón de los sabios está en la casa del luto; mas el corazón de los insensatos, en la casa del placer". El cristianismo primitivo condenaba la risa: Tertuliano, Cipriano y San Juan Crisóstomo atacaron el mimo, la risa y las burlas, que no provienen de Dios, sino que son una emanación del diablo: "el cristiano debe conservar una seriedad *permanente*, el arrepentimiento y el dolor para expiar sus pecados" (Bajtín, 1994, p. 71).

La novela de Umberto Eco, *El nombre de la rosa*, trata de una serie de asesinatos en un monasterio italiano en el año 1327, causados por un libro envenenado, el libro segundo de la *Poética* de Aristóteles, como vimos presuntamente perdido en la Edad Media, que trataba sobre la risa, el humor y la comedia. Puede verse aquí el temor causado por ciertos libros “que contienen mentiras” (Eco, 2003, p. 43) y son usados por el Anticristo en su tarea de poner al universo patas arriba “mostrando al mundo al revés de lo que debe ser” y convirtiendo a la obra maestra de la creación “en objeto de risa”, invertido y “opuesto al que Dios ha establecido” (Eco, 2003, pp.85-86).

La visión de Tomás de Aquino, si bien estaba familiarizado con las objeciones a la risa y al humor, reflejaba la de Aristóteles: los seres humanos son criaturas que necesitan descansar, y el juego y el humor permiten hacerlo. En otras palabras, para Tomás el juego y el humor son necesarios para la vida humana, siempre y cuando sean mesurados: también está de acuerdo con Aristóteles al considerar que la falta de humor es un vicio. Pese a su perspectiva positiva acerca del humor, Tomás admite que el humor se asocia a veces con actividades morales censurables citadas por las críticas tradicionales de los pensadores cristianos.

La evaluación de Tomás de Aquino acerca del humor y la risa hacen un marcado avance en contraste con la negativa postura anterior, señalando que, si bien puede estar asociado a la obscenidad, la hostilidad y la irresponsabilidad, no necesariamente tiene que estarlo. En este sentido, Tomás hace, al igual que su maestro Aristóteles, una valorización relativamente positiva del humor y la risa.

Renacimiento

Durante el Renacimiento, en el curso de la lucha en favor de una nueva cosmovisión y la destrucción de la jerarquía medieval, aparece un autor como François Rabelais (1494), con su *Gargantúa y Pantagruel*, cuyo contacto con el folclore y las clases populares, como también su sentido del progreso en la cultura, la tecnología y la ciencia, lo equiparon singularmente para atacar el corpus de la escolástica medieval, que representaba todo lo antiguo. Rabelais utilizó constantemente el procedimiento folklórico tradicional de la ‘jerarquía invertida’, del ‘mundo al revés’.

El filósofo del lenguaje, Mijaíl Bajtín, consideraba que “los espíritus progresistas del Renacimiento participaban directamente de esta cultura, y ante todo en su aspecto de fiesta popular y de carnaval”, de un carnaval que “liberaba la conciencia del dominio de la concepción oficial” con una mirada perfectamente crítica y con la fuerza invencible del pueblo, que sentaba los fundamentos de una nueva concepción del mundo, y es lo que él entiende por “carnavalización del mundo”, esto es, “la liberación total de la seriedad gótica a fin de abrir la vía a una seriedad nueva, libre y lúcida” (Bajtín, 1994, p. 246).

Así, los autores del Renacimiento pudieron ver al mundo con la convicción de la necesidad y posibilidad de un cambio y de una renovación radical de todo el orden existente. Bajtín (1994), en el primer capítulo de su obra, “Rabelais y la historia de la risa”, muestra que lo cómico destruye al poder, ya que la risa no solamente es terapéutica sino también una fuerza liberadora. La risa liberadora y revolucionaria de la plaza recién se convierte en un producto ideológicamente elaborado en la literatura con la obra de Rabelais, en un proceso que se preparó a lo largo de la Edad Media y que alcanzó su apogeo en el Renacimiento.

Thomas Hobbes

La teoría de la risa como sentimiento de superioridad, que comenzó con Platón y Aristóteles, se desarrolló más sólidamente con Thomas Hobbes. Desde su perspectiva, los seres humanos en un hipotético estado de naturaleza son egoístas y están en una lucha constante por el poder, y en esta lucha el fracaso de nuestros competidores es equivalente a nuestro éxito. Por esta razón es que observamos constantemente los signos de que estamos mejor que otros o, lo que es lo mismo, que los otros están peor que nosotros.

La risa no es más que la expresión de nuestra “gloria súbita” [*sudden glory*] cuando nos damos cuenta de que, de alguna manera, somos superiores a otros. En el capítulo VI del *Leviatán*, Hobbes explica nuestra fascinación por los deformes como un sentimiento de nuestro propio bienestar:

El *entusiasmo repentino* [*sudden glory*]¹ es la pasión que mueve a aquellos gestos que constituyen la RISA [mayúscula en el original]; es causada o bien por algún acto repentino que a nosotros mismos nos agrada, o por la aprehensión de algo deforme en otras personas, en comparación con las cuales uno se ensalza a sí mismo. Ocurre esto a la mayor parte de aquellos que tienen conciencia de lo exiguo de su propia capacidad, y para favorecerse observan las imperfecciones de los demás. Por tanto, la frecuencia en el reír de los defectos ajenos es un signo de pusilanimidad (Hobbes, 1980, p. 46).

El placer y la satisfacción provocada por la risa provienen a expensas de algún otro menos afortunado que nosotros, porque nos damos cuenta que estamos mejor y nos hace sentir superiores. La gente pequeña y los inseguros son los que ríen más fuerte, mientras más chico sea el ego más fuerte será la risa de la burla. Por otro lado, la

¹ *Sudden glory* se ha traducido como “gloria súbita”, “gloria repentina” y, también, como “entusiasmo repentino”.

risa se convierte en algo ofensivo y amenazante para los que tienen alguna autoridad, por eso Hobbes concibe a la risa relacionada con el poder, explicándola a través de la rivalidad social.

Los hombres se involucran en la guerra para lograr más riquezas, poder y honores, y este estado de guerra es el natural para el ser humano, siendo que se lucha por tres razones principales: la competencia, la desconfianza y la gloria. Y se trata de “una condición o estado que se denomina guerra; una guerra tal que es la de todos contra todos” (Hobbes, 1980, p. 102), y en esta guerra la risa es una poderosa arma pues se trata de la carcajada del más fuerte, que marca a aquel que tiene el poder. Los hombres se convierten en lobos para competir, sobrevivir y derrocar a los otros, siendo la risa una forma de degradar a los otros desde el poder y “mostrar los dientes” como lobos.

Immanuel Kant

El primer libro en el que aparece de manera más o menos acabada la teoría de la incongruencia es en la obra de Immanuel Kant sobre la estética, *Crítica del juicio*, en el que propone una teoría de los chistes que puede ser considerada una teoría general del humor, donde aparece una especie de hipótesis de la incongruencia, aunque enfatiza el aspecto físico de la diversión más que el mental.

Al escuchar un chiste, afirma Kant, desarrollamos una cierta y tensa expectativa de cómo será el resultado; entonces, después del remate, nuestras expectativas desaparecen y quedan en la nada. La risa proporciona un deleite animado y se trata de un estremecimiento corporal que da una “sensación de salud que proporciona el movimiento de las vísceras” y el diafragma siendo que el efecto de ese relajamiento se siente en el cuerpo gracias a la vibración de los órganos, “que fomenta el restablecimiento de su equilibrio

y tiene un efecto bienhechor sobre la salud” (Kant, 1961, pp. 177-178).

Un chiste que cuenta Kant trata de un indio que está en la mesa de un inglés y ve abrir una botella de cerveza de la cual sale mucha espuma, manifestando su gran admiración con muchas exclamaciones y a la pregunta del inglés responde: “Si no me admiro de que la hayan sacado, sino de cómo pudieron meterla adentro”. Nos reímos y sentimos un regocijo de todo corazón no porque nos sintamos superiores al indio, “sino porque nuestra expectación era tensa y de repente quedó reducida a la nada”. La misma situación se da, nos cuenta Kant, cuando el heredero de un pariente rico quiere organizarle un acompañamiento muy solemne para el féretro y se queja de que no le sale bien su propósito pues dice que “cuanto más dinero doy a los plañideros para que adopten aires de aflicción, más contentos se ponen” (Kant, 1961, p. 178).

En otro relato de Kant, un comerciante que, regresando de las Indias a Europa con toda su fortuna en mercancías, se vio obligado a echarlo todo por la borda a causa de una gran tempestad, lo cual lo afligió de tal modo que en la misma noche se le encaneció la peluca. En todos estos casos, el chiste “debe contener siempre algo que por un instante pueda engañar” en un alternativo y rápido vaivén de tensión y relajamiento. En otras palabras, en el buen entendimiento, “humor significa el talento de ponerse voluntariamente en cierta disposición de ánimo en que todas las cosas se juzgan de modo muy distinto (y aun opuesto) que de ordinario” (Kant, 1961, p.178 y 181).

Sigmund Freud

Para Sigmund Freud “la risa es un fenómeno de la descarga de excitación anímica” (Freud, 1986, p. 139). La risa es como una liberación del constreñimiento, es una suerte de “libre

descarga” de la sumatoria de energía psíquica; quien se ríe lo hace con el monto de energía psíquica liberado por la cancelación de la investidura de inhibición. En otras palabras, la risa se produce cuando la energía empleada en la inhibición “ha devenido de pronto superflua al producirse la representación prohibida siguiendo el camino de la percepción auditiva, y por eso está pronta a descargarse a través de la risa” (Freud, 1986, p. 142). El humor es, entonces, una descarga, un alivio que permite la expresión de tensiones sexuales y agresivas de una manera socialmente aceptable siendo una especie de máscara de esos impulsos inaceptables.

Freud distingue tres tipos de situaciones que motivan a la risa: el chiste (*der Witz*), lo cómico, y el humor; en cada uno de ellos la energía mental se acumula para un propósito psicológico, hay un ahorro de energía psíquica, energía superflua que se descarga en los movimientos musculares de la risa. Para Freud la satisfacción que da un chiste es una fuente de placer y “esa ganancia de placer corresponde al gasto psíquico ahorrado” y ese ahorro en gasto de inhibición o sofocación “parece ser el secreto del efecto placentero del chiste” (Freud, 1986, pp. 114-115). Es decir, contar chistes o bromear sirve como una válvula de escape de sentimientos y pensamientos prohibidos, y cuando expresamos lo que usualmente está inhibido, la energía de la represión es liberada en la risa. Al hacer chistes, de acuerdo a Freud, expresamos sentimientos hostiles o sexuales que normalmente estarían reprimidos, decir chistes es como soñar, manifestar esos sentimientos a nivel consciente.

La energía guardada aquí es la energía de la emoción: como ejemplo, Freud cuenta la historia de Mark Twain sobre su hermano que trabaja en la construcción de caminos. Una carga explosiva lo vuela por el aire y lo que sentimos por él es lástima y preocupación. Pero el final de la historia de Twain es que al hermano no le pagan por el tiempo que estuvo en el aire “ausente de su lugar de trabajo”. Al escuchar este giro inesperado, nos damos cuenta que no

se esperaba de nosotros ni lástima ni preocupación, de tal manera que la energía psíquica que habíamos preparado para emociones compasivas es descargada en la risa.

La sociedad tiene reglas que prohíben muchas formas de sexualidad o violencia, con lo cual se acumula la energía nerviosa. Esa energía puede ser descargada con la risa, razón por la cual –de acuerdo con Freud– los dos principales tipos de chistes son los relacionados al sexo y la violencia. Freud relaciona la descarga del individuo de sus pensamientos prohibidos, inhibiciones y ansiedades con el humor negro, “humor patibulario”, *Galgenhumor* o *gallows humor*, el caso “más crudo de humor”. Los chistes inocentes no sirven para un fin determinado, mientras que los chistes tendenciosos (que pueden ser obscenos, agresivos, cínicos o escépticos) tienen la función de ventilar pensamientos socialmente inaceptables, con dos propósitos principales: o es un chiste hostil (que sirve para agredir, satirizar o defenderse) o es un chiste obsceno (sirve para exponer). Los chistes tendenciosos producen placer y satisfacción ya que se ahorra “energía psíquica” al no tener que reprimir pensamientos y ansiedades inaceptables y levantar inhibiciones internas. Al mismo tiempo, al expresar sentimientos hostiles, el chiste también ofrece libertad psíquica ya que se permite la expresión desinhibida de hostilidad; y, además, la risa provee un alivio para la energía mental ya que ofrece una homeóstasis luego de la tensión (Freud, 1996, p. 91).

Tres teorías sobre el humor

Obviamente realizamos una selección y un recorte de autores, algunos de los cuales son considerados centrales para la comprensión de la risa, el humor, lo cómico y los chistes. Casi todos entendemos intuitivamente lo que es la risa y el humor, aunque existen innumerables interpretaciones y posiciones que buscan explicar su esencia, desde los clásicos

hasta nuestros días. La naturaleza “poco seria” del humor y la risa es –quizás– una razón por la cual no han sido de gran interés para el estudio sistemático, el análisis filosófico o la investigación científica.

En la literatura especializada hay más de cien teorías documentadas acerca del humor y la risa, pero simplificaremos el tema reduciéndolas a las tres principales y tradicionales: la de la *superioridad* (hostilidad, agresión o menosprecio), que encontramos en Platón, Aristóteles y Hobbes; la de la *incongruencia* (la risa como respuesta a algo fuera de lugar, ambivalencia, contraste o disociación) en Kant; y la *descarga* (alivio, sublimación o liberación de la tensión nerviosa) en Freud. Las líneas divisorias no son rígidas y en muchos casos hay una clara superposición de elementos.

Desde una perspectiva política, este tipo de humor se refiere a las debilidades y fallas de personas en el poder, que han sido artificialmente elevadas o injustamente puestas encima nuestro; es como tirar de la alfombra que está bajo sus pies para hacerle perder su pomposidad o mostrar que el rey está desnudo. Los florecientes chistes clandestinos en sociedades opresoras y autoritarias remarcan los percances más ‘humanos’ de gente famosa”. Un muy buen ejemplo es el filme de Charles Chaplin *El gran dictador* (1940), que ridiculiza a Adolf Hitler.

Para concluir, pese a todo lo que han escrito los grandes pensadores desde Platón hasta nuestros días, la cuestión de qué es el humor sigue siendo problemática. La tendencia actual es colocar las explicaciones en alguna de las tres tradiciones teóricas, que intentan explicar el fenómeno en términos de superioridad, incongruencia o descarga de energía; aunque, en muchos casos, existe una combinación de algunos de ellos para explicar las manifestaciones humorísticas. Pero seamos cuidadosos en cuanto a la terminología cuando debatimos estas tradiciones: humor, chiste, cómico y risa tienden a unirse, mezclarse, fusionarse o separarse según quién trate estos temas.

Bibliografía

- Aristóteles (2007). *Ética nicomáquea*. Madrid: Gredos.
- Aristóteles (2002). *Poética*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Aristóteles (2007). *Retórica*. Madrid: Gredos.
- Aristóteles (1911). *De partibus animalium*. Oxford: Clarendon Press.
- Bajtín, M. (1994). *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de Francois Rabelais*. Buenos Aires: Alianza.
- Bierce, A. (2011). *Diccionario del diablo*. Buenos Aires: Alianza.
- Eco, U. (2003). *El nombre de la rosa*. México: Debolsillo.
- Freud, S. (1986). El chiste y su relación con lo inconsciente. En S. Freud, *Obras completas*, Volumen 8. Buenos Aires: Amorrortu.
- Hobbes, T. (1980). *Leviatán*. México, Fondo de Cultura Económica. La edición inglesa utilizada es la de Penguin, 1968.
- Kant, I. (1961). *Crítica del juicio*. Buenos Aires: Losada.
- Orwell, G. (1969). Funny, but not Vulgar. En Orwell, S. & Ian Angus (Eds.) (1969). *The Collected Essays, Journalism, and Letters of George Orwell*. Vol. 3: *As I Please, 1943-1945*. (pp. 547-553). New York: Harcourt, Brace & World.
- Platón (2007). *Filebo, Teeteto, Leyes et al.* En *Diálogos*. Madrid: Gredos.
- Platón (1980). *República*. Buenos Aires: EUDEBA.
- Rabelais, F. (1944). *Obras completas*. Buenos Aires: Anaconda.
- Várnagy, T. (2016). "Proletarios de todos los países... ¡Perdonadnos!" o sobre el humor político clandestino en los regímenes de tipo soviético y el papel deslegitimador del chiste en Europa central y oriental (1917-1991). Buenos Aires: EUDEBA.

El decir humorístico

Una aproximación a las cuestiones enunciativas en las prácticas discursivas del humor

BERNARDO SUÁREZ

En el presente trabajo nos proponemos detenernos en un punto de pasaje según el cual y siguiendo a Bajtín (2003), se produce un quiebre y la transformación de la risa popular asociada a la cultura carnavalesca de la Edad Media, al humor de características satíricas que se desarrolla a partir del Renacimiento. Es importante destacar a priori dos cuestiones; la primera: toda transformación es un proceso que se desarrolla a lo largo del tiempo, a veces con características observables, otras no tanto. En determinado momento, finalmente, hace eclosión. Esta forma de entender, en este caso las expresiones estéticas de lo risible permiten dar cuenta, como señala oportunamente Bajtín, de la presencia en las formas del carnaval de elementos que provienen de etapas anteriores (los saturnales romanos, los bacanales, la comedia antigua griega, etc.). La segunda cuestión: nuestro interés particular nos lleva a enmarcar este trabajo en una línea de investigación que venimos desarrollando acerca de los dispositivos de lo reidero (Suárez, 2013; 2018; 2019); es decir que se inscribe en la caracterización que, dentro de la Teoría de los discursos sociales, Verón (2004) denomina *dispositivo de enunciación*. De este modo, entendemos que esa transformación resulta de un fenómeno reticular de articulación que da forma a la configuración de lo decible y lo visible, emergente propio de un momento histórico y social,

al que Foucault primero y Deleuze luego, llaman *dispositivo* (Foucault, 1976; Deleuze, 1999, 2008).

Sostenemos, de forma provisional, que el paso se produce desde una configuración que presenta como emergente un dispositivo de lo reidero cercano a las características de lo cómico a un dispositivo más próximo a las especificidades de lo que se designa como humorístico. Una aclaración importante: ese pasaje no significa la abolición del dispositivo anterior sino su convivencia; aunque, como señala Bajtín (2003), a partir del Renacimiento será la segunda configuración la predominante. Este dispositivo humorístico aparece con mayor profusión en algunas obras en el período histórico denominado “Modernidad” (fines del siglo XVI, principios del XVII), en las que se observan entre sus características: el aspecto satírico, la ironía y el recurso de la picaresca. Como ejemplos podemos mencionar las comedias desarrolladas por Ben Jonson y Shakespeare a inicios del siglo XVII. Y, en el campo de la literatura: *Una modesta proposición* (1729) de Jonathan Swift, *Tom Jones* (1749) de Henry Fielding, *Vida y opiniones del caballero Tristram Shandy* (1767) de Laurence Sterne, y los cuentos de Nikolái Gogol, como *La nariz* (1836) o *El Capote* (1842), entre tantos otros. Como bien señala Bajtín (2003), puede considerarse a *Don Quijote de la Mancha* (1605) de Miguel de Cervantes Saavedra, antecedente de esta particularidad discursiva. El lingüista ruso da cuenta también de esta transformación en otras expresiones como la plástica, puntualmente en el paso del realismo grotesco al grotesco romántico. Luego, esa configuración humorística tiende a intensificarse en el siglo XIX para consolidarse ya durante el siglo XX en la llamada modernidad tardía (o líquida) (Bauman, 2004), bajo el amparo de los medios de comunicación y la industria del entretenimiento. En el presente trabajo intentaremos dar cuenta del pasaje del dispositivo de lo cómico al humorístico deteniéndonos en las particularidades enunciativas de un tipo humorístico que se desarrolla a partir de ese pasaje.

Una panorámica sobre el punto de pasaje

Hay una idea central que recorre transversalmente el trabajo de Bajtín. Se trata de la crítica acerca de cómo se han estudiado las manifestaciones propias de la cultura popular y de la risa de la Edad Media. Bajtín sostiene que se han aplicado ideas y nociones propias de la estética burguesa contemporánea. Desde esa óptica es que se han calificado, por ejemplo, como “monstruosas” las representaciones del realismo grotesco. En estos aspectos, el lingüista ruso mantiene una encendida crítica a Kayser (2004), quien se dedica a investigar los aspectos estéticos del grotesco a lo largo de la historia. “Estos fenómenos [la risa de la cultura popular] fueron estudiados únicamente desde el punto de vista de las reglas culturales, estéticas y literarias de la época moderna [...] fueron modernizadas” (Bajtín, 2003, p. 19).

La cultura popular de la Edad Media se opone a las manifestaciones de la cultura oficial, planteando así una visión dual del mundo. Ahora bien, estas expresiones de la cultura popular se encuentran ya presentes en etapas anteriores, por ejemplo, en la civilización primitiva en la que los cultos y mitos cómicos representaban una realidad paralela a lo serio. Esa segunda vida o visión del mundo permanece oculta pero tan vívida como la oficial, y emerge en forma abrupta en espacios y tiempos bien definidos. Se trata del carnaval, fiesta popular que antecede, en el calendario medieval y eclesial, al tiempo de penitencia. “Al establecer el régimen de clases y el Estado, se hace imposible otorgar a ambos aspectos derechos iguales” (Bajtín, 2003, p. 8). Durante gran parte del año prevalece la cultura oficial, seria, religiosa, con divisiones y estamentos; pero en el espacio del carnaval se abolen todas las diferencias. En ese espacio-tiempo el noble, el monje y cualquier habitante están en aparente paridad y ocultan sus diferencias detrás de máscaras y disfraces.

En el carnaval medieval no se observa una distinción entre protagonistas y espectadores “los espectadores no

asisten al carnaval, lo viven. No tiene frontera espacial” (Bajtín, 2003, p. 9). En efecto, el escenario es la vida misma. Los opuestos tienden a unirse: la vida y la muerte, lo joven y lo viejo, el nacimiento y la muerte. La risa es festiva, generativa. Implica un renacer en el ciclo de la vida. Bajtín plantea algunas diferencias entre las fiestas oficiales y las populares. La fiesta oficial, sostiene su mirada hacia atrás, al pasado, para consagrar el orden social presente. De este modo, busca mantener inalterables las reglas y producir el sentido de “verdad eterna” (Bajtín, 2003, p.11). Por su parte, el carnaval significa una liberación transitoria donde se abolen las jerarquías, los privilegios y de este modo, se opone a toda perpetuación. Apunta a un porvenir aún incompleto. Defiende el cambio y la posible visión de un “mundo al revés” (Bajtín, 2003, pp. 12-13). Por ello, la risa carnalesca es festiva; no se trata de una reacción individual o aislada. Es el patrimonio del pueblo, por lo tanto, es general y universal. “El mundo entero parece cómico [...] Es una risa ambivalente: burlona y sarcástica” (Bajtín, 2003, p.13).

Hacia el siglo XVIII, termina por estabilizarse un proceso que había comenzado ya en el siglo anterior. El establecimiento de las Monarquías absolutas da nacimiento a una nueva forma que encuentra su expresión ideológica en la filosofía racionalista y en la estética del Clasicismo. Estos cambios terminan por producir una separación de la Iglesia y un alejamiento de toda forma feudal. Sin embargo, la tradición lejos de debilitarse circula a través de emplazamientos específicos en los géneros canónicos como la comedia, la sátira y la fábula; y en otros considerados no canónicos como los géneros burlescos, algunas formas de novela y en el teatro popular. Estas formas particulares representan, para Bajtín, una degradación de la risa popular y del realismo grotesco. “La cultura cómica comienza a trasponer los estrictos límites de las fiestas y se esfuerza por penetrar en todos los círculos de la vida ideológica. Este proceso alcanza su apogeo en el Renacimiento” (Bajtín, 2003, p. 81).

Es en ese momento histórico que se produce el paso (según Bajtín) de la risa cómica al humor moderno. Y que nosotros lo presentamos a su vez, como un cambio de dispositivo. Bajtín (2003) cita un fragmento del mito de la risa de Gaspar Wetzels para ilustrar este cambio:

La risa ha sido enviada a la tierra por el diablo y se aparece a los hombres con la máscara de la alegría. Pero, más tarde, la risa se quita la alegre máscara y comienza a reflexionar sobre el mundo y los hombres con la crueldad de la sátira (p. 35).

El humor moderno es satírico, negativo y se coloca fuera del objeto aludido. Además, es opositor, esto colabora en la destrucción de la integridad del aspecto cómico del mundo. La parodia del humor moderno degrada, pero a diferencia de lo reidero cómico popular, lo hace con un carácter negativo, egoísta y personal -en palabras de Bajtín-dejando de lado el carácter ambivalente y regenerador.

La cultura burguesa se presenta fragmentaria y pierde así la integridad propia de la concepción medieval. El realismo grotesco une en una misma configuración elementos de los distintos reinos: animales, vegetales, humano, etc. Pero, ya en el renacimiento las imágenes grotescas se han debilitado. “Cuando el grotesco se pone al servicio de una tendencia abstracta se desnaturaliza fatalmente [...] Subordinada el sustrato material de la imagen es una interpretación negativa y la exageración se convierte entonces en caricatura” (Bajtín, 2003, p. 54).

Por su parte, y abonando ese planteo, Escarpit sostiene que es en ese período histórico cuando se produce en Inglaterra el desarrollo del humor; ya que: “En el siglo XVIII su contenido [el de la palabra “humor”] se torna tan pesado que se produjo un punto de ruptura en su resistencia semántica y estalló [...] a partir de ese momento se constituye una estética del humor inglés” (Escarpit, 1972, p. 9).

Los dispositivos de lo reidero

La descripción que realiza Bajtín sobre el paso de lo cómico medieval al humor satírico moderno resulta precisa y minuciosa. Hemos observado cómo las condiciones contextuales, históricas y sociales produjeron lentamente el paso de la fiesta popular a “una especie de carnaval que el individuo representa en soledad, con la conciencia agudizada de su aislamiento” (Bajtín, 2003, p. 40), propio de la era moderna. Ahora bien, llegados a este punto, y ubicados en la órbita de la Teoría de los discursos sociales, podemos presentar ese paso como el tránsito de un dispositivo a otro; de un emplazamiento, una configuración emergente histórico social a otra. Y en particular, de un modo de disponer los elementos enunciativos en el discurso a otro.

En principio, recurrimos a Foucault quien sostiene que un dispositivo es

un conjunto resueltamente homogéneo que incluye discursos, instituciones, instalaciones arquitectónicas, decisiones reglamentarias, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos (...) brevemente lo dicho y también lo no dicho (...) El dispositivo mismo es la red que se establece entre estos elementos (1976, p. 299).

Es decir que dentro del dispositivo se encuentran elementos que pertenecen tanto a lo dicho (lo enunciable) como a lo no dicho (lo visible). El concepto mismo hace referencia a la naturaleza del vínculo que se mantiene entre esos elementos como al juego de los cambios de posición. Foucault destaca que es una especie de formación que en un momento histórico tuvo como función mayor responder a una emergencia, es decir que cumple una función estratégica dominante. Por su parte, Deleuze (2008) aclara que “una época no pre existe a los enunciados que la expresan, ni a las visibilidades que la ocupan. [Ya que] cada formación histórica implica una distribución de lo visible

y de lo enunciable que se producen en ella” (p. 76). Así, retomando los planteos de Foucault, caracteriza al dispositivo como un conjunto multilíneal, “un ovillo o madeja” que constituye regímenes de visibilidad y de enunciación, compuestos por líneas de fuerza. De este modo, cada dispositivo habilita modos de mirar y de decir y oculta otros (Deleuze, 1990, p. 155). Dentro de ese juego de relaciones, ocupa un lugar importante el aspecto de las disposiciones enunciativas. A partir de los conceptos provenientes de la teoría lingüística de la Enunciación, Verón define puntualmente al dispositivo de enunciación con base en la figura de quien habla, el enunciador, la imagen de aquel a quien se dirige, el enunciatario, y la relación que entre ambos se propone en el discurso y a través del discurso: “En un discurso, sea cual fuere su naturaleza, las modalidades del decir construyen, dan forma, a lo que llamamos dispositivo de enunciación” (Verón, 2004, p. 173). A ello agrega distintas variaciones que se producen en los intercambios discursivos: las modalidades del decir; esto es, cómo la fuente de la enunciación presenta lo que dice en tanto certidumbre, suposición, creencia, posibilidad, orden, etc. Detallar en un discurso la disposición y funcionamiento de este constructo teórico permite realizar la descripción del funcionamiento de distintos emplazamientos enunciativos.

Nos dedicaremos entonces a caracterizar la disposición enunciativa de una de las tipologías que surgen a partir del humor moderno, comenzando por preguntarnos en qué consisten las especificidades de la modernidad que se figuran sobre el dispositivo enunciativo. Carvalho (2010) sostiene que

a partir de la modernidad, dejando de constituir el Cosmos o Dios expresiones del Ser infinito en relación a las cuales el hombre privilegiadamente medía y asumía su finitud, el hombre se ve obligado a percibirse, sobre todo, a partir de sus propios límites (p. 95).

El dispositivo de lo cómico (al que designaremos como D1) al que refiere Bajtín como la risa de la fiesta popular, se encuentra atravesado por la burla y la parodia. El enunciador hace uso de la amnistía que instaura la fiesta para dejar escapar esos contenidos con desenfado. Enunciador y enunciatario se encuentran figurados en forma equitativa en el dispositivo.

El mundo entero parece cómico [...] Esta [participación del pueblo] es una de las diferencias que separan la risa festiva popular de la risa puramente satírica de la época moderna, que sólo emplea el humor negativo, se coloca fuera del objeto aludido y se le opone, lo cual destruye la integridad del aspecto cómico del mundo (Bajtín, 2003, p. 31).

Podemos inferir entonces que esta configuración enunciativa, propia de la modernidad (a la que llamaremos D2), se fundamentaría en la constitución renacentista del sujeto, libre del yugo medieval, de las explicaciones teológicas del mundo, librado a los derroteros de su razón deambulando por los confines de su existencia. La existencia se presenta como fragmentaria, como un cuerpo individual separado de ese cuerpo colectivo que Bajtín plantea como propio de la risa popular cómica de la Edad Media. Es importante destacar, como señala Bajtín (2003) en su análisis de la obra de Rabelais, *Gargantúa y Pantagruel* (1532), la presencia del realismo grotesco y de la simbología del carnaval a lo largo de todo el texto. En este sentido es que planteamos la coexistencia de ambos dispositivos en un mismo período temporal. Pero, también puede observarse que, mientras que D1 aparece en forma esporádica y reconfigurándose, el D2 comienza un período de franco desarrollo.

Al respecto, podemos observar la presencia de esta configuración en el teatro isabelino, período comprendido entre los años 1578-1642. Sus máximos representantes vinculan el humor, además de la melancolía, al concepto de ingenio (*wit*). Por ejemplo, en las obras de Shakespeare y de Ben Jonson. En particular, la comedia de Shakespeare

presenta características que la distinguen de la comedia clásica o de caracteres. Como sostiene Escarpit (1972):

Hasta cuando ciertos personajes de Shakespeare son humorísticos [...] las comedias no se basan en su humor, sino -de un modo infinitamente más rico y más flexible- en el choque imprevisible del individuo en su plena y viviente complejidad con otros personajes tan complejos como él (p. 16).

Así comienza a definirse y configurarse el *ethos*¹ del humorista moderno, al que Shakespeare lo define a partir de Falstaff. En efecto, en la segunda parte de *Enrique IV* sostiene que el humor sería: “una broma dicha con aire de tristeza” (Acto V, escena 1).

Algunas de estas especificidades se observan en determinadas obras literarias de los siglos XVIII y XIX consideradas satíricas o humorísticas. A modo de ejemplo podemos referir a *Tom Jones* de Henry Fielding, escrito en 1749 y caracterizada como una novela picaresca. Resulta interesante la construcción que Fielding hace del enunciador quien, desde un punto de vista omnisciente y a partir de juicios, sospechas y apelaciones al destinatario, figura un *ethos* afectado que aparece frecuentemente en la superficie del discurso y que permite, además, establecer un tipo de connivencia con ese destinatario. Un segundo ejemplo, entre muchos que podrían citarse, es *Vida y Opiniones del caballero Tristram Shandy*, escrito por Laurence Sterne en 1767. La obra recibió, al ser publicada, el mote de “extravagante” o “picaresca”. Haciendo uso de la primera persona, el enunciador figurado pareciera tener dificultades para organizar los acontecimientos de su vida; evidentemente afectado por

¹ El *ethos* en tanto representación del sí mismo se configura a partir de lo que se va inscribiendo en el discursar enunciativo. Podría considerarse, como lo hacían los antiguos en la tradición retórica, una especie de “retrato”. Para Roland Barthes (1997) se trata de: “Los rasgos de carácter que el orador debe mostrar al auditorio (poco importa su sinceridad) para dar una buena impresión [...] El orador enuncia una información y al mismo tiempo dice: yo soy esto, yo no soy eso otro (p. 315).

ellos recurre permanentemente a digresiones y anécdotas. Así la trama parece desdibujarse por momentos y se abordan, en ese bricolaje, temáticas como las prácticas sexuales, el nacimiento, los insultos, la filosofía, etc.

Podríamos continuar detallando otras obras de este período; sin embargo, parece oportuno detenernos en algunas líneas humorísticas que se desprenden de la constitución de esta segunda configuración enunciativa. En trabajos anteriores (Suárez, 2018; 2019) planteamos que, en este segundo dispositivo enunciativo, la posición se configura en base a lo que denominábamos *actitud cínica y postura existencial*. La relación dialéctica de ambos componentes daría como resultante una configuración enunciativa que permite caracterizar algunas producciones del humor moderno. Veámosle ahora en detalle.

El dispositivo enunciativo en el humor moderno

Son muchos los autores que, desde distintos campos del conocimiento, asignan características específicas al humor. Freud (1992), por ejemplo, lo define como un mecanismo de defensa por medio del cual el sujeto del humor se protege de aquellas situaciones que le resultan traumáticas. Una de las particularidades del humor pareciera consistir en la aparición de algún tipo de implicancias por parte de la subjetividad: la materia humorística parece atravesada por una afección. Eco (1999) lo describe de la siguiente forma: “Al hacerlo, pierdo mi superioridad, porque pienso que también yo podría ser él. Mi risa se mezcla con la piedad, se convierte en sonrisa. He pasado de lo cómico a lo humorístico” (p. 213). Esta postura se figura en la enunciación y daría lugar a la impostura del humorista. Sobre este aspecto, Hegel (1989) afirma que:

En el humor es la persona del artista la que se produce a sí misma en sus aspectos particulares tanto como en los más

profundos [...] un entrecruzarse de exteriorizaciones, enfoques y actitudes subjetivas a través de los cuales el autor se exhibe a sí mismo, así como sus temas (p. 440).

Hasta aquí, algunas características del humor en general. Volvamos entonces a nuestra descripción enunciativa del *ethos* del humorista moderno que se figura en base a un juego dialéctico entre la postura existencial y una actitud cínica. El sujeto se percibe arrojado sólo en un mundo amenazante; percibe la sinrazón, los defectos de la lógica, las fallas del sentido común, se rebela y se propone develarlos. Sartre (2007) define esta experiencia de la modernidad al sostener que “Somos arrojados al mundo [...] Estamos solos, sin excusas” (pp. 35- 42). La posición existencial del enunciador humorístico o, como lo denomina Escarpit (1972, p. 44) “desesperación metafísica”, da cuenta del carácter trágico de la existencia como de las distintas huidas o máscaras que se asumen para no enfrentar aquello que se presenta como irreversible. “El hombre que tiene de verdad *sense of humour* dialoga consigo mismo. Encerrado en su soledad, locuaz detrás del telón” (Escarpit, 1972, p. 49). Temáticas como la muerte, la enfermedad, las injusticias, la frivolidad, las traiciones, son denunciadas por el humorista que las coloca en evidencia, involucrándose y buscando establecer con su enunciatario una suerte de connivencia. Como puede observarse, la posición del destinatario en este tipo de humor es considerablemente distinta tanto a la del dispositivo 1 de lo cómico, en tanto partícipe de la fiesta popular, como al de las obras consideradas satíricas del siglo XIX; en efecto, el destinatario que se desprende del dispositivo humorístico (D2) se encuentra de alguna manera implicado, cuestionado y hasta atravesado, en ciertas ocasiones, por estas mismas temáticas. Y también mantiene alguna actitud o posición que se corresponde con las del enunciador. Recordemos que las reglas de las fiestas populares significaban cierto “emparejamiento” en las condiciones de las distintas clases participantes durante ese período específico.

Ahora bien, ¿cómo es que surge la impostura, el estado de extrañamiento si el enunciador se encuentra el mismo afectivamente implicado en esa suerte de sinsentido? Pues bien, Freud diría que es el momento en el que el humor acude como un mecanismo de defensa ante el yo vapuleado. En nuestro caso, preferimos decir que el *ethos* del humorista termina de balancearse con la *actitud cínica*. En efecto, el sujeto arrojado al mundo no se presenta bajo un estado de angustia o desesperación, sino que su postura se acerca a lo que detalla Freud (1992, p. 158): “El humor no es resignado, sino rebelde; no sólo significa el triunfo del yo, sino también del principio del placer, que en el humor logra triunfar sobre la adversidad de las circunstancias reales”. Veamos entonces cómo se figura la impostura a partir de la actitud cínica. El concepto nos lleva a los filósofos de la llamada Escuela Cínica que, como Diógenes, recorrían las calles en la antigua Grecia en el siglo IV a. C, desprovistos y llevando una vida “perruna”, de ahí se cree que viene el término. A partir de un estilo mordaz y de conductas catalogadas como impúdicas como por la franqueza de sus palabras, exhortaban a llevar una vida virtuosa. Según Zarzar (2009), las características principales del cínico son: su actitud por desenmascarar las convenciones sociales; actitud que se traduce en un aparente rechazo de la *polis*, como también la protesta contra el orden establecido. Por su parte, para Charaudeau, la postura cínica

ubica al humorista en una posición paradójica de demiurgo que se libera de las reglas del mundo, propone elevarse contra esa fatalidad de la vida que sobrepasaría la voluntad humana, y se encuentra al mismo tiempo aislado en un combate solitario: alegría paradójica de la libertad extrema que no puede ser compartida, y, cual Don Juan, encierra el ser en la soledad (Charaudeau, 2006, p. 37).

El dispositivo enunciativo figurado en esta tipología del humor moderno presenta al *ethos* humorístico como una construcción dialéctica construida a partir de esas dos

posiciones: la actitud cínica y la postura existencial, y los distintos enunciadores humoristas que se ubican en esta composición se acercarán a uno u otro polo de un modo gradiente según las especificidades de las modalidades de su estilo humorístico. Por su parte, el enunciador establece una suerte de connivencias respecto del destinatario figurado al que, a partir de la develación del funcionamiento del mundo, de sus sinrazones o fallas en la lógica y de sus propios padecimientos, intenta involucrarlo de distintas maneras en lo que se propone como sentido humorístico. De este modo, los efectos del humor se producen en forma de risa atenuada mezclada con cierto grado de compasión. “Un verdugo melancólico de corazón tierno”, diría Escarpit (1972, p. 33) al referirse al humorista. Por su parte, Delathre afirma que el humor: “es transformar la risa en una amplia y tolerante benevolencia, bastante cercana a la caridad” (citado en Escarpit, 1972, p. 84).

Veamos a continuación como se configura este dispositivo que determina la tipología humorística descripta, en algunos ejemplos. Para ello recurrimos a algunas producciones realizadas en el período de la modernidad tardía y en el marco de la cultura del entretenimiento.

En el humorista, comediante, actor y guionista norteamericano Julius “Groucho” Marx (1890-1977), por ejemplo, parece prevalecer la actitud cínica, lleno de desenfado y libre de inhibiciones hace desfilar tanto por la pantalla cinematográfica como en los textos, sus deseos sin calcular las distintas reacciones que pudiesen provocar. Algunos ejemplos aparecen en su autobiografía *Groucho y yo*: “A pesar de que en general ya es cosa sabida, creo que más o menos es el momento de anunciar que nací en una edad muy temprana. Antes de que pudiera lamentarlo, ya tenía cuatro años y medio” (Marx, 1999, p. 11). Marx parece construir la autobiografía de su personaje (Groucho) y para ello se plantea una posición enunciativa en el dispositivo en la que, en el lugar del enunciador, alternan Julius y Groucho. Este cambio de posiciones enunciativas da lugar, en el dispositivo,

a un juego polifónico. Desde el lugar de la enunciación, se realizan distintas interpelaciones al destinatario. Luego, y continuando en su afán de develar los mecanismos de la industria editorial en el género biografía, y con un sentido humorístico, afirma que:

Ahora que estamos tratando de la edad, dejémoslo a un lado. No tiene importancia saber cuántos años tengo. Lo que es importante, sin embargo, es saber si habrá suficientes personas que compren este libro para justificar el consumo de los remanentes de mi vitalidad, en rápido declive, que me ha costado escribirlo (Marx, 1999, p. 12).

Si bien en estos ejemplos el *ethos* parece acercarse a la actitud cínica, en otros se aproxima a la mirada existencial, mezcla de diálogo consigo mismo que se expresa a modo de interpelación. Por ejemplo, al final de ese primer capítulo de presentación de su autobiografía, Marx confiesa, dirigiéndose en forma explícita, a través de la deixis², a su destinatario, que: “*Tu no me conoces mejor ahora que cuando has empezado a leer esta aventura absurda [...] Lo que quiero decir es que no tienes ni la menor idea de lo que ocurre en mi interior [...] y además me estoy quedando sin papel*” (Marx, 1999, p. 19). La utilización de estas modalidades del decir busca, en términos de Verón (2004), dar cuenta de cierta complicidad con su destinatario. En efecto, el enunciador procede a relatar los hechos de su vida como si su destinatario estuviese presenciando una comedia fílmica de los hermanos Marx.

Por su parte, el actor, director y guionista norteamericano Woody Allen construye un *ethos* humorístico que en sus películas y textos se presenta atravesado por una posición existencial: la soledad, la incomprensión, la búsqueda

² El concepto de deixis (del griego “mostrar”) refiere a las marcas o índices de persona, tiempo y lugar que permiten reconstruir la instancia de enunciación. Sobre la enunciación, y particularmente sobre los deícticos, puede consultarse: Kérbrat-Orecchioni (1986).

del sentido de la vida, los traumas psicológicos no resueltos, como el Edipo en la ya clásica escena de *Historias de New York*. Allí la imagen de su madre muerta se corporiza desde algún lugar y a la vista de todos para seguir dando indicaciones a su hijo ya adulto. En la sitcom, *Seinfeld* (1989-1998) el actor, productor y guionista norteamericano Jerry Seinfeld figura un *ethos* humorístico que, fundamentalmente a través de la ironía, aborda con cinismo cuestiones de la vida cotidiana como las relaciones amorosas frustradas, el conflictivo vínculo con los padres, o las amistades.

En síntesis, Verón (2004) denomina al dispositivo enunciativo “contrato de lectura”, en tanto que la figuración precisa tanto del enunciador y del destinatario, como la correcta utilización de las modalidades del decir, permite establecer el vínculo entre ambas instancias. En algunos casos de los mencionados, y podrían sumarse otros, el sentido de lo risible se produce de manera restringida; en tal sentido y a diferencia de lo cómico, el tipo de humor que hemos descripto y que conjuga la postura existencial con la actitud cínica figura un destinatario que se encuentra atravesado por algunos de esos tópicos, y que además coincide con la posición que se configura en la enunciación. En efecto, muchas de esos que tipos de producciones modalizadas a partir de estilos satíricos, cínicos o que se acercan al absurdo, no resultan graciosos para distintos públicos.

A modo de cierre provisorio

Los ejemplos podrían extenderse y abarcar, incluso, el humor inglés con sus particularidades estilísticas o el que se produce aquí, en nuestro país. Respecto del corpus somos conscientes que para su tratamiento es necesario delimitar la superficie significativa sobre la que se desarrolla el contenido humorístico. Esto es, especificar las herramientas metodológicas para abordar, por ejemplo, el humor gráfico,

el teatral o el audiovisual, ente otros. En esta primera etapa del trabajo nos proponemos como objetivo delimitar, especificar y describir las características propias del dispositivo enunciativo de uno de los tipos del humor moderno en los que se desarrolla una relación dialéctica entre postura existencial y actitud cínica. Para ello lo ubicamos espacio temporalmente, indicamos las diferencias sustanciales respecto del dispositivo de lo cómico y detallamos algunas de las condiciones de producción que favorecieron su aparición. En este sentido, destacamos que, luego de su desarrollo, el humor moderno ha tomado múltiples formas de expresión y que aquí abordamos en detalle sólo una de ellas. Munidos entonces de estas herramientas analíticas se abre la posibilidad en una segunda etapa, tanto de ampliar la descripción a otras modalidades humorísticas, como también de especificar de qué forma esas particularidades enunciativas se presentan y desarrollan en cada superficie significativa.

Bibliografía

- Bajtín, M. (2003). *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*. Madrid: Alianza.
- Barthes, R. (1997). La retórica antigua. En *La aventura semiológica* (pp. 85-162). Barcelona: Paidós.
- Bauman, Z. (2004). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Carvalho, J. (2010). “Los estudios culturales en América Latina: interculturalidad, acciones afirmativas y Encuentro de Saberes”, en: *Tabula Rasa*, 12, pp. 229-252.
- Charaudeau, P. (2006). Des catégories pour l’humor? En *Questions de communication*, 10, pp.19-41.
- Deleuze, G. (1999). ¿Qué es un dispositivo? En AA. VV. *Michel Foucault, filósofo* (pp. 155-163). Barcelona: Gedisa.

- Deleuze, G. (2008). *Foucault*. Buenos Aires: Paidós.
- Eco, U. (1999). Lo cómico y la regla. En *La estrategia de la ilusión* (pp. 368-378). Barcelona: Lumen.
- Escarpit, R. (1972). *El humor*. Buenos Aires: Eudeba.
- Foucault, M. (1976). *Dits et écrits*. T III. Paris: Gallimard.
- Freud, S. (1992). El humor. En *Obras Completas* (pp. 153-162) Vol. XXI. Buenos Aires: Amorrortu.
- Hegel, G. F. (1989). *Lecciones sobre la estética*. Madrid: Akal.
- Kayser, W. (2004). *Lo grotesco. Su realización en literatura y pintura*. Madrid: La balsa de Medusa.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1986). *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*. Buenos Aires, Hachette.
- Marx, G. (1999). *Groucho y yo*. Barcelona: Tusquets.
- Sartre, J. P. (2007). *El existencialismo es un humanismo*. Barcelona: Edhasa,
- Suárez, B. (2013). *Discurso humorístico. Una mirada desde la polifonía enunciativa a los textos de los Luthiers*. Buenos Aires: Eudeba.
- Suárez, B. (2018, septiembre). *Ríase y vuelve. Figuraciones en el dispositivo enunciativo del discurso del Humor político*. Ponencia presentada en las Primeras Jornadas internacionales de estudios sobre el humor y lo cómico: La máquina caníbal, Instituto de Lingüística, Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina.
- Suárez, B. (2019). El vengador nocturno. Prolegómenos a la enunciación humorística en Alejandro Dolina. En *Actas III Jornadas de Investigación del Instituto de Artes del Espectáculo*. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires. Disponible en: <http://eventosacademicos.filo.uba.ar/index.php/JIAE/JIAEIII/paper/viewFile/4565/2769>
- Verón, E. (2004). *Fragments de un tejido*. Barcelona: Gedisa.
- Zarzar, C. (2009). *Diógenes de Sinope y la filosofía perruna. Estudio sobre los conceptos fundamentales del movimiento Cínico de los siglos IV y III a. C.* Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile.

El autor como mueca

Modos de subjetivación en el humor argentino contemporáneo

CRISTIÁN PALACIOS

1.

Este trabajo se propone retomar y expandir algunas líneas de estudio desarrolladas en el transcurso de trabajos anteriores respecto de la constitución de la imagen del enunciador en los distintos discursos irrisorios. Como habremos de demostrar en las páginas que siguen, dicha constitución resulta fundamental a la hora de entender el modo en que esta clase de discursos producen el desvío que les es propio. Para ello habremos de apelar a la noción de *ethos*, en tanto imagen de sí que el enunciador produce en su discurso, confrontando la operatividad de dicha categoría en relación con nuestra investigación sobre los fenómenos que concierne a la risa, dentro de los cuales nos hemos ocupado de diferenciar los discursos cómicos y humorísticos.

Es nuestra hipótesis que, aunque contruidos sobre la base de lo irrisorio, es decir, de aquello que deliberadamente se diferencia de lo que se considera serio, la imagen de autor que estos dos tipos discursivos construyen es completamente opuesta. Mientras que el *ethos* cómico hace ostensible su superioridad frente a aquello de lo que se ríe, el *ethos* humorístico se prohíbe tomarse a sí mismo en serio con lo cual cuestiona incluso su inscripción como sujeto en el mensaje mismo que enuncia.

Paradójicamente, esta configuración le permite erigirse triunfador frente a una realidad que él mismo exhibe como catastrófica. No es otro el sentido que Freud le asigna al sujeto humorístico. Sentido que aquí extrapolaremos del psicoanálisis a los estudios discursivos, para demostrar cómo aquello que el primero planteaba en el plano de lo individual y en el terreno de la lengua puede transponerse al campo de un discurso que bien podría ser un dibujo, un filme o una revista cuya ejecución corresponde a un conglomerado de individuos, a los que sin embargo puede atribuirseles una cierta imagen autoral, susceptible de padecer como trauma aquello que toma como objeto de risa. Pero, además, probaremos cómo estas imágenes pueden anclar en ciertas tipologías más o menos estables que asumen para sí los distintos autores, cuyos rasgos parecen corresponderse con aquellos que se le asignan a ciertos roles escénicos más o menos estandarizados de la risa.

Apelaremos para demostrarlo a chistes gráficos, historietas y revistas humorísticas, aunque creemos que una categorización semejante puede emplearse también para dar cuenta del cine, la televisión, la literatura o el teatro, con las particularidades de cada caso.

2.

Para comenzar, por lo tanto, no estará de más aclarar que nuestro trabajo se inscribe en la tradición de los estudios discursivos y en la articulación teórica de tres diferentes perspectivas, la de la Escuela Francesa de Análisis del Discurso, cuyo fundador Michel Pêcheux nos ha dejado en *La lengua de nunca acabar* (Pêcheux & Gadet, 1984) uno de los testimonios más acabados del modo en que la ciencia lingüística se ocupó de ignorar sistemáticamente la capacidad de la lengua para burlarse de sí misma; la de la semiótica de corte clásico y la de la socio-semiótica de Eliseo Verón.

Definimos discurso, por lo tanto, como la materialización del sentido en el aquí y ahora del tiempo y el espacio, independientemente de la naturaleza de dicha materialización, lingüística, icónica, sonora, etc. mientras que utilizamos Discursos, con mayúsculas, para postular la existencia de un campo social específico en el que una serie determinada de discursos se encuentran adscriptos, como cuando hablamos de Discursos Políticos, Médicos, Artísticos, etc. Dentro de esta última clasificación es posible encontrar el campo de los Discursos Irrisórios, vinculado a la práctica profesional, más o menos institucionalizada (o institucionalizada pero no profesional, como en el caso del chiste que se cuenta en una reunión de amigos), de ciertos textos determinados a hacer reír que se separan entonces del uso circunstancial de la risa en textos de cualquier índole (como cuando un médico hace una broma o un periodista apela al sarcasmo para anunciar una noticia). Es importante reconocer, sin embargo, para el propósito del presente trabajo, que las operaciones propias del hablar gracioso son comunes a ambos campos y que los modos de subjetivación del cómico profesional son aproximadamente los mismos que los que un político o un dentista puede emplear a la hora de dar una imagen bonachona de sí mismo. De hecho, según nuestro punto de vista, la constitución de una imagen cómica o humorística antecede a otras operaciones discursivas que podrían encontrarse ausentes sin alterar la naturaleza irrisoria de esos textos. A la hora de hacer reír es más importante comprender el carácter propio de quien enuncia que la naturaleza misma de aquello que se enuncia.

Por supuesto que las operaciones por las que se constituyen, uno y otro, son interdependientes y dinámicas. Obedecen además a una articulación precisa entre lo nuevo y lo ya dado por el que un determinado rasgo estilístico puede tomarse como propio de lo cómico sin que medien operaciones de otra índole. Las tipografías de chistes gráficos e historietas humorísticas, por ejemplo, son una clara señal de alarma de que entramos en el territorio de lo no-serio. Es

el caso de Quino, Caloi o Fontanarrosa, cuyo estilo de letra es fácilmente identificable no solo como perteneciente a estos autores sino también como referente a unos discursos que se enmarcan en una tradición humorística previa. La letra no causa risa por sí sola, pero advierte a los lectores que quien adopta un tipo de caracteres semejantes busca ser leído de esa manera. Diferente es el caso de aquellos memes que parodian reconocidas marcas a partir de una sustitución mínima en el nombre (“Coca-cola” por “Coma-Caca”, “Marlboro” por “Marihuana”, “Puma” por “Fuma”, “Movistar” por “Malestar”), en los cuales la efectividad del chiste depende de la fidelidad del diseño y de los tipos gráficos originales.

Algo similar puede decirse del estilo del que hacen gala los dibujantes cómicos o humorísticos a la hora de dar forma a sus creaciones. Es verdad que el estilo es inseparable del todo de la imagen, pero también es cierto que las pautas históricamente determinadas del *cartoon* y la tira diaria por la que se diferencian tanto del dibujo tradicional como de aquél propio de la historieta sería antecede y puede distinguirse en el análisis (o sea, de forma teórica) de aquellos procedimientos retóricos que se utilizan para producir risa. El estilo, en este sentido, predispone al lector para tal fin. Es la diferencia que existe entre la caricatura tradicional, constituida a partir de la hiperbolización de los rasgos del blanco de la burla a la manera de Cascioli y Sabat de los dibujos de Quino o Caloi. En el primer caso, el procedimiento cómico es técnicamente inseparable del estilo. En el segundo caso es previo a él.

Steimberg (Oscar) ha demostrado como Steinberg (Saúl) determinó para la generación de humoristas gráficos posteriores la imagen propia de un autor que semeja no saber bien lo que hace, cuyo trazo se aleja ostensiblemente de la caricatura política y social del siglo XIX y principios del siglo XX, a la manera de Daumier. Los dispositivos de esta clase de enunciación fundaron nuevas tradiciones y alimentaron en la Argentina el dibujo infantilizado de Oski,

Copi o Landrú. En ellos “se recorta una figura de autor que abandona, además de la omnisciencia, todo componente de *naturalidad* representacional y destreza académica” (Steimberg, 2001, p.113). El último es un caso claro de un estilo que antecede a la hiperbolización paródica de la que viene a dar cuenta en sus famosos dibujos de Frondizi u Onganía. Lo importante es que cualquier lector más o menos avezado puede inferir la naturaleza humorística de esta clase de viñetas, mucho antes de haber leído el primer chiste.

3.

Se habrá notado, por otro lado, que utilizamos el término irrisorio para referirnos al conjunto de los discursos que se desvían de manera intencional de aquellos que podrían ser presentados como serios. La noción de lo irrisorio responde a la doble necesidad de articular en un solo concepto ambas modalidades de lo risible (la cómica y la humorística) al tiempo que llama la atención sobre una característica no menor de esta clase de textos. Irrisorio, en castellano, no es sólo lo que provoca la risa sino también, y además, lo insignificante por pequeño. Dicha insignificancia me parece uno de los gestos fundacionales de todo discurso que se inscriba en el campo semántico de la risa. La gravedad que da peso a las palabras que se autoproclaman dichas “en serio” cede ante la levedad propia de aquellos textos que no quieren que se los tome como tales. Más que aquello que hace reír, lo irrisorio es un modo particular de decir (o de dibujar, o de actuar).

Ahora bien, la dimensión ideológica de lo cómico (la relación que éste establece con sus condiciones de producción) es bien distinta de la de lo humorístico. De su diferenciación me he ocupado en varios trabajos anteriores (Palacios, 2014, 2018). Aquí nos interesa comprender la forma en que se posiciona el autor en uno y otro. Acaso es necesario aclarar que no nos referimos al autor de carne y hueso sino al conjunto de las opera-

ciones enunciativas que unifican la obra bajo el amparo común de un nombre. La ilusión del autor. Dichas operaciones tienen a su vez su contraparte en un co-enunciador a la que dicho autor apela e interpela (puesto que en última instancia busca producir el efecto performático de la risa). De allí que podamos comprender el conjunto de los procedimientos de enunciación en tanto modos de subjetivación, tanto más efectivos por esa condición particular de lo irrisorio de constituirse principalmente sobre lo no dicho.

Las revistas cómicas y humorísticas argentinas, por ejemplo, ocupan un lugar muy especial en la historia de los sujetos y de los modos de subjetivación locales, toda vez que, en la constitución de una imagen autoral determinada, dichas publicaciones configuraban también un tipo de lector al que dicha imagen apelaba de manera directa. Una de las precondiciones de lo irrisorio es la inclusión del receptor en una comunidad conformada por aquellos capaces de reír de aquello que se dice (o se actúa, o se dibuja). En términos de la lengua ordinaria, la de aquellos que “entienden” el chiste. Entender es aquí una operación tan intelectual como afectiva. Esta misma operación configura, además, por extensión, el conjunto de quienes quedan excluidos. El efecto de identificación es poderoso. Tanto más para aquél que, como en este caso, lee una revista en la soledad de su cuarto. Existe una diferencia sustancial entre la risa social y comunitaria que se produce en un teatro o un cine, donde las carcajadas se retroalimentan mutuamente, y aquella que surge durante la lectura aislada, dado que en este último caso la presencia física del público no condiciona la construcción imaginaria del sujeto que ríe. El efecto de inclusión es entonces más profundo y duradero.

Esto resulta más que interesante en el caso del humor cuyo enunciador es capaz de reírse de aquello que atenta contra su propia posición subjetiva. El sujeto humorístico no opone resistencia ante la violencia inédita de lo real. Más bien se entrega a ella encontrando placer en ese gesto. De allí la profunda intuición de Freud de que lo humorístico, a diferencia de lo cómico, no es subordinado sino radicalmente opositor. De ello da

cuenta el chiste de Fontanarrosa publicado en el número 14 de la revista *Satiricón*, en enero de 1974, reproducido en la Imagen nº 1.



Imagen 1. Fontanarrosa, *Satiricón*, (14), 1974, enero.

Aquí está claro que existe una identificación del lector promedio con la pareja que ocupa el centro de la imagen, dado que la caracterización de los protagonistas como estudiantes jóvenes de la época está exenta de todo elemento ridículo (el contraejemplo es Libertad, de Mafalda, cuya figura evoca aproximadamente al mismo sector, pero desde la mirada extrañada de la clase media local). Dicha identificación es crucial para que el efecto sea humorístico.

Lo cómico, por su parte, toma sus materiales de un terreno ideológico común que comparte con su auditorio. Puede darse el caso, sin embargo, de que se reconozca la intención chistosa del texto y aún que este hecho produzca la risa sin que los lectores lleguen a entender cabalmente de qué se están riendo y por qué. En Palacios 2014 hemos analizado este efecto, más habitual de lo que parece, respecto de la titulación de las historietas de Inodoro Pereyra

en las antologías publicadas a posteriori. Dicha titulación, en los primeros dos libros, remitía casi exclusivamente a citas del cancionero popular latinoamericano. Se instauraba así un efecto de reconocimiento cuyo significado quedaba en suspenso, dado que no tenía implicancias semánticas explícitas. Poco importaba que los lectores supieran o no la procedencia de la cita. El efecto de sentido funcionaba de todas maneras, instalando la expectativa respecto de la huella de una denominación preexistente (al respecto de este procedimiento en los semanarios burgueses del momento ver: Verón, 2004, p. 107). Una vez establecido como procedimiento sistémico no era siquiera necesario que la cita efectivamente existiera. Se da el efecto paradójico de una referencia sin referente. La parodia se vuelve constitutiva del objeto parodiado, que no existe aún¹.

Este movimiento refuerza nuestra hipótesis de que la constitución de la imagen de autor en los discursos irrisorios, antecede, al menos teóricamente, a los procedimientos retóricos destinados a hacer reír. Incluso en aquellos textos en los que se simula hablar en serio (que es por otra parte, un recurso bastante frecuente de los enunciadores cómicos y humorísticos). En todo caso, el efecto ideológico es poderoso. En la adquisición temprana de la risa, se observa un procedimiento semejante. A menudo los niños son capaces de reproducir la forma del chiste y el modo en que se cuenta, sin comprender el mecanismo racional que da fuerza al remate. Existen incluso chistes “cazabobos” muy comunes entre adolescentes, destinados a poner en evidencia a quienes ríen sin saber por qué. Se trata de un prejuicio, en todo caso. La comprensión intelectual de

¹ El sintagma tendrá la apariencia de ser una transformación de algo ya conocido, aún cuando en realidad no lo sea. “Como se ve bien, el resultado es paradójico: como lector me digo ‘Debe de haber una película, un libro o algo, que yo he olvidado, de donde sacaron el título [la cita]’ A partir del aprendizaje, el trabajo ideológico de una identificación que satisface a cierta cultura ya puede hacerse solo, sobre la base de un reconocimiento *por entero imaginario*” (Verón, 2004, p. 107).

una humorada acentúa el efecto irrisorio, no hay duda al respecto, pero solo en un contexto de enunciación cuidadosamente configurado para ello.

4.

A partir de estas consideraciones iniciales, hemos postulado una serie de posibles imágenes o *ethe* cómicos y humorísticos más o menos estandarizados que aseguran que el auditorio acceda al sentido irrisorio que se propone sin necesidad de explicaciones que destruirían el chiste; dando lugar a formas extremadamente sutiles de la risa, donde la desviación respecto del discurso serio es mínima. No casualmente, creemos, la caracterización de tales imágenes coincide con los tipos tradicionales del humor escénico cuyos rasgos cristalizaron en la tradición de la comedia del arte italiana en el Renacimiento. Paradoja habitual en lo irrisorio: aunque es frecuente admitir que lo que causa gracia es actual y socialmente determinado, las operaciones discursivas que lo caracterizan y aún las imágenes que compone parecen hundir sus raíces en el pasado más lejano.

Así por ejemplo, las revistas *Satiricón* y *Humo(r)* toman su modelo del tipo del Bufón, cuyo propósito principal es alzarse contra el poder en un sentido plenamente moralizante. La tapa del primer número de *Satiricón* (noviembre de 1972), por ejemplo, cuyo diseño general es serio, dado que no difiere de los de cualquier otra tapa convencional de revista, da marco a un *cartoon* de tipo alegórico en el que una paloma blanca ha ensuciado (por decirlo de modo amable) la gorra de un coronel del ejército².

² Con la excepción de la leyenda que afirma que “por ser usted” el valor es de cuatro pesos, abriendo así un espacio de complicidad con los lectores, el resto de los elementos es el habitual de una tapa de revista: nombre de la publicación, descripción de los contenidos y metadatos (Año 1, nº 1; precio de la publicación, periodicidad). No debe desestimarse además el hecho de que el



Imagen 2. *Satiricón*, (1), noviembre de 1972.

Pese a su carácter jocoso, el pensamiento que lo corona es serio al punto que, en su interior, la revista se ve obligada a afirmar que “cualquier semejanza con la realidad es pura coincidencia” y que “en este país las palomas tienen perfecta conciencia de las jerarquías”. En el editorial que abre ese mismo número, esta intención se hace explícita de un modo más sutil y determinante:

Esta salida de SATIRICÓN es decididamente absurda, como todo el mundo sabe. Porque –dicen– las cuestiones del país parecen estar impregnadas de una jalea de tristeza, de una pasta pegajosa, y la falta de ganas de sol o de risa se ha convertido casi en el pan de cada día. Y ese, tal vez, sea el

chiste permanezca confinado en un marco. Este marco desaparecerá en números posteriores y el chiste contaminará la tapa como un todo.

motivo básico de que tengas en tus manos, lec(to)ra, lector, niño, anciano, cocker spaniel, el primer número de este delirioso mamotreto.

Como se ve, más allá del disparate, la intención que deja traslucir el sujeto colectivo que habla (pese a su firma, EL DIRECTOR, se trata claramente de una voz institucional) es la de venir a suplir una carencia. Es, en este sentido, una intención cómica, que tiene un trasunto serio de base. La risa viene a cumplir aquí una función social sin la cual la revista no tendría razón de ser. Este propósito cómico, sin embargo, va a ser puesto en cuestión por algunos contenidos más propiamente humorísticos. Así, por ejemplo, una de las primeras notas, firmada por César Bruto, opera del modo contrario, comenzando por poner en duda la propia entidad del autor como sujeto: “Sólo sé que no sé quién soy”:

Para poner en la cabecera desta página me pidieron que hisiera el identikit de mi persona, o sea que yo escribiera una autobiografía de mi mismo, y dentrada encontré con un problema tremendamente espantoso: lyo no soy un tipo solamente, sino muchos tipos metidos en un solo cuerpo!

Este humorismo será el horizonte al que irá dirigiéndose poco a poco la publicación, cambiando el modo del Bufón por el del Augusto, cuyo propósito no tiene valor moral alguno y cuyo sentido general es atacar la ley sin proponer nada a cambio. Pese a ello, los lectores, en una dialéctica que es propia de lo irrisorio, atribuirán cada vez más a la publicación una intención funcional de la que aquella se irá poco a poco apartando (este proceso puede verificarse en la sección Cartas de los Lectores).

No es el caso de *Humo(r)*, sin embargo, para la cual el rol de Bufón, al contrario, se volverá más y más presente. A medida que se va anunciando el final de la dictadura, el enunciador humorístico se torna más y más cómico para pasar directamente a la seriedad en un conjunto de notas con alto contenido político que no tienen ningún propósito

humorístico propio. Dichas notas, de carácter argumentativo, hacen perder a la revista, paradójicamente, poder de argumentación, al plantear de modo directo lo que alguna vez fue dicho con la característica gracia de lo irrisorio. Distinto es el caso de *Fierro*, dado que por principio no se trata de una revista propiamente irrisoria. Surgida en los primeros años de la transición democrática, con el Juicio a las Juntas como trasfondo, se va a erigir rápidamente como la gran revista de historietas argentina, en la cual serán publicados los autores más relevantes de la época. Con una impronta oscura, pesimista y adulta, e identificando a sus lectores como “sobrevivientes”, apelará a una serie de estrategias discursivas que buscarán dar cuenta del pasado argentino reciente asumiendo así la responsabilidad que hacia mediados de los años sesenta había enfrentado a los dibujantes y guionistas a la necesidad de reinventar el lenguaje de la historieta. Pero el carácter que muy pronto va a adquirir la publicación será el que aquí hemos atribuido a ese particular modo discursivo que hemos llamado humorístico por contraposición al cómico. *Fierro* toma como premisa principal la idea algo inquietante de que aún en democracia, no hay razones para ser optimistas. Y eso es porque el humor busca desnudar, ante todo, la naturaleza inherentemente conflictiva de lo real. En ello se asemeja acaso a la tragedia, con la diferencia de que el humor hace de esta denuncia una forma de placer. Allí donde la tragedia llora, el humor sabe hacer reír. Asume así el rol que en los escenarios se atribuye al payaso excéntrico o contra-augusto. El tercero en cuestión, sin duda el más inquietante. Si el Bufón busca atacar al poderoso con el objetivo de restaurar una moral perdida y el Augusto encuentra su placer en el hecho de disparatar, con el fin de destruir al adversario; el excéntrico es aquel cuyas acciones no parecen tener ningún propósito concreto. Aquél de quien, en definitiva, nadie sabe bien qué quiere ni por qué hace lo que hace.

5.

En esta tipología que apenas hemos esbozado falta aún el Carablanca, cuyas características no hemos encontrado en ninguna publicación humorística de referencia, pero sí en la figura de Tato Bores, por ejemplo. A diferencia del Augusto, el Carablanca trata de hacer prevalecer la ley y siempre es víctima de aquellos que, desde la risa la contrarían. Acaso el Quino de Mafalda es un Carablanca, esbozado tanto en el personaje de la niña que da nombre a la tira, como en los de sus padres que son mucho más frecuentemente víctimas del mundo absurdo que los rodea. Las reflexiones propias de Mafalda y Tato son también las que se atribuyen a esta clase de personaje que puede ser profundo, gracioso e ingenuo al mismo tiempo.

En todo caso queda claro que la imagen de autor es siempre dinámica, salvo quizás en el contenido preciso de un solo *cartoon*, donde la transformación es menos habitual. Pero cualquier texto o discurso de una mínima extensión temporal se ve sometido a los ajustes que en el *feedback* con sus lectores o espectadores el humorista se ve obligado a ir realizando. Quino es más frecuentemente cómico en Mafalda que en sus chistes, donde se nos aparece como más plenamente humorístico. El personaje del Tío Josei de Tato Bores es un humorista excéntrico, cuando su sobrino es un Carablanca cómico. En mi tesis doctoral (Palacios, 2014) he procurado demostrar cómo a lo largo de la obra de Fontanarrosa se da un pasaje de lo humorístico a lo cómico que afecta a su entera producción historietística. Sus cuentos, sin embargo, siguen conservando un tinte humorístico, aunque nunca con la ferocidad de su primer libro.

A ello se le suma la dificultad de establecer de una vez y para siempre cuál es el carácter (cómico o humorístico) de algunos de los discursos analizados. Esto es relativamente sencillo en producción, pero rara vez en reconocimiento. Este desfase no debería extrañarnos, puesto que es sobre la idea de una diferenciación primaria en el pasaje entre

la emisión y la recepción de un discurso que se encuentra fundada la Teoría de los Discursos Sociales y aún el gruesso de los Discursos Irrisórios nacen de esta propiedad de los discursos de ser radicalmente imperfectos. No es poco común, además, que un texto producido como serio sea leído como irrisório. Ni que un chiste sea incomprendido por el auditorio al que alude. Las bromas pierden eficacia con el tiempo y un modo de hablar o vestir perfectamente normal en una época, se vuelve hilarante en una época distinta. La dificultad mayor, sin embargo, radica en esa imposibilidad propia de lo humorístico para ser traducido en modo serio. Esta imposibilidad, sin embargo, es a menudo salvada por un auditorio dispuesto a leer aún en los embates más salvajes y anárquicos del humor una intención seria de base.

La indecibilidad radical que el humorista plantea a sus lectores suele ser neutralizada por la crítica que reduce la significación de lo absoluto ridículo asimilándola a cualquier voluntad política o subversiva. El humorista es en definitiva aquel de quien no se sabe muy bien qué es lo que quiere decir y su maestría consiste en sostener la irreductibilidad de su discurso la mayor cantidad de tiempo posible. Con todo, siempre se acaba de asignar un sentido a aquello que se dice. Las muestras más sublimes del humor se originan en la terca voluntad del humorista por impedir que eso pase. En los cuentos de Osvaldo Lamborghini, por ejemplo. Allí es más fácil detectar el gesto que en general puede atribuirse a todo enunciador irrisório, cómico o humorístico, a la hora de constituir una imagen de sí mismo.

Si la parodia, la burla, el chiste o cualquier procedimiento chistoso consiste en proyectar una imagen transformada de los discursos ajenos, parece ser primordial que el comediante realice previamente el procedimiento contrario, consistente en atacar al adversario deformando el propio rostro. La mueca. Es esta acaso la principal operación por la que los enunciadores irrisórios se constituyen a sí mismos y constituyen, en ese mismo paso, a los lectores a quienes se dirigen. Con una diferencia. Porque allí

donde lo cómico frunce el ceño con el fin de provocar al otro, lo humorístico se vuelve hacia el espejo con el fin de demostrar que bajo el gesto oprobioso de la mueca no hay realmente ningún rostro que mostrar.

Bibliografía

- Attardo, S. (1994). *Linguistic Theories of Humor*. New York, NY: Mouton de Gruyter.
- Freud, S. (1986). El chiste y su relación con lo inconsciente. En S. Freud, *Obras completas*, Volumen 8. Buenos Aires: Amorrortu.
- Freud, S. (1988). El humor. En S. Freud, *Obras completas*, Volumen 21 (pp. 155-162). Buenos Aires: Amorrortu.
- Palacios, C. (2018). ¿De qué hablamos cuando hablamos de humor? *Luthor*, 35, 46-60.
- Palacios, C. (2017). La Historieta en el Ojo de la Tormenta. Violencia y humor en la obra historietística de Fontanarrosa y Breccia. En G. Vázquez Villanueva (comp.). *Violencias, resistencias y discursos*. Buenos Aires: Editorial de la FFyL-UBA.
- Palacios, C. (2014). *Ethos cómico y ethos humorístico*. Ponencia presentada en el V Congreso Internacional de Letras. Transformaciones culturales. Debates de la teoría, la crítica y la lingüística de la Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.
- Palacios, C. (2014). *Humor y política: la dimensión ideológica del humor en la obra de Roberto Fontanarrosa* Tesis para optar al Título de Doctor en Lingüística, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.
- Pêcheux, M. & Gadet, F. (1984). *La lengua de nunca acabar*. México: Fondo de Cultura Económica.

- Steimberg, O. (2001). Sobre algunos temas y problemas del análisis del humor gráfico. En *Signo & Seña*, 12, 99-117.
- Verón, E. (2004). *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.

Licencia para matar (de risa)

Identificación narrativa y diferencia epistemológica entre productor y receptor del efecto cómico

JUAN ALFONSO SAMAJA

A la memoria de Oscar Traversa, mentor y maestro.

Son pocas las ocasiones donde un trabajo puede fecharse y ubicarse en el espacio con suficiente precisión. Esta es, afortunadamente, una de ellas. Fue en el año 2011, y en el marco de la 6ª Jornadas de Jóvenes Investigadores del Instituto Gino Germani. En ese momento y en ese lugar tuve ocasión de compartir a mi colega Damián Fraticelli algunas apreciaciones en torno a la identificación narrativa entre el agente cómico y el espectador de lo cómico, en el marco de la propuesta freudiana de la *ingenuidad*. Él ya trabajaba en lo reidero televisivo, yo ya trabajaba con las formas cómicas en el contexto del cine. Nuestros intercambios constantes y siempre muy fructíferos me siguieron motivando una y otra vez a regresar sobre este tópico, al que sigo considerando fértil para el terreno del análisis e interpretación de los fenómenos alrededor de la comedia.

El objetivo principal de este escrito es hacer una revisión teórica en torno al concepto de *distanciamiento* entre el espectador y el personaje cómico, tratando de aportar algunos elementos de juicio para repensar la problemática en el contexto de los análisis narrativos ficcionales. Puesto que el núcleo de las discusiones estará orbitando el concepto de *transgresión narrativa*, me veo en la necesidad de hacer una

aclaración sobre este punto en particular, para establecer el marco apoyo de estas ideas.

El concepto de *transgresión narrativa* en el análisis narrativo, en general, y en lo cómico, en particular

El término lo empleo tal como lo propone la narratología: desviación de lo canónico, o de la cosa instituida (Bruner, 1992, p. 61). En este sentido, todo hecho que implique una ruptura con tal *discursividad esperada* (expectativa regularizada por la costumbre) significará, para el grupo que necesita sostener la regla para perseverar en su existencia, la irrupción dramática y conflictiva del momento *transgresor*. Una transgresión se presenta entonces como una *discontinuidad en el marco de una existencia esquematizada*, como una acción/tensión respecto de un estado preferible para alguien; una *sustitución problemática* (un valor no habilitado) *de signo*.

Dentro del campo de la narrativa utilizaré este término en calidad de *función interna del relato*; por ende, como un asunto propio de su estructura. De modo tal que con el término *transgresión* no se pretende tematizar aquí contenidos determinados, “buenos” o “malos” según el mundo de valores por fuera de la diégesis, sino precisamente sólo aquellos que la narración tematiza.

Estas reflexiones que aquí propongo se enmarcan en un tipo específico de *transgresión cómica* que no comparten otros tipos de relatos. Desde 2010 vengo trabajando sobre la tesis de que lo específicamente cómico se define por un tipo particular de transgresión, y no por un estilo de tematizar transgresiones de tipo general (Samaja & Bardi, 2010).

Resulta bastante frecuente encontrar en los autores un empleo indiferenciado y genérico de la palabra transgresión, aun en los casos donde se pretende tamizar la generalidad con un término pretendidamente más específico como

el de *incongruencia*, o cualquiera de sus derivaciones (inadecuado, inapropiado, etc.).

La idea básica detrás de la teoría de la incongruencia es muy general y bastante simple. Vivimos en un mundo ordenado, donde hemos llegado a esperar ciertos patrones entre las cosas, sus propiedades, eventos, etc. Nos reímos cuando experimentamos algo que no encaja en estos patrones¹ (Morreall citado en Jones, 2011, p. 93. La traducción es mía).

Un subconjunto de eventos incongruentes son los hechos transgresores, aquellos que cruzan normas éticas; en este sentido, un tipo de evento incongruente será, en otras palabras, el ostensiblemente incorrecto o el ostensiblemente malo². (Jones, 2011, p. 95. La traducción es mía).

lo transgresor/transgresivo significa aquello que “excede, pasa por alto o traspasa algún límite. Y, por asociación, cuando se aplica a un contexto humorístico, el término denota aquello que es perturbador y caótico, cuyos efectos están generalmente asociados con la subversión extrema y la deformación de la realidad³ (Inge & Piacentino, 2010, p. 6. La traducción es mía).

Los autores parten del supuesto de que el humor y lo cómico están esencialmente vinculados a una incongruencia, entendida esta noción como el desvío respecto de una expectativa; en función de ese presupuesto, se infiere que lo incongruente, el humor y lo cómico serían una y la

¹ “The basic idea behind the incongruity theory is very general and quite simple. We live in an orderly world, where we have come to expect certain patterns among things, their properties, events, etc. We laugh when we experience something that doesn’t fit into these patterns”.

² “One subset of incongruous events comprises transgressive events, events that appear to cross ethical boundaries; one kind of incongruous event will be, in other words, the ostensibly wrong or the ostensibly bad”.

³ “transgressive means to exceed, ‘to pass over or go beyond’. And by association and when applied to a humorous context, transgressive denotes the disruptive and chaotic, the effects of which may sometimes be extreme and bizarre”.

misma cosa. Sin embargo, lo incongruente, entendido de este modo indiferenciado, como ruptura de una expectativa de lo común, no define en modo alguno lo intrínsecamente cómico; no por ser transgresor un elemento deviene, por ello mismo, en presencia cómica.

La transgresión es simplemente una ruptura de la canonicidad, y como tal, una manifestación que no encaja en la costumbre. Si, en efecto, los fenómenos de lo reidero se asocian con elementos transgresores, pero no todo elemento transgresor genera fenómeno de risa, entonces es evidente que la mera presencia de una desviación canónica no alcanza para definir lo propio del ámbito cómico, y constituye el signo más evidente de lo imperioso que resulta definir su particularidad como hecho narratológico. Si lo transgresor es el género próximo que une a toda narración cómica con cualquier tipo de relato, lo principal, entonces será definir su diferencia específica. Sólo de ese modo podremos hablar de lo cómico transgresor, y no de lo transgresor en lo cómico⁴.

En este trabajo emplearé el término *transgresión* en un sentido específicamente narrativo, y propiamente cómico, entendiendo por *transgresión cómica*:

la representación de elementos que, sacados de contexto, manifiestan un *extrañamiento* en el contexto novedoso; extrañamiento que es interpretado como *inadecuación de tales elementos respecto del orden normativo que el nuevo contexto impone*. [...] Consideramos *inadecuado* entonces, a todo rasgo que, por su forma y contenido constituya una transgresión al orden constituido. Sin embargo, dicho carácter transgresor no se

⁴ Jones (2011) es el ejemplo patente de esta diferencia. El autor pretende abordar el asunto de las transgresiones en la comedia, analizando de qué manera la modalidad cómica permite traficar acciones éticamente condenables por fuera del relato cómico. “Es el humor frente a las malas acciones lo que constituye el interés de este trabajo” (Jones, 2011, p. 97. La traducción es mía). Su interés está puesto en las acciones transgresivas, justificadas por el marco de lo cómico, y no en la estructura del marco mismo, la cual constituye mi propio objeto de estudio en particular.

confunde sin más con la alteración canónica del relato, como aquella acción indebida (robar, matar, secuestrar, etc.) que intencionalmente pretende ser una ruptura con las reglas del sistema; la transgresión cómica reside en una falla en la función cualificatoria, sea en una omisión de la prueba cualificante (parcial o total) o en su realización anómala respecto de los protocolos (Samaja & Bardi, 2010, pp. 41-42).

Finalmente, sólo me resta aclarar que estas investigaciones sobre lo cómico justifican su metodología de análisis por estar enmarcadas en la lógica del análisis de las estructuras formales del relato canónico; es decir, que analizamos el fenómeno de lo cómico en su carácter *secuencial* (Bruner, 1992, p. 56). ¿Qué aporta este enfoque metodológico a la epistemología de lo cómico? Permite, por ejemplo, trascender la noción de *sorpresas* como elemento risible por excelencia.

La sorpresa es una irrupción instantánea en un *espacio narrativo* que tiende a no durar; el relato narrativo, por el contrario, necesita sostenerse en su dramaticidad. Si una forma cómica se define por su estructura (Samaja, 2012), entonces lo cómico narrativo requiere conservarse en el tiempo como forma cómica durante el proceso del relato. Como resulta evidente la *sorpresas* no puede cumplir esa función. De modo tal que en 2010 se propuso operar con otro concepto que permitía incorporar el proceso y la dimensión temporal a la estructura de la comedia, ese término es el de *suspense cómico*. Se propuso entonces que la inadecuación, escenificada en los marcos de una narratividad, asume la forma del *suspense*, ya que el espectador conoce de antemano el carácter inadecuado de los elementos del relato (de los objetos, de los caracteres), y esto implica la consecuencia fundamental de que el placer cómico resida no en lo inesperado de los sucesos, sino en el proceso preparatorio de los mismos (Samaja & Bardi, 2010, p. 103).

Si bien considero que muchas de las ideas que propongo son plausibles de extrapolarse a otros fenómenos que pueden no necesariamente estar vinculados a la comicidad

como proceso, seguramente no podrá con ellas abrazarse todas las dimensiones de un campo discursivo fundamentalmente extraño a la lógica secuencial. Pero también es válido el razonamiento inverso, a saber, que los muy variados análisis sobre los cuentos graciosos, los chistes, las bromas, etc., si bien suelen constituir algún aporte a una comprensión general sobre la forma reidera, no siempre ofrecen herramientas conceptuales apropiadas para el análisis narrativo de los procesos secuenciales de significación (Fratlicelli, 2019, p. 68).

Conocer o no conocer..., esa es la cuestión

Eco sostiene que el rasgo fundamental en la intelección sobre lo cómico “no reside (solamente) en la transgresión de la regla y en el carácter inferior del personaje cómico, si no en la pregunta siguiente: ¿Cuál es nuestro conocimiento de la regla violada?” (Eco, 1999, p. 164). Mientras que en las formas trágicas se produce una demora en la exposición de la regla que inminentemente será lesionada, recreando su campo axiológico para interiorizar a la audiencia en torno a su validez; en las formas cómicas, por el contrario, no se halla tal iniciación, pues el enunciador asume que la regla no requiere ningún tipo extra de validación, es decir, que la audiencia está ya interiorizada en tales códigos⁵. (Eco,

⁵ Se desprende entonces que si le regla de la tragedia necesita ser interiorizada para compadecerse el espectador de la transgresión que ella padezca; si necesito familiarizarme con la regla para identificarme con su situación dramática, ello implica entonces una cierta lejanía, distancia o desconocimiento de la regla por parte del espectador. Puesto que en la comedia la regla no se tematiza previamente, asumiéndose que el espectador la da por sentado por estar ya en relación íntima con ella, debe suponerse entonces que las reglas de la comedia deben ser más evidentes y generales para los públicos, que aquellas que serán transgredidas en las tragedias, razón por la cual se requiere de una propedéutica afectiva para articular al público con la regla. Es decir, en una tragedia como Edipo Rey el relato se demora en la tematización de la regla para elaborar el marco común, pero en el caso de

1984, p. 14). De esto último se infiere que la transgresión cómica provoca risa (y no indignación) por la estabilidad misma de su validez; es porque la norma está sólidamente instituida que el espectador acepta que se juegue con su desvío, pues la alteración no pasa de ser más que un juego; tarde o temprano el orden se impone con la fuerza de la costumbre. En otras palabras, la transgresión cómica debe *ser tomada en broma*:

Lo cómico parece popular, liberador, subversivo porque concede licencia para violar la regla. Pero la concede precisamente a quien tiene interiorizada esta regla hasta el punto de considerarla inviolable. [...] Se permite reír justamente porque antes y después de la risa es seguro que se llorará. Lo cómico no tiene necesidad de reiterar la regla porque está seguro de que es conocida, aceptada e indiscutida y de que aún lo será más después de que la licencia cómica haya permitido -dentro de un determinado espacio y por máscara interpuesta- jugar a violarla” (Eco, 1999, pp. 166-167).

A pesar de lo relevante de la propuesta, el texto presenta cierta ambigüedad en relación a quiénes serían los sujetos que estarían en posesión de tales códigos: ¿involucra, por ejemplo, al productor del hecho cómico, o se limita a la audiencia, siendo sólo ella la que conoce y cree en la validez de las normas?

Si únicamente debe ubicarse un conocimiento de la regla en el espectador que juzga sobre las acciones realizadas, queda todavía pendiente determinar el estado del conocimiento del sujeto transgresor. Ahora, si la teoría

una comedia, ello no sería necesario porque la audiencia ya está en posesión, y ya comulga, con los contenidos de la regla. Pero esto lleva a una situación desconcertante: ¿cómo es que la audiencia puede estar al tanto de códigos y tradiciones muy específicas y locales, pero en cambio necesita semejante preparación para iniciarse en una regla como la del incesto y el parricidio? Eco parece simplemente invertir la relación universal/particular (que tradicionalmente la teoría literaria asociaba a la tragedia/comedia), pero a partir de un presupuesto poco verosímil (Véase también Eco, 1990, p. 13).

pretende adjudicar también ese conocimiento de la regla al transgresor, temo que tendríamos dos inconvenientes: 1) no terminaría de explicarse por qué reaccionaría la audiencia cómicamente frente a la transgresión, ya que estar muy familiarizado con una norma no parece llevar automáticamente a una actitud indiferente respecto de las transgresiones, ni mucho menos a una actitud displicente con aquellos que producen el desvío sobre la *discursividad esperada*; incluso parece verdadera la sentencia opuesta: cuanto menos conciencia se tiene de la regla, menos se puede determinar una conducta como transgresión respecto de ella; 2) los datos empíricos que surgen del análisis narrativo ficcional no parecen apoyar semejante hipótesis, y de hecho parecen mostrar exactamente lo opuesto: el sujeto generador del hecho cómico parece siempre hacer gala de una esencial ignorancia de las tradiciones allí donde pone en escena su conducta; hay siempre una especie de extrañamiento entre el sujeto cómico y el contexto normativo donde éste desenvuelve la estrategia de su acción (Samaja & Bardi, 2010).

Esta tesis, según la cual la transgresión cómica es aceptable para el espectador pues ocurre en un contexto lúdico como escenificación artificial de negación de la regla en los marcos muy controlados del orden social, está contextualizada en el estudio realizado por el semiólogo italiano sobre las fiestas de carnavales (Eco, 1990). En efecto, cualquier situación que se presenta de modo explícito como una simulación para la audiencia, habilita *ipso facto* el diseño de acciones y/o enunciator, inadmisibles en otros contextos, porque en el contexto de la simulación se ha instituido un espacio seguro⁶. En estos contextos, la transgresión se enuncia como simulada y se narra en tanto simulación, y sólo por este motivo es posible entender que lo transgresivo

⁶ No es este fenómeno muy diferente al de las bromas degradantes que realiza un amigo a otro amigo frente a terceros, integrantes del grupo, en el marco de confianza que esa relación les significa.

despierte esa reacción benigna, pues en el fondo sabe el espectador, y sabe el transgresor, que todo esto es un juego.

Pero esta explicación sólo funciona para los escenarios completamente simulados, no para los escenarios asociados con los experimentos narrativos, relativamente simulados. Lo propio de la ficción como experimento es precisamente el invisibilizar su técnica de simulación en el nivel de la narración, y aligerarla (aunque no necesariamente esconderla) en el plano de la enunciación (Casetti, 1996). Esto significa que todo experimento narrativo supone un contrato espectadorial donde no sólo el que enuncia revela que se trata de una simulación, sino que el que consume el relato sabe que de una simulación se trata. Sin embargo, no funcionaría todo el artificio si no mediara entre ambos una perspectiva de realidad: el espectador debe abandonar la conciencia de ese pacto en la misma medida en que ingresa a la narración; en una especie de proceso inverso al que pensó Platón para su teoría de la reminiscencia: pues aquí, cuanto más recuerde dónde estoy y de dónde vengo, menos operará el dispositivo ficcional (Schaeffer, 2002). Esta perspectiva de realidad necesaria para el experimento narrativo implica que no hay sólo dos lugares en este proceso (el espectador y el enunciadore, ambos simulantes), hay un tercer componente: el mundo diegético⁷. El mundo diegético como tal no tiene posibilidad de simular, es un puro fenómeno: el personaje ficcional no se desdobla entre lo que es y lo que siente. Por lo tanto, el espectador que entra al cine sabe muy bien que al ver al personaje cómico tropezando con la cáscara de banana, ese sujeto realmente no cae de modo accidental, sino que se trata de una pantomima ensayada; y esto también lo sabe el actor que encarna al personaje cómico. Pero el personaje mismo del relato que tropieza no se presenta al espectador como un actor, sino como una existencia narrativa en sí misma, y como tal no simula

⁷ En términos de Eco (1992), no sólo *intentio auctoris* e *intectio lectoris*, sino también *intentio operis*.

una caída para nuestro placer, sino que la padece en tanto fenómeno ficcional.

Puesto que el personaje cómico no puede asimilarse discursivamente al actor cómico, que es quien simula la farsa en este tipo de narraciones cómicas, considero que la actitud lúdica frente a la transgresión de la regla no se aplica en este caso particular. Sin embargo, creo que su idea-guía de articular la regla con el conocimiento es inspiradora, y sobre todo que habilita a pensar en el estatuto del conocimiento de la regla, no de la audiencia, sino del sujeto cómico; y no en los casos donde alguien actúa explícitamente para un espectador, sino donde se manifiesta lo propio de su carácter: en la diégesis experimental del relato ficcional. En lo que sigue de este ensayo intentaré aportar algunas ideas en esta misma dirección.

Modalidades transgresivas en la lógica narrativa

Al analizar las formas narrativas se advierte que los sujetos perturbadores de la norma presentan tres niveles de intencionalidad en torno a la negación de lo valioso:

1. Aquellos que transgreden con intención, queriendo hacer un mal a otro y un bien a sí mismos (transgresión como proyecto: conocimiento racional de la causa y de sus efectos).
2. Aquellos que realizan la perturbación como consecuencia de una esencial debilidad en el carácter (transgresión por negligencia/carácter impulsivo y/o influencia de terceros: conciencia de la desviación normativa, pero sin racionalización de los efectos indeseables).
3. Aquellos que transgreden sin intención, es decir, sin saber el mal que están produciendo. (transgresión no intencionada: sin conocimiento del significado de las

acciones en términos de causa-efecto) (Samaja & Bardi, 2010; Samaja, 2015).

Sin embargo, desde el punto de vista de la interpretación del sentido de la acción, las desviaciones de lo canónico pueden agruparse en dos categorías únicamente: o el productor de la agresión dispone de una representación de la norma válida, o no dispone de tal representación, siendo, en este último caso, ignorante de las consecuencias que se siguen de sus acciones. Quien transgrede a conciencia una norma lo hace representándose, no sólo el *deber ser* instituido en la comunidad que sostiene esa regla, si no la posibilidad real de la sanción por parte de un funcionario de la comunidad en cuestión. De allí que sólo puede actuar bajo el dominio pleno de una norma quien puede hacer de su acción una expresión de su libertad (Cossio, 1964).

Por lo tanto, quien no pudiese disponer de una representación tal para sus acciones no sería capaz tampoco de representarse la secuencia subsiguiente de sanciones que se actualizarán en la forma de una punición o castigo. El sujeto que actúa en desconocimiento de la norma que organiza la realidad coexistencial en la que se encuentra, sólo tiene una representación condicional de sus actos: si hace A, sucede B, si no hace A, B no sucederá. Pero no se produce en esta circunstancia el reconocimiento de esa segunda parte de la proposición jurídica, que Cossio (1964) denominó la esfera de lo *perinormativo*, donde a la negación del contenido mentado no le sigue una mera ausencia, sino la presencia de un hecho corrector (la sanción).

Por lo tanto, la transgresión cómica produce el tipo de reacción específica en el espectador debido a que la audiencia no interpreta en la acción del agente un hecho de mala voluntad (intención supresiva de la norma), sino apenas un *problema de conocimiento*: hizo algo inadecuado, no en función de un proyecto negador de regla, sino que actuó contra ella sin saberlo.

Según esta interpretación, el sujeto cómico tiene licencia para quebrantar la regla, pero una licencia muy particular: una licencia que no sabe que tiene para quebrantar unas tradiciones que no sabe que existen. Dicho de otro modo, su licencia para violentar la ley, sin que se genere en el auditorio una indignación, no es otra cosa que “inconsciencia de sus acciones”. El sujeto cómico parece emular al interlocutor socrático, que no sólo no sabe, si no que ni siquiera sabe que no sabe.

La comicidad como un problema de conocimiento

La metodología de la investigación clasifica a los problemas en tres categorías: *de hecho*, *de conocimiento*, y *científico* (Samaja, 1999; Ynoub, 2015): A los efectos de esta exposición, me importan especialmente los primeros dos tipos. El primero se resuelve interviniendo y realizando una acción transformadora; el segundo, en cambio, se presenta como una mediación: el sujeto para intervenir en la realidad debe conocer los modos habilitados para realizar las transformaciones necesarias.

Llevado al terreno del análisis narrativo: todo conflicto se presenta inicialmente como un *problema de hecho*, pero luego advertimos que se trata también de un problema de conocimiento. En cualquier esquema narrativo del tipo canónico (Propp, 2001) si el objeto valioso ha sido robado, las causas eficientes tienen que estar dispuestas en una doble dirección: recuperar el valor y devolverlo a la comunidad, pero también vencer y castigar al villano que ha sustraído el valor de la comunidad. Por lo tanto, un relato que necesita restituir el orden establecido parece manifestarse únicamente como problema de hecho. Pero esto es sólo una apariencia de superficie, pues la eficacia material de las acciones no resulta suficiente para consagrar la acción del héroe; se requiere, además, que esas acciones

estén orientadas por una expectativa de validez. No basta recuperar el objeto valioso a cualquier costo; debe realizarse esa recuperación de la manera no violenta, o más bien por medio de una violencia socialmente organizada y validada, es decir, de una violencia no idéntica a la que ha aplicado el transgresor original (Girard, 1998), y para ello es que se somete al héroe a un proceso de cualificación. No alcanza con sustraerle al sustractor lo sustraído, debe producirse una diferencia simbólica que establezca una diferencia ontológica entre las acciones materialmente idénticas, y esa diferencia resulta de la investidura del héroe por parte de la comunidad. Porque debe ser la comunidad, personificada en el héroe, y no un singular, la que realice la *recuperación del valor*, debe convertirse al individuo en un sujeto de la tradición⁸.

Esta condición narrativa se realiza de modo aceptable y sin dificultad en todos los relatos tradicionales, menos en las formas cómicas; tan sólo el héroe cómico se presenta como un sujeto con problemas vinculados a la cualificación (Samaja & Bardi, 2010). Esto lleva a que el agente cómico, convocado a resolver una situación problemática, casi siempre tenga éxito material en lo inmediato, pero fracase en torno a la aceptación de su logro en lo mediano. De allí que enfrente siempre dos problemas y no uno: un problema de hecho, que resuelve o pretende resolver desde lo real, pero también un problema de conocimiento (vinculado con las tradiciones) para enfrentar esa realidad específica, que no puede resolver, no sólo porque la desconoce, sino precisamente porque ignora su desconocimiento.

⁸ Este proceso propedéutico se denomina en la Narratología la *prueba cualificatoria o cualificante*, y es, junto a la *prueba principal y consagratoria*, una de las tres instancias fundamentales de validación respecto del héroe y de los valores por él representados (cfr. Propp, 2001).

El problema del conocimiento como *ingenuidad*

La reflexión sobre el carácter no intencionado de la transgresión en las formas cómicas no es una novedad. Freud fue quien reconoció en la *ingenuidad* la razón misma de que el espectador de lo cómico en vez de indignarse pueda sentir placer (Freud, 1991). Sin embargo, debemos decir que su propuesta no ha tenido la resonancia que merece, ni se han extraído de ella las consecuencias más interesantes.

Según Freud (1991), el sujeto que produce la comicidad por medio de la ingenuidad -en tanto carece realmente de las normas o protocolos- comete involuntariamente el desvío canónico pues no hay en él esa coerción específica referida a ese acto de enunciación que pueda regular las intervenciones lingüísticas; dice/hace aquello que en un sujeto regulado se encuentra *reprimido*. Dicho de otro modo, el sujeto ingenuo expresa en su decir lo que todos quieren decir o lo que se diría (y se haría) de no mediar las normas colectivas que organizan al todo social⁹.

⁹ Para ilustrar este fenómeno de la ingenuidad, ofrezco la siguiente anécdota: operan a un niño pequeño de 10 años, se trata de una intervención sencilla y ambulatoria, pero requiere el empleo de anestesia general. La maestra y los compañeros y compañeras de escuela de ese niño le prepararon un hermoso mural con un montón de carteles que expresan buenos deseos y pronta recuperación. Entre los mensajes, se destaca uno especialmente: "Hola Javier, ¡ojalá salgas bien de la operación. Te quiero amigo, te espero con ansias. Tu amiga, Zoe. P.D.1: ¡Javier No te mueras!". En verdad, la frase '¡ojalá salgas bien de la operación' no parece muy diferente de 'No te mueras', sin embargo, la primera es socialmente aceptable, mientras que la segunda no lo es. ¿Por qué llama la atención esta última expresión de deseo? Porque expresa realmente lo que en verdad todos estaban pensando, pero nadie se animaba a poner en palabras. Esa transgresión lingüística provoca risa, no porque la niña no supiese lo que estaba diciendo... lo sabía perfectamente, y porque lo sabía lo dijo; pero seguramente no sabía que no era propio decirlo de esa manera; que socialmente hablando hay otros modos sustitutivos, otros mecanismos semióticos y protocolares de reemplazo para canalizar esa angustia. Lo que la niña parece desconocer en esa producción cómica no es el sentido de su frase, si no la norma que debería impedir la expresión categórica y frontal; la niña puede perfectamente sentir esa angustia dándole una diversa fanfarria de expresiones somáticas, mas no expresión lingüística.

Pensamos que en el núcleo de la *ingenuidad* se halla la clave de bóveda para desentrañar el nudo de la *distancia* presupuesta en toda relación cómica (concebida como una asimetría indiferenciada entre el agente y el receptor), a partir del desarrollo de ese momento que Freud presupone como necesario para que se dé la actitud de lo risible, es decir, el de la *identificación fundamental* que pone a los dos sujetos en el mismo eje de los valores.

En sus estudios sobre el chiste, afirma la necesidad de una identificación y coincidencia psíquica entre la primera persona (la que relata el chiste) y la tercera (a la cual el chiste se cuenta), pero en el caso de lo cómico aparece la necesidad de una coincidencia psíquica entre el agente cómico y el espectador. Y si se considera el contexto de la ficción como ocurrencia de lo cómico (Fratice, 2015; 2019) debe darse una coincidencia psíquica entre las tres instancias: el enunciator, el receptor y el agente¹⁰, aun cuando sus coincidencias no sean en todos los puntos; el enunciator/narrador compartirá con el espectador el conocimiento de lo normativo, que se le escapará al agente, pero todos ellos serán parte de una *misma voluntad o comunidad de valores*. Y esta coincidencia psíquica debe darse precisamente para que el sujeto que descubre lo cómico pueda identificarse con el transgresor, y no con la norma transgredida (Samaja & Bardi, 2010).

¹⁰ Vale aclarar que en este trabajo se entiende que las tres instancias responden, en verdad, a naturalezas diferentes, y que -en un sentido estricto- el enunciator no puede coincidir “psíquicamente” con nadie, en tanto que no es un psiquismo o una persona realmente, sino una función trascendental del relato. Por lo tanto, la mentada coincidencia psíquica pretende ser sólo una expresión metafórica (a los efectos de conservar el término freudiano) para designar un mismo eje axiológico en torno a la norma que la narración escenifica. Dicha comunidad de los valores se materializa en la trama por la sorpresa del agente, por la risa del espectador (ausencia de indignación), y por la clasificación moral que la instancia de enunciator establece entre héroes y villanos, de la cual se deduce la distribución legítima de las experiencias sociales.

Por lo tanto, el elemento en juego es precisamente la identificación de una *ingenuidad*; la interpretación que hace el espectador de que el sujeto agente no ha tenido intención mala de transgredir. Puedo reír porque interpreto la perturbación como un problema que reside en el individuo y no en la norma.

Ahora, si el sujeto cómico no ha tenido mala voluntad entonces debe revisarse la idea de que entre el sujeto que produce lo cómico y aquel que lo descubre en el agente debe haber una distancia insoslayable.

Sean unidos... porque esa es la ley primera

He tenido oportunidad en otros trabajos anteriores de criticar la hipótesis de un distanciamiento indiferenciado entre el espectador y el personaje cómico por entender que es inconsistente con la necesidad de empatía moral que debe darse necesariamente entre uno y otro para que, por medio de la interpretación de la ingenuidad del agente, la reacción del espectador se presente en la forma de la risa y no se trastoque como indignación (Samaja & Bardi, 2010; Samaja, 2016). No se trata, sin embargo, de negar alguna forma de asimetría posible entre ellos, si no de especificar dónde, y respecto de qué, se realiza la diferencia mentada.

La primera referencia que tenemos sobre esta distancia la hallamos en la *Poética* (Aristóteles, 1974), donde se propone una tipología de relación entre el carácter y el espectador: superior, igual o inferior, derivando de este criterio diversos objetos de imitación, y considerando a la representación inferior del héroe (en relación al espectador) el rasgo por excelencia de la comedia.

Puesto que los que imitan imitan a hombres que actúan y éstos necesariamente serán esforzados o de baja calidad (los caracteres, en efecto, casi siempre se reducen a éstos solos, pues todos sobresalen, en cuanto al carácter, o por el vicio

o por la virtud), o bien los hacen mejores que solemos ser nosotros, o bien peores o incluso iguales, lo mismo que los pintores. [...] Polignoto, en efecto, los pintaba mejores; Pausón, peores, y Dionisio, semejantes [...] también en la danza y en la música de flauta y en la de cítara pueden producirse estas desemejanzas, así como en la prosa y en los versos solos [...] Homero hace a los hombres mejores; Cleofonte, semejantes, y Hegemón de Taso, inventor de la parodia, y Nicócares, autor de la Diñada, peores [...] Y la misma diferencia separa también a la tragedia de la comedia; ésta, en efecto, tiende a imitarlos peores, y aquélla, mejores que los hombres reales (Aristóteles, 1974, pp. 131-132).

Sin embargo, la tesis de la superioridad como factor clave para develar el dispositivo de lo cómico ha sido de las más exitosas, y la han retomado y discutido en la modernidad diversos autores. Para nuestro enfoque resultan particularmente interesantes las reflexiones críticas que realizó Hutcheson sobre el modo en que Hobbes había retomado la propuesta aristotélica para adecuarla a su forma de concebir la realidad social basada en el individuo egoísta:

Si la premisa básica de Hobbes fuese adecuada para la realidad que pretende describir¹¹, entonces no podría darse el fenómeno de risa en ninguna ocasión en la que no hiciéramos una comparación entre nosotros mismos y otras personas, o en la que no comparásemos un estado propio actual respecto de un estado propio anterior, y no encontráramos (resultado de esa comparación) una percepción de superioridad en nosotros mismos por sobre otras personas, o del estado actual respecto del estado pretérito. Pero al mismo tiempo, debiera ser cierto que toda representación adquirida de una superioridad en mí respecto de otro, provocara la risa. Si ambas premisas son evidentemente falsas, también debe ser falso el

¹¹ Hutcheson alude a la premisa hobbesiana, según la cual, la risa no sería más que la glorificación del sí mismo; la percepción repentina de una superioridad en nosotros mismos, en comparación con la inferioridad de otros.

fundamento del cual ellas pretenden deducirse¹² (Hutcheson, 1971, p. 7. La traducción es mía).

Las refutaciones que Hutcheson ensaya son básicamente las siguientes: a) no es verdad que todo aquel que ríe lo hace porque se posiciona de modo superior frente a un otro que genera la risa en él. (Los ejemplos que ofrece sobre este punto son todas aquellas situaciones donde alguien hace reír a una audiencia por medio de una habilidad eminentemente mayor que la habilidad que la propia audiencia podría ostentar, como cuando me río con los juegos de palabras ingeniosos que ensaya un humorista, la risa no surge de una percepción de superioridad que yo percibo, pues yo no sería capaz de realizar ese artificio). b) Muchas de las formas que la inferioridad puede asumir no resultan risibles, y en general no reímos de esas situaciones.

Sobre esta segunda refutación cabe decir algo que es muy atendible para la reflexión real sobre el proceso cómico: no es verdad que las inferioridades desgraciadas que manifiestan otros distintos de mí no sean risibles en modo alguno; lo que es verdad es que el grupo social educa a los individuos en ese proceso de civilidad a considerar inapropiado de nuestra humanidad reírnos del dolor o la desgracia ajenas. Por lo tanto, la cuestión será en qué circunstancias se produce la experiencia de lo reidero frente a tales situaciones desgraciadas. Es importante advertir que la sustancia de lo reidero no es una entidad absoluta, sino una experiencia que socialmente se habilita o no para alguien. Tiene, en este aspecto, el mismo estatuto del signo lingüístico. Por ejemplo, en ciertos contextos ritualizados, cierta situación

¹² "If Mr. Hobbes's notion be just, then, first, there can be no laughter on any occasion where we make no comparison of ourselves to others, or of our present state to a worse state, or where we do not observe some superiority to ourselves above some other thing: and again, it must follow, that every sudden appearance of superiority over another must excite laughter, when we attend to it. If both these conclusions be false, the notion from whence they are drawn must be so too".

de un grupo, frente a la desgracia del grupo opositor, puede despertarle un placer morboso que se traduce en risa, como por ejemplo la burla de un equipo de fútbol a otro que ha perdido una copa en la competencia. Esto muestra que la desgracia del otro sí puede ser risible para otro, sobre todo si la desgracia ajena lo beneficia al grupo que ejerce el acto de la risa como ejercicio de la burla.

A pesar de esto que digo, sostengo que Hutcheson tuvo una lúcida intuición al no aceptar que toda inferioridad sea risible sin más. Y nosotros hemos también cuestionado su validez, por entender que ella no especifica el sentido propio de la inferioridad presupuesta, dando por sentado que cualquier inferioridad abstracta sería materia adecuada para lo risible, lo que dista de ser un hecho consecuente con la realidad narrativa (véase Samaja & Bardi, 2010). En efecto, si la inferioridad puede asociarse a motivos muy diversos, serán muy diversas también las modalidades emocionales que el espectador manifieste; si la inferioridad puede asumirse en un personaje como conducta inmoral, abusiva, etc. el espectador no reaccionará riéndose de este personaje, ni tampoco se reirá de la víctima de este agresor, aun si esta última manifestara una condición inferior, percibida no ya en torno a un potencial espectador, sino el personaje agresor mismo.

Incluso en las propias comedias del cine, el personaje cómico puede presentar habilidades prácticas muy desarrolladas y notables (muy superior a la que tendría cualquier personaje o espectador medio) que sólo resultan problemáticas fuera de su contexto. En la escena de *Día de paga* (*Pay day*, 1922) el personaje de Chaplin aparece ostentando una habilidad muy desarrollada al momento de recibir en el andamio los ladrillos para la construcción. De modo tal que se presenta al espectador como trabajador sobrecalificado para el puesto.

Por otra parte, la inferioridad que manifieste un personaje, en sí misma no pareciera tener el poder producir comicidad alguna sino hasta que entra en contacto con

otros componentes, es decir, hasta que no se hace función narrativa. Esto significa que la *inferioridad* no es *absolutamente cosa risible*, sino que deviene risible cuando se constituye en una función del relato. Por ejemplo, en el cortometraje de Chaplin *Easy Street* (1917) el personaje del vagabundo presenta una diversa cantera de acciones superiores al gandul que lo atormenta, sin embargo, no es el gandul quien causa risa, sino el personaje de Carlitos, que aquí oficia de policía queriendo poner orden en el barrio. En todo caso la inferioridad ostensible es la diferencia corporal entre el alfeñique Chaplin y el gigantón que personifica Eric Campbell. Pero adviértase, en todo caso, que esa inferioridad de condición física no es en sí misma cómica, sino que llega a serlo en combinación con la función que Carlitos debe desarrollar frente a los villanos del barrio. Se da la tipificación que nosotros denominamos como: *inadecuación entre función y condición física* (Samaja & Bardi, 2010, p. 104).

En consecuencia, si no se ha de manifestar esta condición de superioridad en todos los casos como causa inmediata de la risa; y, si, además, la inferioridad no puede provocar ella sola el resultado cómico, entonces la relación superior-inferior no puede ser ni necesaria ni suficiente para que se constituya el hecho cómico de lo risible.

La refutación más significativa que Hutcheson establece a la tesis de Hobbes es, a mi juicio, la primera. No pretendo detallarla en su totalidad, pues me llevaría un espacio excesivo, y por lo tanto me habré de conformar con mostrar que dicha refutación da por sentado que la superioridad pretendida del espectador sería con relación al sujeto que crea la broma, el chiste. Es decir, que la relación de superioridad-inferioridad se trataría de un vínculo entre la audiencia que escucha la broma o el chiste, y la instancia enunciativa que la realiza. Sin embargo, ni Aristóteles, ni los autores siguientes han limitado esa relación entre productor y receptor de los enunciados. Esta circunscripción parte

del supuesto de que lo cómico se desenvuelve en el espacio limitado donde alguien hace una broma para un tercero, sin atender, en cambio, al contenido y la forma que la broma misma escenifica o relata. Se pretende analizar únicamente las posiciones discursivas (quién dice y a quién lo dice) sin atender la forma del mensaje que se transmite.

Menciono esto último porque la lógica que organiza en cierto aspecto el campo discursivo de las bromas y los chistes puede no ser de aplicación directa al campo de lo cómico-dramático en el terreno de lo ficcional. Tener conocimientos adecuados sobre la audiencia que recepta una broma, o un chiste (saber qué es gracioso para esa comunidad) es clave para toda actitud asociada al campo de lo reidero, en general (Kuipers, 2015). Pero exhibir una torpeza en la realización de una broma, por desconocimiento de esas normas, en el contexto de la broma y el chiste, traen como resultado la inoperancia y la ausencia del efecto, mientras que en una narración cómica, puede presentarse exactamente de modo contrario, pues aquí entran en juego elementos *metacomunicativos* (Fratlicelli, 2019): la torpeza escenificada en el decir del chiste al interior de la diégesis (lo que lleva a que el público del chiste dentro de la historia, no ría) podría presentarse en el nivel de la narración ficcional como un ejemplo de *inadecuación* bien logrado por el director/guionista/actor, donde el espectador cinematográfico sí puede reír, y generalmente lo hace.

Más que a la superioridad abstracta de unos componentes respecto de otros, Hutcheson parece mostrar una preferencia por la relación de contraste y oposición:

Lo que parece ser generalmente la causa de la risa es la yuxtaposición o montaje de imágenes contrastantes, así como alguna semejanza en la idea principal bajo la cual se articulan dichas imágenes: este contraste entre las ideas de grandeza, dignidad, santidad, perfección e ideas de mezquindad, bajeza,

y blasfemia, parece ser el espíritu mismo del *burlesque*; y la mayor parte de nuestra burla y broma se basa en este procedimiento¹³ (Hutcheson, 1971, p. 19. La traducción es mía).

Sin embargo, es importante aclarar que no cualquier contraste produce la risa; las oposiciones deben ser de tal tipo, que una atraiga a la otra por medio de una degradación de lo noble hacia lo innoble. Una especie de magnetismo o gravedad que genera lo cómico. Pienso que las confrontaciones sólo producen ese efecto cuando, además de ser contrarias, se pretende que sean necesarias, es decir, se las busque coordinar por algún motivo justificado por el relato. Creo yo que a eso apunta el comentario que el autor hace cuando menciona que el contraste debe suponer, al mismo tiempo que una oposición, una *semejanza* de base. Esa coordinación intencional es lo que provoca el efecto cómico, y no una confrontación mecánica entre elementos dispersos. Sin la intencionalidad combinatoria de lo inadecuado no se produciría el efecto cómico, y la oposición quedaría relegada a un mero efecto mecánico.

Otro autor que ha trabajado sobre esta asimetría entre espectador y agente cómico ha sido Bergson en su ensayo sobre la risa. Allí el filósofo francés propone la noción de *distancia*, concibiéndola como una respuesta en el espectador a la inferioridad manifiesta del agente cómico; esta inferioridad generaría en el espectador, por comparación consigo mismo, una desidentificación con el personaje degradado, lo cual determina una ausencia de emoción o sensibilidad respecto de aquello que ocurre al personaje cómico en cuestión; es decir, propone como rasgo eminente la necesidad de una distancia emocional entre quien padece y quien

¹³ "That then which seems generally the cause of laughter is the bringing together of images which have contrary additional ideas, as well as some resemblance in the principal idea: this contrast between ideas of grandeur, dignity, sanctity, perfection, and ideas of meanness, baseness, profanity, seems to be the very spirit of burlesque; and the greatest part of our raillery and jest is founded upon it."

disfruta de lo cómico. Es así que dice: “lo cómico sólo puede producirse cuando recae en una superficie espiritual lista y tranquila. Su medio natural es la indiferencia” (Bergson, 2003, p. 13). Según esta propuesta, así como el arte en general parece requerir una suspensión de la incredulidad para que se dé el impacto emocional; en la risa, por el contrario, se requeriría, según Bergson, de una suspensión de la emoción y de cierta insensibilidad (en el que ríe) respecto del ente ridiculizado para que pueda exteriorizarse la dimensión hilarante.

La hipótesis de Bergson, aunque atractiva, y en algún punto aceptable, creo que es problemática de modo orgánico por dos motivos; a) la división que pretende establecer entre risa-intelecto versus drama-emoción es en sí misma antojadiza y arbitraria, pudiéndose hallar casos de uno y otro, así como diversos grados de superposición; b) pienso que es incorrecto sostener que la risa es una suspensión de la emoción; en todo caso debió decir que la risa requiere que el espectador no viva la emoción del mismo modo que el sujeto de la comicidad, es decir, que no debe darse una mimesis emocional completa con el otro, en función de que desempeñan posiciones enunciativas y narrativas diferentes: uno actúa, el otro observa. Pero el vivir la emoción actuada por el personaje no significa que el espectador no se conmueva con la experiencia del otro; más aún, podemos afirmar que, si no existe esta identificación o mimesis parcial entre el espectador y el sujeto de la inadecuación, el acontecimiento jamás producirá risa alguna. Para reírse del otro hay que ponerse en el lugar del otro, comprender su posición narrativa.

Si realmente hubiera tal insensibilidad en el espectador, no podría la conducta del agente generar la risa en el espectador, porque la risa no es una reacción física allí donde mis emociones han huido; es una específica forma de reacción emocional frente a una situación angustiante, que así resulta porque se ha lesionado una regla, pero al mismo porque advierto que quien la lesiona no ha tenido

intención de hacerlo. De allí que se contraponen dos situaciones angustiantes que ameritan nuestra solidaridad: respecto de una regla que queremos conservar, pero también del sujeto que sin querer la ha lesionado, y que precisamente por ello despierta nuestra compasión y comprensión.

Precisamente porque el sujeto está emocionalmente predispuesto a reír es que ríe de lo que ve o de lo que escucha. Pero entonces la pregunta vuelve a plantearse en torno a cuándo se está dispuesto a reírse de las acciones o decires que otro realiza, sobre todo si esas acciones o intervenciones parecen lesionar un cierto tipo de orden constituido, es decir, por qué río frente a estas lesiones de las reglas, si frente a otras en cambio lloro, me indigno, me horrorizo.

Todas estas teorías, presentan a mi modo de entender una misma limitación: su parcialidad en la consideración sobre el vínculo narrativo entre el agente y el receptor. Estas especies de *inferioridad* sólo despertarán la risa en un espectador en la medida en que estén enmarcadas en una *ingenuidad* o desconocimiento general de su condición, es decir, allí donde el agente está afectado por esa condición perversa que Platón considera *contraria a la sentencia del oráculo de Delfos*, es decir, sin conocimiento del *sí mismo*.

Desde luego que la ignorancia es un mal y, claro está, el estado que llamamos “estupidez”. [...] Observa, pues, a partir de esto cuál es la naturaleza de lo risible. [...] cierta perversidad denominada con el nombre de un cierto estado [...] que ocasiona un estado afectivo contrario a lo que dice la inscripción de Delfos. [cada uno] cree que es más rico que lo que [en realidad es] de acuerdo con su propia hacienda. [...] se creen más altos y buenos mozos [que lo que son] y que poseen todas las [cualidades] corpóreas en un grado superior a lo que en verdad poseen. [...] [los que] creen que ellos mismos son mejores en virtud, aunque no lo sean (Platón, 2010, pp. 292-294).

Aunque en el diálogo no queda explicitado, se reconstruye con facilidad que dicha ignorancia o apariencia del conocimiento sólo se pone de manifiesto como cosa risible

para quienes tienen el conocimiento u opinión verdadera sobre la riqueza, sobre la belleza y sobre la verdad de ese que la sostiene o la pide para sí; es decir, quienes están en condiciones de tener conocimiento de lo normativo de dichas cualidades en un contexto específico, de modo tal que quienes compartan la ignorancia con este sujeto, no verán en él otra cosa que la riqueza que él dice, no lo considerarán ni más ni menos bello de lo que él mismo afirma, ni lo conceptuarán como más o menos inteligente de lo que él mismo se cree. Quienes comparten la ignorancia con el ignorante no pueden reírse de él, como no pueden reírse de sí mismos. Para reírse de tal sujeto hay que estar en dominio del parámetro que afecta a ese sistema y de las reglas que lo gobiernan, como del carácter involuntario de la transgresión.

La propuesta platónica sobre lo risible, no sólo es una de las primeras en asociar el hacer de lo cómico con el conocer del código, si no que constituye un antecedente insoslayable de una *ignorancia* concebida no como *rasgo esencial*, si no como *relación circunstancial*, pues todo hombre puede acceder -por su racionalidad inherente- al conocimiento de la verdad, siendo precisamente esa misma racionalidad la que une en la diferencia a quien dice lo risible y a quien lo escucha y lo interpreta como tal.

Sin embargo, no ha sido sino hasta Freud que se advierte de modo categórico lo necesario de la unidad en la asimetría como rasgo eminente de la reacción cómica; no sólo reconoce la necesidad de estar al tanto del carácter involuntario de la transgresión (lo que denomina *falta de inhibición interna*), si no que postula la necesaria *comprensión* de aquello que mueve al sujeto a hacer lo que hace:

para reconocer lo ingenuo tenemos que estar ciertos de que en la persona productora falta la inhibición interna. Sólo cuando ello es seguro reímos en vez de indignarnos. Por tanto, tomamos en cuenta el estado psíquico de la persona productora, nos trasladamos a él, procuramos comprenderlo

comparándolo con el nuestro. De ese situarse dentro y comparar resulta un ahorro de gasto que descargamos mediante la risa (Freud, 1991, pp. 177-178).

Esto significa que, en la medida que el sujeto cómico actúa la transgresión sin mala voluntad, yo puedo asumir como hipótesis que el agente, en caso de haber tenido conciencia de la norma, hubiese actuado en conformidad con ella (como yo mismo haría). Entonces, es posible asumir que el agente cómico y yo mismo, en tanto espectador de su historia, constituimos una misma comunidad de valores en torno a la regla (si no realizada, al menos potencial).

En función de esto último, creo que la noción de *distancia* debe ser conceptualizada, no ya como una actitud o condición ontológica diferencial del sujeto productor respecto del espectador, si no, únicamente como diferencia posicional en torno al conocimiento de lo normativo del contexto específico (y de sus tradiciones) en el que habrán de realizarse las acciones: el espectador conoce las normas imperantes, mientras que el sujeto de la comicidad no.

En este sentido, propongo que la habilitación a la transgresión (como fenómeno cómico y no jurídicamente penalizable) se da, no porque sea ella una alteración inocua (o en broma, en tanto el autor material de la alteración dispone de la regla, pero juega a transgredirla), si no por el desconocimiento de la norma alterada, es decir, por el carácter no intencional de sus acciones perturbadoras. Lo que tematiza toda estructura narrativa cómica es un *problema de conocimiento* en torno de lo normativo, y no -o al menos no de manera determinante- los valores o características constitutivas del personaje.

Por lo tanto, la verdadera distancia, la genuina asimetría entre el sujeto productor y el espectador de lo cómico no sería ni ontológica ni axiológica, sino epistemológica (Samaja, 2016). Lo que distingue a uno del otro es la relación de tenencia (junción) en torno al conocimiento de la norma imperante: tenencia-no en el productor (dis-junto/

disjunción), tenencia-sí en el receptor (conjunto/conjunción). No hay, en cambio, universos de valores que los separen, ni parece darse (salvo en muy contadas ocasiones) una distancia en términos de superioridad intelectual, física o de cualquier otro tipo. Contrariamente a lo que comunmente se afirma, el espectador debe estar jurídica y emocionalmente comprometido con el personaje cómico que encarna la ingenuidad para poder tomar partido por su error (justificándolo) y no por la norma lesionada.

El carácter indeliberado y las reglas en la propuesta estética de Kant

Las reflexiones sobre el juicio de lo bello de Kant (2005) pueden ofrecer un marco sugerente para articular esta condición cómica en el marco de una filosofía de lo indeliberado. En ese trabajo, el filósofo realiza algunas notas fundamentales sobre la risa que han sido comentadas por diversos autores que abordan la problemática de lo cómico (Freud, 1991; Eco, 2000, Macedonio Fernández, 2014; Flores, 2007). Sin embargo, encuentro en la propuesta kantiana una equivalencia entre el mecanismo que el filósofo propone para la realización del juicio de lo bello en el arte, y el mecanismo productor de la comicidad, paralelismo que sospecho no ha sido advertido en su justa medida.

En su tercera crítica Kant sostiene que *obra de arte bella* es la que produce un sujeto (el genio) en su coincidencia con las reglas que hacen posible la universalidad de lo comunicable estéticamente, pero exponiéndola de tal modo como si no conociera tales reglas... como si las realizara de casualidad, por inspiración o entusiasmo; como si la naturaleza misma dirigiese sus acciones:

Un producto del arte bello tiene que dar la conciencia de que es arte y no naturaleza; pero la idoneidad de su forma tiene que presentarse tan libre de toda sujeción a reglas voluntarias

como si fuese producto de la pura naturaleza [...] la idoneidad del producto del arte bello, aunque sea deliberada, no debe parecerlo; es decir, el arte bello debe considerarse como naturaleza, aunque se tenga la conciencia de que es arte. Y un producto del arte aparece como naturaleza por el hecho de que aún habiéndose alcanzado toda la precisión en el acuerdo con las reglas únicamente gracias a las cuales el producto puede llegar a ser lo que se pretende que sea, eso se logra sin meticulosidad, sin transparentarse la forma académica, es decir, sin la menor huellas de que el artista haya tenido presente las reglas, que pudieran haber puesto trabas a sus energías espirituales. [...] la idoneidad no buscada, indeliberada, subjetiva, en la libre coincidencia de la imaginación con la legalidad del entendimiento, presupone tal proporción y acuerdo de estas facultades como no podría obtenerse por la observancia de ninguna regla científica o de imitación mecánica, sino que sólo la naturaleza del sujeto puede lograrla (Kant, 2005, pp. 156-157 y 169).

Aunque no he encontrado ningún autor que haya reconocido este *isomorfismo*, creo que no es demasiado difícil advertir que este carácter *indeliberado* del proceso artístico es el reverso del mecanismo no intencionado de lo cómico; si lo bello resulta de la libre concurrencia entre la acción y la norma, la desviación por parte de un sujeto que actúa como si no conociera las reglas que sus acciones convocan provocan el fenómeno de lo cómico. En síntesis: la ausencia de intención en la concurrencia de las acciones en relación con las reglas produce belleza; la no concurrencia indeliberada, risa.

No deja de ser sintomático y desconcertante que el carácter no intencionado de las conductas (allí donde el ser humano parece *abandonarse a la naturaleza*), que necesariamente protagonizan los animales no-humanos, sea el elemento crucial para que se constituyan dos prácticas exclusivas y constitutivamente humanas: la sensibilidad estética mediada por el arte, y la risa, mediadas por la significación cómica. Ambas, de base fisiológicas, pero mediadas por una presencia problemática de los

códigos. Como si estos universos de sentido tan humanos sólo pudiesen disfrutarse cuando los sujetos parecen *ser equiparables a las bestias*.

Conclusión

He tomado como punto de partida la sugerente invitación de la propuesta de Eco a pensar en torno a estos sujetos *con licencia para transgredir*. Ya en 2010 había planteado esta cuestión crucial de la forma cómica como una anomalía jurídica:

el receptor de la acción se identifica con el productor ante el efecto cómico de la inadecuación (en cualquiera de sus formas), y se identifica con la autoridad y con la ley ante la acción indebida, y de allí la indignación que le produce todo acto delictivo. Pero si esto es así, entonces se impone con necesidad la siguiente pregunta ¿qué nos mueve a comportarnos como sujetos de la comicidad o como sujetos de la juridicidad? ¿Qué elemento está en juego para que se dé inadecuación y no indignación y repulsa moral? Es decir, ¿de qué depende que nos identifiquemos con el sujeto de la fechoría o con la autoridad? (Samaja & Bardi, 2010, pp. 45-46).

Sin embargo, lo interesante para mí no es la pregunta en sí misma, sino el método con el que se la pretende abordar. Jones al comienzo de su trabajo plantea la cuestión casi en los mismos términos:

En las situaciones humorísticas donde se realiza (además de lo risible) hechos transgresores, reímos de situaciones que serían ímprobos en cualquier otro tipo de contexto (acciones violentas y abusivas, o hechos de crueldad), que despertarían en nosotros la ira e indignación por los agentes abusivos, y al mismo tiempo la compasión y tristeza por las víctimas de la agresión. Este fenómeno es, en principio, desconcertante, ya que nuestra respuesta predeterminada a las malas acciones no incluye (ni debería) incluir la diversión. El presente artículo

explora un tipo de comedia transgresora: la que invita a los espectadores a reír con un perpetrador de irregularidades. Si bien ha habido una discusión considerable sobre cuándo, si es que alguna vez, la diversión en sí misma es inmoral, ha habido poca discusión dedicada a comprender cómo y por qué es aceptable la risa frente a lo aparentemente inmoral¹⁴ (Jones, 2011, p. 92. La traducción es mía).

Sin embargo, el autor pretende explicar allí el fenómeno por medio de la *parcialidad* que el espectador construye con el protagonista. Esta noción es bastante escurridiza en su propuesta, pero básicamente podemos identificarla con lo que en la teoría cinematográfica se suele denominar *identificación secundaria (afectiva)* entre espectador y protagonista, que a su vez resulta de una concepción heredada desde el psicoanálisis (Aumont, Bergala, Marie & Vernet, 1995).

Considero que esta respuesta de Jones es deficiente por dos motivos: 1) porque en su trabajo analiza únicamente al héroe romántico como personaje cómico, sin tener en cuenta a los otros personajes que encarnan también funciones cómicas. Si la forma cómica, como yo sostengo, es una estructura narrativa, y como tal no se reduce ni a una situación cómica, ni a la presencia de un personaje cómico (Samaja, 2012) entonces no es legítimo reducir el análisis únicamente a su protagonista principal; los otros personajes, situaciones, objetos, etc., también serán parte de la estructura. Este sesgo metodológico lamentable lo lleva a la

¹⁴ "In humor at the transgressive, we find ourselves laughing at acts of violence, abuse, or cruelty -at the kinds of occurrences that (as we well realize in calm reflection) are more likely to generate- and that are, perhaps, more deserving of- anger or indignation at the perpetrators, sympathy or sadness for the victims. This phenomenon is prima facie perplexing, since our default response to wrongdoing does not (nor should it) include amusement. The present paper explores one kind of transgressive comedy- that which invites viewers to laugh with a perpetrator of wrongdoing. While there has been considerable discussion of when, if ever, amusement itself is immoral, there has been little discussion dedicated to understanding how and why there is apparently acceptable laughter at the prima facie immoral".

conclusión de que la respuesta debe estar en la identificación que el espectador siente con el protagonista romántico. 2) Al concepto mismo de *parcialidad* que Jones propone le falta dimensión analítica. El autor pretende explicar todo el asunto por medio de la *parcialidad*. Sin embargo, no hay ningún tipo de desarrollo donde se explique cómo se produce narrativamente dicha parcialidad y todo se limita, aparentemente, a un “hacer reír”.

Cuando me causa risa la broma que tú haces, esto me condiciona a tener una actitud positiva hacia tu persona; por lo mismo, cuando alguien realiza una broma sobre un tercero, esa ridiculización puede llevarme a tomar una actitud negativa frente a ese otro sobre el cual se hace el chiste¹⁵ (Jones, 2011, p. 101. La traducción es mía).

En este escrito creo que he dado herramientas para poder responder a esta interrogante, asumiendo como pregunta no lo que le pasa al protagonista con el personaje, sino qué le pasa al personaje con la regla que transgrede. Pues la displicencia no depende fundamentalmente de la disposición del espectador, sino de la construcción del sujeto cómico en el marco del relato.

Pero tal licencia del transgresor no reside tampoco en el carácter lúdico de un sujeto que juega a transgredir (al menos no en el relato cómico narrativo), como acaso Eco propone, si no en el carácter no intencional como consecuencia de un problema de conocimiento que el sujeto cómico no logra resolver con idoneidad.

Me río del sujeto cómico, y de los efectos que produce, porque asumo: 1) que no sabe lo que hace, y 2) que haría lo que es esperable hacer (lo que yo mismo haría) si estuviese en posesión del código. En última instancia, la licencia para violentar la regla, lo que he denominado aquí *licencia para*

¹⁵ “When I laugh at your joke, this tends to lead me to have a positive attitude toward you; when a joke successfully makes fun of Jones, this can lead me to a disparaging attitude toward Jones”.

matar (de risa) no es una prerrogativa del agente, si no del receptor; es éste el que está habilitado a reírse de la transgresión, pero sólo a condición de que la transgresión sea producida por un sujeto que desconoce el resultado de sus acciones perturbadoras. Parafraseando con libertad cómica la sentencia bíblica que Jesucristo dirige a Dios desde la cruz, podemos nosotros decir: *ríete de él, y de sus acciones... pues no sabe lo que hace.*

Bibliografía

- Aristóteles (1974). *Poética*. Madrid: Gredos.
- Aumont, J., Bergala, A., Marie, M. & Vernet, M. (1995). *Estética del cine*. Buenos Aires: Paidós.
- Baber, H. E.; Donnelly, J. (1984). Taking laughter seriously by John Morreall. *Philosophy and Phenomenological Research*, 45, 2, 290-297.
- Bergson, H. (2003). *La risa*. Buenos Aires: Losada.
- Bruner, J. (1991). *Actos de significado*. Madrid: Alianza.
- Casetti, F. (1996). *El film y su espectador*. Madrid: Cátedra.
- Cossio, C. (1964). *La teoría egológica del derecho y el concepto jurídico de libertad*. Buenos Aires. Abeledo-Perrot.
- Eco, U. (2000). *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen.
- Eco, U., Ivanov, V. V. & Rector, M. (1984). *Carnaval*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Eco, U. (1999). *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen.
- Eco, U. (1992). *Los límites de la interpretación*. Barcelona: Lumen.
- Fernández, M. (2014). *Macedonio. Teorías. Tomo III*. Buenos Aires: Corregidor.
- Flores, A. B. (2007). *Políticas del humor*. Córdoba: Ferreyra Editor.

- Fratlicelli, D. (2019). *El ocaso triunfal de los programas cómicos. De Viendo a Biondi, a Peter Capusotto y sus videos*. Buenos Aires: Teseo.
- Fratlicelli, D. (2015). Lo risible en los programas cómicos. Una tipología del chiste, lo cómico, la chanza y el humor televisivos. *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, 35, 75-84.
- Freud, S. (1991). *Obras Completas* (Tomo VIII). Buenos Aires: Amorrortu.
- Girard, R. (1998). *La violencia y lo sagrado*. Barcelona: Anagrama.
- Hutcheson, F. (1971). *Reflection upon laughter and remarks upon the fable of the bees*. Charlottesville, VA: University of Virginia.
- Inge, M. T. & Piacentino, E. (2010). Introduction: The Humor of the Old South; or, Transgression He Wrote. En *Southern frontier humor: an anthology* (pp. 1-23). Columbia, MO: University of Missouri.
- Jones, W. E. (2011). Transgressive comedy and partiality. Making sense of our amusement at *His Girl Friday*. En W. E. Jones & S. Vice (eds.), *Ethics at the cinema* (pp. 91-113). New York, NY: Oxford University Press.
- Kant, I. (2005). *Crítica del juicio*. Buenos Aires: Losada.
- Kuipers, G. (2015). *Good humor, bad taste. A sociology of the joke*. Berlin/Boston: De Gruyter.
- Platón. (2010). *Filebo*. Buenos Aires: Losada.
- Propp, V. (2001). *Morfología del cuento*. Madrid: Akal.
- Samaja, J. A. (2016, septiembre). *Identificación o distanciamiento en el sujeto espectador dentro del modelo de la inadecuación cómica. Una revisión del concepto tradicional del distanciamiento*. Ponencia presentada en el V Internacional de Semiótica, Universidad Nacional del Litoral y Universidad Nacional de Entre Ríos. Santa Fe, Argentina.
- Samaja, J. A. (2015). "Desviaciones, mediaciones e innovaciones: el paradigma de la subversión. Paralelismos formales entre las actividades del diseño en territorio

- y la Semiótica Narrativa". En Galán, B. (Comp). *Territorios creativos: concordancias en experiencias de diseño* (pp. 65-75). Buenos Aires: Ceprodide/Secretaría de Investigación, FADU-UBA.
- Samaja, J. A. (2012, mayo). *Estructura cómica, personajes cómicos y situaciones cómicas. Cuestiones formales en el análisis del género cinematográfico pre-institucional*. Ponencia presentada en III Congreso de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual (AsAECA), Córdoba, Argentina.
- Samaja, J. A. & Bardi, I. (2010). *La estructura subversiva de la comedia. Análisis formales del género cinematográfico pre-institucional (1902-1916)*. Buenos Aires: Centro de Estudios sobre Cinematografía. Sociedad Argentina de Información.
- Samaja, J. (1999). *Epistemología y Metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica*. Buenos Aires: Eudeba.
- Schaeffer, J. M. (2002). *¿Por qué la ficción?* Toledo: Lengua de Trapo.
- Ynoub, R. (2014). *Cuestión de método. Aportes para una metodología crítica*. México: Cengage Learning.

2. Mediatización e hipermediatización de lo reidero

Sobre trayectorias del humor y lo cómico

OSCAR STEIMBERG

1. Acerca de las dificultades de una definición, la de humor gráfico

El texto de Freud sobre el humor de 1927 puede investir siempre un renovado interés: su atención hacia los *efectos placenteros* del humor verbal lo había llevado, ya entonces, a la búsqueda de rasgos que podemos definir como particularmente enunciativos. Se trataba de esos rasgos que remiten a los ascensos y descensos de una imagen del sujeto humorístico como efecto de su acto de humor, y que pueden ser percibidos con alivio por el interlocutor, liberado de la amenaza de una exposición de carencias o derrotas contenidas en principio en el acto humorístico mismo. Así ocurre en la definición de acto de humor elegida por Freud, en la que el sujeto de ese acto termina mostrando que esas (propias) carencias y derrotas pueden ser para él motivo de juego o de diversión autoirónica. ¿Será posible aplicar también esa definición, en principio referida sólo al humor interindividual, al “humor gráfico”, o cinematográfico, o televisivo? Es decir: extrapolar a escenas comunicacionales no únicamente verbales, y no únicamente interindividuales, el dispositivo de descarga de tensión implicado en la secuencia *exposición de la carencia - superación por el rasgo de humor*.

El empleo de la fórmula de Freud, para el análisis del humor gráfico, o cinematográfico, o televisivo, o construido con palabras o imágenes posteadas a través de alguno de los caminos de la web, comporta efectivamente en principio una extrapolación porque la definición de Freud se presenta

remitiendo, precisamente, a una relación interindividual, o a algún tipo particular de representación narrativa de ella. La tensión que finalmente el acto de humor permite superar es la que en principio devendría, explica Freud, de la posibilidad de que ese hablante en presencia, o ese sujeto de escritura con precisa identidad, termine de burlarse de sí mismo mostrándose en una abierta expresión de dolor.

Puede postularse que si intentamos extrapolar la definición hacia el campo del humor mediático nos encontraremos con ciertas dificultades. Esa nuclear tematización, en el acto de humor definido por Freud, de una carencia controlada, atenuada por el mismo sujeto discursivo, deberá ser producida mediante otro -diferente- efecto de enunciación, porque la imagen de autor que surja del humor mediático aparecerá comparativamente despersonalizada, al menos, por cuatro razones:

1. por su condición no presencial;
2. por la articulación del dibujo impreso con otros textos de la publicación en que se inserta (a través de múltiples relaciones, hipo e hipertextuales, que contribuyen también a su producción de sentido)¹;
3. por el efecto de enunciación social en diferentes soportes del contexto enunciativo en su conjunto, y
4. cuando se emplaza en el soporte-dibujo, por el cotidiano y repetido emplazamiento de género (con sus metatextos) del dibujo de humor impreso, que presupone un enunciadador-operador que cumple con un rol socialmente definido y hasta cierto punto previsible. Este rasgo problematiza obligadamente el “efecto de grandeza”, que también advirtiera Freud, del humor

¹ Esta articulación reafirma la función de *intervalo* que la cultura ha conferido a todo lo definido como cómico. Un tratamiento ordenador de este y otros aspectos de la *historia conceptual* del tema puede encontrarse ya en Ferroni (1974).

oral cuando se presenta como *burla de sí*, además de como salida ingeniosa en la conversación.

El pasaje de un efecto enunciativo al otro no es pequeño. Los escritores que se refirieron al humor oral no necesitaron, tal vez, explicitar algo evidente: el humor oral tiene un sujeto indudable, definido con perfiles de nitidez constante en la escena dialógica. Sin la preocupación de Freud por describir dispositivos aplicables a la indagación de un psiquismo individual, no era imprescindible referirse a la situación comunicacional definida por el acto humorístico; bastaba con la descripción del dispositivo textual, del que surge habitualmente la definición de un sujeto tensionado por factores extremos de carencia (a través de la súbita exhibición de las miserias del yo) y a la vez de grandeza (la demostrada a través del distanciamiento de sí y de la estoica humildad implicada en esa misma exhibición). En relación con el humor mediático, esa especificación se hace en cambio necesaria, si se atiende al menos a las cuatro *despersonalizaciones* señaladas en relación con su compleja instancia autorreferencial; porque ¿a qué tipo de autor puede referirse la expresión de carencias (necesaria para que haya humor, y no sólo chiste o comicidad), cuando el humor es “humor mediático”?

Puede responderse en principio que el enunciador humorístico creado en esa enunciación tiene un modo particular de manifestarse como *autor social*. Todos lo son, pero éste no puede -en tanto imagen de autor no presencial, tironeado su texto por relaciones intertextuales materialmente perceptibles, subsumido en una enunciación mediática institucional que lo excede, y definido su humor como el efecto de un mandato social- cubrir esa condición con las expresiones de una *individualidad triunfante pese a todo*, como sí puede hacerlo el humorista oral a partir de su pleno *estar en situación*.

Algunos de los chistes contados por Freud podrían haber mantenido sus propiedades enunciativas en el pasaje

a la gráfica. Ejemplo, los “chistes judíos” como el referido a la palabra “familonariamente”, dicha por un judío pobre para describir el modo en que lo había tratado un familiar ricamente distanciado de él: podría llegar a mantenerse el componente humorístico, y no sólo el cómico, aun si el chiste fuera publicado en un diario pero, para que el efecto de humor se produjera, debería tratarse de un diario judío (de otro modo, la reversión de la comicidad sobre el sujeto del discurso no se produciría; habría chiste -comicidad depositada sobre un tercero- pero no humor).

Otros de los chistes de Freud, en cambio, que ejemplifican específicamente el rasgo de humor en el artículo de 1927, no están contruidos para resistir *en tanto manifestaciones de humor* ese pasaje. Es el caso del relato en el que un condenado a muerte, llevado desde su celda hacia el patíbulo al amanecer, comenta: “¡Linda manera de empezar el día!” El personaje muestra *tener humor* al ponerse a sí mismo en ridículo aparentando tematizar ingenuamente la dimensión temporal, precisamente cuando su tiempo se termina. Pero, obviamente, el relator de la escena, en una antología del humor o en un ensayo, no estaría mostrando ningún *humor propio*. Sólo estaría contando un chiste más sin manifestar carencias propias (y entonces no hay humor).

Un ejemplo aún más claro se incluye en el libro de Wayne C. Booth (1986) acerca de la ironía (en el sentido, ya mencionado, coincidente con el de humor tomado por Freud): en la entrada del campo de concentración de Auschwitz se leía la inscripción “El trabajo os hará libres”; la frase sólo se hubiera convertido en irónico-humorística con un cambio de enunciador y de soporte comunicacional: si un prisionero se la hubiera dicho a otro.

Pero para que haya humor en un espacio de comunicación no conversacional, como el del humor gráfico, es necesario que se agregue otra condición: que sea un autor más que individual -que por lo tanto resista la *desperso-nalización del medio*- el que transite el pasaje entre caída y distanciamiento humorístico. Y esto ocurre cuando la

carencia que está en el planteo inicial del gesto de humor aparece asumida por una imagen de autor que se confunde, enunciativamente, con un segmento sociocultural en su conjunto, que siempre es estilístico (se entiende en este caso “estilo”, genéricamente, como una *manera de hacer* grupal, registrable tanto en una determinada asunción de la moda como en un modo de intercambiar información o de sufrir y comentar los problemas sociales o políticos). Ese segmento implicado en el efecto enunciativo puede coincidir tanto con una franja etaria como con un sector profesional, una corriente político-partidaria o un “partido” artístico o literario; pero para que esa implicación se produzca será necesario que, efectivamente, del producto humorístico surja una imagen de autor que a la vez represente y sea representado por el segmento-sujeto del drama visual. Se entiende que, por ejemplo, había humor en los dibujos del estadounidense Robert Crumb, con sus personajes sesentistas inscriptos en el nuevo estilo de época pero a la vez mostrados como representativos de una aplastante obnubilación intelectual e indiferencia social, cuando aparecían en un soporte periodístico indudablemente emplazado en el mismo margen político-estilístico como era el *Village Voice* de esos años; los personajes de Crumb contenían un componente de autorretrato del grupo representado por la revista, y era en tanto tales que se ofrecían como objeto cómico. Pasa lo mismo cuando un personaje de Quino muestra las inconsecuencias o duplicidades de un argentino progresista de clase media, con el trasfondo de la obra anterior del mismo Quino (“Mafalda”), inscripta en la memoria de ese segmento social como parte ya de sus textos canónicos y, casi, paraautobiográficos.

Pero eso puede ocurrir tanto por efecto de una representación visual como de un *gag* verbal o de la articulación entre ambos. En estas anotaciones se trata de definir, como se verá, dos caminos de análisis en relación con la dimensión visual de las construcciones del *cartoon*, inscriptos en

dos ejes de oposición: sátira/pastiche y esquematización/experimentación.

2. Dos ejes de oposición, para la definición de dos tipos (históricos) de humor gráfico

2.1. Sátira/pastiche

El *cartoon* nace y se define como género en tanto discurso subordinado a otros discursos: dibujo, o articulación de dibujo y texto verbal, constituido como registro y espacio de transformación y transposición de signos y marcas discursivas circunscriptos en diferentes espacios del intercambio social. Signos y marcas que pueden provenir de la oralidad, la gestualidad o la escritura, y haberse articulado ya en otros géneros y soportes mediáticos. Tal como ya lo hemos visto señalar para la ironía, la historia de este género ha sido la de esa condición intrínsecamente hipertextual; el *cartoon* ha sido entendido, siempre, como discurso sobre discursos; no es en principio concebible que en él haya paisaje, naturaleza muerta o composición abstracta, en la medida en que no es pensable que prime en él la *reproducción o producción de lo visual en tanto tal*. Y esa condición subordinada es permanentemente comunicada por el contexto de géneros periodísticos en el que es instalado (en diarios, revistas o colecciones especializadas), a los que tematiza o ilustra; y también por el metadiscurso acompañante, especialmente el paratextual en las mismas publicaciones-soporte².

² Empleo los conceptos de “paratexto” e “hipertexto”, así como el de “pastiche”, en el sentido definido por Gerard Genette (1982); no así el de sátira, que, como se verá, utilizo en un sentido más amplio, sin las diferenciaciones que en el texto de Genette se relacionan más específicamente con prácticas hipertextuales en géneros literarios y dramáticos.

Las diferencias estilísticas internas han operado, en unos casos, como factor de consolidación, y en otros de debilitamiento, en relación con esta condición hipertextual -de discurso hecho de discursos- del *cartoon*. Lo han hecho a través de dos operatorias retóricas opuestas: respectivamente la de la sátira, en la que prima una operación de descalificación o agresión a un tercero (diferenciado del enunciador y el enunciatario supuestos por el contrato de lectura) y la del pastiche, en el que toma la escena algún *dispositivo de juego* con el intertexto de referencia.

En principio, puede adjudicarse, en relación con los mencionados efectos sobre la estabilización o ruptura de la pertenencia de género de la caricatura y, globalmente, del *cartoon* periodístico, un carácter centrípeto a la sátira y centrífugo al pastiche. La condición hipertextual del humor y la ironía es inseparable de su similar carácter de discurso sobre discursos (explícitos o implícitos); pero la sátira asienta esa condición hipertextual en la objetivación de los enunciados de un tercero, mientras que el pastiche, si bien juega también con textos (verbales y visuales) ya circulados por la cultura, prioriza su emplazamiento en el régimen lúdico por sobre la crítica o el documento, lo que inevitablemente atenúa, complica o suprime el efecto de confrontación.

La hipertextualidad característica del *cartoon* sólo permanece en el pastiche como un rasgo entre otros. Se ve afectada, en unos casos, por el crecimiento de la función poética del texto por sobre la referencial, como resultado del despliegue de esa condición lúdica cuando opera primordialmente sobre la materia significativa (recursos del dibujo o del texto verbal), y en otros por el juego de la representación y la conceptualización, que se aparta también del señalamiento valorativo y polémico. En ambos casos, el pastiche reduce el peso de lo *hablado y hablable*, característico de la tradición satírica de la caricatura, y se muestra a veces sobrepasando los bordes

retóricos del género. Del género del que se trate: como se ha visto ya desde perspectivas múltiples, el estilo contemporáneo incluye entre sus temas y motivos de trabajo y de juego los géneros y los estilos en tanto tales: el metadiscurso histórico-crítico es frecuentemente asumido por el autor y por la obra. Como ocurre, por ejemplo, en obras como las de Martín Vitaliti (2013), en las que la articulación que funda la existencia del género historieta, entre dibujo y palabra, parece aportar un permanente motivo de creación desde una permanente, también, condición de crisis (imagen 1). En el descriptivo catálogo de la exposición realizada en el Museo ABC de Madrid se señala (Rubén Varillas, coincidiendo a su vez con Pablo Turnes) que “Vitaliti destruye historietas para evidenciarlas como lenguaje específico, como experiencia estética singular y elusiva propia de un momento histórico y social”.



Imagen 1. Martín Vitaliti, #5 (Collage, 2012).

2.2. Esquematismo/experimentación en el dibujo y la representación visual

E. H. Gombrich (1959) señala, en su recorrido por la historia de la caricatura, el decurso de dos procedimientos complementarios, en cierto modo opuestos, en la constitución y la vida del género: la experimentación, por un lado, y la esquematización, por otro. Puede postularse que pastiche y sátira son las prácticas hipertextuales respectivamente correlativas de uno y de otro.

La vía experimental emplaza para Gombrich a la caricatura en espacios fundantes del arte contemporáneo, con los dibujos de Daumier (Imagen 2) como antecesores de obras como las de Munch y Ensor y, en general, de algunas de las redefiniciones del trabajo artístico operadas por las vanguardias. Puede señalarse además que eso ocurre en un momento en el que la “manifestación gráfica sin sintaxis” de la primera parte del siglo XIX³ encuentra a la caricatura y la ilustración (después a la fotografía) como sus avanzadas de transformación, en paralelo con los cambios tecnológicos del momento. Las síntesis, pero también las deliberadas acentuaciones, crecimientos y omisiones del dibujo humorístico hacen crecer, indica Gombrich, la importancia de un momento productivo no especular y no mimético, que privilegia la visión y sus categorías por sobre lo visto. Siguiendo su texto, podría decirse que, aunque en la base de la caricatura ha estado siempre el trabajo sobre referentes exteriores (esos referentes sobre los que la cultura más ha hablado, en cada momento histórico), el componente experimental ha puesto siempre *en escena* en ella el trazo del artista.

³ La expresión es aplicada por W. M. Ivins (1975) al momento de la representación impresa en transformación en el siglo XIX.



Imagen 2. Honoré Daumier, Un motivo famoso (c. 1862-1865).

Surge del texto de Gombrich que Occidente debió esperar para esa irrupción hasta el momento en que, ya en el siglo XIX, sus artistas abandonaran el temor a practicar una cierta magia: la de poner vida “en sus garabatos”, apartándose de la devota representación de lo natural, que impide el *tomar y dejar* del experimentador. En cambio, el otro recurso operatorio privilegiado: el del esquematismo (el trabajo que permite *hacer entender*, y que convierte en aparentemente unívocos muchos dibujos para niños) constituiría la apelación exitosa a “la disposición del público a aceptar lo grotesco y lo simplificado” en relación con ese referente. Sólo que, y aquí se unen paradójicamente ambas series de procedimientos, la aparición de esta sencillez es señalada como algo que precisamente aquella experimentación hizo posible. Señala Gombrich que la expansión del esquematismo en la caricatura, superando la larga etapa de los precursores (comenzada en el Renacimiento), se conecta con el surgimiento de los productos más representativos de la industria visual del siglo XX: el cine de

animación, cierta historieta para grandes diarios, cierta esencializada ilustración infantil.

Gombrich no postula en su recorrido que la historieta cómica y el dibujo animado esquemático de mediados del siglo XX constituyan un obligado *momento segundo* con respecto al experimental del siglo anterior; tampoco, que la experimentación haya concluido al imponerse las formas de simplificación gráfica de mayor difusión masiva, ya que señala como propio de todo caricaturista el experimento, sobre todo el ligado a la representación fisonómica. Pero un cierto efecto de *secuencia obligada* surge de los ejemplos con que ilustra el trabajo: la línea histórica va de las “nubes de líneas... de inmensa vitalidad” de los “dos abogados” de Daumier, al esquematismo del Dumbo de Disney, el Shmoo de Al Capp y el Babar de Brunhoff.

Puede pensarse que ese efecto de secuencia de su texto (paso 1: liberación de la experimentación, en la ilustración cómica y la caricatura, contra las servidumbres de la representación; paso 2: esquematismo para grandes públicos) no se nos presentaría de manera, precisamente, tan esquemática si Gombrich hubiera ejemplificado con dibujos humorísticos y satíricos de otras líneas estilísticas de ese siglo XX, como la de Grosz en los años veinte, la de Saul Steinberg en los cuarenta y los cincuenta o la de otros dibujantes como el inglés Ralph Steadman algo más tarde. Steinberg, especialmente, inaugura procedimientos que definen al humorista gráfico como alguien que se muestra como jugando, como no diciendo, como no sabiendo (Imagen 3). Enunciativamente, en sus dibujos se produjo la caída del autor ideal, omnisciente como un narrador naturalista, de una caricatura diferente de la de Daumier: la caricatura política de partido del siglo XIX y social de comienzos del XX.

Los dispositivos de esa nueva enunciación no realista, y más humorística que satírica, fundaron nuevas

tradiciones en distintas regiones culturales y alimentaron por ejemplo en la Argentina el elaborado *humor tonto* de Oski y parcialmente el de Landrú. En ambos, pero sobre todo en Oski, por el carácter de prueba y exploración de su línea, siempre mostrándose como atrapada por una *manera* infantil, se recorta una figura de autor que abandona, además de la omnisciencia, todo componente de “naturalidad” representacional y destreza académica (Imagen 3). En la oposición entre experimentación y esquematismo, Oski ocupa, en términos muy globales, el lugar de la primera opción y Landrú el de la segunda. Los recursos lineales, ornamentales y de representación de Landrú configuraron a lo largo de los años un repertorio casi cerrado, aunque rico internamente; esto le permitió poner en paralelo con sus representaciones lineales clasificaciones sociopolíticas y culturales cargadas de un *non-sense* antes inédito, y alimentadas también por una observación estilística que no se resuelve fácilmente en ética o política, como la de la caricatura A la lista podrían agregarse otros dibujantes argentinos de franjas estilísticas y generacionales posteriores, tan diferenciados entre sí como Sábat, Fati y Crist, u Oscar Grillo en relación con el cine de animación. En todos ellos hay búsquedas lineales y juegos representacionales separados del *mensaje* del *cartoon* o la caricatura, y que toman al referente político o social del dibujo humorístico como un *motivo desencadenante*⁴ entre muchos otros.

4 Tomo la expresión en el sentido que le adjudica Cesare Segre (1985): el de elemento a partir del que se despliega, a través de las reformulaciones, negaciones y retornos del trabajo artístico, la trama o el tema de una obra, cualquiera sea su materia o lenguaje.



Imagen 3. Oski, "La Montonera", *Vera Historia del Deporte*.

Los nuevos ejemplos atenuarían el efecto de secuencia obligada de la exposición de Gombrich, y no reducirían el valor de su doble señalamiento (peso de la experimentación y la esquematización en la caricatura), que puede ser aplicado a la diferenciación de líneas estilísticas actuales, ya que la experimentación sigue articulándose con la esquematización, pero también sigue confrontando con ella.

2.3. Dos grandes líneas de humor gráfico actual

A partir de la mencionada extrapolación de la especificación freudiana del concepto de humor al humor del *cartoon* pueden encontrarse, en las dos oposiciones expuestas –pastiche/sátira y experimentación/esquematización– los elementos para la diferenciación entre dos grandes líneas del humor gráfico actual. El humor gráfico en el sentido de una definición *restricta*, con exposición de carencias de un enunciador que se implica en su texto y con propiedades representativas supraindividuales, puede constituir tanto un efecto del pastiche como de la sátira; pero se trata de dos líneas de humor gráfico no sólo diferentes, sino que además tienden a separarse una de otra. Del lado del pastiche se produce, como efecto de la acentuación lúdica

y el correlativo descentramiento de la descalificación o la crítica al tercero, una exposición del hacer y los límites del sujeto de enunciación; ese hacer, que se convierte también en objeto de (auto)comicidad, expande los efectos de sentido del dibujo hasta las regiones de la experimentación plástica, poniendo en cuestión los límites del género tal como ocurre en otras variaciones estilísticas del “neobarroco” contemporáneo. Pero eso ocurre con el pastiche; en la sátira, en cambio, priman el chiste o lo cómico (así ocurre habitualmente en la caricatura política de primera página en diarios de todo el mundo), pero no el eventual componente de humor (con su reversión sobre el sujeto del acto humorístico), porque esa crítica y/o descalificación del tercero se hace dueña del sentido.

Pictorización, estilización, estetización del dibujo de humor y la caricatura. Para la vida cultural relacionada con todas las áreas de tematización habitual del humor gráfico (desde la cotidianeidad familiar a la política), el plural crecimiento de esta novedad de dibujo registrado en la caricatura a partir de los últimos tramos del siglo XX puede pesar y significar tanto como los demás rasgos del *estilo contemporáneo*. Esa estetización puede ser descripta como un caso más de la que ha sido definida por distintos autores, que han señalado sus rasgos en asentamientos discursivos diversos (como corresponde a un estilo de época), con una denominación: neobarroco, relacionada con rasgos compositivos y organizacionales, o con otras designaciones de diferente abarcatividad como la de *posmoderno* en Omar Calabrese (1989).

De su tratamiento del tema se ha valorado especialmente el efecto de registro de las tensiones entre líneas diversas en un mismo momento estilístico; este reconocimiento de disimilitudes y oposiciones sería además particularmente útil en el presente caso de los géneros “humorísticos”, dadas la velocidad y diversidad de los cambios en

el material; y así ocurre en el caso argentino⁵. Y no únicamente en las historietas de humor, como se ha señalado, ya que la pluralidad y velocidad de esos cambios ha abarcado el conjunto de los géneros y estilos, por ejemplo, de la historieta de diarios (seria, cómica o humorística) con la casi desaparición de la “historieta seria de aventuras” y la relativización y complejización ya ampliamente señalada en los trabajos sobre el tema de la diferencia entre historietas para adultos e historietas para niños. Con esa abarcatividad del alcance de los cambios de diseño de las tiras que determina hoy una frecuencia sin precedentes en la emergencia de nuevos juegos en el tratamiento de la relación entre el dibujo de humor contemporáneo y los textos o imágenes desplegados en los géneros que los incluyen.

El reconocimiento y la discusión de esos cambios reclaman una especificación de áreas de transformación que permita describir los modos particulares con que en estos espacios de género se expresan los mencionados rasgos de estilización y metadiscursividad. Esas áreas de transformación privilegiadas son, al menos, tres:

1. La de la autonomización relativa de elementos y dispositivos constructivos “micro”, no molares. Como ocurre con las tramas y caligrafías visuales *gratuitas* en relación con el relato guía, jugadas como en una instancia aparte, con antecedentes en tradiciones que podrían remitir a Steinberg, a Daumier..., o a las “historias segundas” y autónomas, con períodos de expansión como el del “surrealismo norteamericano” en historietas humorísticas de los años treinta y cuarenta del siglo veinte (así, McAhern y el viejecito del “Nov-schmoz-kapop”). Y con exponentes en el dibujo de humor argentino que remite especialmente a casos como

⁵ Por su movilidad y diversidad, los géneros gráficos argentinos han sido, en diversas etapas, exponentes privilegiados del cambio estilístico local (en algunos casos, antes de las *artes mayores*). Se intentó un tratamiento del tema, considerando especialmente las sucesivas tensiones entre estilos coetáneos, en Steinberg & Traversa (1997).

los de la producción de Oski, Landrú o Sábato en distintos períodos.

2. La del crecimiento del metadiscurso interno. Como en las mencionadas irrupciones en el cuadro del lápiz, la mano o la palabra “del dibujante” que enuncia el sentido de una escena en Quino o Rep; o como en los comentarios fuera de escena (en la base del cuadro) con autorreferencias de tipo biográfico en Robert Crumb; o, más genéricamente, en la expansión del empleo del nombre del dibujante como título de sección, a veces con agregados que crean una figura de autor que percibe, opina, etc. (ej.: en los setenta Woody, de Woody Allen; y posteriormente en la Argentina, por ejemplo, “Caloidoscopio”, de Caloi, o actualmente Rep). (imágenes 4 y 5)



Imagen 4. Quino.



Imagen 5. Rep.

3. La del crecimiento del pastiche y la parodia no satírica, en cualquiera de los dos modos ya mencionados. Como en los trabajos en los que se privilegia el juego sobre obras pictóricas, historietas u otros textos visuales, crecientes en el dibujo de humor a partir de las primeras décadas del siglo XX, y con renovaciones y recomienzos múltiples a partir de los años sesenta. Que complican de manera constante la posibilidad de una descripción abarcativa de cada instancia de producción. Entre otras razones porque, como se ha dicho, “el humor gráfico, como forma del arte, es una instancia de *no resolución*” (Vazquez, 2012, p. 125).

Por supuesto, renovaciones y recomienzos se dieron en el conjunto de los espacios de articulación del arte y lo cómico, en los diferentes medios y lenguajes, con efectos de vigencia o transformación en las fronteras entre prácticas de comunicación y producciones artísticas. Se señaló al respecto, en relación con la historia de esos cambios en los géneros televisivos:

La inmersión ficcional ingresaba al espectador en un universo que sólo existía en los géneros televisivos. [...a través de] la enunciación en directo de la no ficción. Por medio de ese programa, la televisión nos hacía una humorada: reírnos de nosotros mismos por tomar en serio lo que nos muestra (Fratelli, 2012, p. 35).

Y una expansión similar de la dimensión lúdica en la relación enunciativa representada en pantalla se desplegaba

en las articulaciones entre crítica y metacrítica. Se observó por ejemplo al respecto: “En lugar de presentadores cómplices, locuciones y manipulaciones de la imagen que presenta el material bajo la mirada ‘correcta’, aparece una serie de instancias [...] que se contradicen entre sí, [...] que concluyen en el absurdo” (Aprea, 2011, p. 61).

Pero volviendo al humor impreso: en la gráfica el humor es menos frecuente que la caricatura o la sátira cómica pero no humorística. La comicidad gráfica irrumpió en los diarios mostrándose como opinión, y no como una reversión lúdica sobre la propia enunciación. Sin embargo, el juego y la exposición del operador acompañaron desde un comienzo esa opinión en prestigiosas tradiciones de dibujo, y desde el último fin de siglo no dejaron de cambiar o matizar el lugar de lo previsible en los espacios de género⁶.

Como en todo momento de cambio estilístico, en la mayor parte de los casos se trata de acentuaciones, y no de oposiciones de claro perfil; pero su reconocimiento es necesario si se trata de indagar el estado actual de algunos ejes de significación en géneros que tradicionalmente han hecho la *crónica crítica* de nuestra sociedad y que hoy, como si el periplo iniciado con los dibujos de Daumier se hubiera cumplido y estuviera recomenzando en otra instancia, nos hacen saber que están probando otra vez efectos de sentido en tramas complejas, en gestos opacos, en pruebas de materiales y técnicas, en la vigilancia sobre los dispositivos del propio discurso.

⁶ Procedimientos descriptos en trabajos como el de José Luis Petris (2015) sobre la gráfica de Rep en *Página /12*, en la que ocurre que personajes *mostrados en su cotidianidad* comenten o se relacionen con los acontecimientos político-sociales del momento.

Bibliografía

- Apréa, G. (2011). Los videos de Peter Capusotto entre la crítica a la televisión y la televisión crítica. En Carbone, R. & M. Muracca (comp.), *Capusotto: realidad nacional, política y cultura* (pp. 57-64). Buenos Aires: Imago Mundi/ Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Booth, W. C. (1986). *Retórica de la ironía*. Madrid: Taurus.
- Calabrese, O. (1989). *La era neobarroca*. Madrid: Cátedra.
- Ferroni, G. (1974). *Il comico nelle teorie contemporanee*. Roma: Bulzoni.
- Fratlicelli, D. (2012). Lo cómico, el directo y la ficción. Las modalidades de enunciación de los programas cómicos en vivo. *Imagofagia*, 5, 1-36.
- Freud, S. (1986). El chiste y su relación con lo inconsciente. En S. Freud, *Obras completas*, Volumen 8. Buenos Aires: Amorrortu.
- Freud, S. (1988). El humor. En S. Freud, *Obras completas*, Volumen 21 (pp. 155-162). Buenos Aires: Amorrortu.
- Genet, G. (1982). *Palimpsestes*. Paris: Seuil.
- Gombrich, E. H. (1959). *Art and ilusión*. Oxford: Phaidon Press Ltd.
- Ivins, W. M. (1975). *Imagen impresa y conocimiento*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Petris, J. L. (2015). El rectángulo Rep. *deSignis*, 22, 29-41.
- Segre, C. (1985). "Tema/motivo". *Principios de análisis del texto literario*. Barcelona: Crítica.
- Steimberg, O. & Traversa, O. (1997). Para una pequeña historia del lenguaje gráfico argentino. En *Estilo de época y comunicación mediática* (33-74). Buenos Aires: Atuel.
- Vazquez, L. (2012). Humor negro, límite y velocidad. En *Fuera de cuadro. Ideas sobre historieta* (125-127). Buenos Aires: Agua Negra.
- Vitaliti, M. (2013). *Catálogo*. Madrid: Museo ABC.

El poder del humor en una sociedad hipermediatizada¹

Recursos humorísticos y saltos hipermediáticos

MARIO CARLÓN

1. Emergencia y consolidación de lo contemporáneo

Desde hace algunos años vivimos una profunda transformación. Es tan grande que es mayor que la que los teóricos conceptualizaron cuando discutieron la posmodernidad. Lo que estamos viviendo es la emergencia de la contemporaneidad. Los procesos que la caracterizan se han acelerado en este año 2020 a la par de la expansión global del coronavirus.

El propósito principal de este artículo es dar cuenta de ciertos procesos que se desencadenaron a partir de que irrumpieron *recursos humorísticos* en casos que en estos años hemos investigado². El caso *Massa-taj ahí*³ es aquel en el que nos vamos a detener y a partir de ahí nos concentraremos

¹ El texto que aquí se presenta forma parte de una serie de escritos en los que he intentado realizar una retoma apropiacionista de una serie de temas que sobre los que teorizó Eliseo Verón a lo largo de su extensa obra. Los principales son la semiosis (originalmente pensada desde un marco antropocéntrico, luego desde uno no antropocéntrico), la mediatización, la circulación del sentido y la evolución de los conceptos actores/enunciadores.

² Como no me considero un especialista en estudios del humor, en este texto me referiré en un sentido amplio a “recursos humorísticos”. Es decir que al referirme a recursos humorísticos incluyo al humor, lo cómico, el chiste, la chanza, etcétera.

³ He comentado el caso Massa Taj-ahí extensamente en un texto ya publicado (Carlón, 2018). Aquí me concentraré en otros aspectos de la circulación del sentido, dado que los objetivos temáticos no son los mismos.

en un acontecimiento reciente. Pero es importante que se atienda a que lo que se observa en este texto va mucho más allá de los casos que vamos a comentar dado que son lógicas que están presentes en el desarrollo de muchos casos. Lo que nos proponemos es establecer *ciertas hipótesis respecto de cómo interviene el humor en los nuevos procesos de circulación del sentido que caracterizan a la sociedad contemporánea*.

Hay tres aspectos en los que nos proponemos concentrar. El primero es la capacidad del humor de generar *giros del sentido* en la circulación. Este fenómeno existe desde siempre, puede decirse, porque tiene que ver con la capacidad del humor de instaurar *contracorrientes* de sentido, muchas veces contra los poderosos⁴. Pero adquiere, en la mediatización actual, características específicas.

El segundo es la capacidad del humor para desencadenar *saltos hipermediáticos*⁵, es decir, permitir que los contenidos viajen desde las redes sociales a los medios masivos y viceversa. Este fenómeno es nuevo, propio de nuestra contemporaneidad, porque está íntimamente vinculado a la emergencia de Internet.

El tercero es identificar ciertos cursos específicos de la circulación en los que intervienen activamente *gramáticas en producción y en reconocimiento* (Verón, 1987; 2004 [1979]) que

4 Un ejemplo de lo que estamos diciendo aparece en este chiste contado por el investigador Tomás Várnagy en una entrevista que le realizaron: "En el año 1986 leí un libro de Agnès Heller, Ferenc Fehér y György Márkus me encantó un chiste sobre Stalin que subvierte a todo el sistema político: "Un día Stalin hizo comparecer a Radek, que era bien conocido por su cinismo y dado a decir cosas que otros ni siquiera se atrevían a pensar. Stalin le dijo: 'Me han informado, camarada Radek, que te expresas de mí de un modo irónico. ¿Has olvidado que soy el líder del proletariado del mundo?'; 'Disculpame, camarada Stalin –replicó Radek–, ese chiste en particular no lo inventé yo'", en una entrevista realizada a Tomás Várnagy, "El humor ataca siempre a los poderosos" (Disponible en <https://www.nuevospapeles.com/nota/3525-tomas-varnag-y-el-humor-ataca-siempre-a-los-poderosos>.)

5 Como señala Damián Fraticelli (2020): "Con la constitución de las sociedades hipermediatizadas, se ha instalado un dispositivo, que llamaremos Humor Hipermediático, que genera continuamente interpretantes que enmarcan lo social en los inestables juegos polisémicos de lo reidero".

desencadenan vertiginosos procesos de *feedback* no lineales de circulación del sentido. A lo que nos referimos es a que se produce un desencadenamiento de operaciones en reconocimiento de recursos humorísticos para la producción de nuevos circuitos circulatorios. Se encuentran vigentes en los medios masivos y en las redes sociales y son claves para el despliegue de los saltos hipermediáticos. Producto de su propia lógica, que aún no ha sido suficientemente descripta, los medios masivos, por ejemplo, han generado ciertos recursos que son específicos en relación a los contenidos que se publican en las redes sociales mediáticas: seguimiento de cuentas de enunciadores categorizados como políticos, actores, músicos, deportistas; chequeos de datos de discursos públicos; monitoreo de polémicas o controversias. Estas gramáticas en reconocimiento se ponen en juego, por ejemplo, en el seguimiento de las controversias, en las que es común que en algún momento de su desarrollo aparezca el “humor”. Acto seguido se activan gramáticas en producción que permiten generar nuevos contenidos, dado que informar sobre esos desarrollos es hoy una tarea importante de los medios de comunicación.

Para dar cuenta de esos procesos tendremos que explicar antes, aunque sea rápidamente, tres grandes niveles en los que se han producido cambios que caracterizan a la contemporaneidad: el nivel de la mediatización (hipermediatización), el de los enunciadores (actores) y el de la circulación del sentido.

2. La mediatización contemporánea

La principal diferencia entre una sociedad mediática, como lo eran la moderna y la posmoderna, en la que reinaban los medios masivos, y la contemporánea *es que en la actual hay, al menos, dos sistemas mediáticos en permanente interacción*: el

de los medios masivos y el que tiene su base en Internet. El siguiente gráfico ilustra lo que estamos señalando:

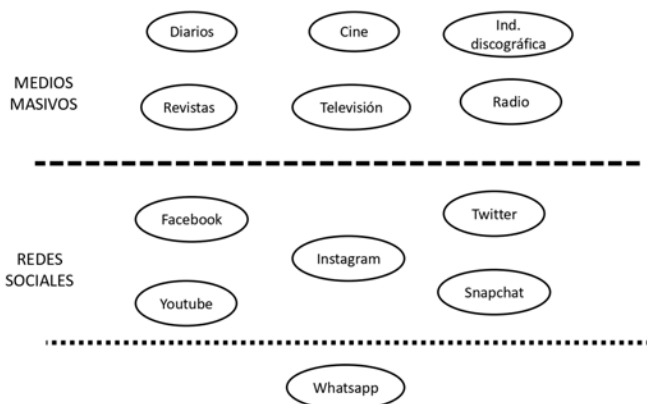


Gráfico 1. El sistema de medios masivos y de medios con base en Internet (gráfico de elaboración propia).

Aunque ahora la principal interfaz a través del cual tenemos acceso a lo que acontece en la vida social, tanto a nivel micro como a macro, *la pantalla del celular*, nos ofrezca una imagen plana de las relaciones sociales y de la mediatización, las sociedades no son planas (nunca lo han sido) y la mediatización tampoco. Por eso lo que vemos en el gráfico son tres zonas de la mediatización.⁶ La de arriba

⁶ En la de de abajo se encuentra ubicado *Whatsapp* debido a que la aplicación se encuentra “encriptada de punta a punta”. Por eso desde el punto de vista de los estudios sobre la circulación no es una red social mediática como las demás: no se pueden estudiar los circuitos de la circulación, identificar cómo comenzó a circular un contenido, quién fue el primer enunciador, etcétera.

es el espacio de los históricos medios masivos. La de abajo es la de las redes sociales mediáticas.⁷ Estos dos sistemas de medios tienen muchas diferencias entre sí. Atender a estas diferencias será fundamental para entender los procesos en los que irrumpió el humor y en los que ahora vamos a detenernos.

2. Circulación contemporánea y saltos hipermediáticos del sentido

La convivencia en nuestro tiempo de dos sistemas mediáticos es clave porque no se ignoran entre sí, sino que se encuentran en permanente interacción, hecho que habilita la emergencia de modos específicos de circulación del sentido. La transformación en el modo en que circula el sentido es uno de los factores principales de la mutación de los vínculos sociales en nuestra época.

En la era de los medios masivos el sentido circulaba de los medios (que eran instituciones) a los colectivos de actores individuales⁸ (Verón, 1997; 2013). De “arriba hacia abajo”. Hoy el sentido circula de múltiples formas, diferentes de como lo hacía en la modernidad y la posmodernidad.

⁷ Estos dos sistemas de medios tienen muchas diferencias entre sí. Tres de ellas son: a) las “grillas”, propias de los medios masivos y ausentes en las redes sociales, que se rigen más por el *on demand*; b) el hecho de que Internet habilitó la posibilidad de que muchos enunciadores que estaban ausentes en la modernidad y la posmodernidad puedan administrar sus propios medios de comunicación, y c) la disponibilidad con la que las redes sociales mediáticas ofrecen sus contenidos a los internautas que permiten ser compartidos y resignificados, gracias a la digitalización.

⁸ Esto fue observado por Verón en “Esquema para el análisis de la mediatización” (1997) y retomado en su último libro cuando advierte “una fuerte ruptura: cuando se reconstruye la cadena de la semiosis a partir de un punto particular, definido de una cierta manera, el eslabón anterior aparece como un dispositivo socioinstitucional, y el eslabón siguiente como colectivos de actores individuales” (Verón, 2013, p. 292). Su posición es coincidente con la de Stig Hjarvaard (2014; 2013).

Para dar cuenta de la transformación contemporánea es necesario distinguir, como mínimo, tres direcciones de la comunicación. Al referirnos a tres direcciones articulamos dos perspectivas distintas. Una más culturalista, que diferencia la dirección *top down* (de arriba hacia abajo) de la *botton up* (de abajo a arriba). Distinción que es frecuente en los textos de Henry Jenkins y en quienes trabajan junto a él (Jenkins, 2008; Jenkins, Ford & Green, 2014; Burgess y Green, 2009). Y otra de cierta sociología de los movimientos sociales y las redes de comunicación, que ha expuesto Manuel Castells (2009). Para Castells es propio de los movimientos sociales el uso de una forma de la comunicación que denomina *autocomunicación de masas* que es horizontal. Desde nuestro punto de vista, distinguir en el estudio de casos específicos cómo se hacen presentes *de modo sistémico estas tres direcciones comunicacionales* brinda a toda investigación una singular capacidad.⁹ Sintetizando, encontramos entonces tres direcciones comunicacionales:

- a. la *descendente*, de “arriba hacia abajo”, de los medios masivos a las redes sociales mediáticas. Aquí es importante observar que, aunque la dirección es descendente, al igual que en la era de los medios masivos, su manifestación actual no es igual a como lo era en la modernidad y la posmodernidad, porque “abajo” hay ahora otro sistema de medios de comunicación, que se apropia de los discursos, los procesa, los comparte, los discute, etcétera;
- b. la *ascendente*, “de abajo hacia arriba”, de Internet (de las redes sociales mediáticas y los blogs y portales, por ejemplo) a los medios masivos, que es inédita

⁹ A lo largo de los años hemos comprobado que el pasaje de conceptualizar la circulación con un modelo diádico a uno triádico es tan importante en términos analíticos como pasar de un modelo de signo binario a uno triádico.

- en la historia de la comunicación y ha demostrado una gran potencialidad¹⁰;
- c. y la horizontal, que se despliega entre “pares” en las redes sociales mediáticas o, entre los medios masivos (un medio masivo que retoma a otro, por ejemplo).

La conceptualización sistémica de estas tres direcciones nos ha permitido en estos años construir el gráfico que presentamos a continuación, que da cuenta de los principales modos de circulación del sentido que caracterizan a la mediatización contemporánea. En el gráfico se presentan *cuatro tipos* principales de circulación del sentido, que son resultado del estudio de múltiples casos.

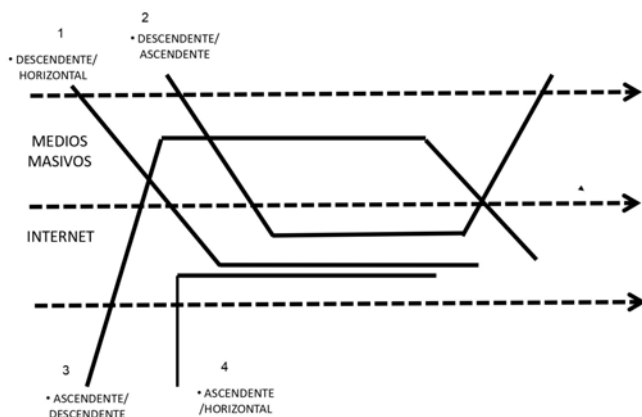


Gráfico 2. Los cuatro tipos principales de circulación del sentido (gráfico de elaboración propia).

La principal diferencia entre estos tipos es que tres de ellos (1, 2 y 3) contienen *saltos hipermidiáticos*, que son

¹⁰ Un análisis de este tipo fue ensayado en trabajos dedicados a distintos casos a partir del estudio de *Chicas boni* (Carlón, 2015; 2020).

aquellos que se producen cuando el sentido *salta* de un sistema de medios a otro (del sistema de los medios de comunicación masiva a las redes y viceversa), es decir, se vuelve inter-sistémico. En cambio, el caso número 4 (ascendente/horizontal) no presenta un salto hipermediático, el sentido es subido a Internet y queda circulando ahí, por lo cual lo hace de modo intra-sistémico. Lo cual no quiere decir, de ningún modo, que no haya cambios, porque lo que ha acontecido es, ni más ni menos, que un *cambio de escala* de la mediatización.¹¹ Pero este hecho no impide que sea una manifestación de la circulación específicamente contemporánea, dado que las redes sociales mediáticas que tienen base en Internet no existían en la modernidad/posmodernidad.

Como señalamos anteriormente lo que nos proponemos identificar es principalmente *qué sucede cuando irrumpen recursos humorísticos en los saltos hipermediáticos*. No sólo eso, *nos preguntaremos sino es justamente gracias a la aparición del humor que esos saltos hipermediático se producen*.

3. Circulación inversa y cambio en el sistema de los enunciadores (actores)¹²

La sociedad hipermediatizada contemporánea no se caracteriza sólo por los cambios a los que hicimos referencia en la mediatización y en la circulación. También la define que han aparecido otros enunciadores o

¹¹ La idea de que la mediatización es, ante todo, un proceso de *cambio de escala* es compartida por autores tan dispares como Marshall McLuhan (1964) y Eliseo Verón (2001) (realicé una revisión de semejanzas y diferencias entre ecología de los medios y teoría de las mediatizaciones en Carlón, 2015).

¹² No nos detendremos aquí en la diferencia entre cómo muchas veces es usada la noción de actores y cómo se apropió de ella Verón, al respecto reenviamos a dos trabajos claves, uno de 1999 y otro de 1994 que figuran en la Bibliografía.

actores con capacidad de hacer circular discursos en los espacios públicos.

Como ya señalamos en la sociedad mediática moderna y posmoderna, dominada por los medios masivos, que eran instituciones, el sentido circulaba hacia los colectivos de actores individuales. En la sociedad contemporánea se han desencadenado múltiples transformaciones que son claves para el estudio de la circulación del humor, que ahora circula también en *dirección inversa*. Por un lado, porque lo hace de los individuos y los colectivos a los medios masivos. Por otro, porque han emergido nuevos enunciadores con capacidad de hacer circular el sentido en múltiples direcciones: los *amateurs*, los *fakes*, los *trolls* y los *bots*¹³. Es decir que *si algo caracteriza a la sociedad contemporánea es que los flujos de la circulación pueden surgir de cualquier lugar del sistema mediático, estallar en múltiples direcciones y ser enunciados por cualquier enunciador.*

Sin embargo, aunque es cierto que la circulación ahora puede ser ascendente, venir desde abajo hacia arriba, desde los menos poderosos hacia los más poderosos, y establecer *saltos hipermediáticos*, eso no quiere decir que lograrlo sea algo sencillo. Es decir que no es fácil para enunciadores que tienen su base en las redes sociales la atención de los medios masivos, sobre todo si son *amateurs*. Muchos *youtubers* e *instagrameros* pretenden cotidianamente que sus contenidos sean retomados por los medios masivos, pero los medios masivos los ignoran. Y muchos programas de los medios masivos instauran *hashtags* y pretenden establecer agendas en las redes sociales, pero tampoco lo logran.

¹³ Enunciadores de diferente estatuto –por ejemplo, los *bots* son maquínicos– que solo pueden ser estudiados desde una perspectiva no antropocéntrica (en un texto de próxima publicación hemos intentado profundizar en el análisis de esta cuestión, Carlón, 2020).

¿A qué se debe? Hay varias razones. Una de ellas es porque la circulación no es convergencia cultural, sino que es, ante todo, desfase, no linealidad. Es justamente la definición de circulación: el nombre de una diferencia (Verón, 1987). Otra es porque no todos tienen el *poder* para lograrlo. Sin embargo, estos fenómenos acontecen y son frecuentes. ¿A qué se debe? A la concurrencia, como mínimo, de dos factores. Por un lado, a que ejercen una forma específica del poder: *el poder del sentido*. Por otro lado, a que *cuando se desencadenan recursos humorísticos se activan gramáticas múltiples que tienen la capacidad de reconocerlos en función de criterios de noticiabilidad*¹⁴.

La presentación de los casos que vamos a comentar a continuación nos permitirá dar ejemplos y obtener algunas respuestas, aunque sean parciales y provisionarias, sobre estos interrogantes. La atención a las tres transformaciones a las que hicimos referencia es clave para poder dar cuenta de los casos en los que nos vamos a concentrar.

4. El caso Massa-Taj-ahí

El caso que voy a comentar es *Massa/Taj-ahí*. De su circulación enfocaremos los momentos en los que se produce el *giro del sentido* y el *salto hipermediático*. No obstante, presentaremos el gráfico completo de la

¹⁴ Esos criterios de noticiabilidad están presentes en los medios masivos desde que comenzó Internet. Por ejemplo, durante el primer período se consideraba que los contenidos de Internet debían ser breves, rápidos, inteligentes, creativos, con "humor". Con el tiempo hemos aprendido que en Internet se encuentran presentes todo tipo de contenidos, de acuerdo con los diferentes segmentos y expresiones sociales: también los hay de mal gusto, totalitarios, antidemocráticos, discriminatorios, racistas, etcétera (un análisis de lo que se está señalando lo realizó Damián Fraticelli (2018) sobre el ascenso de la burla).

circulación temporal para que puedan comprenderse los efectos de la irrupción de los recursos humorísticos. El gráfico es el siguiente:

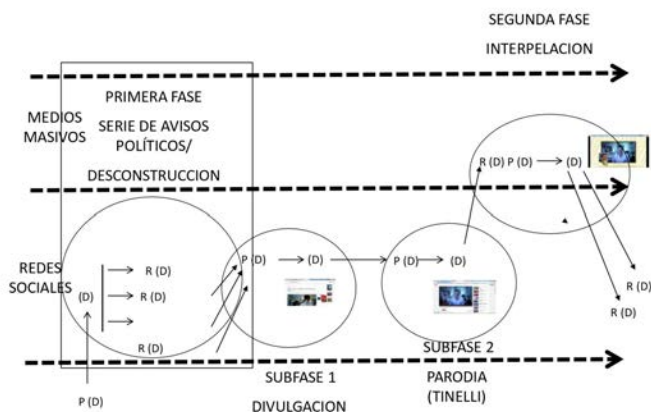


Gráfico 3. La circulación de Massa/Taj-ahí (gráfico de elaboración propia).

El caso *Massa-Taj ahí* es el de lo acontecido en la circulación hipermediática con una serie de comunicaciones que, a fines de 2014, el entonces candidato Presidencial Sergio Massa distribuyó a través de las redes sociales, en particular *YouTube*. Para que se comprenda el gráfico y lo que deseamos expresar concentrémonos inicialmente en el primer rectángulo, la Primera Fase que denominamos Emergencia/Deconstrucción. Ahí se ilustra que se publican en las redes una serie de discursos (D), que son los discursos de Massa. Los contenidos compartidos eran videos muy breves, de algo más de veinte segundos en los que el candidato se dirigía a distintos colectivos, distinguidos por su pertenencia

a diferentes provincias argentinas: neuquinos, correntinos, jujeños, etcétera.¹⁵

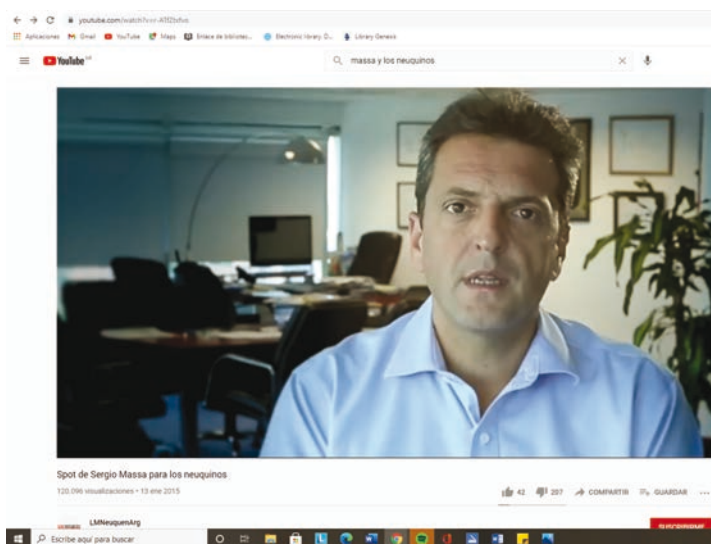


Imagen 1. Captura de pantalla del spot de Sergio Massa para los neuquinos.

4.1. Recursos humorísticos y contracorriente de sentido

Esos videos van a tener distintas condiciones de reconocimiento R (D) y van a generar condiciones de producción P (D) de otros discursos (D) que serán publicados también en las redes (D). Entre esos discursos nos interesan dos, un video subido por un enunciador denominado *Alpataco* en YouTube y una serie de *tuits* publicados en la red social *Twitter* por enunciadores varios.

Poco tiempo después de la publicación de Massa, el 12 de enero, desde otra cuenta en YouTube el enunciador *Alpataco*,

¹⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=r-ATfZtxfvo>.

un *fake*¹⁶, subió un video titulado “Tajeando todo – Massa y su impostado acento provinciano”. El video consiste en una edición de esos distintos spots destacando que Massa no dice “estás ahí” sino *taj-ahí*, como si al expresarse de ese modo adoptara un modo de hablar más popular.¹⁷ Es un señalamiento de que es un *impostor* y desencadena un nuevo flujo, un *giro del sentido*. Una contracorriente de un *fake*, de un desconocido, contra el poderoso enunciador.

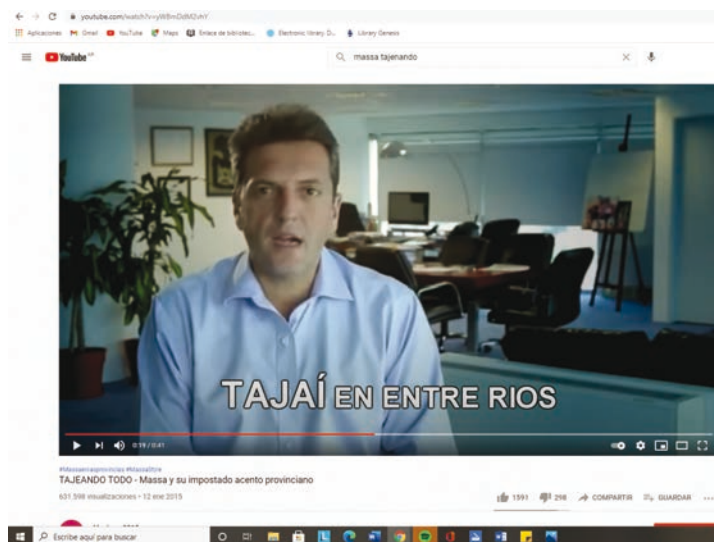


Imagen 2. Captura de pantalla de Tajeando todo- Massa y su impostado acento provinciano.

Luego de ese video hubo una gran cantidad de memes en Twitter que también se burlaron de los videos de *Massa*, pero poniendo acento en otro aspecto: el hecho de que se dirigía a

¹⁶ Un *fake* es como enunciador en la red semiótica la definición justa de un signo: algo que está en lugar de otra cosa para algo o alguien (Carlón, 2020). Es un típico enunciador contemporáneo.

¹⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=yWBmDdM2vHY>.

colectivos específicos. Estos memes “deconstruyeron” el hecho de que la campaña de Massa, que parecía “informal”, desde “abajo”, cercana, nada pomposa y casi espontánea, había sido cuidadosamente planeada desde un punto de vista comunicacional.



Imagen 3. Captura de pantalla de parodias del spot de Sergio Massa.

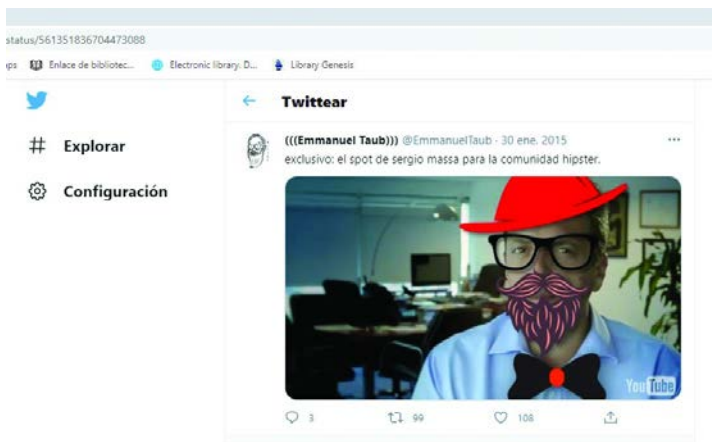


Imagen 4. Captura de pantalla de parodias del spot de Sergio Massa.

4.2. Saltos hipermediáticos y dispositivos de reconocimiento

Y, en este momento se produjo, un fenómeno muy importante para el tema de este artículo, que no es sólo la irrupción de recursos humorísticos frente al discurso del candidato presidencial, sino que *distintos portales y medios de comunicación masiva comenzaron a dar cuenta de lo que estaba sucediendo*.

Lo que nos interesa destacar son dos cosas. La primera es que la aparición del recurso humorístico es clave para *comprender por qué se produjo el salto* de las publicaciones de los internautas en las redes sociales a los medios masivos y a los portales de los medios masivos, que tienden a tener una *lógica* diferente de las publicaciones de los internautas¹⁸. Ese salto se produce en diferentes tiempos, pero lo hace a partir del giro del sentido que inició el video de *Alpataco* y que continuó en la sucesión de tuits (un momento importante de esa cadena, antes de que Massa se presentara en el programa de una popular conductora, *Almorzando con Mirtha Legrand*, fue un video que publicó Marcelo Tinelli (Subfase 2), el conductor del programa de más *rating* de la cultura argentina, paródico de Massa, en su canal de YouTube).

La segunda es que al informar sobre lo que estaba ocurriendo, los medios masivos tuvieron una manifestación que no es excepcional, sino que es recurrente y que da cuenta del lugar que le adjudican al humor en las redes sociales mediáticas. Al hacerlo legitiman y amplifican la *contracorriente* de sentido que generaron *Alpataco* y los tuiteros. Forman parte de este proceso toda una serie de notas que se publican con títulos como

¹⁸ Las diferencias son múltiples, empezando con que los medios masivos tienen protocolos de edición, manuales de estilo, reglas de chequeo de fuentes, etcétera.

“Los memes del día después”, “Y llegaron los memes”, o “Las 50 mejores cargadas”, etcétera.



Imagen 5. Captura de pantalla del portal de Clarín.

¿Otro ejemplo? Tomo uno reciente. Luego del discurso del presidente Alberto Fernández en el que anunció la prolongación de la cuarentena y que utilizó un Powerpoint en una parte de su discurso se multiplicaron los memes¹⁹. Algunos hacían referencia a que en vez de hablar de *slides* o diapositivas, como se suele decir, dijo “filminas”, una palabra anacrónica para la tecnología actual. En este caso apareció un personaje anclado en el tiempo, en blanco y negro, “Enrique, el antiguo” que representaba Guillermo Francella.

¹⁹ <https://bit.ly/3vFXiCZ>.

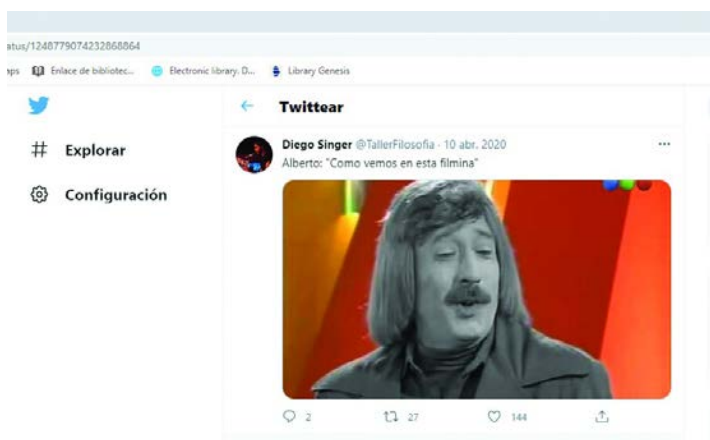


Imagen 6. Captura de pantalla de tuit de Diego Singer.

También aparecieron memes con una imagen muy popular por estos días: los pallbearers²⁰.



Imagen 7. Captura de pantalla de meme en TN.

²⁰ <https://bit.ly/3vFXiCZ>.

Estos son sólo algunos memes que el diario *Clarín* publicó con el título: “Humor viral / Coronavirus en Argentina: Los mejores memes tras la conferencia de Alberto Fernández”²¹.

5. El poder de los recursos humorísticos en una sociedad hipermediatizada

Un rasgo que ha caracterizado a los estudios comunicacionales y de las ciencias sociales en general ha sido la necesidad de “estudiar el poder”. Es un objetivo muy justificado. La cuestión es que generalmente se materializa en estudiar a los *actores o enunciadores poderosos*. Pero la transformación contemporánea es tan grande que “el poder” en la circulación de los discursos públicos ya no se encuentra solamente en los lugares establecidos, como las instituciones o los grandes medios corporativos.

Entonces, ¿de qué modo estudiar el poder en la circulación contemporánea? Como adelantamos el enfoque que en este contexto empleamos es una *retoma apropiacionista* de las teorías de Eliseo Verón. Según Verón hay que distinguir lo ideológico del poder. Mientras que lo ideológico es “el sistema de relaciones de un discurso (o de un tipo de discurso) con sus condiciones de producción cuando éstas ponen en juego mecanismos de base del funcionamiento de una sociedad”, el poder es el “sistema de relaciones de un discurso con sus efectos, cuando las condiciones de reconocimiento conciernen a los mecanismos de base de funcionamiento de una sociedad” (Verón, 1987, p. 134).

Lo que me interesa del enfoque de Verón es que al distinguir lo ideológico y el poder como dos dimensiones de la circulación de los discursos sociales *identifica al poder*

²¹ Otro ejemplo: <https://bolavip.com/otros/Los-memes-de-Alberto-Fernandez-conferencia-por-coronavirus-con-imagenes-sobre-Argentina-y-negros-de-los-ataudes-dgz-20200411-0010.html>.

como una dimensión del sentido desligada, en cierta forma, de los actores/enunciadores de los discursos. Lo que identifica es el poder del sentido, que puede estudiarse en escenas como la “unidad mínima” producción/reconocimiento (Verón, 1987) y que hoy podemos analizar, más ampliamente, por ejemplo, en los saltos hipermediáticos como lo acabamos de ver. Es decir que esta distinción es particularmente útil y pertinente para dar cuenta de la circulación del humor en nuestra contemporánea sociedad hipermediatizada.

Podemos constatar lo que estamos señalando si consideramos que la corriente de sentido iniciada por *Alpataco* y continuada por los *tuiteros* se desplegó en dos “olas”. La primera es intra-sistémica y extiende su influencia a los portales digitales que difundieron lo que estaba aconteciendo, como *Minuto 1* o *Infonews*. La segunda es hipermediática, inter-sistémica, nace cuando en simultáneo con su edición digital Clarín publica la nota en su edición impresa y estalla finalmente en el programa de televisión abierta *Almorzando con Mirtha Legrand*.²²

Como se advierte en el caso Massa, las comunicaciones de un candidato presidencial, titular de un partido político y con asesores comunicacionales profesionales, tuvo *escaso poder* en la circulación hipermediática. Luego de verse ridiculizado por enunciadores anónimos (*fakes*) y *amateurs*, comparados con él no poderosos, se desencadenó el *giro del sentido* que generó una contracorriente primero que se impuso en la circulación intra-sistémica y luego llegó a la circulación inter-sistémica tiñendo definitivamente todo de otro color.

²² Esta ola crece con el video publicado en la cuenta de @cuervotinelli que, aunque se publica en YouTube, es propiedad de un poderoso enunciador massmediático y discursivamente opera con ese tipo de lógicas.

Bibliografía

- Carlón, M. (2020). *Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada*. San Luis: Universidad Nacional de San Luis. Disponible en: <http://www.neu.unsl.edu.ar/wp-content/uploads/2020/08/Circulacio%CC%81n-del-sentido.pdf>
- Carlón, M. (2020). Entre el poder de los enunciadores y el poder de los discursos. La circulación hipermediáticas de las imágenes contemporáneas. *Actas del III Seminario Midiatização e Processos Sociais*. Sao Leopoldo: Unisinos.
- Carlón, M. (2019). Tras los pasos de Verón... un acercamiento a las nuevas condiciones de circulación del sentido en la era contemporánea. *Galáxia*, 43, pp. 5-25.
- Carlón, M. (2018b). Sur les traces de Verón. Une approche aux nouvelles conditions de circulation du sens à l'ère contemporaine, *Communication & langages*, 196, 99-120.
- Carlón, M. (2015). La concepción evolutiva en el desarrollo de la ecología de los medios y en la teoría de la mediatización. ¿La hora de una teoría general? *Palabra Clave*. 18, 1111-1136.
- Fratlicelli, D. (2020). La pandemia del humor. Blog *Hipermediaciones*. Disponible en: <https://bit.ly/3b1BjPa>.
- Fratlicelli, D. (2019). *El ocaso triunfal de los programas cómicos. De viendo a Biondi a Peter Capusotto y sus videos*. Buenos Aires: Teseo. Disponible en: <https://www.editorialteseo.com/archivos/17065/el-ocaso-triunfal-de-los-programas-comicos/>
- Fratlicelli, D. (2018). El ascenso de la burla en las sociedades contemporáneas. Nuevas circulaciones del humor mediático. *Rizoma*, 2, 49-63.
- Freud, S. (1993). *El chiste y su relación con el inconsciente*. En S. Freud, *Obras completas*, Volumen 8. Buenos Aires: Amorrortu.
- Steimberg, O. (2001). Sobre algunos temas y problemas del análisis del humor gráfico. *Signo y seña*, 45-64.

- Genette, G. (1989). *Palimpsestos (la literatura en segundo grado)*. Madrid: Taurus.
- Hjarvard, S. (2014). Introdução. Da mediação a midiatisação. Midiatisação. Uma nova perspectiva teórica. *A midiatisação da cultura e da sociedade*. São Leopoldo: Unisinos.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, H.; Green, J. & Ford, S. (2014). *Cultura da conexão. Criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph.
- Várnagy, T. (2017). El humor ataca siempre a los poderosos. *Nuevos papeles*. Disponible en: <https://www.nuevospapeles.com/nota/3525-tomas-varnagy-el-humor-ataca-siempre-a-los-poderosos>
- McLuhan, M. (2009). *El medio es el mensaje. Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
- Verón, E. (2013). *La semiosis social. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.
- Verón, E. (2004). *Fragmentos de un tejido*. Buenos Aires: Gedisa.
- Verón, E. (2001). *Espacios mentales. Efectos de agenda 2*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (1999). Esquema para el análisis de la mediatización. *Diálogos de la Comunicación*, 48, 9-17.
- Verón, E. (1994). Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia. *Semiosfera*, 2, 5-36.
- Verón, E. (1987). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires: Gedisa.

El humor hipermediático

La nueva era de la mediatización reidera

DAMIÁN FRATICELLI

1. Una novedad en lo reidero

En este momento de grandes cambios, donde nada parece funcionar como lo hacía antes y todo suscita nuevas definiciones y equivocaciones, hay una observación que aparentemente podemos formular sin demasiado riesgo: asistimos a la mayor producción risible¹ mediática de la historia. Lamentablemente, carecemos de datos cuantitativos para sostenerlo. Desconocemos cuántas bromas hacen los internautas por día o memes circulan por Whatsapp. Lo que sí sabemos es que los tuits más compartidos suelen ser chistes, aún en debates serios como la ley de interrupción voluntaria del embarazo² o la crisis entre Estados Unidos e Irán³. Nuestra

-
- ¹ Comprenderemos por *reidero* o *risible* el dominio semiótico que contiene géneros, tipos y procedimientos discursivos que promueven la risa (Traversa, 2009). El término “humor” lo utilizaremos para indicar un modo particular de generar lo risible: el que implica una enunciación reflexiva que incluye al enunciador y enunciatario en el blanco de la burla. Sólo emplearemos “humor” de manera genérica, como habitualmente se hace, cuando indiquemos los períodos de lo reidero; al hacerlo, usaremos la mayúscula.
 - ² <https://chequeado.com/el-explicador/debateenredes%E2%80%8C-el-humor-y-la-ironia-caracterizaron-la-discusion-sobre-el-aborto-legal-en-twitter-desde-las-elecciones/> [Fecha de acceso: 13/02/2020].
 - ³ <https://chequeado.com/el-explicador/debateenredes-con-casi-14-millones-de-tuits-en-el-mundo-los-usuarios-opinaron-sobre-la-crisis-entre-ee-uu-e-iran/> [Fecha de acceso: 13/02/2020].

inferencia se basa en investigaciones cualitativas que venimos desarrollando⁴ y en la experiencia de vivir en una sociedad hipermediatizada⁵ en la que es habitual recibir cotidianamente videos cómicos de amateurs y profesionales por Tik Tok, Instagram o YouTube, leer comentarios irónicos de políticos y periodistas en Twitter, y ser testigos de burlas que se propagan por portales de noticias hasta llegar a los medios masivos. Con la aparición de las redes sociales mediáticas, lo risible parece reproducirse continuamente sin ningún tipo de límite. Pero esa inmensa cantidad, ¿implica un cambio en cómo las sociedades generan lo reidero mediatizado? A nuestro entender, no cabe duda: implica un cambio de tal magnitud que creemos lícito sostener que nos encontramos ante el inicio de una nueva era de la mediatización de lo risible. Una era que denominaremos *Humor Hipermediático*. Para probarlo, primero distinguiremos dos etapas de lo risible en los medios masivos y, luego, nos adentraremos en algunas propiedades del *Humor Hipermediático* que nos permitirán definirlo como el comienzo de un nuevo momento de la historia de lo reidero mediatizado.

2. Una periodización de lo reidero en la era de los medios masivos

La periodización que proponemos atiende a la mediatización de lo reidero, es decir, al desarrollo articulado de dispositivos técnicos y prácticas sociales que se dieron a

⁴ Las investigaciones a las que nos referimos se hicieron en el marco del proyecto *La mediatización en el entretrejo de los vínculos sociales*, dirigido por Mario Carlón en la Universidad de Buenos Aires (UBA) y el Instituto de Investigaciones Gino Germani (IIGG), Argentina.

⁵ Llamamos hipermediatizadas a las sociedades en las que interactúan dos sistemas de medios: el de medios masivos y el de medios con base en Internet y la telefonía (Carlón, 2015, 2020).

lo largo del tiempo en la producción discursiva risible. Aunque toma en cuenta la discursividad, no se trata de una periodización estilística, sino que de ella nos interesan ciertas tendencias generales que hacen a los *dispositivos de lo reidero*⁶ desarrollados históricamente, en especial cómo modelaron escenas enunciativas y habilitaron intercambios comunicacionales.

La primera etapa de la periodización la denominaremos *Humor Mediático*. Ella comienza en el proceso de institucionalización de los medios masivos que se da durante el siglo XIX y se consolida en el XX cuando se instala un modelo de producción y distribución *broadcast* de discursos de acceso público (diarios, revistas, filmes, programas radiales, televisivos, etc.). Siguiendo la periodización de la mediatización de Verón (2001 [1984]), nos encontramos en la etapa de la *sociedad mediática*. En ella, prevalece una ideología que traza una frontera clara entre lo “real” social (su historia, prácticas, cultura, etc.) y su representación (hecha por los medios de manera ficcional o no). A su vez, las instituciones mediáticas son poderosas porque existe poca oferta y ellas la gestionan. Deciden, por ejemplo, qué horario, día y temática tendrá un programa cómico o una comedia radiofónica, cuando aún existía el radioteatro.

Lo reidero de este período se genera condicionado por las gramáticas productivas⁷ que se desarrollaron durante el proceso civilizatorio europeo. En su transcurso, los géneros risibles premodernos entraron en decadencia perdiéndose el placer de lo cómico despiadado a expensas del otro.

⁶ Tomamos aquí el concepto de dispositivo de lo reidero desarrollado por Suárez (2018) quien articula las nociones de dispositivo de Foucault, Agamben y Deleuze con la de dispositivo enunciativo de Verón en pos de aprehender las configuraciones de lo risible.

⁷ Verón (2004) postula que “una gramática de producción o de reconocimiento tiene la forma de un conjunto complejo de reglas que describen operaciones. Estas operaciones son las que permiten definir ya sea las restricciones de generación, ya sea los resultados (en otra producción discursiva) bajo la forma de cierta lectura. En otras palabras, una gramática es siempre el modelo de un *proceso* de producción discursiva” (p.41).

Las bromas pesadas, las burlas carnavalescas, las bufonadas de las cortes quedaron como resabios procesados por los géneros modernos (la prensa satírica, la caricatura, el sainete, etc.); géneros que nacen con una clara división entre los productores y receptores, desapareciendo la generación reidera pública y colectiva procedente de la antigüedad.

Con el advenimiento de la posmodernidad a los medios masivos ingresamos en la segunda etapa: el *Humor Mediatizado*. En él encontramos una mayor variedad estilística debido al aumento de la oferta iniciada la década de los 80 y una programación atenta a los segmentos socioestilísticos durante los años 90. La transmisión satelital, la televisión por cable, el VHS y otras tecnologías de distribución provocaron que la cantidad de productos mediáticos fuera creciendo hasta hacerlo exponencialmente con Internet. Los modos de hacer reír se multiplicaron con esa inédita proliferación y, también, por la crisis del sistema de medios masivos que provocó (Carlón y Scolari, 2009; Carlón, 2012). Las instituciones mediáticas se debilitaron con la competencia y las tecnologías de grabación que limitaron su poder de programación. La videocasetera, por ejemplo, no sólo permitió elegir qué ver sino cuándo hacerlo. Estos cambios en el sistema de medios implicaron, entre otras consecuencias, la pérdida de la audiencia masiva. Los medios comenzaron a dirigirse a públicos segmentados, lo que propició la aparición de estilos con poco poder de convocatoria, pero fuerte fidelidad.

Otra propiedad de lo risible de este momento es su carácter reflexivo. Si antes prevalecía el reírse de lo representado, ahora se expande el reírse de la representación y su historia. Los programas cómicos exponen sus artilugios rompiendo los decorados, mostrando a sus camarógrafos y hasta saliendo de la ficción para burlarse de la manera en que los propios actores interpretan sus personajes. A su vez, aparece una parodia que procesa el pasado mediatizado y la historia de lo reidero. Los cómicos imitan a cómicos anteriores generando lo risible en la imposibilidad

de reírse como se hacía antes⁸. Esta operatoria reflexiva está en sintonía con un proceso general de concientización de lo mediático que Verón (2001) identificó con el nombre de *sociedad mediatizada*. A diferencia de la anterior, es una sociedad que estructura sus prácticas en función de los medios porque ya no los concibe reflejando la realidad sino construyéndola. Esa construcción se expone en el modo particular que describimos en lo reidero o de manera más general como lo encuentra Eco (1994) en la televisión de esta etapa, una televisión que deja de presentarse como una ventana al mundo para ocuparse de sí misma y del contacto que establece con su público.

La última característica que señalaremos del Humor Mediatizado es la expansión de lo risible al conjunto de la programación. Una vez que se estabiliza la programación en cada medio, lo risible suele encapsularse en géneros y microgéneros de los que se anuncia su aparición. Si alguien quiere reírse con el diario o una revista, deberá ir al espacio destinado a los chistes; si quiere hacerlo con la televisión, esperará el día y horario en que se emite el programa cómico; y si quiere hacerlo con la radio, aguardará el radioteatro o se le anunciará que, dentro de un programa serio, llegó el momento del contador de chistes. Con el advenimiento de la posmodernidad, las fronteras entre los géneros se hacen porosas y lo risible se extiende como un tono de la enunciación que abarca la totalidad de la programación. Los conductores, columnistas e invitados se dan permiso de establecer vínculos descontracturados entre ellos y con el espectador abriendo la posibilidad de que irrumpa lo risible sin aviso previo. Tal expansión ha sido señalada por Lipovetsky (2010 [1983]) no sólo con relación a los medios masivos sino al conjunto de las prácticas sociales. Antes de la posmodernidad, lo risible se opone a las normas serias, a lo sagrado, al Estado, generando interludios en los que impera

⁸ En Fraticelli (2019a) hemos descripto estas operatorias con mayor detalle al elaborar una periodización de los programas cómicos.

la ambigüedad lúdica del sentido. Esa oposición entre lo serio y lo no serio se disuelve con la posmodernidad dando lugar a la *sociedad humorística*, una sociedad en la que lo risible se incorpora al conjunto de los intercambios sociales.

Si sintetizamos lo expuesto hasta aquí, distinguimos, entonces, dos etapas de lo risible en la era de los medios masivos: el Humor Mediático y el Mediatizado. En el primero, se instala un dispositivo reidero en el que prevalece el blanco de la burla sobre lo representado, se edifica un límite entre lo serio y lo risible, la espectación es programada por la institución y existe una variación estilística acotada a la poca oferta. En el Humor Mediátizado, en cambio, lo reidero recae también sobre la representación, se hace permeable la frontera entre lo serio y risible, la espectación se independiza de la programación y crece la oferta aumentando la variedad estilística.

Ahora bien, más allá de estas diferencias, podemos identificar ciertas permanencias entre ambos momentos. La primera tiene que ver con la regulación institucional y, aunque los medios fueron perdiendo su poder de programación, la producción risible estuvo condicionada por ellos. En un diario, por ejemplo, no se publica un chiste gráfico sin editarlo previamente y algo similar ocurre en la radio y la televisión en los que cada institución tiene su propio manual de estilo. La segunda permanencia es que, en esa regulación, operan las gramáticas productivas modernas que disciplinaron lo reidero. Géneros populares como las bromas pesadas, los chistes racistas, obscenos, etc., quedaron fuera de la mediatización. La tercera continuidad es la clara división entre productores y receptores y que esos productores son profesionales de los medios. Estas tres propiedades definieron lo risible mientras duró el dominio de los medios masivos. ¿Qué ocurrió cuando ellos entraron en crisis y se instaló la hipermediatización contemporánea? Como hemos adelantado, nuestra hipótesis es que se inició una nueva era de lo reidero, que llamamos *Humor Hipermediático*, que se constituyó por la aparición de

un nuevo dispositivo risible. Intentaremos describirlo en el apartado siguiente.

3. El Humor Hipermediático

El Humor Hipermediático surge con la *sociedad hipermediatizada*, una sociedad en la que ya no hay un único sistema de medios como ocurría en las sociedades mediática y mediatizada sino que conviven dos: el de los medios masivos y el de los medios con base en Internet y la telefonía (Carlón 2015, 2020). Una de sus principales características es que las instituciones mediáticas no son las únicas que generan mediatización sino que también lo hacen individuos y colectivos. Ellos, cada vez que abren una cuenta en alguna red social, se constituyen en medios de comunicación con la posibilidad de generar discursividades que, según su circulación, pueden alcanzar repercusiones equivalentes o aún mayores que la de los medios masivos. En la interacción de ambos sistemas se desarrolla el Humor Hipermediático del que especificaremos algunas de sus características.

3.1. Producción colaborativa y amateur

En el Humor Hipermediático lo reidero mediatizado ya no es patrimonio de los profesionales. Cualquiera que tenga una cuenta puede publicar un meme, un video cómico, un chiste escrito, etc. Y no sólo puede hacerlo sino que no existe inconveniente en exponer su carácter amateur. Carlón (2020) ha señalado que la emergencia de la enunciación amateur ocupa un lugar central en la cultura contemporánea. No es únicamente porque cualquiera puede mediatizar discursos sino porque las instituciones y sus actores vienen sufriendo un proceso de deslegitimación que fortalece la enunciación del neófito. En lo reidero, previamente a la aparición de las redes sociales, el Humor Mediatizado ya había instalado un estilo risible improvisado, de mala

factura y bizarro donde lo gracioso estaba en la representación fallida, en la pretensión frustrada, en la no profesionalidad de los hacedores de los programas.⁹ Su existencia fue parte de las condiciones que habilitaron la producción risible amateur. En el Humor Hipermediático, entonces, se multiplican los enunciadores reideros; los medios masivos conviven con los amateurs y con sus propios cómicos y humoristas profesionales que usan sus redes para trabajar por fuera de ellas. Se instala así un escenario de una oferta y competencia inusitadas.

Una propiedad destacable de esta producción risible en las redes es que presenta procedimientos provenientes del mundo del arte. En un trabajo anterior (Fratlicelli 2012) hemos encontrado que los internautas hacen parodias en YouTube mediante apropiaciones, intervenciones, repeticiones y otras operaciones nacidas en las vanguardias artísticas de principios del siglo XX, que luego fueron retomadas por el arte contemporáneo y, como señala Carlón (2014), también por los medios masivos de comunicación. Justamente, el autor califica nuestro momento histórico como contemporáneo, no porque sea el tiempo en que vivimos sino porque las operaciones de aquel arte se han expandido a la discursividad hipermediática cotidiana, lo que incluye lo reidero. Hoy en día, mediante sencillos programas, cualquiera puede hacer un meme a la manera de un collage fotográfico dadaísta.

Otra cualidad que también destacaremos en este apartado es el carácter colaborativo y participativo de la generación risible en las redes. La extensión de las prácticas de apropiación e intervención que nombrábamos recién provocan un efecto semejante a lo que ocurre con los chistes en las redes de intercambio cara a cara. ¿Quién produce

⁹ Podemos recordar en la televisión argentina las improvisaciones de Olmedo, los chistes con remates fallidos de *Cha-cha-cha* o *Todo x 2 pesos*, o los intencionalmente malogrados efectos especiales de *Peter Capusotto y sus videos*.

un chiste? Nadie lo sabe. Lo mismo ocurre con mucha de la producción risible de las redes. Las apropiaciones e intervenciones de imágenes, audios y videos promueven un proceso productivo en el que se pierde la figura de autor y operan mecanismos de creación y censura que pueden pensarse de manera semejante a los descriptos por Jakobson en el folklore (1986 [1929])¹⁰.

Pero aun cuando la producción risible es autoral, también está sujeta a la colaboración, porque cada cuenta en la red opera como un sistema de intercambio discursivo (Fratlicelli 2019b). Los videos que publica un *standupero* de Instagram, por ejemplo, genera respuestas de sus seguidores que inciden en sus futuras producciones. Si bien es cierto que los medios masivos siempre atendieron a las respuestas, no tenían la capacidad técnica de hacerlo de manera tan rápida y directa como sucede en las redes.

3.2. Baja regulación institucional

Cuando describíamos el dispositivo reidero de la era de los medios masivos, señalamos que su producción discursiva era regulada por las instituciones mediáticas. Ellas ejercían lo que Metz (2002) denominó, en el cine, una censura política, al mutilar partes de los filmes, o económica, al descartar proyectos por considerarlos no rentables. Dentro de esa censura política, encontramos las gramáticas que durante la modernidad fueron disciplinando lo reidero e impidiendo que ciertos géneros y estilos existentes en la vida social ingresaran a los medios masivos. Con la aparición de las redes sociales, esos géneros y estilos censurados se mediatizan. En realidad, cualquier tipo de producción risible de

¹⁰ Desde una perspectiva funcionalista, Jakobson sostiene que el folklore que pervive es el que cumple alguna función para su comunidad y que es ella la que modela sus formas mediante una “censura preventiva”. Seguramente existen diferencias entre sus procedimientos y los existentes en lo risible no autoral de las redes mediáticas, pero no es irrazonable pensar que puede haber semejanzas.

la vida social cuenta con la oportunidad de hacerlo porque las instituciones mediáticas no tienen manera de evitarlo. Es verdad que ellas disponen de tecnologías y reglas que norman las producciones de los internautas que utilizan sus plataformas, sin embargo, se ha comprobado que no funcionan eficientemente. Un contenido no admitido en una plataforma, puede seguir circulando en la red porque los internautas encuentran la manera de sortear sus programas de censura automática o porque directamente lo publican en otra plataforma que tiene normas diferentes. Con esto no estamos sosteniendo que no exista ningún tipo de regulación sobre la producción reidera, sino que sus procedimientos son mucho más complejos debido a que ya no dependen de las instituciones sino de acciones conjuntas de ellas con individuos y colectivos hipermediatizados.

3.3. Aumento de la diversidad reidera

Con el Humor Hipermediático se incrementa la diversidad discursiva de lo risible. En primer lugar, por la aparición de nuevos géneros y estilos, como los memes, los *gif* cómicos o el *stand up* villero que primero apareció en los teatros y, luego, ascendió a las redes mediatizando un enunciador que encarna el verosímil social del habitante de las villas miserias argentinas con sus costumbres, problemas, tonos, etc. Ese tipo de transposiciones son un gran generador de variedad discursiva. Así como existe una apropiación de las operaciones provenientes del mundo del arte, también la hay de los géneros y estilos de los medios masivos. Los internautas hacen chistes gráficos, sketches, comedias musicales, etc. como lo hacen los medios masivos contemporáneos, pero también como lo hicieron en algún momento de su historia. Hoy en día, es frecuente toparse con jóvenes *youtubers* que elaboran sketches o personajes mediante recursos ya existentes en los programas cómicos del inicio de la televisión.

Otro factor de la diversidad es lo que señalábamos con respecto a que las redes habilitan la mediatización de

cualquier discursividad risible de la vida social. Entre ella, se destacan los géneros y estilos de raíces premodernas que habían sido censurados por los medios masivos y hoy se mediatizan gracias a la baja regulación institucional. El *cyberbullying* es un caso representativo. Esa burla colectiva desalmada que puede recaer en cualquier individuo tiene su antecedente en la antigüedad, pero había sido censurada su mediatización durante la institucionalización de los medios masivos. Hoy en día cualquiera puede ser su víctima y no sólo ya sufrir el desprecio jocoso de sus vecinos, compañeros de trabajo o estudios sino el de miles de internautas. Otro caso que ilustra esta mediatización es el retorno del humor negro a la sátira política. Las decapitaciones, ahorcamientos y demás representaciones burlescas que eliminan físicamente al contrario eran moneda corriente en las hojas impresas de la red de producción y distribución que conformaron las primeras imprentas hasta la institucionalización de la prensa. Durante el siglo XX, a la par que la prensa partidaria perdía lugar ante la prensa informativa, el tratamiento satírico de las figuras públicas se aligeró inhibiéndose el agresivo humor negro previo. Con las redes mediáticas, este humor negro vuelve a estar presente articulándose con los llamados discursos del odio. En este sentido, podemos decir que a grandes rasgos, ha vuelto a la escena lo risible plenamente cómico. Éste, a diferencia del humor, construye un intercambio asimétrico en el que no hay ningún tipo de identificación con el blanco de la burla. Lo cómico es reírse del otro, del distinto, del que no pertenece al grupo de uno. El humor en cambio, establece una enunciación reflexiva en donde hay una identificación con el blanco de la burla. El humor es reírse de uno mismo. Una de las propiedades con las que identificamos al Humor Mediatizado fue precisamente la expansión de lo humorístico. Los medios se ríen de sus lenguajes, géneros y estilos y, con ellos, lo hace el espectador asumiéndose como parte del objeto de la burla. Con las redes, lo cómico, siempre vivo en la vida social por

ser uno de sus componentes constitutivos, se mediatiza en las redes de una forma desalmada.

3.4. Lo reidero 24/7

En el Humor Hipermediatizado lo risible se genera las veinticuatro horas, los siete días de la semana, sincronizado con la actualidad. La baja oferta que existía en el Humor Mediático hacía que el acceso a lo risible se diera en ciertos momentos del día como sucedía con el diario o la radio, o en ciertos momentos de la semana como ocurría con la televisión. El Humor Mediatizado multiplicó la oferta y, al extenderse la enunciación reidera al conjunto de la programación, posibilitó que ella conviviera con el desarrollo de los acontecimientos sociales. Sin embargo, su regulación institucional impedía que cualquier tema fuera tratado por ella. Con las redes sociales, lo reidero está sincronizado los trescientos sesenta y cinco días del año con la actualidad. Por primera vez, al mismo tiempo que un presidente da su discurso por cadena nacional, dos equipos juegan la copa o un gobierno reprime a manifestantes, se generan discursos hipermediatizados que promueven una interpretación risible sobre ellos. De alguna manera, ese intercambio risible, muchas veces inconfesable, que se podía compartir con el grupo cercano mientras se era espectador del devenir social, ahora se expande continuamente por las redes propagando un modo distanciado y jocoso de contactarse con la actualidad.

3.5. La adopción de lo reidero por las instituciones y sus representantes

Las instituciones modernas en general, y las gubernamentales en particular, se edificaron con una estricta regulación de lo risible, cuando no lo expulsaron completamente. Los discursos de los mandatarios no admitían espacios para las bromas y sus retratos los mostraban serios, ocupados por

el futuro de los que representaban. En Argentina, el primer presidente que se muestra sonriente es Perón recién a mediados del siglo XX (Varela, 2017). Esta no penetración de lo risible en la discursividad institucional se mantiene hasta la llegada del Humor Mediatizado cuando los políticos empiezan a aparecer en géneros mediáticos que no le son propios.

Siguiendo con Argentina, uno de esos primeros géneros en los que aparecen es el de los programas cómicos. En aquella interfaz entre el discurso político y lo risible, los políticos adoptan dos posturas enunciativas. La primera la inaugura el expresidente Alfonsín, a mediados de 1980, cuando visita *Las mil y una de Sapag*, uno de los programas con mayor *rating* de aquel momento.¹¹ Allí, el capocómico, famoso por ser un gran imitador, recibe al exmandatario disfrazado de él. Su productor, Gerardo Sofovich, actúa como mediador resaltando el honor que significa recibir a un presidente. Alfonsín se muestra abierto a las bromas de Sapag y hasta hace alguna chanza, pero su discursividad se mantiene distanciada de lo risible.

La segunda enunciación la inicia el expresidente Menem a fines de 1980 en el programa del capocómico Tato Bores.¹² En esa oportunidad, el mandatario realiza chistes guionados, ingresando al juego ficcional que propone el género. Con el paso del tiempo, las apariciones de los políticos en los programas cómicos de mayor *rating* fueron más frecuentes y la enunciación mixturada con lo risible fue exacerbándose implicando, cada vez más, al político en el universo del programa cómico. Paralelamente, los políticos fueron incluyendo lo reidero en sus discursos y presentaciones públicas proponiendo una enunciación cómplice y lúdica con su electorado. En el 2009, Francisco De Narváez,

¹¹ <https://www.youtube.com/watch?v=woAkDo5qRUQ> [Fecha de acceso: 14/02/2020].

¹² <https://www.youtube.com/watch?v=WUTmLYqwUKE> [Fecha de acceso: 14/02/2020].

el candidato ganador de las elecciones legislativas por la provincia de Buenos Aires, cerraba sus discursos de campaña con la muletilla que decía su imitador en la sátira televisiva *Gran cuñado*. Cuando el expresidente Macri asume su cargo en el 2015, festeja en el balcón de la casa Rosada riéndose de sí mismo con un baile. Esa enunciación descontracturada, abierta a lo risible, que se va desarrollando durante el Humor Mediatizado, se instala y acentúa en el Humor Hipermediatizado. Los políticos argumentan en sus redes compartiendo videos cómicos, memes, escribiendo tuits satíricos, etc. Y esto no solamente lo hacen ellos sino también las instituciones estatales. En el 2017, por ejemplo, Rusia y Ucrania entablan una breve discusión, a través de sus cuentas oficiales de Twitter, sobre cuál fue el primero en establecer relaciones diplomáticas con Francia. Rusia, para apaciguar la discusión, le plantea a Ucrania que, en lugar de acentuar las diferencias, debería ver su pasado común para unir sus países. A lo que Ucrania le responde con un *gif* de *Los Simpsons* denunciando satíricamente que Rusia quiere volver a la Unión Soviética.

Esta nueva discursividad proclive a lo risible, se encuentra también presente en instituciones religiosas, comerciales, educativas, etc. Así como los individuos ascienden a la historia de lo risible mediatizado a través de sus redes, las instituciones también lo hacen, aunque, hasta el momento, mantienen las gramáticas productivas ya presentes en los medios masivos, es decir, no hay una producción risible que fomente lo cómico impiadoso.

3.6. Nuevas circulaciones de lo risible

La última propiedad que observaremos sobre el Humor Hipermediatizado será sus nuevas condiciones de circulación. Comprendiendo la circulación como el desfase entre la instancia de producción y reconocimiento de la producción de sentido (Verón, 1987), encontramos que la práctica

del compartir discursos en las redes trae novedades a lo risible.

Cuando los medios masivos dominaban la mediación, no era habitual que un discurso con las mismas propiedades retóricas y temáticas apareciera en diferentes emisoras, canales o periódicos. Con las redes sociales, se ha instalado la práctica de compartir discursos. Una fotografía, un video, un texto escrito, etc., puede propagarse en las redes alcanzando una gran distribución. A este fenómeno suele denominárselo *viralización* como si los discursos se trataran de virus que se contagian de una a otra cuenta. Jenkins (2015 [2013]) se ha opuesto a esta metáfora porque figura a los internautas como sujetos pasivos cuando en realidad tienen un papel activo en la propagación. Nosotros acordamos con él y, además, sumamos que, en realidad, tampoco es que se trata del mismo discurso el que se comparte de una cuenta a otra. En cada apropiación, el discurso cambia sus condiciones de enunciación, por lo tanto, promueve efectos de sentido que pueden ser distintos a los que generó en un inicio.

Esto que sucede con cualquier discurso, afecta especialmente a lo reidero porque lo reidero no se define por lo retórico o lo temático. La misma retórica y temática presente en un discurso risible puede estar en uno serio. Lo que define lo reidero es lo enunciativo, por eso el “mismo” meme en una cuenta puede actuar como cómico, en otra como humorístico y, en otra, puede tomarse como una publicación seria que genera indignación (algo que ocurre habitualmente según investigaciones que han demostrado que muchas noticias *fakes* fueron publicaciones risibles en su origen [Edson, et al., 2018]). Y, por supuesto, también puede suceder lo inverso, que publicaciones serias se transformen en risibles por diferentes apropiaciones, procedimiento frecuente del *cyberbullying*. Esta nueva condición de circulación, que hace que los reconocimientos produzcan nuevas mediatizaciones, complejizan y fomentan las inflexiones del sentido en la producción risible.

4. El Humor Hipermediático, una nueva era de lo reidero mediatizado

A lo largo del escrito hemos intentado probar que habitamos una nueva era de la historia de lo risible mediatizado: el Humor Hipermediático. Para ello, postulamos una periodización en la que identificamos dos momentos, el Humor Mediático y el Mediatizado, que se desarrollaron durante la hegemonía de los medios masivos. Más allá de sus diferencias, en ambos, lo risible era producido y regulado por instituciones que condicionaban su discursividad con una clara división entre emisores y receptores. Con la hipermediatización, además de las instituciones, también los colectivos y los individuos producen lo reidero. Esta multiplicación de enunciadores, acompañada de una imposibilidad de regulación institucional y una ya establecida presencia de lo risible en el conjunto de las prácticas sociales produjo un nuevo escenario sin precedentes en la historia de la mediatización reidera. Su cantidad y diversidad aumenta como nunca antes porque cualquier discursividad de la vida social puede ser mediatizada. Una de sus más notables consecuencias es que lo reidero vuelve a ser indisciplinado. Ya no tiene límites en las temáticas que aborda ni tampoco en sus modos y circulaciones y, además, lo hace las veinticuatro horas durante todo el año. Este nuevo dispositivo reidero, ¿qué consecuencias trae a la vida social? Aún no las sabemos porque queda mucho por investigar. Por ahora, lo que podemos afirmar es que *genera continuamente interpretantes*¹³ *que enmarcan lo social en los inestables juegos polisémicos risibles*. La mayor parte de la bibliografía coincide en que lo reidero

¹³ Vale aclarar que al decir interpretante no nos estamos refiriendo a un intérprete, sino que aludimos a la noción peirceana que, en una de sus definiciones, lo comprende como un signo suscitado en la relación de un representamen y un objeto bajo algún fundamento (Peirce, 1974). En términos de Verón (1987), nos referimos a que ciertos discursos vinculan ciertas condiciones productivas con ciertos objetos o representaciones, en este caso, tornándolas risibles.

establece una distancia afectiva con respecto al referente de la burla, distancia que no debe entenderse como ausencia de afectos o sentimientos sino de aplacamiento de sus lógicas serias. Nadie puede reírse del que le erró a una silla al sentarse si se preocupa por su salud. En el instante de la risa, esa preocupación desaparece. Ese instante de placer es el que pareciera extenderse como una disponibilidad permanente con el Humor Hipermédiático.

Bibliografía

- Bajtín, M. (2003). *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de Francois Rabelais*. Barcelona: Barral.
- Carlón, M. (2020) *Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada*. San Luis: Universidad Nacional de San Luis. Disponible en: <http://www.neu.unsl.edu.ar/wp-content/uploads/2020/08/Circulacio%CC%81n-del-sentido.pdf>
- Carlón, M. (2016). En *Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre el post-cine, la post-tv y YouTube*. Buenos Aires: La Crujía.
- Carlón, M. (2015). Registrar, subir, compartir. Prácticas fotográficas en la era Contemporánea. En *Actas V Simposio Internacional de Estética: estética, medios y subjetividades* (pp.134-156). Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica.
- Carlón, M. (2014). ¿Del arte contemporáneo a una era contemporánea? Efecto arte y el nuevo valor del presente en la era de Internet. En Rovetto, F. & Reviglio, M. C. (ed.), *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones* (pp.46-59). Rosario: UNR.
- Carlón, M. & Scolari, C. (comp.) (2009). *El fin de los medios masivos: el comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía.

- Metz, C. (2002). El decir y lo dicho en cine: ¿hacia el declive de lo verosímil? En *Ensayos sobre la significación en el cine* (pp.67-82). Barcelona: Paidós.
- Eco, U. (1987). *La estrategia de la ilusión*. Buenos Aires: Lumen.
- Fratlicelli, D. (2019a). *El ocaso triunfal de los programas cómicos*. Buenos Aires: Teseo. Disponible en: <https://www.editorialteseo.com/archivos/17065/el-ocaso-triunfal-de-los-programas-comicos/>
- Fratlicelli, D. (2019b). Los colectivos mediáticos de las redes. Algunas observaciones desde el humor ¿y más allá? *In Mediaciones de la Comunicación*, 14, 47-63.
- Fratlicelli, D. (2012). El arte de las parodias en YouTube. En Carlón, M. & Scolari, C. (comp.). *Colabor_arte. Medios y artes en la era de la producción colaborativa*. (pp.43-68). Buenos Aires: La Crujía.
- Edson C., Tandoc Jr., Zheng W. L. & Richard L. (2018). "Defining "Fake News", *Digital Journalism*, 6:2, 137-153.
- Genette, G. (2005). *Figuras V*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Jakobson, R. (1986). *Ensayos de poética*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Jenkins, H. (2015). *Cultura transmedia*. Barcelona: Gedisa.
- Lipovetsky, G. (2010). *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama.
- Peirce, C. S. (1974). *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Suárez, B. (2018, septiembre). *Ríase y vuelve. Figuraciones en el dispositivo enunciativo del discurso del humor político*. Ponencia presentada en Primeras Jornadas Internacionales de estudios sobre el humor y lo cómico: La máquina caníbal, Buenos Aires, Argentina.
- Traversa, O. (2009). Notas acerca de lo reidero en las tapas de revistas. *Figuraciones. Teoría y crítica de artes*, 5, 49-63.
- Varela, G. (2017). *La guerra de las imágenes*. Buenos Aires: Ariel.
- Verón, E. (2004). Diccionario de lugares no comunes, en *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.

Verón, E. (2001). El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla Chica. En *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma.

Verón, E. (1987). *La semiosis social*. Buenos Aires: Gedisa.

3. Sátira y humor político

Entre el desaliento y el choteo: caricatura y humor gráfico en la revista *Bohemia* de cara a la Segunda Guerra Mundial (1935-1941)

ALBERTO CONSUEGRA SANFIEL

La década de 1930 marcó el comienzo de una nueva época para las relaciones internacionales. Importantes acontecimientos como el ascenso y consolidación de regímenes políticos autoritarios en Europa, el desarrollo de la Guerra Civil española, el progresivo ascenso del militarismo japonés en el continente asiático, el Segundo Conflicto ítalo-etíope, o el comienzo de la Segunda Guerra Mundial, son algunos de los fenómenos que ilustran este decenio.

A pesar del difícil contexto político y social cubano durante el período, los medios gráficos siguieron muy de cerca lo que acontecía internacionalmente transformándose, lentamente, en la fuente de información por excelencia de la sociedad. Puntualmente, la revista *Bohemia* adquirió cada vez más protagonismo en la escena política de la isla y, en poco tiempo, se convirtió en un referente obligado en la formación de opinión.

Además de sacar a la luz sendas editoriales sobre el progresivo deterioro de la paz mundial, la caricatura y el humor gráfico fueron recursos que utilizó la publicación para presentar e informar a la sociedad el desalentador ambiente bélico que internacionalmente se vivía, poniendo de relieve esa forma intrínseca del cubano de “no tomar nada en serio”, y que muy bien Jorge Mañach definió en 1928 como *choteo*¹.

¹ La definición de *choteo* fue explicada y analizada por Jorge Mañach en una conferencia que dio el escritor en 1928, expresando: “Si le pedimos, pues, al

Precisamente, el propósito de este trabajo es analizar cómo la revista *Bohemia*, uno de los semanarios cubanos más progresistas y de mayor influencia de la época, analizó y transmitió al lector, mediante la caricatura y el humor gráfico, la situación internacional entre 1935 y 1941, período en que las relaciones interestatales se deterioraron rápidamente y que culminó con la entrada de Cuba en el conflicto mundial. Mediante la revisión de los números de la revista, así como de la bibliografía especializada, se intenta destacar la tensión que se dio entre la realidad y el *choteo* en las secciones de caricaturas y de humor gráfico publicadas por *Bohemia* durante uno de los períodos más convulsos, y prolíferos también, de la cultura y la sociedad cubana.

Bohemia: de la imparcialidad a la lucha contra el fascismo (1935-1939)

A diferencia de la posición asumida por una parte de la burguesía y la intelectualidad cubana y extranjera radicalizada en la isla frente a la expansión del fascismo en Etiopía (1935-1941) y en España (1936-1939) (Consuegra Sanfiel, 2018), otra parte considerable de la sociedad cubana -intelectuales militantes, dirigentes sindicales, obreros, etc.-, vieron la situación política internacional como un momento de auge del imperialismo, que llegaba a Cuba en un momento especial, en pleno proceso de desarrollo y consolidación de cambios ideológicos, de construcción nacional,

cubano medio, al cubano 'de la calle', que nos diga lo que entiende por choteo, nos dará una versión simplista, pero que se acerca bastante a ser una definición porque implica lógicamente todo lo que de hecho hallamos contenido en las manifestaciones más típicas del fenómeno. El choteo -nos dirá- consiste en 'no tomar nada en serio'. Podemos apurar todavía un poco más la averiguación, y nos aclarará -con una frase que no suele expresarse ante señoras, pero que yo os pido venía para mencionar lo menos posible- nos aclarará que el choteo consiste en 'tirarlo todo a relajo'" (Mañach, 1955, p. 50).

que a juzgar por la profesora cubana Berta Álvarez Martens (2004), “colocó a Cuba en la urgencia de formularse como nación y de alcanzar la modernidad del siglo XX”.

El resultado de una sociedad neocolonial y dependiente había mostrado durante los años de 1920 sus contradicciones, provocando así el inicio de una oleada de críticas que fueron canalizadas a través de diferentes expresiones cívicas y artísticas, como el arte, la escritura y/o la protesta pública (Aguilar Santos, 2014). Este malestar social, que tuvo como voceros a un grupo de la intelectualidad republicana y una clase obrera mucho más organizada, con reivindicaciones puntuales, puso en el centro del debate la reconstrucción de la nacionalidad cubana sobre la base del antiimperialismo, los ideales martianos y el afrocubanísimo, por citar algunas ideas claves. Con un alto grado de radicalidad, la tensión sociedad-gobierno durante la década de 1920 fue *in crescendo* y desembocó en un verdadero proceso revolucionario, que más tarde la historiografía cubana y latinoamericana bautizó como “Revolución del 30”.

Sumado a esto, lejos de constituir una excepción, la crisis de 1929 le imprimió a la sociedad cubana una fisonomía peculiar que se extendió durante toda la década de 1930. Por sus vínculos con la economía norteamericana, la nación caribeña fue uno de los primeros países en experimentar los efectos de la crisis acrecentando las dificultades que ya venía arrastrando de años anteriores, lo que se evidenció en la pérdida de empleos y una profunda crisis social, mayor dependencia a la economía norteamericana, además de que terminó de consolidar el modelo monoprodutor, agroexportador y plurimportador que se había venido configurando desde finales del siglo XIX.

Así, durante toda la década de 1930, como muchos semanarios que en sus inicios fueron fundados para divulgar la producción artística y cultural de determinado grupo, la revista *Bohemia* adquirió cada vez más protagonismo en la escena política de la isla a través de sus publicaciones de marcado carácter crítico, sagaz, francamente alineadas con

corrientes ideológicas internacionales y nacionales, como el antifascismo, el antiimperialismo y el anticomunismo. Como sucedió con el caso de la invasión y posterior ocupación italiana a Etiopía, con la Guerra Civil española y más tarde con la Segunda Guerra Mundial, durante el período *Bohemia* analizó y se posicionó respecto a la situación bélica que se iba generando a nivel mundial apelando, también, a una variedad de técnicas y métodos comunicacionales donde la caricatura y el humor gráfico jugaron un rol fundamental. De manera gradual, el semanario buscó transmitir y analizar los conflictos más importantes en franca correspondencia con la idea más fuerte que nucleaba a la mayoría de la intelectualidad cubana y latinoamericana de los años treinta: la lucha contra el fascismo.

Sin embargo, junto con la expansión del fascismo, las problemáticas económicas-sociales del país y las principales figuras de la política mundial, fueron los temas primordiales sobre los que el humor gráfico y la caricatura en *Bohemia* centraron la atención. Si bien dicho género artístico-periodístico ha sido una constante en la mayoría de los medios gráficos cubanos desde la primera mitad del siglo XVIII (Hernández Guerrero, 2006), es importante destacar que casi desde su fundación, *Bohemia* incluyó algunas secciones de caricaturas y/o humor gráfico, las que luego reforzó en la década de 1920 y ha marcado, hasta la actualidad, su línea editorial. Dicha fusión, la del periodismo más duro con las artes gráficas, contribuyó a la lucha política en los distintos momentos históricos-sociales que atravesó el país, así como a la masificación de la caricatura y el humor gráfico en los medios cubanos en el siglo XX.

A diferencia de la estética de la caricatura que apareció en las diferentes publicaciones periódicas cubanas del siglo XIX, en las cuales se puede observar un fuerte apego al dibujo académico, donde la fuerza del humor recaía en los pies de los grabados (Hernández Guerrero, 2006), la caricatura y el humor gráfico en *Bohemia* durante el período abordado estuvieron atravesados por la cotidianidad cubana,

transformando a cada una de las figuras que aparecieron en intérpretes de la realidad política internacional y nacional imbricando, por un lado, el desasosiego provocado por la expansión del fascismo y los aires bélicos que soplaban en Europa, y por el otro, la picaresca y la cultura del *choteo* típico del pueblo cubano, dándole continuidad a la tradición de los históricos personajes del humor gráfico en la isla, como Liborio² y, un poco más tarde, El Bobo³.

Así, a la altura de 1935, apenas Italia cruzó la frontera abisinia, dando inicio al Segundo Conflicto ítalo-etíope, la revista comenzó a mostrar todo lo que iba aconteciendo en tierras africanas. Si en un primer momento la política editorial de la revista respecto al conflicto pareció neutral, en la medida que la situación en África se fue resolviendo a favor de Italia y estalló la Guerra Civil española, la cual fue vista como el resultado directo de la expansión de la ideología fascista, la posición del semanario fue cambiando, dando paso a sendas declaraciones en contra del fascismo y a favor de la democracia, las cuales fueron desarrolladas en las columnas editoriales.

Cuando ya era eminente la caída de Addis Abeba bajo el poder italiano, y las voces a favor del triunfo fascista se hacían cada vez más fuertes desde Italia y en la propia

2 El personaje de Liborio fue creado por Ricardo de la Torriente a principios del siglo XX cuando dirigía el periódico La política cómica, aunque hay registros que las primeras apariciones del Liborio se hicieron el periódico La Discusión. Liborio, caracterizado como un guajiro común de los campos de Cuba, de nariz pronunciada, con largas patillas, encarnaba la voz del cubano común y se presentó, hasta finales de los años 1950, como un interlocutor que desde la caricatura dialogó y expresó el sentimiento general acerca de la realidad política de su tiempo (De Juan, 1982).

3 El Bobo fue un personaje muy popular de la caricatura cubana de la época republicana y, sobre todo, porque se convirtió en el portavoz de las opiniones del pueblo cubano contra las políticas y el gobierno de Gerardo Machado. Su creador, Eduardo Abela, hizo aparecer el personaje en 1926 en el periódico La Semana y, junto a dos personajes más, también creados por Abela -el sobrino de El Bobo y su profesor-, establecieron diálogos en claves, de doble lectura etc., con una referencia permanente e intencionada a la crítica y peligrosa situación nacional. (De Juan, 1978).

capital cubana, *Bohemia* publicó un artículo que abiertamente la definió ideológicamente, marcando así el camino de la larga lucha que caracterizará a la publicación a futuro contra los regímenes totalitaristas del período. En esta ocasión, la revista valoró la invasión como una acción punitiva, colonial, y especialmente imperialista. Al respecto, decía lo siguiente:

Esta contienda sin igual, verificada en pleno siglo XX, pone una vez más de manifiesto la voracidad imperialista de las grandes potencias industriales, al mismo tiempo que hace ver, con meridiana y desconsoladora claridad, el estado de indefensión y abandono en que se encuentran los pueblos débiles del globo. Nada le ha valido a Abisinia tener de su parte la opinión pública mundial; nada le ha valido a Abisinia tener de su lado el tan cacareado sentido de humanidad de los hombres y de los pueblos civilizados (*Bohemia*, 27 (17), 1936, abril 26, p.11).

Además de condenar a Italia como el principal destabilizador de la paz mundial, la publicación del artículo mostró el impacto que tuvo el Segundo Conflicto ítalo-etíope en el proceso de construcción nacional que se estaba desarrollando, donde la “causa abisinia” llegó y se convirtió en vehículo para expresar aquellas condiciones locales y reivindicaciones sociales, económicas y políticas que tenía Cuba respecto a los Estados Unidos. Convertida en una metáfora, la causa etíope se transformó en un ejemplo inexorable de las consecuencias que podía sufrir un pueblo que fuera víctima del “imperialismo” y el “totalitarismo”. El enfrentamiento “blanco-negro”, “civilización-incivilización”, “libertad-subyugación” que evidenció la invasión, reforzó el proceso de construcción nacional que se venía dando desde 1920, exacerbando los sentimientos antiimperialistas de aquella intelectualidad que venía siendo protagonistas de transformaciones ideológicas profundas.

Junto a las notas periodísticas publicadas por la revista, la caricatura rápidamente se convirtió en uno de los recursos utilizados para transmitir a la sociedad los planes de Italia para con el país africano. Desde secciones como “Colillas” y “La guerra en caricaturas”, el *magazine* utilizó la herramienta gráfica para hacer fuertes críticas hacia el *Duce*, reprochar la posición neutral que asumió el gobierno estadounidense en relación a la contienda, así como el incumplimiento de todos los tratados de paz, la violación de los derechos de los pueblos libres por parte de Italia, y la ineficiencia que mostraron la imposición de las sanciones económicas al país agresor por parte de la Sociedad de Naciones.

A pocos días de haberse iniciado la invasión, apareció en la sección “Colillas” una caricatura en la que se recreaba la conversación entre dos personas, un cubano y un etíope, perfectamente representados en su forma de vestir, en la que hablaban de la guerra en África en un tono burlesco, típico del *choteo* cubano, cuando era una acción bélica que estaba siendo tan cruenta e inhumana. Titulado “VEHÍCULOS DE DESTRUCCIÓN”, en el intercambio de ideas entre el etíope y el cubano, además de hacer referencia a los inconvenientes geográficos y naturales que podrían ayudar a combatir a los italianos, se aprovechó para exponer una crítica al sistema de transporte de la isla. El diálogo que daba sustento a la caricatura, decía:

El Cubano. – También a nosotros, en nuestra epopeya, nos ayudaron mucho los mosquitos, el calor y el paludismo.

El Abisinio. – ¡Ah, pero a nosotros nos falta algo que ustedes tienen: si aquí tuviéramos ya habríamos acabado con los italianos!

El Cubano. – ¿Y a qué se refiere usted?

El Abisinio. – A las guaguas” (*Bohemia*, 17 (42), 1935, octubre 20, p. 34)



Imagen 1. *Bohemia*, 17 (42), 1935, octubre 20, p. 34.

Además del contenido del diálogo, el cual desde el título hacía referencia al poder destructivo del sistema de transporte en Cuba por su ineficacia, la propia caracterización de los personajes que intervienen en la conversación puso a relieve las dos posiciones sobresalientes que había al interior del grupo de intelectuales que debatían sobre la identidad cubana desde la década de 1920. Dicho proceso político-cultural, durante la década de 1930, atizó los debates acerca del problema racial en el país, mostrando las afinidades de opiniones y divergencias que existían entre los distintos actores políticos y sociales, los cuales se dividieron en dos grandes grupos: aquellos que defendían el rescate de una sociedad cubana “blanca, de origen hispano”, y los que destacaban “las raíces negras y africanas”. Precisamente, la presencia de dos personajes, uno de piel blanca, en

apariciencia vestido formalmente, encarnaba las opiniones de esa parte de la intelectualidad conservadora, aliada a la burguesía española que comulgaba con las ideas totalitarias, mientras que el otro personaje, el cual tenía rasgos físicos negros y que estaba vestido con prendas africanas, representaba a ese otro grupo de intelectuales, en su mayoría progresistas y/o militantes comunistas, que defendían las raíces africanas como parte indisoluble de la identidad de Cuba.

Por su parte, la aparición de la sección de “La guerra en caricaturas” fue otra de las secciones publicadas en el semanario desde donde se buscó sensibilizar a la sociedad cubana sobre los peligros de la expansión de Italia, Alemania y Japón. Haciendo referencia a la posición de Gran Bretaña y de Francia frente al expansionismo italiano en África, o a la incompetencia de la Sociedad de Naciones como organismo que debía velar por la paz mundial, lo cierto es que la revista, hasta casi 1939, graficó todos y cada uno de los acontecimientos que se fueron dando a nivel mundial. Y si bien no hay fuentes disponibles que permitan saber exactamente qué pensó y cómo interpretó el cubano común sobre la información que se le transmitía a través del humor, esa que tal vez no podría haber leído en las sendas notas de análisis político internacional que acompañaron a cada número durante el período por el bajo nivel de instrucción que había en la sociedad cubana, lo cierto es que el alcance de la revista, así como la popularidad de la misma, situó al semanario, rápidamente, como portador y divulgador de un discurso antifascista a través de la caricatura y el humor gráfico, lo que coadyuvó en la formación de opiniones, como también se hizo con la radio, un medio de difusión históricamente popular en esos tiempos (López, 1981).



Imagen 2. *Bohemia*, 27 (41), 1935, octubre 13, pp. 20-21.

Asimismo, al celebrarse el Segundo Congreso Internacional de Escritores Antifascistas para la Defensa de la Cultura, organizado en Valencia, España, la revista reprodujo una serie de figuras satíricas extraída de una exposición que hizo la Asociación de Artistas Hispanos. Con rasgos exagerados, aparecen en las esculturas los tres líderes que encarnaban al fascismo en Europa –Mussolini, Hitler y Franco–, además de que se hacen referencia, en las notas que acompañan a las obras, el mensaje que querían transmitir cada escultor con su obra. Por ejemplo, en una se podía apreciar a Mussolini, junto a Hitler y un perro, y la obra fue titulada: “Hitler y Mussolini, y su perro llamado ‘Franco’” (*Bohemia*, 29 (35), 1937, agosto 29, p.31).

Precisamente, dicha escultura resumía los puntos de vista que gran parte de la intelectualidad cubana venía expresando en la revista respecto, primero, a la participación directa de las fuerzas italianas y alemanas en el conflicto español, y segundo, a los vínculos ideológicos y la dependencia del movimiento falangista español para con Italia y Alemania. En muchas de las

notas periodísticas que se publicaron en la revista, con el fin de contrarrestar la propaganda que se le había comenzado a hacer a Franco desde algunos medios cubanos que comulgaban con el fascismo, como el Diario de la Marina, por ejemplo, los defensores de la República comenzaron a mostrar los triunfos del *Generalísimo* como el resultado de la ayuda de Hitler y Mussolini, y no por los méritos propios del líder español. Asimismo, la escultura articulaba con el discurso del movimiento antifascista en relación al conflicto español, el cual planteaba que Franco no tenía ideas propias, sino que seguía las órdenes estrictas de Italia y Alemania, con el fin de expandir el fascismo por toda Europa.



Imagen 3. *Bohemia*, 29, (35), 1937, agosto 29, p. 31.

Más adelante, en octubre, el panorama internacional y la guerra en España fue abordado, otra vez, desde el humor, publicando una página con posibles epitafios sepulcrales de protagonistas de los conflictos que se estaban desarrollando en Europa. En el caso del asignado a Mussolini, tanto la guerra de España como la campaña en Etiopía aparecieron reflejados como los dos hechos, por igual en importancia e impacto, por lo que supuestamente se le recordaría al líder fascista (*Bohemia*, 29 (44), 1937, octubre 31, p. 11). Junto a una caricatura del *Duce*, el epitafio decía así:

Vivía dando la brava
 en España y Etiopía.
 Hacía lo que quería
 y lo que se le antojaba.
 Europa le soportó
 mucha brava y mucho grito,
 pero un día se cansó...
 y aquí descansa Benito;
 se ignora de qué murió

Una vez más, a pesar de la crueldad y el número de muertes que habían provocado el conflicto en África y el conflicto español, la revista, a través del humor, continuó presentando la situación bélica en la que estaba inserta el mundo desde el humor, a modo “de juego” –*choteo* puro-, una de las características más representativas de los países caribeños, y del cubano en particular.

***Bohemia* (1939-1941): sangre, chistes y caricaturas**

A pesar de la tristeza y el miedo que provocó el estallido de la Segunda Guerra Mundial, y aún cuando se veía muy lejana la llegada de la catástrofe a América, *Bohemia* continuó, a través de una caricatura cargada de humor y de *choteo*, transmitiendo el desarrollo de los acontecimientos bélicos y

abordando temas fuertes para la ciudadanía como la muerte y la destrucción que se vivía en Europa. ¿Qué motivó a la revista a abordar una realidad tan fuerte, como la muerte y la guerra, desde el humor? Aunque no existe la manera de saber la causa fundamental que produjo tal decisión, es importante destacar que desde 1926, cuando la dirección del semanario comenzó a estar a cargo de Miguel Ángel Quevedo y de la Lastra, se dio un cambio significativo en la factura de la revista, dándole mayor peso a las secciones de humor gráfico y caricatura política. La incorporación de la revista en los avatares de la política cubana, sobre todo en la lucha contra el gobierno de Machado, hizo del humor gráfico una herramienta valiosa para expresar los posicionamientos políticos de la publicación. Sin embargo, como muchas secciones, que aparecen y son publicadas por poco tiempo, en el caso de *Bohemia* dichas secciones permanecieron en el tiempo, convirtiéndose en un sello distintivo que, sin lugar a dudas, estuvo respaldado por la aceptación que mostró la sociedad cubana aún en los momentos políticos y económicos más difíciles por los que atravesó.

Por otro lado, el humor gráfico en *Bohemia* durante el período buscó compensar el miedo y la angustia ante el clima bélico que se vivía, sensación que la dirección de la revista pudo percibir a partir de la devolución de los lectores antes determinadas encuestas. Y es que desde 1937 la revista ya se había sumado a un grupo de publicaciones que comenzó a sondear la opinión popular, avivando con dichas herramientas comunicacionales de propaganda el debate en torno al fascismo. En su afán de recabar impresiones, el semanario cultural apeló a publicar una encuesta con el fin de que se opinara respecto a la Guerra Civil española. Para ello habilitó el espacio “Boletas de las simpatías”, el cual fue publicado durante cuatro semanas consecutivas, y cada lector podía expresar lo que quería sobre la situación internacional, además de su adhesión por uno u otro bando a través de un cupón que se publicaba en la revista, todo

libremente en una cuartilla (*Bohemia*, 29 (9), 1937, febrero 28, p. 11; pp. 45-46).

Aunque hubo algunas opiniones a favor del *Generalísimo*⁴, lo cierto es que el sondeo expresó, primero, el gran impacto que tuvo el levantamiento armado como catalizador en la consolidación y desarrollo del movimiento antifascista en Cuba y, segundo, cierta angustia y desesperanza que padecía la población respecto al clima belicista que se vivía en Europa. A pesar de que la fuerza en las expresiones giró alrededor de lo que sucedía en España, alentaron a la revista a seguir publicando las secciones de humor, además de que mostraron escepticismo y sufrimiento respecto a la situación de deterioro de la paz mundial, tildando de “bárbaros e inhumanos” los actos de guerra que se habían cometido en Etiopía y en España respectivamente.

Precisamente, los términos “bárbaro y salvaje”, los cuales habían sido esgrimidos por los defensores del fascismo en Cuba para justificar la conquista de Etiopía, alegando que en el país africano había esclavitud y sacrificios humanos (Consuegra Sanfiel, 2018), fue uno de los temas más recurrentes utilizados por las páginas de humor de la revista, esta vez para mostrar, como verdaderos actos de barbarie, los bombardeos y las ciudades destruidas en Europa. Casi en paralelo a la unión de Italia a las potencias del *Eje*, la sesión de “Humorismo” recreó la escena de dos africanos hablando, distendidos en una zona boscosa en África,

4 Aunque no se publicaron todas las misivas que llegaron a la redacción de la revista, al parecer, se publicaron las que mejor representaban las opiniones de la sociedad cubana, incluyendo aquellas que no comulgaban con el bando republicano. Una de las opiniones decía: “Señor director: Mi voto más entusiasta es por Franco, porque estimo que representa la causa de la legalidad y de la vergüenza política. No me explico cómo los izquierdistas quieren tapar el sol con un dedo hablando de los “crímenes” de los nacionalistas, cuando los testimonios, no de la prensa, sino de tantos testigos de las atrocidades cometidas por las hordas del Gobierno no puedan dar lugar a la menor duda. Realmente subleva el ánimo tanto desenfado y apasionamiento para defender lo indefendible. Afortunadamente para el porvenir de España y de la civilización, Franco es invencible. Muy atentamente, Emilio C. Martínez”. (*Bohemia*, 29 (30), 1937, julio 25, p. 82).

y uno de ellos hacía referencia, de manera irónica, a cuán salvajes eran los europeos al estar en una guerra como la que habían iniciado. La expresión que acompañaba la escena era la siguiente:

EN ÁFRICA

– ¡Qué salvajes son esos europeos! ¿Para qué se matan, si no se comen los unos a los otros?” (*Bohemia*, 32 (23), 1940, junio 9, p. 65)

Sin embargo, el porqué de la reiteración del conflicto africano y las cuestiones raciales como temas recurrentemente abordados por la caricatura y el humor gráfico tiene que ver, como se planteó anteriormente, con el momento histórico-social que atravesaba la isla y los debates intelectuales que se estaban dando, además de ser una respuesta, desde el campo de la cultura y el arte, a la discriminación esgrimida por el fascismo como corriente ideológica que se trataba de instalar a nivel mundial.

Al igual que en el resto de los países de la región, en Cuba, la invasión italiana a Abisinia y la Guerra Civil española se transformaron en catalizadores para algunos procesos sociales y políticos, los cuales estuvieron muy ligados a la relectura de la identidad cubana. En la mayoría de los casos, ambos sucesos fueron percibidos por los trabajadores y la población de todas las razas –tanto los de raza negra como los descendientes de españoles–, como una extensión de la discriminación racial y la explotación que se vivía en el país por parte del capital extranjero, especialmente por el estadounidense. Además de tener la necesidad de pronunciarse y organizarse frente a hechos de gran conmoción internacional, en especial por todo lo que representaba Etiopía y España para los habitantes de Latinoamérica y el Caribe, lo cierto es que los ecos de los dos conflictos llegaron al país en medio de un fuerte debate, que tuvo como centro la revalorización del componente cultural africano e hispano, en contraposición a la influencia de la

cultura estadounidense que históricamente había permeado la realidad cubana. Esto hizo que se estableciera un fuerte vínculo entre el antifascismo, las redes transnacionales que se habían articulado a partir del movimiento panafricano y antifascistas -su base principal radicaba en Estados Unidos, el Caribe y Europa-, y la lucha por los derechos de los afrocubanos.

Particularmente el movimiento obrero -mayoritariamente integrados por afrocubanos-, arremetió contra el sistema de explotación capitalista y denunció la opresión material y moral del hombre blanco sobre el negro, convirtiendo la lucha contra la expansión fascista en un elemento cohesionador a partir de la solidaridad étnica y racial. Sin embargo, la composición étnica de la sociedad cubana, la cual estaba integrada por más blancos que negros, hacía que las condiciones laborales denunciadas no sólo afectaran a los cubanos de raza negra, sino a todos los trabajadores en su conjunto, lo que condujo a que los posicionamientos políticos de los afrocubanos frente al fascismo y al imperialismo estadounidense se distinguieran del resto de sus pares latinoamericanos en ese aspecto.

Unido al apoyo casi masivo de los trabajadores negros al Partido Comunista, lo cierto es que la autopercepción de la mayoría de los trabajadores cubanos de color, como pobres y víctimas de un sistema que los excluía, se impuso por sobre la cuestión racial, favoreciendo la solidaridad interracial con los trabajadores de su misma clase e hicieron todos, blancos y negros, causa común contra la opresión laboral, el imperialismo y el fascismo. Precisamente, el humor gráfico y la caricatura que apareció en *Bohemia* durante el período, estuvo en correspondencia con la realidad política y social de una sociedad con la que el semanario, siguiendo su línea editorial, colaboró en sus debates y evidenció, una vez más, la importancia del género como reflejo y promoción de los cambios políticos-culturales de su época.

El enfrentamiento ideológico “comunismo versus fascismo” también tuvo su correlato en la caricatura y el humor gráfico de *Bohemia*. Es importante destacar que, si bien quienes concordaron con el falangismo en Cuba, en sentido general, fueron los mismos actores que comulgaron con el fascismo italiano y el nazismo alemán, tanto para el movimiento antifascista como para la sociedad cubana en general, tanto el totalitarismo nazi, el fascismo italiano, y el régimen franquista, fueron reconocidos como agregados muy estrechos –casi iguales, en la mayoría de los casos–, al fascismo. En función de esto, la intelectualidad antifascista puso en marcha todos los mecanismos posibles para concientizar a la sociedad cubana de la necesidad de enfrentar al fascismo, convirtiéndose *Bohemia* en una de las plataformas comunicacionales desde donde se alertó y concientizó al pueblo cubano.

A lo largo de todo el período, pero sobre todo después de 1939, una vez que se vislumbró con mayor claridad la triada Alemania-Italia-Japón como enemigos de la paz mundial, esto incitó a reforzar la propaganda contra el fascismo, siendo este último concepto el que utilizó el movimiento antifascista -y claramente la revista *Bohemia*-, para identificar al enemigo de las sociedades democráticas. Asimismo, procesos políticos nacionales, como el proceso constituyente que se sucedió en Cuba entre 1939-1940, acentuó dicha tendencia, convirtiendo el debate ideológico -fascismo versus democracia-, en un enfrentamiento hasta el final de la Segunda Guerra Mundial (Álvarez Martens, 2004).

Al enfrentamiento se sumaron las críticas a Moscú pues, al igual que Roma, era considerada otro de los centros por excelencia desde donde se irradiaba una ideología totalitaria que coartaba las libertades y los derechos de las naciones. Si bien la revista acompañó al Partido Comunista de Cuba como articulador del movimiento antifascista cubano, lo que le valió varias

veces el mote de “comunista” por parte de los sectores más conservadores de la burguesía y la intelectualidad habanera, lo cierto es que las comparaciones entre una y otra ideología –fascismo y comunismo–, fue un tema recurrente que se mostró desde la caricatura, dejando en claro su postura contraria tanto para una como para la otra. Así, desde 1939 y hasta casi la entrada de Cuba en la Segunda Guerra Mundial, en 1941, aparecieron interrumpidamente páginas humorísticas que expusieron, siempre a través de representaciones exageradas, las coincidencias y diferencias que tenían ambos proyectos políticos.

Las más llamativas fueron “Humorismo Político” y “Diccionario Totalitario” que, si bien no se pueden catalogar como secciones por su intermitencia, se convirtieron en elementos importantes que complementaron los sendos análisis periodísticos que se publicaban al respecto. Por ejemplo, en 1941 se publicó una secuencia de caricaturas en las que se recreó las diferentes transgresiones de Alemania a acuerdos internacionales a los que había adherido desde el fin de la Primera Guerra Mundial, tales como la “no agresión”, “preservación de la paz”, así como los diferentes pactos de amistad firmados con distintos países. Además de representar las muertes, las violaciones y la represión a la que estaban siendo víctimas los diferentes pueblos ocupados por las tropas alemanas, la publicación hacía referencia a los nuevos significados y significantes dados por Alemania a dichos compromisos, lo que ponía en grave riesgo la soberanía, la libertad y la paz mundial.



Imagen 4. *Bohemia*, 33, (12), 1941, marzo 23, p. 30.

Por último, y en consonancia con lo antes expuesto, el humor gráfico dedicó varios números a los principales líderes mundiales, haciendo una clara diferenciación, a través de los trazos y los colores, de las actitudes y las acciones de los mismos, llegando hasta mofarse de las derrotas de algunos. Así, por ejemplo, cuando se había iniciado la reconquista del territorio etíope por las tropas africanas con ayuda del ejército británico, las páginas de *Bohemia*, en la edición de febrero de 1941, mientras anunciaban con una foto la vuelta del emperador Haile Selassie a Etiopía para recuperar su trono, la página “La Guerra y el Buen Humor” mostró una imagen de Mussolini atravesado

por una espada que representaban las campañas de Albania y Abisinia. Asimismo, para mostrar los cambios que se habían dado en la correlación de fuerza al interior de las potencias del *Eje* e ilustrar la decadencia de Mussolini, se mostraba al *Duce* en 1934, en pose aleccionadora, dándole órdenes a Hitler, mientras que el otro cuadro ilustrativo correspondiente a 1941, los roles se habían invertido, siendo titulada la escena “Las vueltas que da el mundo” (*Bohemia*, 33 (8), 1941, febrero 23, p. 60)

Como contraparte, una de las figuras que más dulcemente fue representado por los caricaturistas de *Bohemia* fue el Primer Ministro del Reino Unido, Winston Churchill. Y es que, con el estallido de la Segunda Guerra Mundial, en paralelo al apego del gobierno cubano a la política del “panamericanismo”, la sociedad cubana se sumó al gran debate mundial en el que defender la “democracia” era la mejor forma de enfrentarse a los “totalitarismos”, convirtiéndose Inglaterra en la nación que había que apoyar por la afrenta que llevaba a cabo contra las potencias del *Eje* desde antes de 1939.

Así, los medios gráficos, puntualmente la revista *Bohemia* por sobre el resto, publicaron artículos con el objetivo de estimular y convocar al pueblo cubano a manifestar su afecto y apoyo a Inglaterra, apelando, por ejemplo, a los históricos vínculos entre el pueblo cubano y el inglés. En sintonía con esto, el semanario puso en marcha una convocatoria con el objetivo de que “la sociedad cubana diera fe de sus ideales democráticos frente a la barbarie totalitaria” (*Bohemia*, 32 (45), 1940, noviembre 10, p. 36-37). Con un tono festivo, los anuncios dirigidos a los futuros aportantes fueron publicados continuamente en las páginas del semanario cultural hasta el día 23 de diciembre de 1940, fecha en que se cerró la convocatoria. Los mismos, en los que muchas veces se felicitaba a los contribuyentes, arengaban a la sociedad a que se sumaran a la colecta caricaturizando a Churchill con rasgos alegres, jocosos, muy cercano culturalmente a aquellos que serían los principales aportantes en la campaña: el pueblo de Cuba.

Una de las particularidades que mostraron la mayoría de las caricaturas publicadas durante la campaña fue la

variedad de autores que participaron en la misma, juntando a casi todos los dibujantes cubanos de vanguardia dedicados al género. Además de contar con la presencia y la obra de Francisco Vergara, importante caricaturista político durante los años republicanos, la campaña también contó con obras del baracoense Silvio Fontanillas Quiroga -quien había comenzado a publicar apenas en 1934 en el semanario *El Loco*-, José Manuel Roseñadas, también con una extensa trayectoria como caricaturista en *Diario de la Marina* -además de ser reconocido, junto a Silvio, como uno de los pioneros del dibujo animado en la isla-, así como del matancero Conrado Walterio Massaguer Díaz.



Imagen 5. *Bohemia*, 33, (12), 1941, marzo 23, p. 97.

Este último, quien firmaba sus dibujos con su apellido, sobresalió por la factura moderna de su obra, la cual se inició a principios del siglo XX en *The Ramble*, órgano de la academia militar de Nueva York donde estudiaba, para luego consolidarse en Cuba. En la isla, colaboró con importantes periódicos tales como *La Discusión*, *El Mundo*, *El Figaro*, *El Hogar*, en las revistas *Gráficos*, *Letras*, *Cuba y América*, *Carteles y Bohemia*, aparte de haber ocupado el cargo de redactor artístico de *La Nación*, *El Heraldo*, *La Prensa*, *El Heraldo de Cuba* y *La Lucha*. Además, fue periodista, editor, colaborador y publicista de revistas extranjeras como *The Journal*, *The World*, *The Forum*, *Theatre Guild*, *Cosmopolitan*, *The New Yorker*, entre otras (Hernández Guerrero, 2006).

Considerado como uno de los pocos representantes del *art nouveau* en Cuba, Massaguer, quien también formó parte del Grupo Minorista, se caracterizó por la limpieza y realismo en sus trazos, diferenciándose del resto de los colegas de su época pues, aunque consideraba necesario la creación de una caricatura de imagen figurada, con rasgos acentuados en su expresividad a fin de transmitir estados de ánimos, conservaba determinada racionalidad para que el personaje fuera rápidamente reconocido por los lectores, agregándole la chispa del humor criollo (Rubira García, 2012), algo que se puede apreciar en su dibujo del ministro inglés, y en todas las demás caricaturas que aparecieron en *Bohemia* durante el período. Al respecto, en su libro *Guignol*, publicado en 1923, el propio Massaguer escribe: “A veces un zapato ajustado, un ojal florido, un movimiento peculiar al caminar, deja entrever el alma del modelo. (...) La tendencia de los que seguimos la moderna escuela de la caricatura es simplificar exagerando” (David, 2002, p.117).

Consideraciones finales

La revista *Bohemia* tuvo un rol protagónico en los posicionamientos políticos que desde Cuba asumieron determinados grupos sociales respecto a la situación internacional, particularmente, frente al fascismo. Imparcial en un inicio, luego abiertamente frontal, el semanario se convirtió en la plataforma comunicacional del movimiento antifascista cubano y buscó concientizar a la sociedad cubana acerca de los peligros de la expansión fascista. Fiel a su estilo, durante el período estudiado, se puede observar el uso asiduo de la caricatura y el humor gráfico, también, como recursos comunicacionales, ya que no siempre fueron elementos complementarios en la publicación. Con la mirada sagaz, crítica, pero siempre atravesada por el *cho-teo* cubano, las problemáticas sociales, la política nacional e internacional, y las personalidades más relevantes del mundo fueron las temáticas más abordadas, ocupando el género artístico-periodístico páginas completas, secciones de forma constante e intermitentes, y en la mayoría de los casos, las principales portadas. Sin lugar a dudas, la caricatura y el humor gráfico empleado por *Bohemia* durante el período reunió a los artistas y dibujantes cubanos más importantes del momento, y coadyuvó en la formación del movimiento antifascista cubano al lograr, de manera constante y pensada, llegar a todos los lectores.

Bibliografía

- Acevedo Carmona, D. (2003). La caricatura editorial como fuente para la investigación de la historia de los imaginarios políticos: reflexiones metodológicas. *Historia y Sociedad*, 9, pp. 151-173.

- Aguilar Santos, J. (2014). Un ensayo de la razón. Nación y literatura en el ámbito republicano cubano. *Revista de Ciencias Sociales*, 146, pp. 141-153.
- Álvarez Martens, B. (2004). La Constituyente de 1940 es una lección de madurez nacional. El período 1935-1940 en la historia de Cuba. En Guanche, J. C. *La imaginación contra la norma. Ocho enfoques sobre la República*. La Habana: La Memoria.
- Consuegra Sanfiel, A. (2018). "El conflicto ítalo-abisinio (1935-1936) en la prensa cubana: *Diario de la Marina* y la revista *Bohemia*". *Estudios/investigaciones*, 65, pp. 13-38.
- David, J. (2002). *La caricatura: tiempos y hombres*. La Habana: La Memoria.
- De Juan, A. & Abela, E. (1978). *Hacerse El Bobo de Abela*. La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.
- De Juan, A. & Abela, E. (1982). *Caricatura de la República*. La Habana: Unión.
- Hernández Guerrero (Ares), A. E. (2006). Breve historia de la caricatura en Cuba (1). Antes de 1959. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre la Historieta. Observatorio permanente sobre la historieta latinoamericana*, 6 (22), pp. 57-78.
- López, O. L. (1981). *La radio en Cuba. Estudio de su desarrollo en la sociedad neocolonial*. La Habana: Letras Cubanas.
- Mañach, J. (1955). *Indagación del choteo*. La Habana: Libro Cubano.
- Rubira García, R. (2012). Los usos comerciales de la caricatura en Cuba: Conrado Walter Massaguer y la revista *Cinelandia* como dispositivo para la construcción de la hegemonía del *star system* hollywoodense en la isla. *index.comunicación*, 1 (1), pp. 145-169.

La carcajada burguesa

Liberal-conservadurismo y humor de derecha en la revista El Burgués (1971-1973)

MARTÍN VICENTE

La revista liberal-conservadora argentina *El Burgués* se publicó en el complejo período 1971-1973, bajo la dirección del periodista político Roberto Aizcorbe. En esos años, marcados por el final de la “Revolución Argentina” que se había impuesto como golpe de Estado en 1966 y el retorno del peronismo al poder tras una proscripción de 18 años, el quincenario abogó por renovar la tradición liberal de la mano de una reconstrucción general de las derechas y salir del atolladero en que, entendía, había ingresado la política argentina desde 1955. Ya desde su primer número, la publicación arengó a “la mayoría silenciosa” a definirse superando los sins del populismo y la izquierda, así como los de los militares sin talento político o los políticos profesionales acomodaticios. Esos diagnósticos sobre la Argentina se engarzaban en una lectura sobre la geopolítica internacional, donde el quincenario alertaba sobre el ascenso de China en el mundo bipolar, que podría quebrar a favor del comunismo el equilibrio *frío* entre los Estados Unidos y la Unión Soviética.

Ante esos entreverados planos políticos, en las páginas *burguesas* se atendió no sólo a la política de coyuntura sino también a la historia, la teoría social y política y las transformaciones socio-culturales, desde una mirada desenfadada que podía proceder desde la reflexión ensayística, el periodismo de opinión o las apostillas humorísticas

de diverso tipo. Sobre el humor, más precisamente, la publicación construyó uno de los rasgos distintivos de su rostro editorial: apelando a la redacción irónica, las caricaturas o las imágenes intervenidas, *El BURGÜÉS* hizo de la risa ácida, altisonante e irreverente un recurso central de su narrativa. Ello la diferenció de las pautas solemnes del periodismo liberal-conservador argentino, marcado por periódicos que se acercaban al centenario de vida como *La Nación* y *La Prensa* o por revistas de corte teórico como *Ideas sobre la Libertad*, y la acercó a los tonos de las publicaciones humorísticas de la época (Burkart, 2017), reformulando los aportes que otro quincenario liberal-conservador como *El Príncipe* había expuesto durante la década previa. Al mismo tiempo, el humor incorrecto del quincenario amplió el campo de la risa política en el espacio de las derechas, hasta allí más visible entre los diversos espacios nacionalistas (Besoky, 2016; Galván, 2013).

En este artículo abordaremos el humor de *El BURGÜÉS* buscando marcar tres cuestiones. La primera, cómo las posiciones liberal-conservadoras de la revista se entramaron con un sentido más general de expresiones derechistas, en momentos de la renovación internacional de las derechas; en segundo término, en qué maneras ello se expresó en sus lecturas sobre la política argentina y la internacional, llevando el diagnóstico político hacia lo socio-cultural; en un tercer eje, nos detendremos sobre las pautas de esa lectura política del cambio socio-cultural. El sentido final del texto es mostrar bajo qué formas una tradición marcada por el gesto doctrinario y las pautas sobrias se vio enriquecida por una manera peculiar de expresar el liberal-conservadurismo, como fue asumirse tanto por medio de la reflexión y el posicionamiento político como de la carcajada.

“Con las derechas vencerás”: una trama derechista ampliada

La renovación internacional de las derechas tuvo a principios de los años setenta un pico de densidad, donde se cruzaron el ascenso progresivo del neoliberalismo y la renovación neoconservadora con las incipientes nuevas versiones nacionalistas. En el cono sur, la sucesión de gobiernos democráticos inestables, golpes de Estado y ciclos militares marcó una serie de particularidades, entre ellas los cruces entre diversos espacios derechistas sobre pautas en común basadas en criterios propios de la guerra fría, tanto en el terreno político concreto (estatal, legal o militar) como en el más amplio territorio cultural (industrias culturales, circulación de artistas o usos simbólicos) (Franco & Calandra, 2012; Gaddis, 2011). Ello definió diversos modos de vinculación política e intelectual, redes de actores y renovación de las narrativas y los lenguajes en que se narró un mapa político e ideológico mundial que comenzaba a dejar atrás los años dorados del capitalismo (Hosbawm, 2003). En ese sentido, una voz atenta al planisferio internacional como la del quincenario de Aizcorbe insertó sus preocupaciones locales en un mapa que desbordaba las fronteras argentinas.

Cuando *El Burgués* ganó la calle en abril de 1971, Aizcorbe era un periodista en el final de su treintena, con renombre obtenido en base a sus coberturas de “el Cordobazo” en *Primera Plana*, la revista modernizadora lanzada por Jacobo Timerman en 1962 bajo la inspiración de las estadounidenses *Time* o *Newsweek*. La salida de diversos periodistas del universo editorial de Timerman fue una nota resonante en el ambiente comunicacional porteño (Mochkovsky, 2003) y permitió que un núcleo pequeño pero cohesionado de firmas diera un perfil nítido al proyecto de Aizcorbe, que adaptó la estética de la revista italiana *Il Borghese* (fundada en 1950) y llamó a los *burgueses* a asumirse en el trabajo intelectual y militante de reconstrucción de

las derechas.¹ La revista se plantó de modo identitario y desde allí criticó a otras voces del periodismo político como las del propio Timerman, por sus guiños a la izquierda, o Césare Civita, de editorial *Abril*, por su carácter “monopólico”: la “patria periodística”, como la llamó Susana Carnevale (1999), era un blanco de los dardos *burgueses*. Con una tirada promedio de 20.000 ejemplares, el quincenario fue un medio de buena circulación y atendido especialmente en ambientes políticos, intelectuales y periodísticos. Aizcorbe marcó que la revista buscaba la densidad temática libresca, pero aparecía signada por su atención a la actualidad y la tónica desacartonada (*El Burgués*, 3, 1971, mayo 26, p. 3). Fueron esas coordenadas las que permitieron que las páginas del quincenario ofrecieran, entonces, un abanico amplio que iba de las notas de coyuntura a largos ensayos de tono académico, y que en ese material se destacaran el humor ácido y las notas con firmas de relevancia.

El eje humorístico dotó a la revista de un perfil claramente identificable, que subrayaba las notas periodísticas y los ensayos por medio de caricaturas, viñetas, imágenes compuestas e incluso la reformulación caustica de pinturas clásicas. Las dos expresiones más visibles de ese humor aparecían en las tapas y en la sección de páginas en papel ilustración que ocupaban la zona central de cada número. Allí, se aprovechaba la relajación de la censura propia de la etapa lanussista, para hacer del semidesnudo femenino en las portadas una de las señas de su identidad visual, incluso llegando a límites como jugar con la recreación del personaje de *Lolita* o la estética de *Playboy* (*El Burgués*, 9, 1971, agosto 18, p. 32). En esas tapas, generalmente la imagen de distintos modelos, muchas veces ligeras de ropas, graficaba irónicamente el

¹ Aizcorbe, sin embargo, fustigó al director de la revista italiana, el demócrata cristiano Leopoldo Longanesi, por considerar que sus posiciones frente al comunismo eran débiles. En esa lectura de Aizcorbe aparece su preocupación por el giro a la izquierda del mundo católico posconciliar, que *El Burgués* expresaría una y otra vez.

título de portada y jugaba con diversos usos humorísticos, que no obviaban el trazo grueso. La otra gran pauta eran esas páginas ilustración donde se satirizaba sobre la política local e internacional, la juventud vanguardista, los nuevos movimientos estéticos, el arte testimonial o el feminismo. En suma, una amplia paleta de recursos que operaba como signo visual de las líneas políticas que promovía el quincenario en sus textos.

Juntos a las punzantes editoriales de Aizcorbe y las notas políticas de Martín Ariza, *El Búrgués* tenía como aportes fijos los textos del jurista y diplomático Manuel Malbrán y el abogado César Gigena Lamas, que alternaban escritos de coyuntura con reflexiones de corte ensayístico.² En el breve *staff* se destacaban Julio Landivar como secretario de la redacción, V. Alfieri a cargo del arte y Mona Alfonso en las traducciones. La revista publicó también a periodistas, intelectuales y políticos del espacio liberal-conservador local, como los economistas Roberto Alemann y Armando Ribas, el ingeniero Saturnino Zemboraín, el militar y ensayista Carlos Sánchez Sañudo. Además, las páginas *burguesas* presentaban una verdadera selección de representantes de las derechas internacionales, como el liberal Raymond Aron, el tradicionalista católico Thomas Molnar, economistas neoliberales como Milton Friedman, neoconservadores como William Buckley o un disidente de la izquierda como Arthur Koestler, entre otros. Esos nombres muestran cómo diversos rostros de las derechas internacionales se expresaron en la revista por medio de firmas de primer nivel: *El Búrgués* fue el medio local que mostró la más rica selección de autores dentro de esa renovación de las derechas, apelando en sus posiciones editoriales a

² Durante su etapa en el quincenario, Gigena Lamas (1972) publicó un libro que, como *El Búrgués*, apuntaba a una vindicación identitaria del liberalismo argentino.

la incorporación de las reflexiones de esos intelectuales para interpretar la realidad argentina.

La revista llamaba explícitamente a una reconstrucción identitaria liberal, a defender las bases racionalistas, occidentalistas y tradicionales que habían erigido la sociedad liberal burguesa, y por ello su llamado a la imbricación de diversas derechas partía de un diagnóstico que recorría la renovación internacional de las derechas (Nash, 1987; Bunzel, 1990). “Con las derechas vencerás”, marcaba el quincenario, que indicaba que las izquierdas no habían, sino, traicionado a los votantes y a la sociedad misma (*El Burgués*, 38, 1972, setiembre 27), permitiendo que el país apareciera amenazado por la ola roja y antiliberal internacional.

Una concepción de la política local a ojos vista del mapamundi global insertaba las preocupaciones del quincenario en una gramática propia de la guerra fría pero que, a diferencia de las expresiones más duras del anticomunismo, no trasladaba directamente diagnósticos o categorías, sino que expresaba usos dinámicos en consonancia con su lectura de base sobre la política local. Para Aizcorbe, la política argentina se encontraba en un callejón signado por la repetición de dos dinámicas: el péndulo entre populismo y golpismo por un lado, la reiteración de una fórmula que denominaba propia de Arturo Frondizi, por el otro. Ella refería a la creencia de que era posible gobernar con los peronistas, los no peronistas y los antiperonistas, todos juntos (*El Burgués*, 2, 1971, mayo 12). Esa idea (que repensaba la historia del propio director, frondizista en su juventud), era vista en las páginas *burguesas* como la primera amenaza que se cernía sobre el horizonte, por los coqueteos políticos del general Alejandro Lanusse y su equipo. La segunda, y más densa, era que el juego politicista del militar llevara a un acuerdo con los partidos tradicionales que pudiese abrir las puertas al retorno peronista (como efectivamente sucedió). Por ello, el Gran Acuerdo Nacional,

lanzado desde el gobierno como diálogo con las fuerzas partidarias (Pucciarelli, 1999), fue graficado en una tapa con el cartel “Libre” de los taxis, que en la época se utilizaba para referir irónicamente tanto a quien vivía una soltería no buscada como a quienes presentaban cuadros delirantes (*El Burgués*, 43, 1972, diciembre 9).

La más gráfica crítica al lanussismo fue a su vez una de las tapas más resonantes de la revista, donde bajo una imagen de la campaña militar conocida como “la conquista del desierto”, liderada por el general Julio Roca en 1879, aparecía el titular “Milicos eran los de antes” (*El Burgués*, 14, 1971, octubre 27) (Imagen 1). El iniciador de la primera presidencia de la “generación del ‘80”, ícono para el liberal-conservadurismo, era visto como la contracara virtuosa de los *milicos* liderados por Lanusse. La política de “paz y administración” roquista era presentada como lo contrario de los conflictos de la hora, ya que estos iban hacia la apertura de una verdadera “caja de Pandora”, como subrayaba otra tapa sobre el proceso electoral de 1973 (*El Burgués*, 50, 1973, marzo 14). Los elogios de la revista al tono marcial de aquellos militares que combatían las amenazas a la sociedad liberal tanto en Vietnam como en el vecino Uruguay, así como los constantes elogios a la lucha de los Aliados en la segunda guerra mundial e incluso a la sobriedad militar del Japón imperial, terminaban por graficar a los militares locales como los culpables de transformar su gestión en un “cabaret político” (*El Burgués*, 46, 1973, enero 17).



Imagen 1. *El Burgués*, 14, 1971, octubre 27. Tapa sobre cuadro de Juan Manuel Blanes.

La lectura de las sociedades occidentales bajo amenaza convergió tanto con la renovación internacional de las derechas cuanto con la gramática de la guerra fría, acercando las pautas liberal-conservadoras de la revista a un repertorio derechista más amplio, donde estas quedaban endurecidas. Parte de la radicalización que expresaron las derechas argentinas durante la década de 1970 pasó por imbricaciones de este tipo, tamizadas por un posicionamiento occidentalista progresivamente más belicoso (Echeverría & Vicente, 2019; Morresi &

Vicente, 2019). Sobre esas tramas, el humor de *El Burgués*, caracterizado por un sarcasmo virulento, expuso una de las más notables expresiones de esa imbricación. Así, la revista apeló a un repertorio amplio que incluyó ironías, lugares comunes del humor político que sobrepasaban las visiones de la tradición liberal, *chistes verdes* y ataques directos sobre una serie de actores políticos, sociales e intelectuales, reales o figurados (Vicente, 2019).

“... Estos señores llegarán bien pronto”: de la política al cambio socio-cultural

En uno de los textos retrospectivos donde daba cuenta de su gobierno *de facto*, Lanusse definió su gestión como “de centro-izquierda”, y señaló a *El Burgués* como expresión de una oposición de extrema derecha liberal, que no comprendía su proyecto político de dar una salida democrática al laberinto argentino con la inclusión del peronismo (Lanusse, 1994). En un punto, la revista de Aizcorbe polemizó con las afirmaciones del militar décadas antes de que este las pusiera por escrito: por un lado, se burló sin miramientos de los intentos de diálogo político local e internacional de Lanusse y su gabinete; por el otro, reafirmó el carácter derechista del liberalismo argentino, dentro de una trama extensa que podía abarcar desde el conservadurismo a los demócratas cristianos; finalmente, explicitó que la voluntad de reincorporar al peronismo a la democracia condenaría a Lanusse frente a la historia.

Estas grandes líneas críticas se expresaban por medio de burlas de todo tipo. Entre ellas, las páginas de ilustración centrales recreaban la canción “Hola Don Pepito”, de los payasos españoles Gaby, Fofó y Mili-ki, para graficar la política de diálogo de gobiernos

militares como el de Lanusse y el del peruano Juan Velasco Alvarado con gobiernos de izquierda como los del chileno Salvador Allende y el cubano Fidel Castro (quien oficiaba como “la abuela” eje del tema infantil) (*El BURGÚES*, 15, 1971, noviembre 10) (Imagen 2). La sardónica reducción de la diplomacia a las estrofas de enredos mostraba cómo la revista interpretaba como irresponsables a los gobiernos militares de la región, en oposición a los uniformados merecedores de elogio que señalamos antes. Allende y Castro, a su vez, aparecían una y otra vez en las páginas *burguesas* como ejemplos de dos modos de ser de la izquierda latinoamericana: mientras el líder caribeño, tildado de tirano, era ridiculizado como ya lejano a la figura de hombre de acción que gustaba exponer, el presidente de la Unidad Popular era visto como la verdadera amenaza de la hora. El liberal-conservadurismo argentino en esa etapa, en efecto, había desplazado su atención de Cuba, como modelo de revolución armada, a Chile como ejemplo de revolución por las urnas (Vicente, 2016). Así, el quincenario de Aizcorbe, que signaba a Allende como “ateo y masón” (tópicos caros a las críticas nacionalistas e integristas), le dedicaba al caso chileno desde chistes afilados a un editorial que, en tono oscuro, denunciaba presuntas consecuencias atroces de la política económica allendista (*El BURGÚES*, 49, 1973, febrero 28).³

³ El editorial refería al supuesto caso de comerciantes que vendían carne humana como si fuese de origen animal, una campaña de agitación antiallendista que debió ser desmentida desde el gobierno de la Unión Popular y sectores simpatizantes. Agradezco a Gabriela Gomes los detalles sobre el caso.

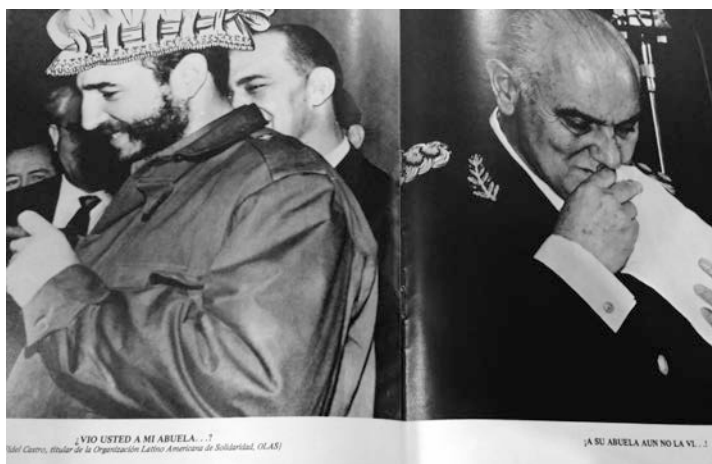


Imagen 2. *El Búrgués*, 15, 1971, noviembre 10, s/p, imágenes fotográficas intervenidas por la redacción.

Si ese tipo de enfoques se dedicaban a la política exterior lanussista, el diálogo político con los partidos tradicionales era merecedor de mofas de similar talante para todo el arco de protagonistas. Por un lado, como referimos, el enfoque politicista del *Cano* Lanusse y su equipo era vapuleado una y otra vez, por lo que frente a las figuras del gobierno se erigía a políticos de una derecha que la publicación consideraba serias y que expresaban su identidad sin culpas, como Julio Chamizo, el representante de la Nueva Fuerza fundada por Álvaro Alsogaray, o se reivindicaba experiencias recientes como la gestión de Adalberto Krieger Vasena en Economía (*El Búrgués*, 48 y 11, 1973, febrero 14 y 1971, setiembre 15). Por otra parte, las principales figuras de los partidos tradicionales eran tratadas de modo impiadoso: así, por ejemplo, los radicales Arturo Illia y Ricardo Balbín eran graficados como toscos y acomodaticios, mientras el renovador partidario Ricardo Alfonsín era asimilado a Bruto en su conspiración contra un Julio César personificado por el mismo *Chino* Balbín; el peronista Héctor Cámpora

era burlado tanto como un adulator de Perón como por su distancia con el sindicalismo (carecía, en una viñeta, de “la columna vertebral” del movimiento) o el conservador popular aliado al justicialismo, Vicente Solano Lima, era signado como el caudillo...del bar Florida Gardens. Perón tenía un sitio aparte: el ex presidente era foco de mofas de diverso calibre, como subrayar su figura *glamorosa* como oposición a su laborismo o su afición a sus caniches como una muestra del talante que dispensaba a sus *compañeros* de movimiento, que señalaban a un político manipulador y de rostros múltiples. De hecho, *El Búrgués* se inscribió en las trazas del antiperonismo clásico republicando permanentemente las caricaturas que el dibujante socialista José Ginzo, *Tristán*, hiciera sobre el líder justicialista durante el primer peronismo en la revista antifascista *Argentina Libre* (Nallim, 2014). En esos dibujos, Perón aparecía con simbología nazi, remedando a Juan Manuel de Rosas o reprimiendo a una niña que simbolizaba la libertad de expresión, en una imbricación de las diversas críticas antiperonistas (entre otros, *El Búrgués*, 18, 1971, noviembre 8 y 29, 1972, mayo 24, p. 33).

En otro ángulo, se operaba sobre figuras más amplias como los economistas desarrollistas o el sindicalismo: los primeros podían ser tanto un “viejecito que gira a la izquierda” como el radical Eduardo Garamond, cuanto referentes como Aldo Ferrer, a quien se motejaba como “El satánico Doctor Ferrer”, en un juego con la película de la saga James Bond. Los desarrollistas, finalmente, no eran sino “burros” que recreaban el clásico cuadro de Francisco Goya de la serie de los asnos, aquel que preguntaba “¿De qué mal morirá?”: morirían, connotaba *El Búrgués*, de repetir fórmulas fracasadas, antiliberales. Si ese enfoque se dedicaba a esos economistas, el sindicalismo era representado como un ente tan poderoso como tosco, como lo graficaba de modo certero una ilustración donde un *pesado* sindical portaba al mismo tiempo corona y garrote (*El Búrgués*, 46, 1973, enero 17, p. 33). Ligados a la violencia y a modos arcaicos, los protagonistas del mundo sindical eran concebidos como

parte de un universo peronista que, como lo expresaba otra ilustración, aparecía representado como un auto descontrolado donde diversos ocupantes pugnaban por el volante (*El Bugués*, 53, 1973, abril 25, p. 34). En ese mismo número, la revista se mofaba del conflicto peronista (atravesado, entre otras, por la cuestión generacional) con un chiste representado por la charla de dos hombres. “El peronismo tiene dos alas...”, indicaba el primero, a lo que el segundo espetaba: “Podrían aprovecharlas para echarse a volar” (*El Bugués*, 53, 1973, abril 25, p. 5).

Dentro del recorte de objetivos sobre los cuales el quincenario posaba su mirada vitriólica, las juventudes políticas eran especialmente atendidas, dentro de una concepción más amplia sobre las transformaciones socio-culturales de “la era de la juventud” (Manzano, 2017), que abordaremos en el apartado siguiente. Así, la militancia juvenil era mirada con ironía no sólo en lo atinente a las grandes expresiones de la etapa, desde la renovación interna de los partidos a las expresiones de la insurgencia armada, sino que la revista colocaba un prisma político explícito sobre movimientos con gran protagonismo juvenil como el hipismo, el catolicismo posconciliar o las nuevas expresiones feministas. Si los jóvenes radicales expresaban el parricidio o los justicialistas el movimientismo violento, detrás de estos fenómenos, que a fin de cuentas no hacían sino buscar el reemplazo de políticos vilipendiados por la revista, operaba una lectura que veía que las transformaciones socio-culturales eran una de las marcas del cambio internacional que comenzaba a delinear un nuevo rostro para el mundo. Si la pauta política que articulaba la mirada de *El Bugués* era la amenaza del triunfo comunista en la guerra fría, el fin de la sociedad y la cultura delineadas por la segunda posguerra aparecían en la base de esa problemática.

Esa lectura de pinzas que se cerraban sobre el mundo burgués, entonces, permitía una lectura política de lo socio-cultural que, como ocurría en el liberal-conservadurismo local de la mano de las transformaciones internacionales

de las derechas y la gramática de la guerra fría, obturase la clásica concepción de política, sociedad y cultura como esferas separadas típica de las tradiciones liberales y conservadoras. Las representaciones más dramáticas de estas ideas podían expresarse para graficar el mapa geopolítico y la realidad local: por un lado, una doble página ilustración vinculaba el cambio en las relaciones de género con el avance del comunismo, señalando: “Si los occidentales se portan así...”, “...Estos señores llegarán bien pronto”. Lo que se graficaba era, de un lado, el matrimonio de la escritora Dawn Langley Simmons (nacida Gordon Langley Hall) con “un garagista (*sic*) negro” y, del otro, la marcha del ejército soviético (*El Búrgués*, 2, 1971, mayo 12); en el otro caso, una joven sostenía explosivos bajo la presunta consigna “trotzko (*sic*)-peronista”: “armaos los unos a los otros”, que remozaba la frase hippie tomada del cristianismo primigenio, “amaos los unos a los otros” (*El Búrgués*, 40, 1972, 25 de octubre). Este tipo de ironías fueron de gran repercusión en otra tapa, que presentaba un saludo de Montoneros, donde una granada envuelta para regalo oficiaba de presente (*El Búrgués*, 19, 1972, enero 5).

“Cultura en ablande”: la politización del cambio socio-cultural

La década de 1960 fue, a nivel internacional, una etapa de renovaciones comparable con el inicio del siglo XX (Blom, 2010; Hobsbawm, 2013). En los números de la revista dirigida por Aizcorbe, las vanguardias estéticas aparecían retratadas tanto como gestos vacuos o remedos de ideologías de izquierda, como arte banal tanto como rupturismo insustancial; movimientos como el hipismo californiano, los *mods* ingleses o las nuevas culturas urbanas neoyorkinas se fundían en un mismo rostro y la politización de los jóvenes que referimos previamente podía ser vista con desdén

tanto como con alarma. Así, por las páginas del quincenario desfilaban artistas plásticos que acribillaban su lienzo con una metralleta que disparaba pintura, se parangonaba a *The Living Theatre* a una experiencia pornográfica o se caricaturizaba a los músicos testimoniales como indigentes; se representaba a militantes de izquierda como miembros de clanes de adictos a los estupefacientes, a sacerdotes posconciliares como más interesados en las teorías marxistas o el sexo que en la religión y a mujeres feministas como militantes de un absurdo; los *Black Panthers* estadounidenses, los milicianos del Viet-Cong o los Montoneros argentinos aparecían unidos por una pulsión tanática tan juvenil como ciega, mientras las protestas pacifistas contra la guerra en Vietnam no eran representadas sino como un socavamiento frívolo de las bases de Occidente. Frente a estos modelos disruptivos, en la publicación se llamaba una y otra vez, como marcamos, a reconstruir al sujeto burgués.

Si los ejemplos anteriores eran expresión de cómo la juventud, las vanguardias y, más ampliamente, el cambio socio-político se expresaba políticamente, rearticular al burgués completaba la operación de rescate de las tradiciones liberales, conservadoras y de aquellas vistas por la revista como asimilables a ellas, como el republicanismismo y la democracia cristiana. Cuando desde el primer editorial Aizcorbe señalaba que “los burgueses están de vuelta” y refería su voluntad de romper con los efectos de las décadas de masificación promovida por los fascismos, los socialismos y los populismos, esa afirmación debía leerse como una toma de posición identitaria y programa antes que como un simple análisis. Optimismo de la voluntad en un marco de racionalización pesimista, el programa del quincenario buscaba vindicar un tipo de sujeto político al tiempo que reconstruirlo: era por ello que en las viñetas que surcaban sus notas, el burgués aparecía elegante y sobrio, reflexionando o comerciando, alejado de las figuras grotescas o las siluetas caricaturizadas de sus adversarios (Imagen 3). Por eso mismo, los avisos de la publicación, que se etiquetaba

como “La revista liberal”, llamaban a su circulación entre posibles liberales como una política afirmativa, identitaria.

APOLOGIA del burgués

por JACQUES ELLUL (*)

Cuando empezas por la epopeya ya que me ha sido el comienzo histórico: el austero burgués, el aventurero, el hombre de hierro. Es grandioso un burgués, como todo aquel que está obsesionado por una sola idea no tiene una visión muy amplia pero ve un objeto. Sabe lo que quiere y lleva a término la tarea que se propone. Es posible que su obsesión esté ligada principalmente a sus intereses y a sus beneficios, pero a pesar de todo, eso es secundario. Ubicar al burgués en la categoría de un vano y de un interesado es demasiado simple y superficial. Ni siquiera Marx lo hizo por otra parte.

Nuestro hombre tiene en sus manos ciertos instrumentos que sabe emplear y lo hará hasta el extremo, sin límites ni frenos. Tiene que triunfar y sabe que si no se toma partido, si no se tiene una idea fija no hay conquistador, ni sabio ni artista. A su manera él es todo eso. Ha visto una sola cosa (reconocemos que fue el límite): la puesta en marcha de todas las posibilidades económicas y de todas las riquezas para crearlas, reproducirlas y empujar los movimientos económicos.

Está animado por una sola ideología —la de su empresa— que representa al mismo tiempo, el camino que ha emprendido y la institución de producción que ha creado. Porque fue emprendido, todo debe ser subordinado a la vida, la marcha y el desarrollo de la institución. La ideología de la empresa está más allá de las generosas y las riquezas que consumirá el burgués, quien está más cerca de reconocer que de atesorar o vivir en medio del lujo. Y esta es la prueba de su obsesión pero también de su generosidad.

Para cumplir esa misión —esa inmensa sacralidad de todo el proceso económico— eran necesarios una empresa impenetrable y un carácter inflexible.

Admiramos a los grandes guerreros que realizan sus conquistas al precio de la muerte (es cierto que no los salvamos a causa de nuestro transitorio humanitarismo, pero ya llegará el día) y examinamos a todos los artistas y sabios que exaltaron a sus familias a la miseria para realizar “la gran idea”. Las grandes creaciones se construyen sobre víctimas.

¿Acaso hubo jamás mayor empresa que la Revolución Industrial, cristales de agua superior a cualquier otra, en marcha universal de las riquezas? Por una extraña hermenéutica admiramos esa revolución y exorcizamos al burgués. ¿Quién sino él inventó y puso en marcha la industria y el comercio? Claro que hubo víctimas: él mismo, en primer lugar. Austero, moralista, abrumado de trabajo, virtuoso sin descanso, preocupado por la eficacia, el orden, la producción.

¿Quién no reconoce en todo eso al Colbert de la escuela primaria? ¿Y qué era Colbert sino el ejemplo exacto del burgués? Únicamente los grandes santos mostraron tal disciplina interna y tal exigencia. Al sacrificarse por su idea fija el burgués traza sus límites y su destino posterior. Toda gran obra se paga al precio de ciertas mutilaciones. Por otra parte, al sacrificarse a sí mismo podría pedir igual actitud en los demás.

También su mujer estaba sometida al mismo rigor. Reducida y limitada, era un objeto al que se le pedía que fuera buena esposa y buena



Imagen 3. Selección de imágenes bajo la coordinación de V. Alfieri, de la redacción.

Ese talante que dividía el mapa político y socio-cultural con voluntad agonal fue una de las características centrales no ya de la revista, sino del liberal-conservadurismo argentino en la etapa, pero cuya expresión en las gramáticas de guerra fría e imbricación de las derechas, que indicamos reiteradamente,

modificó muchas de las premisas operantes en décadas previas (Vicente, 2014). Las condenas a los nacionalismos ya no se centraban en las expresiones radicales cercanas al fascismo, sino que el eje se colocaba sobre cómo las expresiones populistas permitían que el nacionalismo fuera una vía de comunicación del populismo con la izquierda, por medio de la inflexión tercermundista. *El Burgués* cargaba sobre cómo el tercermundismo operaba como una suerte de *lingua franca* donde populistas e izquierdistas podían converger, tanto en la militancia juvenil como en el Movimiento de Sacerdotes para el Tercer Mundo o entre los intelectuales anticapitalistas de los países desarrollados, a los que veía, siguiendo explícitamente a Raymond Aron en *El opio de los intelectuales*, como frívolos e hipócritas (Aron, 1967). En la revista, esa frivolidad, graficada en el aproximamiento sin compromiso real, y esa hipocresía, expresada en los perfiles burgueses y el izquierdismo de pose de los críticos del Occidente capitalista, definían los talantes de los referentes de la juventud, tan ambivalentes desde el mundo de la cultura como lo eran, para el quincenario, un Perón o un Castro desde la política. Una “cultura en ablande”, como lo ironizaba una tapa, en suma, propia de un momento de decadencia, vocablo que articulaba a diversas derechas (*El Burgués*, 53, 1973, abril 25).

La revista jugaba con personajes como “el camarada Jerin-ga”, que combinaba izquierdismo y drogadicción o “los guerrilleros de papá” que iban a la insurgencia en lujosos autos deportivos importados (*El Burgués*, 7, 1971, julio 21, p. 17 y 21, 1971, febrero 2, p. 46); mostraba la involución del gentilhomme (es decir, el burgués) en diferentes etapas: músico folk y adicto, peronista, guerrillero, troglodita y finalmente simio (*El Burgués*, 54, 1973, mayo 9, p. 46) (Imagen 4). Al mismo tiempo, las equiparaciones entre protagonistas del universo político o las nuevas formas socio-culturales eran corrientes, pasando por la igualdad entre El Caballero Rojo, popular luchador del programa infantil *Titanes en el Ring*, y Timerman, identificado con el rojo de la izquierda, o la igualdad de jóvenes guerrilleros presos con Cayetano Santos Godino, “el Petiso Orejudo” (*El Burgués*, 38, 1972, 27 de setiembre y 55, 1973, mayo 23). También

una palestra amplia de artistas ligados al progresismo político, desde Nacha Guevara a Brigitte Bardot, de Lucino Visconti a Julio Cortázar eran blancos del quincenario, que no ahorrraba ironías sobre sus figuras.

talmente, al entusiasmo del espectador. Y a ella contribuyen, asimismo, las frases, chulitas, y cargadas de oculto significado que a lo largo (mucho tiempo) del film, intercambian los protagonistas.

Carlos F. Lamora

Del Lector

Señor Director:

No puede dejar de mencionarse entre la obra de Zamboni, la caricatura publicada en el número 51 de *El Burgués* donde comparece, evidentemente, para roleo, el personaje parvulario a la tierra, provincial de la tierra de guerra, inquieto, con el impuesto a las tierras baldías, estableciendo con el ministro del impuesto a los solares, Zamboni, haciendo énfasis en los gastos a la tierra, toda vez que la primera etapa en una granja es una finca a trabajar sobre el producto, más allá de que la actual es una simple explotación territorial.

Pero existe una distinción, y fundamentalmente, un impuesto a la propiedad, según preceptos de la valoración, algo difícil de elevar, duplica o triplica un valor que es visible en cualquier caso. En cambio, el impuesto a la renta personal es, necesariamente, de carácter, el Estado dice "esta tierra debe producir, congruentemente, tanto, por lo cual todos, paguen en tanto al Estado, y todo lo que les quede por atenderlo, déjalo a su voluntad, eficacia, empleo de máquinas o fuerza humana para su uso".

Zamboni afirma que "este impuesto por hectárea es uno de los factores de una buena política impositiva y no tanto el sistema de valoración como el de tasas aplicables". Pero, ¿de qué se trata? De hecho, la diferencia, ya en un sistema de tasas sobre el valor de la propiedad, puede ser que el 10 por ciento anual, pero el gobierno debe el porcentaje al 50 por ciento anual, me será fácil prever, y mi posición será comprensible para la propiedad de la gente. Pero si el gobierno tiene y me dice "esta tierra debe producir 10 toneladas de trigo", ¿cómo quiere a su vez que le pague, al costo para el Estado, ya no es un impuesto, sino un impuesto a la tierra, que produce, me será fácil prever, pagar el impuesto, y si no puedo por falta de

tierras, financiación o cualquier otro, ¿cómo pago a la tierra, al Estado?

De hecho, este sistema es el que han utilizado todos los gobiernos progresistas para sacar la tierra a sus dueños. Una solución, tal vez la más real, es el impuesto es fácil de establecer, porque allí están los pocos del mundo que los hacen, que cualquier cosa en una determinada zona. Un "impuesto" de producción es, de hecho, y probablemente porque de la otra manera del hecho que lo establece. De hecho, en Rusia no los quitaban la tierra a los "kulus", por simple hecho: establecieron una cuota elevada de pagos a los propietarios, y como nadie pudo cumplirlo, se fueron a su pariente para colectar los pagos y pagar a los dueños a Siberia. Fue así en 1928 y a partir de entonces la URSS fue en caso típico. La prueba es que el tres por ciento de los granjeros no les fueron confiscadas tierras, propiamente la mayor parte de las áreas y huertos.

El uso de criterios fundamentalmente técnicos para establecer el monto de una y otra forma es peligroso, en cualquier caso, sobreentendido que la propiedad es el Estado y no del individuo, es un lugar porque de lugar a las cosas, entonces, que obligan al propietario a pagar el impuesto porque no puede pagar el impuesto.

Alberto V. Vaziri

Señor Director:

Reflexionamos por la figura de un personaje, la claridad con que los autores y el cómo con que los autores.

• Jorge Alberto Larralde

Capital

Señor Director:

He tenido una buena sorpresa al leer el No. 51 de *El Burgués*, publicado en junio, ¿o fue verano? ¿La revista lo he?

Desde hace muchos años vengo de leerlo, leyendo y escuchando que todo el mundo tenía un problema serio, pero cuando los veo a los autores de la revista, quiero estarle a la altura, que es la columna vertebral de nuestra independencia y de la tradición nacional. El problema de los autores es, por supuesto, cuando el día de mañana cuando los comunistas establezcan con gusto y con fuerza, un día que ha sido indefinido, aunque también, hoy todo esto pasa (me parece) claro.

La falta por la revista, que desde hace muchos años es inmensa. Le deseo todo el éxito que merece y la continuidad, tan problemática en los días que corren.

Miguel Alfredo Herrera

Capital

En esta quincena hemos recibido numerosas cartas de nuestros lectores de la Capital y el Interior, quienes se quejan porque la revista se agota rápidamente en los quince días, y muchas veces no quedan ejemplares más allá del día de salida. Es de lamentar que las condiciones financieras no nos permitan lanzar una tirada adicional indiscriminada. Aconsejamos entonces ordenar al cañillito que reserve cuantos ejemplares se deseen, con la anticipación debida. Otro método más sencillo consiste en suscribirse por correo a la revista y suscribir a los amigos: cuesta 118 pesos por año, con un plus optativo de 52 pesos para envío aéreo al interior. Este sistema resguarda además al lector contra posibles alzas en el precio de tapa. Así, de acuerdo con las nuevas exigencias provenientes de los cañillitos y del departamento de suscripciones, podemos ensayar una tirada adicional selectiva.

LA ADMINISTRACION

EL BURGUÉS, pág. 46



EL MONO DESCENDE DEL HOMBRE?

Imagen 4. *El Burgués*, 54, 1973, mayo 9, p. 46. Ilustraciones originales de *El Burgués*.

El gesto irónico con el cual desde el quincenario se interpretaba a los grandes nombres de la cultura crítica o las vanguardias artísticas, se volvía desdén a la hora de enfocar fenómenos como el rock, la moda unisex o el "feminismo" (siempre entre cáusticas comillas que relativizaban

su entidad). Pero si por un lado las páginas *burguesas* se mofaban con displicencia de una música que consideraban al mismo tiempo tribal y superficial (y le oponían, por ejemplo, el contramodelo de la joven cantautora Silvia Mores –*El Bugués*, 10, 1971, setiembre 1), se regodeaban en vincular las creaciones de modistas como Yves Saint-Laurent como indefiniciones estético-sexuales (“los viste un homosexual y no se sabe cuál es cuál”, se ironizaba –*El Bugués*, 17, 1971, agosto 12) o presentaban una y otra vez al feminismo como una mascarada de la izquierda, por otro todas estas burlas puntuales se articulaban en el mapa mayor de las preocupaciones que ligaban sociedad, cultura y política. Eso llevaba a que, por momentos, la ironía que campeaba de número a número pudiese tanto volverse una carcajada nerviosa cuanto encontrar límites muy claros. En el primero de los casos, el tono ácido del humor *burgués* exponía una lectura cuyo tono se volvía alarmado en ciertas ocasiones; en el segundo, daba paso al gesto ocre: por ejemplo, a la hora de ocupar el espacio humorístico *príncipe*s de las páginas centrales con homenajes a las víctimas de la guerrilla o rodear ciertas noticias de un humor incómodo, casi forzado, como la crítica a la violencia de las ficciones televisivas o la publicidad que eran regulares en esos años (Carassai, 2013).

En un punto, el perfil sarcástico de la revista y su autoasumido rol de francotirador incorrecto exponían fronteras. Si tras la publicación de fotos de Isabel Perón bailando ligera de ropas en un local nocturno desde la derecha peronista se había colocado un explosivo en la redacción, cuyos destrozos fueron mostrados y burlados en las páginas del quincenario, que más adelante guiñó el ojo sardónicamente a sus “enemigos” con la imagen de mujeres saludando de modo procaz, esos límites al humor mostraban una conciencia más densa del problema de la violencia política. Como ocurrió en el plano general del liberal-conservadurismo argentino, el transcurso de los años setenta fue centralizando la problemática de la violencia como

centro de las preocupaciones (Vicente, 2014; Echeverría & Vicente, 2019).

El Búrgués podía burlarse de las violencias políticas pasadas y presentes, desde los militarismos fascistas a los tumultos estudiantiles de la Argentina de esos años, pasando por la del Viet-Cong o la insurgencia que recorría América Latina, sin embargo, en su llamado a la cohesión occidentalista se articulaba una lectura que respondía a muchos de los diagnósticos apesadumbrados que señalamos a lo largo del texto. En el punto final de las pautas que guiaban al quinquenario, las transformaciones socio-culturales abordadas desde la óptica política no eran sino parte central de los diversos modos en que se construía la violencia política.

A modo de conclusiones

Un segundo atentado a la redacción y las amenazas al taller que imprimía la revista fueron el punto final para el quinquenario, tras volver a publicar la misma foto de “Isabel” Perón que causó la furia de los agresores en épocas de los primeros números (*El Búrgués*, 18, 1971, agosto 26; 61, 1973, agosto 1).

Tras 62 números, este representante peculiar del liberal-conservadurismo argentino dejó de ver la calle, sin despedirse de sus lectores y en medio de un diagnóstico cada vez más oscuro sobre la realidad local: para la publicación, el panorama ideológico local había sido copado por la izquierda primero, y luego el gobierno de Cámpora había sufrido un golpe motorizado por los peores actores de la política local: Perón, Balbín y el ejército. El panorama titulado “El golpe de Estado” mostraba una ilustración de *Tristán* donde Perón aparecía como un emperador oriental rodeado de cortinados con esvásticas y, en la página siguiente, a Balbín haciendo un corte de mangas a sus votantes (*El Búrgués*, 58, 1973, julio 4 y 59, 1971, julio 18,

pp. 5-6). En momentos donde la reconstrucción del sujeto político burgués y la articulación de las derechas se mostraba más acuciante desde la lectura del quincenario, la violencia, que siempre apareció como preocupación, acababa con su experiencia.

Las risas sonoras con las que *El Burgués* marcó el sobrio panorama liberal-conservador local le dieron un perfil propio, diferencial, que sin embargo sería apresurado interpretar como su rasgo central, puesto que su combinación de actualidad y reflexión teórica, de análisis político con ensayismo histórico o culturalista, su explícita posición identitaria y el peso de las firmas internacionales aportan datos centrales para trazar el rostro completo de la publicación. La criatura de Aizcorbe tomó las pautas de la modernización periodística de los años sesenta y las bases que *El Príncipe* no había logrado desarrollar de manera acabada en esos mismos años, a las que imprimió su sello personal, con el que ganó un espacio particular en el universo liberal-conservador local y en el panorama más general de revistas políticas y de actualidad.

Ese tipo de humor zumbón y chirriante se jugó en diversas inflexiones formales, como pudo verse: la apelación a la ironía por medio del uso de fotos, caricaturas, viñetas o reproducción de obras clásicas a las cuales se resignificaba, por el lado visual; títulos punzantes y redacción irónica por el flanco escrito; y una combinación de ambos planos que transmitía un perfil cáustico y una posición política. Esa carcajada *burguesa* fue estruendosa en su expresión tanto como heterogénea en el sustento político y la atención culturalista que daban forma a sus burlas. Que su final se haya precipitado precisamente por las resonancias de su humor marca una serie de puntos: primero, el talante drástico que presentaban las ironías del quincenario, que se desplegaron sobre un abanico muy amplio de blancos; segundo, que ellas tenían un impacto sobre los adversarios a los que apuntaba la revista, cuya búsqueda de reacciones era insidiosa y reiterada; en tercer lugar, grafica

que la articulación entre derechas tuvo en la reacción de la derecha peronista, en este plano, un límite.

Tras la experiencia *burguesa*, el propio Aizcorbe volvería sobre sus diagnósticos sobre el peronismo y “la decadencia” argentina, un término coaligante de las derechas locales, con dos extensos ensayos que no tuvieron, sin embargo, la repercusión de su revista⁴ (Aizcorbe, 1976; 1977). En un punto, la carcajada *burguesa* se articuló en torno a delicados equilibrios durante tres años, entre la relajación de la censura, los límites materiales de un medio independiente y los diversos impactos políticos; entre las articulaciones temáticas con otras derechas, sus propias batallas al interior del mundillo periodístico y las apuestas sobre el horizonte político inmediato de esos primeros años setenta. La violencia y las amenazas que llevaron al cierre de la publicación mostraron de qué maneras esos equilibrios eran precarios durante los primeros años setenta y sobre ellos se recortan, mirados a la distancia, las peculiaridades de una voz que fue tan particular y estridente como fue, también, reflejo de su tiempo.

Bibliografía

- Aizcorbe, R. (1976). *El mito peronista*. Buenos Aires: 1853.
 Aizcorbe, R. (1977). *Revolución y decadencia*. Buenos Aires: Occitania.

⁴ En el primero de ellos, *El mito peronista*, los editores indicaban que *El Burgués* fue “saboteada” por el peronismo. El ensayo había sido editado un año antes en los Estados Unidos y se presentaba como una exposición académica. Como en el caso del quincenario, la editorial del libro tomaba partido ideológico desde su propio nombre: 1853, el año de la Constitución Argentina basada en las *Bases* de Juan Bautista Alberdi, el intelectual argentino más elogiado en el espacio liberal-conservador. El Movimiento Patria lanzó tanto esa editorial como Occitania, donde salió *Revolución y decadencia* al año siguiente, ambos con similar diseño. Un informante nos indicó que Aizcorbe fue uno de los mentores del espacio político y editorial.

- Aron, R. (1967). *El opio de los intelectuales*. Buenos Aires: Siglo Veinte.
- Besoky, J. (2016). La derecha también ríe. *Tempo e Argumento*, 8-18, 291-316.
- Blom, P. (2010). *Años de vértigo. Cultura y cambio en Occidente, 1900-1914*. Barcelona: Anagrama.
- Bunzel, J. (1990). *Virajes políticos. Los intelectuales norteamericanos y las ideologías (1968-1988)*. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano.
- Burkart, M. (2017). *De Satiricón a Hum®. Risa, cultura y política en los años setenta*. Buenos Aires: Miño y Dávila.
- Calandra, B. & Franco, M. (2012). *La guerra fría cultural en América Latina. Desafíos y límites para una nueva mirada de las relaciones internacionales*. Buenos Aires: Biblos.
- Carassai, S. (2013). *Los años setenta de la gente común. La naturalización de la violencia*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Carnevale, S. (1999). *La patria periodística*. Buenos Aires: Colihue.
- Echeverría, O. & Vicente, M. (2019). Las derechas ante las transformaciones socio-culturales de los largos años sesenta: lecturas de liberal-conservadores y nacionalistas. *Anuario de Historia Americana y Argentina*, 54, 191-222.
- Gaddis, J. (2011). *Nueva historia de la guerra fría*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Galván, V. (2013). *El nacionalismo de derecha en la Argentina posperonista. El semanario Azul y Blanco (1959-1969)*. Rosario: Prohistoria.
- Gigena Lamas, C. (1972). *Nosotros, los liberales*. Buenos Aires: La Bastilla.
- Hobsbawm, E. (2003). *Historia del siglo XX*. Barcelona: Crítica Bolsillo.
- Hobsbawm, E. (2013). *Un tiempo de rupturas*. Buenos Aires: Crítica.
- Lanusse, A. (1994). *Memorias de un general*. Buenos Aires: Planeta.

- Manzano, V. (2017). *La era de la juventud en la Argentina. Cultura, política y sexualidad de Perón a Videla*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Mochkofsky, G. (2003). *Timerman. El periodista que quiso ser parte del poder (1923-1999)*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Morresi, S. & Vicente, M. (2017). El enemigo íntimo: usos liberal-conservadores del totalitarismo entre dos peronismos (1955-1973). *Quinto Sol*, 21, 1-24.
- Nallim, J. (2014). *Las raíces del antiperonismo. Orígenes históricos e ideológicos*. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- Nash, J. (1987). *La rebelión conservadora en los Estados Unidos*. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano.
- Pucciarelli, A. (1999). *La primacía de la política. Lanusse, Perón y la nueva izquierda en tiempos del GAN*. Buenos Aires: EUDEBA.
- Vicente, M. (2014). *Una opción, en lugar de un eco. Los intelectuales liberal-conservadores en la Argentina, 1955-1983*. Tesis para optar al título de Doctor en Ciencias Sociales, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.
- Vicente, M. (2016). América Latina según el liberal-conservadurismo argentino: entre la modernización, el panamericanismo y la Doctrina de Seguridad Nacional. En E. Bohoslavsky & J. Berttonha, *Circule por la derecha. Percepciones, redes y contactos entre las derechas sudamericanas, 1971-1973*. Los Polvorines: UNGS.
- Vicente, M. (2019). La sonrisa liberal-conservadora. Política, ideología y cambio social en el humor de la revista *El BURGÜÉS* (1971-1973). *Temas y Debates*, 37, 67-93.

Chile: la caricatura (im)posible

La construcción cómica de Augusto Pinochet por los humoristas chilenos (1979-1984)

MARA BURKART

Cuando se piensa en los dictadores latinoamericanos del siglo XX es imposible ignorar la figura de Augusto Pinochet. Su traición a Salvador Allende y a su gobierno, la espectacularidad del golpe de Estado, la concentración del poder en su persona que le imprimió a la dictadura institucional de las fuerzas armadas chilenas un carácter distintivo en comparación a las de sus vecinos¹ y que se proyectó condicionando la transición democrática, lo transformaron en ícono de las dictaduras sudamericanas junto a Jorge R. Videla y Alfredo Stroessner, e incluso, lo ubicaron en el mismo panteón que los dictadores de los países “en desarrollo” como Francisco Franco, Pol Pot, Idi Amin Dada, Ferdinand Marcos, entre otros.

Muchos libros y artículos se escribieron sobre el trágico final del gobierno de la Unidad Popular, sobre la dictadura chilena e incluso sobre la biografía de Pinochet; abundan los estudios sobre la dialéctica entre gobierno militar y

¹ Pinochet ejerció simultáneamente las funciones de presidente de la República, presidente de la Junta de Gobierno (hasta 1980) y comandante en jefe del Ejército. El Decreto-Ley n° 572, del 26 de junio de 1974, otorgó a Pinochet el título de Jefe Supremo de la Nación, denominación que en diciembre fue suprimida para retornar a la tradicional de presidente de la República. El Decreto-Ley n° 788 del 4 de diciembre de ese mismo año dispuso que la Junta de Gobierno tenía potestad de modificar a su arbitrio y retrospectivamente, la Constitución Nacional de 1925. La Junta adquiriría, así, funciones de Poder Legislativo y Constituyente (Gazmuri, 1996).

oposición, y sobre el papel de la prensa alternativa. También hay estudios sobre el “golpe estético-cultural”, esto es, el quiebre en la visualidad que supuso el Golpe (Errázuriz, 2009; Errázuriz & Leiva, 2012), sobre las imágenes puestas al servicio del nuevo orden (Carreño Donoso, 2016) y el coqueteo del régimen con la estética fascista (Cáceres & Millán, 2014). Sin embargo, menos estudiada es la imagen misma de Augusto Pinochet. Lorena Antezana (2014, 2015) ofrece un primer acercamiento al indagar en la función social y en el recorrido histórico de la caricatura bajo la dictadura militar, aunque la toma en un sentido amplio, más bien como sinónimo de humor gráfico. En cambio, el trabajo de Manuel Gárate Chateau (2015) sobresale por el análisis de las caricaturas del dictador chileno publicadas en la prensa escrita francesa, pero ¿qué sucedió en Chile bajo la dictadura militar? ¿Fue posible hacer caricaturas del dictador? ¿Quiénes las hicieron, cuándo y dónde las publicaron? ¿Qué representaron y qué sentidos y puntos de vista promovieron esas imágenes? ¿Qué reacciones generaron?

Desde la Modernidad temprana la caricatura política es una imagen poderosa que juega un papel crucial en las luchas simbólicas y políticas por definir el orden social y el estatus de los sujetos involucrados. La caricatura vuelve cómica a una persona, exagera y deforma sus cualidades físicas y morales, rebaja y le resta títulos de autoridad y dignidad a quien define como enemigo. En 1960, el historiador de arte británico de origen austríaco, Ernst Gombrich (2002, p. 291) sostuvo que el secreto de una buena caricatura es “ofrecer de una fisonomía una interpretación que nunca pod[am]os olvidar y que la víctima parecerá acarrear siempre, como un embrujado”. Años más tarde agregó al respecto que el objetivo principal de la caricatura es cohesionar y tranquilizar a quienes ya están convencidos antes que atacar o provocar violencia (Gombrich, 1997). Acordamos con esta última sentencia al observar y analizar las caricaturas de Pinochet realizadas y publicadas bajo la dictadura militar: la función cohesiva de estas imágenes es

central entre quienes ya estaban convencidos y compartían su oposición a la dictadura.

En cambio, con respecto a la primera sentencia nos preguntamos, siguiendo a David Freedberg, si es magia lo que opera o se trata más bien de imágenes investidas de poder. En *El poder de las imágenes*, Freedberg (1989, p. 14) llamó a eliminar de las discusiones sobre arte la idea de que ciertos objetos producen determinadas respuestas debido a sus supuestos poderes mágicos y propuso analizar las respuestas que ciertas imágenes producen en los espectadores a partir de reconocer “la efectividad, eficacia y vitalidad de las propias imágenes; no sólo lo que hacen los espectadores sino también lo que las imágenes parecen hacer; no sólo lo que las personas hacen como consecuencia de su relación con la forma representada en la imagen sino también lo que esperan que esa forma haga y por qué tienen tales expectativas sobre ella”. Nuestra hipótesis es que las caricaturas de Pinochet fueron imágenes poderosas que cohesionaron a la oposición al régimen ya convencida. Pero también, estas imágenes que apelaban a la risa contribuyeron a desactivar el miedo impuesto por el régimen dictatorial y a informar a partir de un modo de ver y entender la realidad no sólo diferente sino también absurdo que permitió ampliar el círculo de los convencidos antes mencionado.

En Chile, la caricatura política crítica producida bajo la dictadura militar entró en la prensa formal y autorizada tardíamente, después de diez años de instaurado el régimen, y lo hizo súbitamente acompañando el creciente descontento social que se expresó en las calles con las sucesivas jornadas de protestas. Pese a la censura, ganó protagonismo y tuvo sus expresiones más audaces y virulentas entre 1984 y 1987. Antes, predominaba la imagen oficial y oficialista del poder que se había construido después del golpe de Estado.

El proyecto de los militares de poner fin a la “vía pacífica al socialismo” y de restaurar el orden social y la institucionalidad en nombre de la democracia “occidental y cristiana” se impuso a través de la violencia y el miedo, y fue

acompañado de un nuevo orden visual y una nueva imagen del poder para el cual los principales medios de prensa gráficos y televisivos jugaron un papel vital. La prensa periódica difundía fotografías de los jefes militares en los cuales sobresalían los gestos solemnes, sus cuerpos disciplinados y la pulcritud de sus uniformes grises. También hubo publicaciones que buscaron ablandar la imagen rígida de los militares y los mostraron en situaciones domésticas y familiares: relajados en sus casas con sus esposas, o cariñosos con sus nietos, en un intento de construir una imagen positiva y humanizada de estos hombres de armas². A esta iconografía oficial y oficialista que promovía el olvido sobre el origen espurio de su llegada al poder y legitimaba su ejercicio, se opuso otra, compuesta por imágenes cómicas que tuvieron un despliegue marginal y errático, ya que dependieron de los márgenes de libertad habilitados por la dictadura.

En este capítulo analizaremos la irrupción de la caricatura política en Chile centrándonos especialmente en los retratos satíricos de Augusto Pinochet. Jorge Montealegre señalaba en 1987 que no centrar el humor político en el dictador fue una estrategia: “el humorismo político en general, y en el gráfico dentro de ese género, no tiene que basarse en ataques directos a las personas porque lo que debería criticar son las ideas, las situaciones, los regímenes y los sistemas, no sus voceros porque pasan y después nadie se acuerda de ellos” (citado en Díaz, 1987, p. 37). Nosotros creemos que la ausencia o no de caricaturas satíricas de Pinochet tuvo que ver más bien con el miedo, la censura férrea y los encarcelamientos y las persecuciones que podían terminar en asesinatos perpetrados desde el poder.

² Por ejemplo, la nota “El jefe de estado y su esposa en dimensión casera e íntima” que se publicó en *La Tercera* el 11 de septiembre de 1974, es decir, a un año del golpe de Estado. A comienzos de 1986, *El Mercurio* publicó fotografías de Pinochet haciendo ejercicio físico al aire libre con el propósito de revitalizar su imagen con vistas al plebiscito de 1988. La revista *Análisis* la republicó, pero con el propósito de comparar esa imagen con una similar del dictador Ferdinand Marcos (*Análisis*, 132, 1986, marzo 4 a 10, p. 27).

El fuerte personalismo del régimen permite medir los márgenes de libertad de expresión a partir de la posibilidad o no de satirizar a su patriarca. También consideramos que las condiciones para la producción y la circulación de las caricaturas están intrínsecamente vinculadas al devenir de la relación entre el régimen y la sociedad civil chilena y, más específicamente, a la relación errática entre el gobierno y la prensa opositora.

El capítulo se divide en tres apartados. El primero, indaga en la primera década de la dictadura militar, cuando, si bien no había márgenes de libertad de expresión para publicar caricaturas de Pinochet, se publicó la tira “El Cuarto Reich” de Palomo en *Análisis*. Allí, de modo implícito, se aludía a la intervención de los Estados Unidos en América Latina y se inscribía al régimen chileno entre las dictaduras institucionales de las fuerzas armadas del Cono Sur. El apartado siguiente analiza el surgimiento de la caricatura política durante la coyuntura de 1984, etapa que se clausuró abruptamente con la sanción del Bando n° 19. El suplemento “La Cacerola” de la revista *Cauce* fue central ya que en él se multiplicaron las caricaturas del dictador. La tercera y última sección, presentan unas reflexiones finales a modo de cierre.

1. 1973-1983: la caricatura imposible

Después del golpe de Estado, en Chile no hubo caricatura posible, ni crítica ni laudatoria. Este arte que desapareció de la prensa, fue utilizado en panfletos contra el nuevo régimen. Pero la historia de Carlos “Tato” Ayress Moreno revela que no había margen para este modo de expresión. En enero de 1974, Ayress fue detenido a los 15 años después de que un grupo de individuos de civil armados de la Dirección de Inteligencia Nacional (DINA) allanaran la casa donde vivía con su familia. Durante el allanamiento, encontraron

por casualidad en un tarro para la basura un rollo de papel arrugado con unas caricaturas que representaba cuatro aves de rapiña: los cuatro generales de la Junta, “revoloteando en el cielo de una ciudad en caos, chorreando sangre desde sus picos” (Ayress Moreno, 2008, p. 7). Desde entonces Tato Ayress fue llevado a Londres 38, Tejas Verdes, Estadio Chile, Chacabuco, Melinka, Tres Álamos. Tres años duró su itinerancia por diferentes campos de prisioneros. En todos estos recintos Tato Ayress, además de incursionar en el grabado y la pintura, demostró su facilidad para el dibujo humorístico y la caricatura (Montealegre, 2017, p. 230).

Tampoco en estos primeros momentos después del Golpe los humoristas que celebraron triunfales el fin violento de la “vía democrática al socialismo” se animaron a publicar caricaturas laudatorias de Pinochet ni a republicar las caricaturas denigratorias de Salvador Allende que habían hecho durante su gobierno. Basta ver *Francotiradores del humor. Los que combatieron al marxismo con el arma más poderosa: la risa* (Millas, 1974) para dar cuenta del repliegue de este tipo de arte.

En 1975, el cardenal Raúl Silva Henríquez se vio obligado a clausurar el Comité Pro-Paz debido a las presiones del régimen militar. Promovidos por el vicario Cristián Precht, los ex empleados que habían quedado desempleados y estigmatizados como “extremistas” presentaron proyectos a las agencias internacionales que hasta entonces financiaban al Comité. Así, en 1976, surgió APSI, acrónimo de Agencia Publicitaria y de Servicios Informativos (Araya Jofré, 2007). También en 1976, después de años de represión y de políticas férreas de censura, la presión internacional generó una primera y muy tenue distensión en el régimen militar encabezado por Augusto Pinochet. La sanción del Acta Constitucional n° 3 significó una ampliación de los márgenes de la libertad de opinión y de información. Esta permitió la aparición de medios impresos contrarios a los lineamientos ideológicos de la dictadura que articulaban puntos de vista y discursos críticos y disidentes. Ese fue el

caso de *Hoy*³ (1977) y *Análisis* (1977), publicaciones periódicas informativas dedicadas a analizar la coyuntura política. Sin embargo, dicha distensión no se sostuvo en el tiempo ni se continuó con una mayor liberación de la prensa. Tampoco significó el fin de la censura. Esta fue una amenaza constante y una práctica concreta durante los años siguientes, así como también la prisión para los periodistas y editores.

En las revistas antes mencionadas, el humor gráfico y escrito político ganaron protagonismo paulatino. Además de ser una forma de expresar las disconformidades políticas, y deslegitimar a la dictadura militar y de cohesionar a los opositores, fueron un recurso de diseño para alivianar visualmente textos largos y un medio para sobrellevar una realidad que en lo inmediato se percibía como inmodificable. Las primeras representaciones cómicas de la dictadura militar se publicaron en *Análisis*⁴ a partir de junio de 1979. Se trata de la tira cómica “El Cuarto Reich... La reserva de Occidente”, hecha por el reconocido humorista José Palomo⁵, quien se había exiliado en México después del golpe

³ La revista *Hoy* no será parte de este análisis. La revista *Hoy* fue un desprendimiento de *Ercilla* y políticamente estuvo vinculada al Partido de la Democracia Cristiana. Su director fue Emilio Filippi y en ella colaboraron los humoristas gráficos Hervi (Hernán Vidal), Rufino (Alejandro Montenegro), Nakor (Mario Navarro) y Fernando Krahn. En humor gráfico, *Hoy* fue claramente de oposición, con dibujantes de izquierda: Rufino era socialista, Nakor, comunista y Fernando Krahn –desde el exilio– cercano a la Izquierda Cristiana.

⁴ *Análisis* surgió en diciembre de 1977 como un boletín informativo bajo la dirección de Juan Pablo Cárdenas. Bajo el patrocinio por la Academia de Humanismo Cristiano (AHC), estaba financiada por gobiernos europeos y la Fundación Ford. Fue una publicación mensual, de unas treinta páginas en las cuales primó el texto escrito: sus primeros siete números carecieron de imágenes y de publicidad. En octubre de 1978, *Análisis* incorporó fotografías, y en mayo de 1979, reemplazó el formato boletín por uno *magazine* y modernizó sus portadas con la inclusión de imágenes y un diseño más sofisticado.

⁵ Palomo nació en Santiago en 1943 y comenzó su carrera en los años sesenta. Junto con Hervi y los hermanos Alberto y Jorge Vivanco colaboró en *El Pingüino* y luego, en *La Chiva*, una experiencia editorial innovadora y colaborativa que cerró con la llegada al poder de la Unidad Popular para dar lugar a *La Firme*, “Revista de información popular”, de la cual Palomo no participó.

de Estado de 1973. La distancia que implicaba su condición de exiliado no impidió que colaborase regularmente con un medio chileno como *Análisis*.

“El Cuarto Reich” expuso lo absurdo del militarismo y de la imposición autoritaria y violenta del modelo liberal en la sociedad. Si bien no tenía coordenadas espaciales explícitas ni recurría a la caricatura personal, el título ubicaba los hechos que narraba y volvía cómicos en la historia reciente de Occidente: si el Tercer Reich remitía al período nazi en Alemania y fue el nombre que los nazis adoptaron en su propaganda, el Cuarto Reich era la redición contemporánea del totalitarismo. Y eran los personajes y los escenarios los que filiaban a “El Cuarto Reich” con cualquier país del Cono Sur. Por un lado, el dictador militar y su subordinado, un hombre fornido que lo triplicaba en tamaño, que llevaba anteojos oscuros y sombrero para ocultar su identidad, y vestía un sobretodo con las solapas levantadas, bajo el cual llevaba una remera con la leyenda “Fort Gulick Canal Zone”⁶. Era la figura estereotipada del agente de las fuerzas de seguridad o defensa que actuaba por fuera de la legalidad, una síntesis visual que exponía las prácticas ilegales que se cometieron bajo las dictaduras institucionales de las fuerzas armadas, que contaron con la participación activa de los Estados Unidos. En efecto, esta figura fue recurrente no sólo en el humor político chileno sino también en el humor gráfico producido bajos las dictaduras militares de Brasil y Argentina (Burkart, 2017). Por otro lado, en la tira estaban los presos políticos y los habitantes de las poblaciones o villas miserias. La propuesta reidera de “El Cuarto Reich...” se movía en el límite borroso entre la risa satírica

A comienzos de los años setenta, Palomo colaboró con la revista brasileña *O Pasquim* y amplió sus proyectos gráficos más allá del humor. En 1973, tras el golpe de Estado y escapar a una trampa para detenerlo, se exilió en México. En ese país, fue parte de la fundación del diario *Unomásuno* en 1977, donde primero apareció publicado “El Cuarto Reich”.

⁶ Fort Gulick Canal Zone era la base militar estadounidense en Panamá, donde funcionó la Escuela de las Américas.

y la humorística, si entendemos a la primera como aquella donde prima la posibilidad de reírnos de un tercero y a la segunda como de reírnos de nosotros mismos (Burucúa, 2007). La presencia de estos dos tipos de risa se asociaba a la combinación de dos registros en la tira: por un lado, los detentadores de poder político, económico y represivo, y por otro, los sectores populares, los prisioneros políticos, los perdedores del nuevo modelo económico-social y los excluidos de la toma de decisiones.

El grado de autocensura se advierte en el hecho de que en *Análisis* las tiras protagonizadas por el dictador militar son apenas dos (julio 1979 y marzo 1980. Imagen 1) en contraste con las apariciones que tuvo este personaje en las entregas de la tira publicadas en *Unomásuno*, que fueron recompiladas en varios tomos por la Editorial Nueva Imagen de México en 1981. Dicho de otro modo, no todas las tiras que Palomo publicó en México fueron publicadas por *Análisis* en Chile, y las que faltan son en su gran mayoría las protagonizadas por el dictador; se infiere que hubo autocensura por parte del autor y/o de los responsables de la revista, y que muy probablemente sus dos únicas apariciones hayan sido un modo de testear los límites de lo permitido por el régimen o, incluso, desafiarlo.



Imagen 1. Palomo, “El cuarto Reich”, *Análisis*, 15, 1979, julio, p. 76.

Contemporánea a *Análisis*, *APSI* había surgido para “Paliar de algún modo la distorsión que imperaba en la

información sobre política mundial” (Azócar & Mouat, 1989, p. 32). Sin autorización oficial para circular, *APSI* pasaba de mano en mano⁷. En 1979, la Dirección Nacional de Comunicación Social (DINACOS) la autorizó a tratar temas de actualidad nacional y *APSI* adoptó como lema “La nueva alternativa periodística”. Ese mismo año, incorporó a Tex⁸ quien desde su exilio en Barcelona fue el responsable de las caricaturas de políticos del mundo como Anastasio Somoza, Jorge R. Videla o Jimmy Carter que acompañaban las notas sobre actualidad internacional. Si bien la revista se había vuelto más audaz, no hubo ninguna caricatura de Augusto Pinochet hecha por Tex. Con irregularidad, Hervi⁹ y Rufino¹⁰ también colaboraron con *APSI* haciendo humor político pero sin incluir caricaturas del dictador chileno ni de ninguna autoridad del gobierno. Entre 1979 y 1980, ambos ilustraron varias tapas de *APSI* abordando temas como las huelgas, el exilio chileno, la búsqueda de

7 *APSI* se editó entre 1976 y 1995, su primer director (hasta 1982) fue Arturo Navarro Ceardi, periodista y sociólogo de la Universidad Católica de Chile. Sus primeros números también eran informes que carecían de imágenes y publicidad. El financiamiento provino de la Vicaría de la Solidaridad y hasta fines de 1978 se publicó con el apoyo del MAPU-OC (Movimiento de Acción Popular Unitaria- Obrero campesina), escisión del MAPU que, a su vez, se desprendió de la Democracia Cristiana antes del 11 de septiembre de 1973. Sobre los inicios de *APSI*, véase Araya Jofré, 2007 y Muñoz Sánchez, 2015.

8 Guillermo Tejeda nació en Santiago en 1947. Es un dibujante, diseñador, escritor y artista multifacético. En los años sesenta fue diseñador de las revistas *Paula* y *Ramona*, esta última era una publicación de las juventudes comunistas chilenas. A principios de los años setenta diseñó e ilustró la obra *Artefactos*, de Nicanor Parra. En 1974, se exilió en Italia y luego se radicó en Barcelona. Volvió a Chile en 1988.

9 Hervi era por ese entonces el más experimentado y reconocido en el medio. Nacido en Santiago en 1943, es ilustrador, dibujante y arquitecto. Fue fundador de las reconocidas revistas chilenas *La Chiva* y *La Firme*. El golpe de Estado lo encontró como director de Arte de la Editora Nacional Quimantú. En 1977 se sumó a la revista *Hoy*.

10 Rufino es Alejandro Montenegro. Nació en Santiago en 1949, es ilustrador y dibujante. Empezó su carrera en la revista *Hoy*, en la que publicó desde 1979 “Cosas de Rufino” y creó los CNI (Civiles No Identificados): hombreritos con traje y lentes oscuros, cuyo nombre parodiaba el de la Central Nacional de Informaciones.

una salida política alternativa a la dictadura y la Constitución de 1980.

El régimen controlaba a *APSI* permitiéndole o quitándole el tratamiento de temas nacionales, como sucedió en 1981 después de que la revista publicara denuncias contra la CNI (Central Nacional de Informaciones¹¹), y notas en las cuales se recordaba al gobierno de la Unidad Popular.¹² La censura implicó también el cierre temporal por nueve meses y un cambio de dirección debido a las amenazas de expulsión del país que recibió Arturo Navarro Ceardi. *APSI* volvió a editarse en mayo de 1982, bajo la dirección de Marcelo Contreras¹³ pero, al principio, sin imágenes. Al poco tiempo comenzó a publicar humor político extranjero, principalmente de la revista argentina *HUM*[®] y de la brasileña *Pasquim*. Sin embargo, en septiembre de 1982 fue nuevamente prohibida por medio del decreto n° 574 del Ministerio del Interior. Un fallo de la Corte Suprema le permitió volver a salir. Lo hizo reclamando el “derecho a no estar de acuerdo”, que se convirtió en su nuevo lema. Pero, en un hecho sin precedentes, la Corte modificó su fallo y *APSI* dejó de salir nuevamente. La revista reapareció en mayo de 1983 sin poder tratar noticias chilenas. Ante dicho condicionamiento, *APSI* intentó burlar la censura abordando temas nacionales de manera indirecta. Ejemplo de ello fueron los números que trataron los asesinatos de Orlando Letelier en los Estados Unidos en 1976 y del general Carlos Prats en la Argentina en 1974, las dictaduras militares latinoamericanas y las transiciones a la democracia de los países vecinos. *APSI* siguió recurriendo al humor extranjero

¹¹ La CNI fue creada en 1977 para reemplazar a la DINA.

¹² “La CNI bajo sospecha” (Gil & Contreras, 1981, pp. 2-4) y “Nacionalización del cobre: A diez años de la dignidad nacional”, que en tapa reproducía el icónico poster sobre el cobre chileno realizado por Luis Albornoz para la campaña de la UP (*APSI*, 103, 1981, julio). Según Araya Jofré (2007, p. 22), estos números duplicaron las ventas de *APSI*.

¹³ Contreras estudió derecho en la Universidad Católica de Valparaíso, fue director de *APSI* hasta su cierre en 1995.

para burlar la censura: publicaba chistes donde los militares eran representados como dictadores o torturadores hechos por humoristas argentinos o brasileños.

Análisis también debió lidiar con la censura y con la prisión de su director. En 1983, la revista había perdido la inmunidad que le otorgaba el estrecho vínculo con la iglesia católica. La llegada al arzobispado de Santiago del cardenal Juan Francisco Fresno en reemplazo de cardenal Raúl Silva Henríquez y la posición de *Análisis* a favor de la movilización social por sobre la negociación con la dictadura alejó a la publicación de la nueva autoridad eclesiástica. El fin del patrocinio de la iglesia, el recordatorio a Salvador Allende a diez años de su muerte y la declaración de que el objetivo del “país” movilizado era “PONER FIN AL ACTUAL RÉGIMEN” (*Análisis*, 64, 1983 septiembre, p. 3. En mayúsculas en el original) desataron un proceso judicial por el cual Juan Pablo Cárdenas fue preso, aunque la revista siguió saliendo. Cárdenas fue liberado pero fue nuevamente arrestado en mayo de 1984 y la revista número 80 (abril-mayo 1984) fue prohibida. Los editores respondieron con una carta abierta a los lectores y con la publicación de una separata donde se transcribía la defensa de la revista ante las autoridades políticas y judiciales.

2. 1984: la irrupción de la caricatura política

La caricatura política apareció en Chile en 1984, cuando los medios de prensa opositores intensificaron sus denuncias y críticas hacia el gobierno y éste respondió con más censura y persecución. Apenas un año antes, el flamante ministro del Interior, Sergio Onofre Jarpa, había anunciado una nueva distensión del régimen. Producto de este relajamiento del control apareció la revista *Cauce* mientras que el viejo diario *Fortín Mapocho*,

surgido en 1947, cambió de dueños, por unos que asumían una línea editorial opositora¹⁴. El ministro también le otorgó a *APSI* una nueva autorización para tratar temas nacionales, como quedó plasmado en el número de septiembre de ese año.

Inmediatamente, *APSI* convocó a humoristas gráficos chilenos a acercarse a la redacción y en los números siguientes aparecieron las firmas de Coty Caco, Camote, Alborno y El Gato en la sección “La página alegre”; más tarde se sumó Guillo¹⁵. La represión a las protestas sociales fue el tema recurrente de estos humoristas y de Palomo en *Análisis*¹⁶. En esta última revista, se multiplicaron los chistes sobre militares, carabineros y la policía secreta de la CNI que los representaban como matones corpulentos, vestidos de traje o con sobretodo para ocultar sus armas y con anteojos negros. Otros chistes eran sobre las tácticas de los civiles para evitar a la policía, sobre las demandas que motivaban las protestas y sobre los sectores acomodados de la sociedad que se negaban a escuchar el clamor popular por el retorno a la democracia. En algunas de estas viñetas se publicaron caricaturas de dictadores, pero ninguna tomó el rostro de Pinochet.

APSI optó por otros recursos para denunciar a la dictadura y al dictador. Apeló a textos escritos con alta carga metafórica al publicar “Los dictados de la

¹⁴ El régimen lo clausuró alegando que era una nueva publicación que no había solicitado autorización. Desde el periódico respondieron que no habían infringido la ley: no se trataba de una nueva publicación, sino que tan solo habían cambiado sus dueños. En marzo de 1974, un miembro de su directorio sufrió un atentado que fue denunciado en *Cauce* (10, 1984, marzo 27, pp. 1-2).

¹⁵ Guillermo Bastías Moreno nació en 1950, estudió arquitectura y cine en la Universidad Católica de Chile y vivió los primeros años de la dictadura en Berlín. A su regreso, se incorporó como dibujante a *APSI*, donde publicó hasta su cierre.

¹⁶ Palomo dejó de publicar “El Cuarto Reich” pero tenía la sección “La copia feliz” que duró hasta 1987.

Reina,” que remitía al clásico de Lewis Carroll, *Alicia en el país de las maravillas*, y el “Discurso final”, de *El gran Dictador* de Charles Chaplin. También y de modo original, recurrió a la no-imagen: armó una galería de fotos de los dictadores del siglo XX que publicó a doble página. Las fotografías se sucedían según la fecha de acceso al poder: Stalin, Hitler, Somoza (padre e hijo), Franco, Reza Pahlevi, etc. Entre Jean-Claude Duvalier e Idi Amin, quedaba un recuadro en blanco, vacío, y todos los lectores sabían que allí faltaba la foto y el nombre de Augusto Pinochet Hiriart (*APSI*, 143, 1984, mayo 8). La potencia visual de este acto de no-mostrar y no-nombrar era superlativa y revelaba la creatividad y las ansias expresivas de estos periodistas. También revela que luchas simbólicas estaban atravesando un momento álgido.

No obstante, la mayor osadía fue la publicación de los primeros retratos satíricos de Pinochet que aparecieron en la revista *Cauce*. Homero Macho¹⁷ (en textos) y Eduardo de la Barra¹⁸ (con imágenes) construyeron la

¹⁷ “Homero Macho” era el seudónimo que utilizó Edwin Harrington, por entonces editor de *Cauce*. El nombre surgió del dicho mexicano “a lo macho” que significa valiente. Agradezco a Jorge Montealegre por estos datos.

¹⁸ Eduardo de la Barra von Bennewitz (1942-2013) comenzó de joven como ayudante de Pepo, el creador de Condorito. En los años sesenta, trabajó en *Punto Final* bajo el seudónimo de “Jecho” y fue colaborador de *La Chiva* y de otras publicaciones periódicas. Según Jorge Montealegre (2019), si bien De la Barra no militó para ningún partido político, era de izquierda. Durante el gobierno de la Unidad Popular tuvo a cargo la viñeta editorial del diario *La Nación* y colaboró con *La Firme*. Después del golpe de Estado, quedó cesante y al tiempo consiguió algunos trabajos como dibujante en el extranjero, pero no obtuvo una buena paga y terminó haciendo historietas infantiles para Mampato, aunque no las podía firmar con su nombre. En 1982 colaboró de forma *ad honorem* con *La Castaña*, una revista independiente que circuló sin autorización del gobierno y de forma irregular (Montealegre, 2019). En 1983, además de colaborar en *Cauce* también comenzó a publicar “Sentido del rumor” junto a Jorge Montealegre en *La Tercera*. Volvía así a firmar con su nombre en publicaciones comerciales y políticas.

representación satírica de Pinochet como un “soberano imbuido en las doctrinas clásicas de las monarquías de derecho divino” (*Cauce*, 3, 1983 diciembre, p. 8). Se trató de unos textos y unas imágenes cómicas que tenían como protagonista a Onofre Jarpa y al ministro secretario general del gobierno Alfonso Márquez de la Plata antes que a Pinochet: era menos arriesgado tomar como blanco a los funcionarios del régimen antes que a su máxima autoridad. La ilustración de De la Barra revelaba la prudencia que tenían para retratar a Pinochet: el ángulo elegido para su representación no mostraba a ese rey de frente ni de perfil sino de espaldas, se veía la parte de atrás de su trono del cual sobresalía una corona, y a un costado lo acompañaba un perro feroz (Imagen 2). En cambio, de frente estaban los cortesanos que lo festejaban y obedecían (*Cauce*, 3, 1983, diciembre, p. 9; *Cauce*, 7, 1984, febrero 14, p. 9).



Imagen 2. De la Barra, *Cauce*, 3, 1983, diciembre.

*Cauce*¹⁹ había surgido con el propósito de “servir de cauce abierto a la propagación de conocimientos, opiniones e interpretaciones de un acontecer que a todos interesa” y declaraba que “No somos neutros ni indiferentes. Proclamamos nuestra adhesión a los valores de la cultura originada en la democrática Atenas hace dos milenios y medio...” (*Cauce*, 1, 1983, noviembre 18, p. 4). Para posicionarse como la “nueva voz de oposición”, anunció que haría denuncias con “seriedad, fundamento y valor”. Con estos principios interpeló a los disconformes con el “gobierno autoritario” que sentían la necesidad de “hacer algo [...] para llegar a la Democracia por medio de la disidencia pacífica” (*Cauce*, 2, 1983, diciembre 3, p. 38). La revista definía abiertamente un *nosotros* enunciativo democrático y un *otro* autoritario al cual se oponía.

En el editorial del sexto número, *Cauce* habilitó implícitamente la sátira pictórica como recurso central para su propósito. En el número anterior la revista se había atrevido a denunciar a la familia Pinochet por corrupción. Se trató de una investigación de Mónica González sobre la mansión que Pinochet se construyó en Lo Curro que obligó al dictador a salir a dar explicaciones. Fue la primera de varias notas que revelaban operaciones inmobiliarias irregulares por parte de Pinochet y de su familia. En el editorial ya

¹⁹ *Cauce* irrumpió en noviembre de 1983 editada por La República Ltda. Tenía 36 páginas, formato magazine, textos ilustrados con fotografías y separados en secciones. Contaba con muy poca publicidad. El equipo de redacción estaba formado por Carlos Neely Ivanovic y un grupo de abogados formados en la Universidad de Chile que durante su juventud había militado en el Partido de Izquierda Radical do en el Partido Radical, después en el Partido de Izquierda Radical (PIR) y luego, en el Partido Social Democracia de Chile, sucesor del PIR. Estos eran: Luis Bossay, Gonzalo Figueroa, Juan Agustín Figueroa, Alejandro Jara, Alfredo Gutiérrez, Jorge Ovalle, Amador Navarro y René Abeliuk. La revista tuvo varios cambios de dirección: en febrero de 1984, Neely fue reemplazado por Edwin Harrington Taulis; al año siguiente, Gustavo Boye Soto asumió la dirección y en 1986 fue sustituido por Gonzalo Figueroa Yáñez, quien a su vez fue relevado por Francisco Javier Herreros Mardones en 1987. El último director de *Cauce* fue Álvaro Briones, que había sido director adjunto entre 1987 y 1988. La revista cerró en 1989.

mentado, *Cauce* denunciaba la vigencia de una norma no escrita que establecía un límite tácito en el periodismo chileno de ese entonces, por la cual ninguna acusación debía afectar a Pinochet y a su familia. Entendían que:

Esta suerte de sacralización de la autoridad terminó por convencer [a la familia Pinochet] de que nada le está impedido, al no contar con las fiscalizaciones connaturales a la democracia (Contraloría en plenitud de sus facultades, Parlamento, prensa), pueden hacer de los dineros, las empresas y las personas lo que les venga en gana. Incluso palabras como “dictadura” estaban proscritas del lenguaje público o hablado. (*Cauce*, 6, 1984, enero 31, p. 1)

Anunciando que ellos no iban a acatar esa regla, agregaban:

Si el gobernante pretende establecer a su rededor un cerco de intocabilidad bajo el solo imperio de su voluntad o su sentido autoritario, nada obliga al verdadero periodismo a observarlo. [...] Esta labor profiláctica y ciertamente peligrosa a la que nos abocamos, abre una ventana de oxigenación en el ambiente enrarecido y sofocante que ha sido Chile durante el tiempo de la dictadura, afectada a nuestro juicio por una *enfermedad del poder absoluto*. Desmontar este síndrome que de tantas maneras afecta a la totalidad de los chilenos es un propósito que constituye para nosotros una razón de ser. [...] El país debe estar informado de todo lo que ocurre y no sólo de lo que los gobernantes pretenden que se sepa.

Los recursos de la caricatura y el humor fueron en *Cauce* parte de esta tarea de “desmonte” y de desacralización de la autoridad de Pinochet.

En efecto, desde sus inicios, el humor gráfico tuvo un espacio destacado en la revista: a la sección “Historiogramas”, la doble página firmada por Homero Macho y De la Barra, se sumaba la página de humor exclusiva de De la Barra y el suplemento humorístico “La Cacerola” que se editó entre abril y agosto de 1984 (*Cauce*, 11 a 19). El

suplemento tuvo la misma periodicidad que la revista, se imprimió a dos tintas (rojo y negro) y reunió a un grupo de humoristas gráficos que firmaban colectivamente como “BRO-MU-RO” que, según explicaban, “es la combinación de bromo (masculino de broma) con otro elemento radical simple o compuesto” (“La Cacerola”, 2 en *Cauce*, 12, 1984, mayo 15). Detrás de esa sigla estuvieron De la Barra, Kalibán, El Gato²⁰, y posiblemente otros humoristas más. El nombre del suplemento era también provocativo: los humoristas se apropiaban y resignificaban el instrumento de protesta que usaron las clases altas, en especial las mujeres, contra Salvador Allende²¹. El cierre de “La Cacerola” se produjo cuando la revista pasó a tener frecuencia semanal y fue reemplazado por una página de humor a cargo de El Gato, que se sumaba a las que ya hacía De la Barra.

Fue en este suplemento donde la caricatura política y, en especial, los retratos satíricos de Pinochet florecieron. La posibilidad y la audacia de publicar caricaturas de Pinochet se dieron en una coyuntura marcada por las reiteradas jornadas de protestas y por una creciente tensión entre el gobierno y la prensa de oposición alternativa. En 1984, *Análisis*, *APSI* y *Cauce* publicaron fuertes críticas y denuncias contra la dictadura y contra Pinochet mismo; también comenzaron a militar el retorno a la democracia alentados por el triunfo de Ricardo Alfonsín en la vecina Argentina y por la transición iniciada en el Uruguay. Las tres publicaciones abordaron el tema de las violaciones a los derechos humanos desde la instauración de la dictadura, la violenta represión con la que el gobierno respondía a las protestas y recordaron a Salvador Allende a diez años de su derrocamiento. Pero lo que más irritó al gobierno fueron las denuncias de corrupción que involucraban a la

²⁰ El Gato es Juan Carter, en ese entonces un joven de veintitrés años, estudiante de Arquitectura que hacía sus primeros pasos en el humor gráfico y que publicaba simultáneamente en *Cauce* y en *APSI*.

²¹ El primer cacerolazo fue el 2 de diciembre de 1971 y se conoció como “Marcha de las Cacerolas Vacías”.

familia Pinochet. Éstas salieron a la luz al mismo tiempo que la oposición partidaria volvía a la escena política, la derecha demostraba que no era un bloque homogéneo, y se producían cortocircuitos entre la Corte Suprema de Justicia y el presidente.

La respuesta del gobierno fue inmediata. En marzo de 1984, el decreto exento n° 4559 prohibió informar sobre las jornadas de protestas que se vivían en el país y en mayo, la ley n° 18.313, reformó la Ley de Abusos de Publicidad y aumentó la penalidad de los delitos de injurias y calumnias. A su vez, se desplegó una estrategia particular contra cada publicación: a *APSI* se le impidió nuevamente tratar temas nacionales, se detuvo al director de *Análisis* y se prohibió la circulación del número 80 de la revista, y a *Cauce* le impusieron censura previa sobre sus números de abril. Las revistas censuradas usaron el camino judicial y la movilización social para revertir las medidas en su contra y liberar a Juan Pablo Cárdenas (*Cauce*, 12, 1984, mayo 15, pp. 10-11).

Fue después de este triunfo legal sobre la censura que “La Cacerola” comenzó a publicar regularmente caricaturas de Pinochet. En la portada o en el interior, estas imágenes dialogaban estrechamente con los sucesos políticos del momento, abordados en las notas y reportajes de la revista. La primera de estas imágenes mostró a Pinochet en el Titanic a punto de chocar un iceberg que tenía la forma de la mansión de Lo Curro (“La Cacerola”, 3 en *Cauce*, 13, 1984 mayo 29), sugiriendo que las causas de corrupción llevarían al hundimiento del presidente. La caída de Pinochet fue un anhelo y un tema recurrente: en una tira de El Gato, Pinochet caminaba por la playa vestido de militar y al llevarse una caracola al oído se sobresaltaba al escuchar: “¡Y va a caer!”, el mismo canto que sonaba en las calles durante las jornadas de protesta. Más potente fue la caricatura de tapa en la que Pinochet se desmoronaba por la pérdida de apoyo (popular), la propaganda oficial que exhortaba al chileno a apoyar a su presidente ya no tenía efecto sobre la ciudadanía (“La Cacerola”, 4 en *Cauce*, 14, 1984, junio 12) (Imagen 3).

Las denuncias de corrupción y las protestas sociales habían acelerado la pérdida de legitimidad del patriarca del régimen. Esta situación de debilidad era aprovechada por los periodistas y sus humoristas de *Cauce* que, además de recurrir a la caricatura, apelaban a las declaraciones del general Gustavo Leigh -el ex miembro de la Junta de Gobierno que estaba enemistado con Pinochet desde 1978-, quien decía públicamente que “Pinochet no llega a 1989”, que “Las FF.AA. pueden hacer otro 11/09 si se ven presionadas” y que “Pinochet es de una ambición ilimitada y sólo se mantiene por la fuerza” (*Cauce*, 14, 1984, junio 12).



Imagen 3. El Gato, “La Cacerola”, 4, en *Cauce*, 14, 1984, junio 12.

A su vez, se produjo un cortocircuito entre la Corte y Pinochet por el regreso al país de dos militantes comunistas que estaban exiliados. La primera los había autorizado a volver y, el segundo, ordenó su detención, que se produjo cuando llegaron a Chile. “La Cacerola”, que había adoptado como lema “Hacia la democracia con humor”, anunciaba que Pinochet “Mano de Piedra” estaba perdiendo el “gran match” frente a “Martín Retamales”, quien no era otro que el ministro de la Corte Suprema de Justicia Rafael Retamal López, él único de esa institución que había intentado mantener una postura independiente del Poder Ejecutivo. En el dibujo, Jarpa era el ayudante de Pinochet “Mano de Piedra”, y le proponía llenarse los guantes con fierros y con el artículo 24²² para ganar (“La Cacerola”, 6 en *Cauce*, 15, 1984, junio 26). Mostrar a Pinochet despatarrado y mareado en el rincón del cuadrilátero era un atrevimiento para la coyuntura, como también insistir en su creciente pérdida de poder, idea sobre la cual el humor gráfico volvió en numerosas ocasiones.

Es más, en otra portada, Pinochet aparecía animalizado como un burro que intentaba agarrar la zanahoria del “nacional populismo” que le ofrecía Pablo Rodríguez Grez, el referente del nacionalismo fascista chileno - contrario a los gremialistas y a los Chicago Boys-, al que Pinochet había consagrado como “eminencia gris” y sobre el cual *Cauce* había informado extensamente acerca de sus proyectos y postura ideológica (“La Cacerola”, 7 en *Cauce*, 17, 1984, julio 24). En este caso, el dictador quedaba expuesto como alguien susceptible de ser manipulado en situaciones de crisis. Sin

²² Se trataba del artículo 24 transitorio de la Constitución de 1980 que le concedía al presidente la posibilidad de declarar el estado de “peligro de perturbación de la paz interior” por seis meses renovables y le otorgaba las facultades de arrestar personas dentro del territorio nacional y de prohibir el ingreso o expulsar del territorio a los chilenos que el propio Poder Ejecutivo determine.

embargo, esta representación era contradicha en el mismo suplemento por un montaje satírico donde Pinochet aparecía como Vito Corleone (Marlon Brando) en el afiche que promocionaba la célebre película de Francis Ford Coppola, *El Padrino*, rebautizada por “La Cacerola” como “El Pairino”.

Las caricaturas de Pinochet se multiplicaron al interior del suplemento junto al humor político que aludía a la crisis económica y al carácter represivo del régimen a través de la figura de los paramilitares y matones en la línea inaugurada por Palomo en “El Cuarto Reich...”. Mientras las caricaturas exponían las intenciones de Pinochet de mantenerse en el poder después de 1989, desde las viñetas de humor gráfico se insistía en el orden social excluyente y violento que Pinochet defendía. En una de esas imágenes, aparecía dudando como Hamlet: “¿1989-1997? Esa es la cuestión”, mientras en las afueras del palacio se escuchaba a la gente gritar “Democracia ahora”. En otra, sus aliados más cercanos lo elegían como hacen los niños cuando quieren formar equipo: “Pin uno, pin dos... ¡PINOCHO!” (apodo que, con el tiempo, se hizo popular para denigrarlo). Por otra parte, el desmoronamiento del régimen se traducían en las goteras de la cesantía, del cobre, de la reactivación, del Fondo Monetario Internacional que Pinochet, sobre los hombros de Márquez de la Plata, intentaba taparlas infructuosamente.

Otros chistes y caricaturas aludían al ejercicio del poder y al carácter dictatorial del régimen. La división de poderes, propia del régimen republicano, estaba ausente como revelaba la viñeta en la que Pinochet le ordenaba a su edecán: “Lléveme este decreto a la pieza del lado... perdón! Al poder legislativo!!”. Las caricaturas de Pinochet como un emperador romano fueron una gran audacia ya que enfatizaban el carácter autócrata del ejercicio del poder: su carácter vitalicio y concentrado en una persona cuyas acciones y decisiones no

están sujetas a la ley ni a mecanismos de regulación popular. En una viñeta de El Gato, Pinochet era una estatua y estaba rebautizado como Augusto José Ramón, “Imperatoris urbis et orbi” (SIC), tenía un arpa en una mano, con la otra hacía el saludo nazi y, a sus pies, una calavera (*Cauce* 20, 1984, agosto 28). Augusto Pinochet era la caricatura de sí mismo y de esos emperadores romanos, incluso, de Augusto (63 A.C a 14 D.C.), quien tuvo el reinado más prolongado de la historia del Imperio Romano.

La última portada de “La Cacerola”, realizada por De la Barra, retomaba y potenciaba lo sugerido por El Gato. Desde el cementerio donde descansaban los N.N. asesinados durante el golpe de Estado, Pinochet-emperador advertía: “Tengo el incondicional apoyo de una inmensa mayoría silenciosa” (Imagen 4). Pinochet estaba vinculado a regímenes políticos vitalicios y a la muerte causada por motivos políticos y aun así contaba con el apoyo de una parte de la sociedad. A esta imagen poderosa se contrapuso otra, publicada en el mismo número de “La Cacerola”, en la cual se exhibía a Pinochet de modo ridículo: sentado en un gran sillón vestido como Napoléon, con un sombrero bicornio en la cabeza y con la mano guardada en la solapa de su traje (pose que se hizo célebre en el “Retrato de Napoleón en su gabinete de trabajo” del pintor Jacques-Louis David en 1812), con la mirada ida, un termómetro en la boca, los pies en una palangana llena de agua y con un barquito de juguete; a un costado, un colaborador recibía al médico: “Adelante, doctor... empezó hablando del país real... ahora está hablando del país imperial... imagínese, nos tiene a todos preocupados” (“La Cacerola”, 9 en *Cauce*, 19, 1984, agosto 21, p. 2). Más que una contradicción, estas imágenes aludían a una coyuntura de incertidumbre y de gran expectativa para quienes no sentían simpatía por el régimen, por primera vez Pinochet tenía varios frentes de conflicto públicamente

abiertos y había una movilización social que, pese a la represión, seguía en aumento.



Imagen 4. De la Barra, "La Cacerola", 9, en *Cauce*, 19, 1984, agosto.

"Sin protesta no hay cambio" fue el lema que acompañó a las jornadas de protestas. Las revistas de oposición se sumaron al reclamo por el cambio y contribuyeron con textos e imágenes a informar todo aquello que el régimen y la prensa oficialista querían acallar u ocultar. Hacia fines de agosto se habían efectuado ocho jornadas de protesta con unos setenta muertos y centenares de heridos (*El País*, 1984, septiembre 3). Una novena jornada de dos días de protestas se había organizado para comienzos de septiembre, la

cual estuvo precedida de incesantes amenazas de represión por parte del gobierno militar para impedirla, al punto que Pinochet advirtió que “estamos preparados para repetir el 11 de septiembre, si fuera necesario”. El 23 de agosto de 1984, miembros del servicio de seguridad asesinaron a nueve hombres, acusándolos de “extremistas” y de enfrentarse con armas a la policía. Fue en esta coyuntura que se publicaron las caricaturas de Pinochet como emperador romano junto a calaveras y tumbas de N.N. que mencionamos con anterioridad. La potencia de estas imágenes aumentaba junto a las amenazas proferidas por Pinochet y a la tensión entre éste y los sectores opositores, a los cuales se había sumado el arzobispo de Concepción, José Manuel Santos, quien, en referencia a tres de los muertos, había declarado que “aquí no hubo enfrentamientos armados. Lo que hubo fue un asesinato” (*Cauce*, 21, 1984, septiembre 3, pp. 10-12).

Ante esta nueva escalada de la conflictividad política, el gobierno de Pinochet recurrió a más represión y más censura. Esta última se impuso con el Bando n° 19²³ por el cual la dictadura militar determinó que *Análisis*, *APSI*, *Cauce* y *Fortín Mapocho* debían restringir “su contenido a textos exclusivamente escritos, no pudiendo publicar imágenes de cualquier naturaleza” y que “sólo podrán informar acerca de las denominadas ‘protestas’ en páginas interiores”. La medida reconocía el poder de las imágenes. Se quiso impedir la publicación de fotografías que mostrasen las grandes movilizaciones y la violencia de la represión militar y policial²⁴ así como también se buscó suprimir las caricaturas y al humor gráfico que con la risa habían contribuido a erosionar el miedo que el régimen y Pinochet infundían.

²³ Bando n° 19, Jefatura de Zona en Estado de Emergencia de la Región Metropolitana y Provincia de San Antonio, Ministerio de Defensa Nacional, 8 de septiembre de 1984; reproducido por *Análisis*, 90, 1984 septiembre, p. 2 y por Millas (1985, p. 26).

²⁴ Todas estas revistas venían publicando fotografías que documentaban la represión en las manifestaciones contra el régimen, incluso en sus portadas. Escapa a los límites de este trabajo incluir un análisis sobre las mismas.

Lidia Baltra, miembro del Colegio de Periodistas, había identificado claramente que el propósito de la censura era “anular el poder la de la imagen”: el gobierno no podía aceptar la difusión en imágenes de la actuación policial durante las jornadas de protesta, en las que había habido víctimas fatales. A la fotografía se le reconocía el poder de “hablar por su cuenta”, de complementar y reforzar la información escrita. “Distinta pero igual fuerza tiene la caricatura, que por sí sola es capaz de hacer la más aguda sátira política, clamando más hondo que un docto análisis escrito” (*APSI*, 152, 1984, septiembre 10). A su vez, Baltra señalaba que ambos tipos de imágenes cumplían también una función estética dentro de la página y alivianaban la lectura, por eso entendía que la estrategia del gobierno apuntaba no sólo a eliminar los elementos que reforzaban la verdad de los mensajes de estas revistas sino también a dificultar su lectura.

La respuesta inmediata y coordinada de las revistas fue dejar vacíos los espacios donde deberían ir las distintas imágenes ya fuera en las portadas o en el interior, y evidenciar el hecho de que estaban siendo censurados.²⁵ Los periodistas, por su parte, protestaron con una vigilia de 24 horas. Dos meses después, el gobierno declaró el estado de sitio y siete medios de comunicación fueron clausurados, entre ellos *Cauce*, *APSI* y *Análisis*, que estuvieron siete meses sin poder editarse. En los dos meses que fueron entre la sanción del Bando y esta clausura, las denuncias sobre la censura se multiplicaron y *APSI* sumó aliados a lo que había bautizado como la “batalla por el derecho a no estar de acuerdo”. En lo inmediato, la censura había triunfado.

²⁵ Esta estrategia ya había sido utilizada en 1973, inmediatamente después del golpe de Estado: en la prensa autorizada aparecían páginas con huecos en blanco debido a los censores que actuaban dentro de las redacciones sacando la información considerada peligrosa. Como esto era una censura muy burda, en ese entonces se prohibieron esos “blancos” y los diarios y revistas debieron tener material ya preparado para publicar en ellos.

Reflexiones finales

Iniciamos este trabajo preguntándonos qué derrotero había tenido la caricatura política bajo la dictadura militar, habida cuenta de la rica tradición de humor gráfico y sátira que tenía Chile y que el golpe de Estado interrumpió en septiembre de 1973, y del tardío retorno de este tipo de arte a la prensa autorizada. En nuestro recorrido advertimos que el resurgimiento del arte de la caricatura política estuvo íntimamente asociado con las olas de protesta que irrumpieron con fuerza en 1984 en el Chile dictatorial. Si estas manifestaciones revelaban la pérdida del miedo que el régimen había desplegado como mecanismo de control social, también daban cuenta de esa erosión la publicación de los primeros retratos de Pinochet y de las denuncias sobre corrupción que apuntaban al dictador y a su familia, ambos en la flamante y audaz revista *Cauce*. En ella, colaboró un ya experimentado Eduardo de la Barra e irrumpió con un trazo poderoso -en cuanto grotesco- un joven Juan Carter, El Gato. Ambos se destacaron y se potenciaron en “La Cacerola”. Si bien este suplemento tuvo una existencia corta, sus páginas revelan la intensidad de aquella coyuntura. En él se publicaron imágenes potentes y efectivas en cuanto a exponer el costado más oscuro de Pinochet y de su régimen: por un lado, su voluntad de mantenerse en el ejercicio del poder por tiempo indefinido y por otro, la violencia que lo sostenía.

Las caricaturas fueron una forma distinta de informar, al ofrecer un modo de ver y entender la realidad no sólo diferente, sino también absurdo. Si para muchos lectores de la revista, la risa que estas imágenes generaban reforzaba sus convicciones y contribuía a la cohesión y ampliación de esta incipiente oposición, para Augusto Pinochet y quienes lo acompañaban en la función pública se constituyeron en una amenaza que había que acallar como permite observar el Bando n° 19 ya citado, tanto como las protestas en las calles. La censura se hizo cargo de desactivar el poder de

estas imágenes, sin embargo, su éxito fue temporario: en 1985 las revistas clausuradas volvieron a editarse y junto a ellas reapareció la sátira y la caricatura dispuestas a seguir molestando y desnudando a los poderosos. Tres años después, en 1988, y contra todos los pronósticos, Pinochet perdió el plebiscito y debió acceder a iniciar la transición a la democracia que se concretó en 1990.

Bibliografía

- Araya Jofré, F. (2007). *Historia de la revista APSI. El que se ríe se va al cuartel (pico para Pinochet)*. Santiago: Lom.
- Antezana, L. (2014). Al filo de la pluma: Caricatura chilena en tiempos de dictadura. *Contemporánea*, 4, pp. 1-28.
- Antezana, L. (2015). La función social de caricaturas y fotomontajes en Chile. *De Signis*, 23, enero- junio, pp. 95-104.
- Ayress Moreno, C. (2008). *Sobrevivientes. Un suceso posterior al golpe pinochetista*. La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.
- Azócar, P. & Mouat, F. (1989, diciembre 19 a 24). De chaco-teos, reyertas y sobresaltos. *APSI*, 335, p. 32-45.
- Burkart, M. (2017). De verdugos a matones y patotas. Representaciones de la represión ilegal en *HUM®* y *Pasquim* durante la distensión de las dictaduras militares de Argentina y Brasil. *Topoi*, (18), 34, janeiro-abril, 137-165.
- Burucúa, J. E. (2007). *La imagen y la risa. Las Pathosformeln de lo cómico en el grabado europeo de la Modernidad temprana*. Mérida: Periférica.
- Díaz, C. (1987, febrero 10). El humor de portada. *Análisis*, 161, pp. 37-38.
- Errázuriz, L. H. (2009). Dictadura militar en Chile: Antecedentes del golpe estético-cultural. *Latin American Research Review*, 44(2), 136-157.

- Errázuriz, L. H. y Leiva, G. (2012). *El Golpe Estético: Dictadura militar en Chile 1973-1989*. Santiago: Ocho Libros.
- Freedberg, D. (1989). *El poder de las imágenes. Estudios sobre la historia y la teoría de la respuesta*. Madrid: Cátedra.
- Gárate Chateau, M. (2015). El nacimiento de un monstruo. *Caravelle. Cahiers du monde hispanique et luso-brésilien*, 104, octubre, 87-114.
- Gazmuri, C. (1996). Una interpretación política de la experiencia autoritaria. En A. Riquelme (ed.), *Chile: historia y presente, una visión interdisciplinaria* (pp. 49-66). Santiago: Editorial del Instituto de Historia, Universidad Católica de Chile.
- Gil, M. I. & Contreras, M. (1981, junio, 30 a julio, 13). CNI: Seguridad bajo sospecha. *APSI*, 102, pp. 2-4.
- Gombrich, E. H. (2002). El experimento de la caricatura. En *Arte e ilusión. Estudio sobre la psicología de la representación pictórica* (pp. 279-303). Londres/Nueva York, NY: Phaidon.
- Gombrich, E. H. (1997). Magia, mito y metáfora: reflexiones sobre la sátira pictórica. En *Gombrich Esencial* (pp. 331-353). Madrid: Debate.
- Marras, S. (2013). *Memorias de un testigo involuntario (1973-1990)*. Santiago: Catalonia.
- Millas, H. (1985). *Los señores censores*. Santiago: Antártica.
- Millas, H. (1974). *Francotiradores del humor. Combatieron el marxismo con el arma más peligrosa: la risa*. Santiago: Gabriela Mistral editora.
- Montealegre Iturra, J. (2019). *El sentido del rumor. Monitos y monadas bajo la dictadura*. Santiago: Editorial Asterion.
- Montealegre Iturra, J. (2017). *Derecho a fuga. Una extraña felicidad compartida*. Santiago: Asterión.
- Montealegre Iturra, J. (2014). *Carne de estatua. Allende, caricatura y monumento*. Santiago: Mandrágora.
- Muñoz Sánchez, C. (2015). *Prensa de oposición en dictadura. La revista APSI como plataforma discursiva de la Renovación Socialista. 1980-1988*. Tesina para optar al grado de Licenciado en Historia, Universidad Academia de Humanismo Cristiano, Santiago, Chile.

Dictadura, disidencia y humor: el suplemento “Humor” de Hoy (Chile, 1987-1988)

DIANA GÓMEZ

En agosto de 1987, la revista *HOY* publicó un suplemento de humor gráfico que se llamó “HUMOR” y que reunió a los principales humoristas gráficos del país. La idea del suplemento surgió con motivo de la celebración de los diez años de la revista, pero también como una estrategia diseñada para retener a los lectores (entrevista personal a Francisco Larenas, 22 de junio de 2020). Emilio Filippi, el fundador y director histórico de *HOY*, había dejado el cargo para iniciar un nuevo proyecto editorial, el diario *La Época*, y se había llevado consigo algunos periodistas y una porción importante de lectores. Al mismo tiempo, para varios de los humoristas convocados, colaborar con el suplemento significaba sumarse a una causa: “hacer algo contra la dictadura” (entrevista personal a Jorge Montealegre, abril 2018). La buena recepción que tuvo “HUMOR” animó a sus editores a convertir el suplemento en una revista de humor gráfico. Sin embargo, ésta no vendió lo esperado y después del primer número, toda la experiencia editorial se terminó abruptamente.

En Chile, durante los años de plomo, no hubo una publicación de humor gráfico insignia como había sido en el pasado *Topaze* (1931-1970), pero existió una vasta producción de humor gráfico que circuló por diarios y por revistas políticas o de interés general. Pese a los altos costos y al control estatal de la circulación de publicaciones -garantizado por la obligatoriedad de contar con un permiso otorgado por la Dirección Nacional de Comunica-

ción Social (DINACOS)- hubo diversos esfuerzos de editar suplementos humorísticos o publicaciones exclusivamente de humor gráfico. El caso del suplemento de *HOY* fue uno de ellos. El objetivo de este capítulo es analizar esta experiencia editorial breve porque, si bien, frustrada en sus objetivos de largo alcance, permite explorar el lugar y las características del humor en las estrategias de disidencia, así como también los obstáculos que hicieron imposible la emergencia de la prensa humorística independiente bajo la dictadura militar en Chile.

Para Noemí Girbal Blacha (1999), las revistas son espacios de reencuentro donde se cruzan trayectorias sociales e intelectuales y, más aún, son ambiciosos emprendimientos resultado de un “complot” por parte de un grupo o movimiento de ideas que antes que informar (función propia de la prensa diaria) busca debatir y reflexionar. Por eso, en ellas encontramos muchas voces (con más o menos matices o uniformidad) que a veces son una: la de la revista. Es más, siguiendo a Beatriz Sarlo (1992), podemos agregar que las publicaciones periódicas ponen el acento sobre lo público, imaginado como espacio de alimentación y de conflicto. Las revistas llevan las marcas de la coyuntura, le rinden tributo al presente porque su voluntad es intervenir para modificarlo. El tejido discursivo de este tipo de publicaciones puede ser visto como un laboratorio donde se experimentan propuestas estéticas y posiciones ideológicas. Entendidas como instrumentos de la batalla cultural, las revistas se definen también por el haz de problemas que eligen colocar en su centro o, a la inversa, según los temas que pasan en silencio.

Estas definiciones pueden ser extensivas a las revistas de humor gráfico e incluso, a un suplemento como el que analizamos en esta oportunidad, pero es necesario detenerse en el carácter distintivo del humor político. Como advierten estudiosos como Gombrich (1982) y Romano (1990), la caricatura y el humor políticos están ligados al tiempo y al lugar de su producción. Por ello, convierte al

humorista en un cronista voluntario o involuntario de la época y a su elaboración en algo que a posteriori o en otras coordenadas geográficas o sociopolíticas, es necesario explicar, describir y contextualizar para que adquiriera sentido y resalte lo que no surge a simple vista.

Asimismo, como señala Cristian Palacios (2010) el humor político media entre varios extremos: los de la risa y el llanto, la indignación o el sosiego. En esta medida, señala contradicciones – nace en el seno de la contradicción misma – pero atenúa sus efectos. De allí que, en el humor político, el enunciador, tienda a ser neutral, no busca culpables, ni acusa de manera directa. Su más radical y profunda virtualidad humorística consiste en volver risible al humor mismo por su impotencia ante el sufrimiento humano. El humorista trabaja sobre aquello que el público reconoce, es decir, no busca nada nuevo, sino que inscribe sus enunciados en una memoria que comparte con su público, un terreno ideológico común. En este sentido, el humor, a diferencia de lo cómico, establece con ese terreno ideológico común una relación de crítica consciente y explícita (Palacios, 2010).

De igual manera, comprendemos el humor como un dispositivo que participa en la construcción social del imaginario de una época (Montealegre, 2014) y, por tanto, se hacen presentes en él las percepciones, creencias e ideas con las que se forja la identidad de un grupo social y la imagen del adversario. La tarea que tenemos por delante es reponer no sólo el contexto y los códigos sino también los sentidos posibles que las producciones humorísticas generaron más allá de las intenciones originales de los autores. Tal labor nos permite identificar si hubo o no riesgos, audacias y actos de autocensura por parte de los autores de las humoradas y sus editores.

El capítulo se divide en tres apartados. En el primero, analizaremos el lugar que el humor gráfico tuvo en la prensa periódica durante el régimen cívico militar. En el segundo apartado, el análisis se centrará en las condiciones sociales de producción del suplemento “HUMOR” de *HOY* en

la coyuntura de su aparición y en la de su cierre, al igual que quienes formaron parte de la iniciativa. En la última sección se analizarán los contenidos, la propuesta editorial del suplemento y las representaciones sociales que en él quedaron plasmadas y a través de las cuales se intervino en las luchas simbólicas del momento. Por último, a modo de conclusión se presentarán unas reflexiones finales.

1. El humor gráfico en la prensa periódica bajo la dictadura cívico-militar

Lorena Antezana (2014) sostiene que el lugar y el rol del humor gráfico en la prensa chilena durante la dictadura cívico militar puede dividirse en tres períodos. El primero se extiende entre 1973 y 1976, y fue el más represivo y de mayor censura; en él, los militares intervinieron los medios masivos de comunicación y los periodistas y dibujantes fueron detenidos, llevados a prisión u obligados a exiliarse. Este éxodo de dibujantes y las restricciones impuestas por la junta militar a la prensa periódica generaron la reducción del humor gráfico y la ausencia de sátira política en las publicaciones autorizadas a circular. *Ercilla*, *Qué Pasa* y el diario *El Mercurio* continuaron publicando humor gráfico, pero sin sátira política.

El segundo período va de 1977 a 1984; en él predominó un humor político elíptico, pero sus márgenes empezaron a correrse y reapareció la sátira política a finales de 1983 (Montealegre, 2008). El humor político elíptico circuló en la prensa periódica disidente, en revistas como *APSI* (1976), *Análisis* (1977), *HOY* (1977) y *Cauce* (1983) y en el diario *Fortín Mapocho* (1984) (Rivera, 2017). Así mismo, se destacó en la revista cultural *La Bicicleta* (1978) y en algunas publicaciones subterráneas como *La Castaña* (1982) y *Tiro y Retiro* (1983) (Montealegre, 2008; González Valenzuela, 2017). El humor gráfico con sátira política, por su parte,

tuvo un lugar central en el suplemento “La Cacerola”, que la revista *Cauce* editó en 1984¹.

Sin embargo, el humor gráfico con sátira política fue escaso en la prensa oficialista. Encontramos algunos vestigios en los diarios *La Segunda* y *La Tercera*, donde la caricatura editorial estuvo a cargo de Maní (Germán Infante) y de Percy (Percy Eaglehurst), respectivamente. También hay huellas de humor gráfico crítico en la tira “El sentido del rumor” de Eduardo de la Barra y Jorge Montealegre, publicada a partir de 1983 (Montealegre, 2008, 2019). De igual modo, en 1984 surgió desde “el sector más oficial y partidario de la dictadura” *La Chuchoca*, una revista de sátira política que realizaba ataques a la oposición civil que en ese entonces había vuelto a la escena política y a figuras de la televisión chilena (Montealegre, 2008, p. 270). *La Chuchoca* no pudo sostenerse por mucho tiempo, con lo cual sólo se editaron treinta y seis ejemplares. Durante este período, se impuso la censura previa de modo intermitente sobre las revistas y diarios disidentes, así como también la detención y el inicio de causas penales a editores y periodistas. En septiembre de 1984 se sancionó el Bando n° 19 que prohibió a *APSI*, *Análisis*, *Fortín Mapocho* y *Cauce* publicar cualquier tipo de imágenes, incluidas las humorísticas.

El tercer y último período se inició en 1985 y se extendió hasta finalizar el régimen militar en 1990. Esta fue una etapa de confrontación abierta y directa entre las publicaciones disidentes y la dictadura cívico-militar. Tal período acompañó la creciente oposición civil y política al régimen que había irrumpido junto a las Jornadas Nacionales de Protesta llevadas a cabo entre 1983 y 1986. Dos hechos marcaron este período: el atentado fallido a Pinochet en septiembre de 1986 que provocó la clausura de la prensa disidente por cuatro meses y el plebiscito realizado en

¹ Sobre este suplemento véase “Chile: la caricatura (im) posible. La construcción cómica de Augusto Pinochet por los humoristas chilenos (1979-1984)” de Mara Burkart en esta misma publicación.

octubre de 1988 en el cual Pinochet salió derrotado. Esta derrota abrió el camino de la transición hacia la democracia, momento en el cual aparecieron nuevas propuestas de prensa gráfica humorística tales como *Humanoide* (1989)², *Topaze* (1989) y *El Loro* (1989). Además, la revista *HOY* volvió a probar con “¡Ay!” un nuevo suplemento de humor gráfico y *Trauko* hizo su aparición como revista contracultural (1988). Si bien el gobierno se mostró más permisivo, continuó la censura arbitraria, la requisa de ediciones y la detención de editores y amenazas a editores y periodistas.

En la prensa disidente, el humor gráfico satírico tuvo aún más espacio, con lo cual aparecieron nuevas firmas. Desde la prensa oficialista y partidaria de la dictadura se generaron dos suplementos dedicados al humor gráfico con sátira política. Se reeditó la revista *SEPA* -Servicios Especializados Periodísticos Asociados- y su suplemento de humor gráfico *Cambalache*, que duró hasta septiembre de 1989. A su vez, surgió el suplemento de sátira política *El Aguijón* en 1987 con una clara filiación al régimen cívico militar e hizo eco propagandístico de la opción entre “el caos o la democracia”. En esta última etapa, en la cual el humor gráfico y la sátira tuvieron gran protagonismo, apareció el suplemento “HUMOR” de la revista *HOY*.

2. La revista *Hoy* y su suplemento “Humor”

El suplemento “HUMOR” apareció para celebrar los diez años de *HOY* e inaugurar una nueva etapa de la revista bajo la dirección de Abraham Santibáñez y la subdirección de Hernán Millas. El cambio de dirección no implicó una modificación en la línea editorial de la revista, la cual estuvo marcada por las críticas moderadas a la dictadura cívico

² Sobre *Humanoide* véase Burkart (2019).

militar y por no atacar a Pinochet (Mobarec Hasbún & Spiniak Bercovich, 2000).

HOY surgió en 1977 como resultado del conflicto entre los periodistas y redactores de *Ercilla*, encabezados por su director Emilio Filippi, y el grupo económico Cruzat-Larraín, los nuevos dueños de la empresa editorial. Estos últimos querían restringir la independencia política de la revista ya que advertían una línea proclive a la disidencia con la dictadura (Navarro, 1985; Mobarec & Spiniak, 2000). Casi todo el personal de *Ercilla* se fue con Filippi a la nueva revista³ y como Fernando Kranh se quedó en *Ercilla*, llamaron a Hervi para que fuera el dibujante principal. Así fue que Hervi volvió a publicar después de cuatro años de no hacerlo. El golpe de Estado lo había encontrado como director de arte de la Editora Nacional Quimantú y como colaborador de *La Firme*, todos proyectos culturales del gobierno de Allende que se vieron violentamente clausurados.

En cambio, buena parte de la redacción de *Ercilla* devenida en los fundadores de *HOY* habían sido fuertes opositores del gobierno de la Unidad Popular y habían apoyado al golpe de Estado que lo depuso. Algunos, incluso, participaron en campañas de contrainformación para deslegitimar al gobierno de Allende, como quedó demostrado en el Informe Valech, y editaron libros de propaganda a favor del nuevo régimen en los primeros años de la dictadura militar⁴. Sin embargo, entre 1975 y 1976, el entonces

³ Con Emilio Filippi se fueron el subdirector Abraham Santibáñez, el jefe de redacción Luis Álvarez Baltierra, los redactores Hernán Millas, María Olivia Mönckeberg, María Paz del Río, Mauricio Carvallo, Mabel Correa, Ana María Foxley y Carmen Ortúzar, el gerente Víctor Marshall, los diseñadores Alejandro Montenegro y Julio Palacios. A ellos también se sumaron los colaboradores Guillermo Blanco y Mónica Blanco.

⁴ Filippi y Millas publicaron *La experiencia socialista chilena. Anatomía de un fracaso* (Zig-Zag, 1973), libro que también fue publicado bajo el título *Chile 70-73. Crónica de una experiencia*. Por su parte, Millas publicó *Francotiradores del humor. Combatieron el marxismo con el arma más peligrosa: la risa* (Editora Nacional Gabriela Mistral, 1974) y Abraham Santibáñez, Luis Álvarez Bal-

director de *Ercilla* empezó a tomar distancia del proyecto dictatorial debido a los ataques constantes de la dictadura cívico militar contra la Democracia Cristiana, partido político al que estaba afiliado. Poco a poco, los “enemigos” en la retórica de los militares dejaron de ser sólo los “marxistas” para ser los “políticos” en general (Fávaro Reis, 2015). También Millas se decepcionó con la dictadura y pasó a ser una voz disidente junto a Filippi (Burkart, 2019). Siguiendo a Michel De Certeau (2004), podemos decir que en Filippi, Millas y Santibáñez se produjo una emigración de su credibilidad o adhesión a la dictadura. Esto significa que las instituciones que se piensan protectoras de la verdad, son abandonadas por aquellos que se consideran fieles a una exigencia de conciencia, de justicia o de verdad (De Certeau, 2004 p. 26).

La revista *HOY* esperó la autorización de la DINACOS durante meses; finalmente, la consiguió gracias a la presión generada por las asociaciones profesionales y otros medios de prensa: *El Mercurio*, *La Segunda*, la Asociación Nacional de la Prensa, el Colegio de Periodistas y la Sociedad Interamericana de la Prensa respaldaron la propuesta de Emilio Filippi para la creación de *HOY* (Mobarec & Spiniak, 2000, Donoso Fritz, 2019). De este modo, *HOY* fue un semanario que inició con Filippi como director, Santibáñez, subdirector y Millas como jefe de redacción. Su primer número salió el 1º de junio de 1977 bajo el lema “La verdad sin compromisos”. En *HOY*, el humor también fue ganando espacio y acompañó la reactivación de la oposición civil expresada en las protestas en las calles y en los esfuerzos por armar una alternativa partidaria al régimen. Desde sus comienzos, Hervi publicó la sección “Sucede”, Hernán Millas continuó con “Semiserio”, la columna que lo había hecho célebre en *Ercilla* y Guillermo Blanco tuvo su “Página en Blanco”. Estas dos últimas estaban ilustradas por Patricio Amengual o

tierra y Francisco Castilla publicaron *Martes 11, auge y caída de Allende* (Triunfo, 1973).

Rufino, indistintamente. En 1978, Rufino sumó una sección propia: “Las cosas de Rufino”, en la cual surgieron como personajes unos hombrecitos de traje y lentes oscuros llamados Civiles No Identificados que parodiaban a los agentes de la Central Nacional de Informaciones (CNI), el ente de inteligencia que había surgido en 1977 en reemplazo de la Dirección de Inteligencia Nacional (DINA).

En 1987, los nuevos directores de *HOY*, Santibáñez y Millas, tenían por delante el desafío de imprimirle una marca propia a la revista, aunque sin modificar la línea editorial. Ambos sabían del potencial diferenciador del humor gráfico. Hacía tiempo que Millas quería editar una revista de este tipo, y conocían el caso de la revista argentina *HUM*[®] que se había destacado como un éxito de ventas, por constituirse en una revista faro de la sátira política y por su papel en la lucha antidictatorial en el país trasandino (Burkart, 2017, 2019). Así fue que Millas, Rufino, Hervi y Guillermo Blanco vieron la ocasión como propicia para concretar ese proyecto. Pero, para evitar quedar a la espera de la autorización de la DINACOS, optaron por lanzar el Suplemento “HUMOR” de *HOY*.

El suplemento fue mensual, tuvo siete entregas de treinta y seis páginas cada una, de las cuales la portada y algunas del interior eran en papel *couché* (salvo el primer número) y a color, mientras la mayoría era en blanco y negro. Rufino tuvo a cargo la coordinación y la redacción se conformó con los humoristas de *HOY* -Hervi, Millas, A.I. Baeza (Guillermo Blanco), Rufino y Patricio Amengual- y con destacados invitados: Nakor (Mario Navarro Cortés), Eduardo de la Barra, Jorge Montealegre, Hernán Venegas, Guillo, Themo Lobos, Payo Grondona, Luis Albornoz, Ricasso (Ricardo Álvarez). Luego, se sumaron El Gato, Bartolo, Palomo y Francisco Zañartu. El suplemento reunía a buena parte de los más destacados humoristas y dibujantes chilenos del momento. Se trataba de un equipo de redacción heterogéneo en cuanto a sus trayectorias y en cuanto a su posicionamiento político e ideológico. Si bien todos

coincidían en que la dictadura debía terminar, Zañartu había apoyado el golpe militar y despreciaba la experiencia de la Unidad Popular, mientras que Payo Grondona, Jorge Montealegre y Hervi, por citar algunos ejemplos, habían simpatizado con el gobierno de Allende, habían sido víctimas del aparato represivo de la dictadura y se opusieron a esta desde el golpe de Estado mismo.

El contenido se presentaba por autor, lo que hacía del suplemento un gran catálogo de humor gráfico y escrito caracterizado por su heterogeneidad ideológica, por un humor político que se reía de todos (gobierno y oposición) pero sin llegar a constituirse en una sátira mordaz. Pese a las diferencias entre los autores, primó la línea política moderada de *HOY* que se plasmó en el mandato de no atacar a Pinochet (entrevista personal a Jorge Montealegre, agosto 2020), como se verá en el próximo apartado.

En todas las ediciones, Rufino hacía una presentación y se homenajeaba a un destacado humorista gráfico nacional o extranjero: Oski, Lukas, Coke, Romera y Jenaro Prieto, fueron los elegidos. Algunos humoristas tuvieron secciones fijas e incluso más de una. Hervi estaba a cargo de “Increíble 100%”, “El Pequeño Hervi ilustrado” y de los montajes a partir de aguafuertes “Leciones de educación sívica” [SIC]. La página de Guillo se llamó “¿Me permite hacerle una autocrítica?” y la de Jorge Montealegre, “Cámara” y “Comentarios de JM”. También estaban las tiras cómicas “Vidas ejemplares” de De la Barra y Montealegre, “¿Qué largo y ancho era mi feudo!” de Luis Albornoz y “Big-Big” de Ricasso; las rimas “Palos de ciegos” de Payo Grondona; las viñetas de Rufino y la columna de Hernán Millas. Hubo también un correo de lectores llamado “La Gallina mensajera”.

Los colaboradores trabajaban *ad honorem* y en compensación eran invitados una vez al mes a un almuerzo en un restaurante de una zona exclusiva de Santiago, con el cual la revista *HOY* tenía canje (Entrevista personal a Jorge Montealegre, octubre 2017). Por esta situación, los humoristas continuaban publicando simultáneamente en otras

publicaciones y, a la larga, el proyecto fue inviable por la falta de financiamiento que permitiera pagar las colaboraciones. En efecto, la edición independiente de “HUMOR” careció de financistas y anunciantes, y sus ventas estuvieron lejos de lo esperado. Sin margen para darle más tiempo a la nueva publicación, cerró en febrero de 1988.

3. Alcances y límites del humor político del suplemento “Humor”

El suplemento “HUMOR” de *HOY* se editó en la coyuntura previa a la conformación de la Concertación de Partidos por el NO y al momento más álgido de la campaña por el plebiscito que se realizó el 5 de octubre de 1988. El segundo semestre de 1987 estuvo marcado por la discusión acerca de participar o no del plebiscito por parte de los partidos opositores y por las frenéticas negociaciones para lograr una nueva coalición luego de la disolución de la Alianza Democrática tras el alejamiento del Partido Socialista en 1986. El primer partido en aceptar participar en el plebiscito fue la Democracia Cristiana presidida por Patricio Aylwin en noviembre de 1987 y esta misma llamó a votar por el NO el 4 de enero de 1988 (Hunneus, 2000). En ese mismo mes cobró forma un nuevo espacio político: Comando Nacional por el NO, el cual dio lugar a la Concertación un mes después.

Por su parte, en septiembre de 1987, la dictadura celebró sus catorce años en el poder con una campaña de propaganda que incluía tiernas imágenes de niños y niñas, y frases como “Hace 14 años, de las entrañas de Chile otro Chile nació” o “Chile, nuestra tierra prometida” (APSI, 217, 1987, septiembre 14, p. 1). Para esa misma fecha, el Frente Patriótico Manuel Rodríguez se separaba del Partido Comunista Chileno, el cual cambiaba su línea apostando por una salida política no armada. En esa fecha, el ahora autónomo FPMR

secuestró al comandante Carlos Carreño, quien fue liberado en diciembre de ese mismo año, sin que la organización consiguiera su principal demanda: la liberación de presos políticos (Bardini, Bonasso & Restrepo, 1988).

La aparición de “HUMOR” también coincidió con un nuevo número humorístico de *APSI*: “Las mil caras de Pinochet”. Este se hizo célebre, no por su contenido (este nunca llegó a circular) sino por haber sido requisado en la imprenta por orden de un fiscal militar y por la detención de Marcelo Contreras y Sergio Marras (director y co-director de la revista), quienes fueron acusados de injuriar a Pinochet. La portada del suplemento era una caricatura de Guillo que retrataba a Pinochet como Luis XIV de Francia, también conocido por ser el “Rey Sol” y por la frase “el Estado soy yo”. *APSI* ya había publicado un collage que sugería esta comparación para denunciar la voluntad de Pinochet de mantenerse al mando de un régimen absolutista y centralizado; incluso, ese número especial reproducía imágenes cómicas de Pinochet ya publicadas. Sin embargo, el régimen estaba dispuesto a dar un castigo ejemplificador. El procurador general, Ambrosio Rodríguez, señaló que el número requisado formaba parte de “una campaña de asesinato de la imagen del general Pinochet” (*APSI*, 218, 1987, septiembre 21, pp. 15-16). Como excusa para retener en prisión a los directores de la revista, en el marco de la causa judicial, se ordenó realizar un “informe sicopolítico de la revista”, el cual fue elaborado por la CNI.

Los humoristas de *APSI* no se amedrentaron con lo sucedido; de hecho, las sátiras a Pinochet se hicieron más recurrentes y ponentes. Tampoco la requisa y la prisión de los directores de *APSI* impactaron en el suplemento “HUMOR”. Su humor político, caracterizado por atacar diversos sectores políticos oficialistas y opositores, respondía más a la línea de *HOY* que a esos actos de censura, encarcelación y amedrentamiento. De hecho, contra todas las expresiones de solidaridad, Francisco Zañartu (“HUMOR de *HOY*”, 1987, octubre, p. 3) calificó en *HOY* a Contreras y

a Marras como “enfermos incurables”, por no haber eliminado el “cáncer” del marxismo. Veamos con mayor detenimiento la propuesta de “HUMOR”, cuáles fueron los blancos de su risa y en qué consistió el tipo de humor que desplegó.

El plebiscito previsto por la Constitución de 1980 para definir la continuidad del régimen fue el tema central en casi todas las tapas de “HUMOR”; estuvo presente en cuatro de siete de ellas (Imagen 1). También fue un tema recurrente encontrar en el suplemento chistes que visibilizaban y denunciaban la contracara del modelo económico del régimen militar. En coincidencia con las revistas opositoras, en “HUMOR” se retrató al “otro” Chile, el de las clases bajas y medias de la sociedad que no salían en la televisión y que habían sido excluidas del éxito económico neoliberal. En la tapa de febrero de 1988, se dejaba en claro que había un Chile marginado y sin acceso a los recursos básicos (Imagen 2). Adicionalmente, los dibujantes de “HUMOR” dirigieron su sátira hacia los “Chicago boys”⁵ y los “tucanes”⁶, considerados responsables e ideólogos de las políticas económicas. Estos chistes actualizaban y se sumaban a las denuncias que Palomo había plasmado en su tira “El Cuarto Reich” a fines de los años setenta, y reaparecían en una coyuntura en la cual el modelo económico chileno se reponía de la crisis que lo había sacudido en la primera mitad de los años ochenta. De este modo, se continuaba con la desmitificación del relato oficial que presentaba a Chile como un caso exitoso en materia económica y de modernización.

⁵ Así se llamó al grupo de economistas chilenos que se había formado en el Departamento de Economía de la Universidad de Chicago siguiendo las ideas de Milton Friedman y Arnold Harberger. Fueron los artífices de la política económica neoliberal de la dictadura y los aliados civiles de las fuerzas armadas en el poder.

⁶ Con ese apodo se conoció al grupo de economistas neoliberales de la Facultad de Economía de la Universidad de Chile durante la dictadura cívico militar.

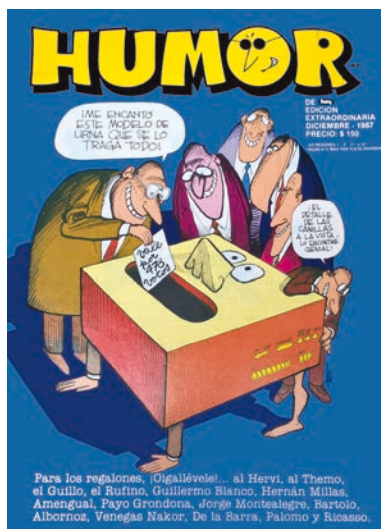


Imagen 1. Hervi, “Humor de Hoy”, 1987, diciembre.

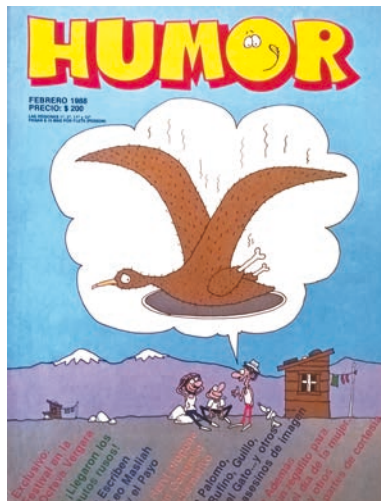


Imagen 2. Guillo, “Humor de Hoy”, 1988, febrero.

En cuanto al plebiscito, los distintos humoristas hicieron chistes y burlas sobre los obstáculos impuestos por el registro electoral y sobre las sospechas de que no sería una elección transparente porque los resultados serían manipulados por el gobierno como había sucedido con los plebiscitos de 1978 y 1980.⁷ En el tercer número del suplemento, Nakor proponía en su viñeta la celebración de elecciones libres como alternativa al plebiscito manipulado por Pinochet -quien era retratado por primera vez en la portada- (“HUMOR de HOY”, 1987, octubre, p. 1). Esta opción había sido promovida, a comienzos de 1987 por los partidos de oposición, excepto el Partido Comunista y el Movimiento de Izquierda Revolucionaria (MIR). El 13 de marzo de 1987 había surgido el Comité por las Elecciones Libres (CEL) liderado por el socialdemócrata Sergio Molina. La Alianza Democrática siguió este ejemplo y creó a las pocas semanas el Comité Operativo de Partidos para las Elecciones Libres (COPEL) y el Partido Socialista-Núñez fundó el Comité de la Izquierda por las Elecciones Libres (CIEL). Algunos sectores partidarios del régimen militar como Sergio Onofre Jarpa y Andrés Allamand, miembros de Renovación Nacional, también apoyaron la celebración de tales elecciones.

La posición de los dibujantes de “HUMOR” frente al plebiscito estuvo dividida. Como en una distribución de tareas, cada uno advirtió distintos aspectos del acto electoral o propuso caminos alternativos. Para Payo Grondona, el plebiscito era la opción más válida para el retorno de la democracia en Chile y, por ello, defendió la idea de votar por el “NO”. Por su parte, Hervi,

⁷ El plebiscito de 1978 se llevó a cabo para aprobar la legitimidad del gobierno y este ganó con el 78.7%. El de 1980, se realizó para aprobar la nueva Constitución y extender el mandato de Pinochet hasta el 11 de marzo de 1989. En este también el gobierno ganó con el 67.04%. En ningún caso hubo registro electoral, con lo cual la oposición denunció estas y otras irregularidades.

Themo Lobos, Jorge Montealegre y Eduardo de la Barra no confiaban en que Pinochet y las fuerzas armadas reconocieran los resultados en caso de que perdieran o consideraban que la votación no sería transparente. En chiste, Nakor resaltaba la advertencia que había hecho la Democracia Cristiana al aceptar participar en el plebiscito e iniciar la inscripción en el registro electoral: “si no hay condiciones no consumará el acto...”, comentaba un hombre a lo que otro responde “Seguro, tiene que cuidarse del “plebisida”” (“HUMOR de HOY”, 1987, octubre, p. 17). El recurso humorístico era un juego de palabras y sentidos entre las decisiones de un partido, su participación en un acto electoral, el acto sexual y la epidemia del SIDA que en aquellos años ochenta asolaba a la humanidad. Por su parte, Hervi, sin mencionar a Pinochet, ironizaba sobre la “iniciativa privada” e individual -discurso propio del neoliberalismo- aplicado a su modo de hacer política:

En Chile, la libertad que tiene la iniciativa privada es tan, pero tan absoluta, que una persona puede, si se le antoja, inventar y administrar su propia elección presidencial, autonombrándose candidato único. Incluso puede inventarle un nombre de fantasía a la elección, como ser “plebiscito”, “consulta”, “el festival de la urna”, “superestelar del voto”, “la gran jugada”, u otro según se vaya viendo en los sondeos de marketing! (“HUMOR de HOY”, 1987, septiembre, p. 16).

No obstante, una vez que la oposición decidió entrar en la contienda electoral de modo concertado por el plebiscito en febrero de 1988, dibujantes como Hervi y Themo Lobos decidieron apoyar explícitamente el voto por el “NO”. A partir de entonces, se burlaron de Pinochet, quien debió enfrentarse a tal campaña como sucede en la tira cómica de Themo Lobos en la cual el dictador recorría en auto la ciudad e iba montando en cólera al advertir a cada momento carteles con la palabra “NO”. Incluso en la puerta de la Alcaldía había

un cartel que indicaba “NO”. Pinochet, furioso, les gritaba a sus subalternos: “¡Yo les ordené trabajar por la campaña del “Sí!”” (“HUMOR de HOY”, 1988, febrero, p. 2). El chiste residía en que todos esos carteles del “NO” eran de tránsito y de la señalética urbana: “no entrar”, “no girar a la izquierda”, “no estacionar”, “no pisar el césped” y “no fumar” por orden municipal; incluso, una lectura más audaz podía asociar esas prohibiciones a la política de disciplinamiento social llevada a cabo bajo la dictadura.

Si bien, los colaboradores de “HUMOR” tenían expresa orden de evitar ataques abiertos contra Pinochet hubo referencias a él desde el primer número del suplemento. La primera caricatura del dictador que “HUMOR” publicó lo mostraba dando un discurso de espaldas a la audiencia: “¡Nada lo haremos a espaldas al pueblo!” (De la Barra, “HUMOR de HOY”, 1987, agosto, p. 4). Se exponía la pérdida de credibilidad en sus palabras, la distancia e incluso la oposición que había entre lo que este decía y lo que hacía. Esta revelación fue retomada en ese mismo número en la historieta “Pinocho”. No era una novedad, pero sí era efectivo burlarse de Pinochet llamándolo y retratándolo como Pinocho, la marioneta de madera cuya nariz crecía cada vez que mentía, creada por el italiano Carlo Lorenzini en el siglo XIX y convertida en un personaje clásico de la literatura universal y del cine de Walt Disney. El “Pinocho” de De la Barra era un rey que, ante la pérdida de su base social de apoyo, sus consejeros le proponían dar “una alocución llena de promesas” porque “eso calmará la chusma!”. Pinochet finalmente hablaba y, para su indignación, le crecía la nariz por haber mentido (De la Barra, “HUMOR de HOY”, 1987, agosto, p. 15).

Las representaciones cómicas sobre Pinochet fueron escasas; los humoristas recurrieron a elementos conocidos y compartidos de la cultura masiva y popular a la vez que apelaron a la memoria que compartían con su

público. Mientras que, en *Cauce*, El Gato lo presentaba como un minotauro de trazos grotescos que devoraba humanos y en *APSI*, Guillo lo mostraba como un reyecito obsesionado con su continuidad en el poder más allá de 1989, las caricaturas de “HUMOR” fueron menos punzantes y con un dibujo menos violento y más redondeado. Un caso que sobresale porque tuvo entregas en todos los números del suplemento es la historieta “Qué largo y angosto era mi feudo”, de Alborno. En ella, Pinochet era un monarca que no había llegado al poder por elección popular sino por designio divino. El rey de Alborno era un personaje que tomaba decisiones equivocadas por las cuales quedaba en ridículo frente a su séquito y a sus súbditos. La historieta era una burla a las capacidades intelectuales de Pinochet y de sus agentes de seguridad (Imágenes 3 y 4). Esta metáfora tampoco era una novedad, este recurso ya había sido utilizado por los humoristas en *Cauce* y en “La Cacerola” entre 1983 y 1984. Tampoco era una original usar la metáfora del circo para representar a Pinochet como un payaso como lo hacía Nakor, debido a que El Gato y Guillo ya habían recurrido a esta comparación en *Cauce* y *APSI*. Es decir, si bien los humoristas desobedecieron la orden de no retratar al dictador, sí hicieron una sátira moderada, que identificó a un enemigo, pero lo atacó con mesura dadas las posibilidades que ofrecía el campo de lo risible en aquella coyuntura y el contrato de lectura (Verón, 2015) de *HOY* y de “HUMOR”. No obstante, Pinochet no fue el único blanco del ataque satírico.



Imagen 3. Albornoz, "Humor de Hoy", 1987, agosto, p. 30.



Imagen 4. Albornoz, "Humor de Hoy", 1987, agosto, p. 31.

En efecto, una diferencia sustancial entre "HUMOR" y las demás revistas disidentes de la dictadura militar fueron las burlas a la oposición política contra Pinochet. En los chistes de "HUMOR" quedó expuesta como un espacio dividido, como efectivamente lo era. El retiro en 1986

del Partido Socialista-Núñez (Socialismo renovado) de la Alianza Democrática (AD)⁸ y la disolución de esta en 1987 fue uno de los temas recurrentes en “HUMOR”, así como la disolución de la Alianza Democrática Popular (ADP) también en 1987⁹. Payo Grondona cuestionó los desacuerdos entre los distintos partidos y facciones de la oposición en “Ronda”: “Estaba la alianza dispuesta a la alianza/ por la democracia/ cuando ya estaba o hacía que estaba/ el bloque socialista la hizo cambiar...” (“HUMOR de HOY”, 1987, agosto, p. 29). Themo Lobos, por su parte, se reía de la AD y la ADP ya que parecía que habían llevado a cabo un “autodescuartizamiento” o incluso un “suicidio” cuando decidieron disolverse en 1987. Lo risible estaba en la imagen que mostraba a un hombre que se había descuartizado así mismo con una navaja y cada pedazo de su cuerpo representaba a los diferentes partidos de oposición según su tamaño (“HUMOR de HOY”, 1987, septiembre, p. 25). Para los dibujantes, especialmente para Nakor, Rufino, Jorge Montealegre y Venegas la oposición política al régimen cívico militar representada tanto en la AD como en la ADP se encontraba perdida por sus diferencias partidistas. Al mismo tiempo Jorge Montealegre expresaba con metáforas y juegos del lenguaje su sospecha sobre la estrategia tardía

⁸ La Alianza Democrática surgió en 1983 como una coalición conformada por el Partido Demócrata Cristiano, el Partido Social Democracia, Partido Radical, USOPO (Unión Socialista Popular), la Democracia Republicana (Partido Republicano desde 1985) y el Partido Socialista liderado por Carlos Briones (PS de Núñez desde 1986). Su objetivo era pedir la renuncia de Pinochet a la Presidencia, la elección de una asamblea constituyente y un pacto social amplio que vigilara el retorno a la democracia. Ante la imposibilidad de lograr sus objetivos, la AD se disolvió en 1987.

⁹ La Alianza Democrática Popular fue una coalición política chilena creada en septiembre de 1983 y disuelta en mayo de 1987. Estuvo integrada por el Partido Comunista, el Movimiento Revolucionario de Izquierda (MIR), y facciones de la Izquierda Cristiana y el MAPU. Se presentó como un opositor acérrimo al régimen militar, exigió su término de inmediato y un acuerdo general con la Alianza Democrática para establecer un gobierno provisional sin exclusiones.

de la oposición de apostarle al plebiscito para enfrentar a la dictadura:

Como hemos tenido un año más bien lluvioso, me he preguntado: ¿por qué ahora – casi en pleno verano- proponen un partido “paraguas”? Ante una dictadura QUITASOL, un partido PARAGUAS! (y se preguntaba: “¿Esa es la consigna? ¿Por qué no le hicieron caso a los que lo propusieron en invierno? [...] En fin, debe ser la moda primavera-verano y la moda no incomoda sobre todo cuando llueve todos se mojan y algo es algo (“HUMOR de HOY”, 1987, noviembre, p. 15).

Pero “HUMOR” no se limitó a visibilizar la división de la oposición al régimen cívico militar y su estrategia errática, sino que hubo columnistas de la revista que cuestionaron la participación socialista y comunista en ella, es decir, quienes habían sido parte de la Unidad Popular. En este aspecto, es necesario recordar que los socios fundadores de *HOY* habían apoyado el golpe militar y eran simpatizantes o militantes del Partido de la Democracia Cristiana. Además, en 1987 estaban convencidos de que la dictadura militar debía terminar, pero su valoración del gobierno de Allende no necesariamente se había modificado. En esta medida, se entienden las críticas de Hernán Millas a Luis Fernando Luengo del Partido Radical¹⁰ por su adhesión a la Revolución Cubana (“HUMOR de HOY”, 1987, diciembre, p. 13) y las columnas de Francisco Zañartu, que constituyeron el discurso de derecha más explícito que tuvo el suplemento aun cuando estaba escrito en un tono jocoso y plagado de metáforas humorísticas. Zañartu reivindicó el golpe militar afirmando que las fuerzas armadas habían salvado a Chile del “terror comunista” y calificó al marxismo como un “cáncer” que aún no se había eliminado (“HUMOR de HOY”, 1987, octubre, p. 3).

¹⁰ El Partido Radical de Chile surgió en 1863. Luego de 1891, los radicales formaron parte de la llamada Alianza Liberal, que junto a la Coalición Conservadora se disputaron el poder hasta 1925. En los años treinta los radicales dieron origen al Frente Popular y gobernaron por tres periodos el país. El partido fue miembro de la Unidad Popular y formó parte del gobierno presidido por Salvador Allende.

En otra oportunidad, criticó al Partido Socialista de Clodomiro Almeyda¹¹ por su cercanía al Partido Comunista, debido a la defensa que este último realizó del uso de la violencia como medida para luchar contra el régimen militar. Además, definió a Allende como un Robespierre (“HUMOR de HOY”, 1987, septiembre, p. 5). Con este columnista, el suplemento y la revista *HOY* tomaban distancia del resto de las revistas opositoras al régimen y reafirmaba la tercera opción que constituía la Democracia Cristiana: no eran de “izquierda” pero tampoco eran la dictadura ni sus aliados civiles.

Por último, otro tema que se abordó en todas las entregas de “HUMOR” fue la violencia ejercida por la dictadura cívico militar. No fue un tema de tapa ni tampoco fue muy recurrente, pero sí hubo una o dos viñetas al respecto en cada número. Al igual que con el posicionamiento ante el plebiscito, este también fue un tema transversal en varios humoristas: Hervi, Albornoz, De la Barra, Venegas y Montealegre, El Gato, Bartolo, Themo Lobos, Amengual; todos publicaron alguna tira o viñeta de humor negro o satirizaron a los represores. Así, encontramos dos tipos de registros en las representaciones de la violencia política: por un lado, uno metafórico, que acompaña la caracterización de Pinochet como rey y la dictadura como una monarquía. En estos casos, se hacía prisioneros a quienes clamaban “¡Abajo el rey!” o expresaban cualquier tipo de disidencia. En prisión, los reclusos eran o estaban siendo torturados como, tal como se ve en la historieta de Albornoz “Que largo y angosto era mi feudo”. Pero mientras predomina la idea de la existencia de presos políticos, llama la atención la aparición de la figura del verdugo, la horca y la guillotina, donde los reos están a punto de ser degollados o ahorcados (Venegas & Montealegre, “HUMOR

¹¹ Durante el Pleno del Comité Central del Partido Socialista realizado en 1978 surgieron dos facciones: el Partido Socialista de Clodomiro Almeyda que se definió según las premisas básicas del marxismo-leninismo y se declaró partidario de la vía insurreccional y defensor de la dictadura del proletariado. La otra facción, liderada por Carlos Altamirano, valoró la democracia liberal como el único método de resolución de conflictos y encabezó el proceso de renovación ideológica del partido.

de HOY”, 1987, octubre, p. 19). En estos chistes, la atención está centrada en el verdugo, causan una risa amarga y negra porque se los presenta como sujetos racionales a la hora de elegir la profesión o porque exhiben una ridícula sofisticación (Venegas, “HUMOR de HOY”, 1988, febrero, pp. 28-29).

El segundo registro, abandona las metáforas para presentar la violencia legítima y legal que monopoliza el Estado moderno, que en el caso de Chile es la practicada por Carabineros y la violencia ilegal que fue practicada por la CNI. En este último caso, con hombres de traje o sobre todo que llevan anteojos negros y que, en ocasiones, solían actuar por prejuicio y asesinaban o torturaban “por error”. Ejemplo de ello son las viñetas de Amengual (“HUMOR de HOY”, 1987, diciembre, p. 19) “lo vi tan coloradito que no me pude resistir”, se justifica el asesino de Papá Noel y la de Rufino (“HUMOR de HOY”, 1987, septiembre, p. 33) “lo encontré saltando y gritando ‘Vuelta, vuelta... tiqui tiqui tiii’”, explicaba otro agente de la CNI. Pero en la gran mayoría de las viñetas en las que los agentes de la CNI fueron representados estos eran hombres con rostros bruscos, dientes grandes y afilados y de expresión facial morbosa que parecían disfrutar del terror que generaban sobre sus víctimas; bien fuera en un interrogatorio, en el allanamiento a una vivienda o en la calle (Imagen 5). Entre las armas utilizadas por los agentes de la CNI para ejercer la violencia ilegal sobre sus víctimas sobresalen el uso de la electricidad y el amedrentamiento psicológico. Una historieta que llama la atención es “El fin de los Magníficos”, realizada por De la Barra (“HUMOR de HOY”, 1987 agosto, pp. 16-17), en la cual la CNI buscaba darle continuidad a su existencia con la creación del partido Avanzada Nacional. La historieta se burla de ellos porque aún con la ayuda de los Estados Unidos -representados como “Los Magníficos”¹²- les era imposible conseguir firmas para crear el partido entre pobladores con hambre. La historieta abordaba una de

¹² “Los Magníficos” fue el nombre con que se conoció en Chile la serie televisiva estadounidense “The A-Team” (1983-1987). En Argentina, en cambio, se popularizó como “Brigada A”.

las grandes cuestiones de las transiciones: el lugar del aparato represivo y sus agentes en las nuevas democracias. En este caso, se advertía su posible continuidad bajo un nuevo ropaje: el del partido político.



Imagen 5. De la Barra y Montealegre, "Humor de hoy", 1987, noviembre, p. 11.

Carabineros fue objeto de burla por sus reducidas capacidades intelectuales y por su torpeza al momento de ejercer la violencia, ya que por esta terminaban siendo ellos mismos los golpeados. Al igual que los agentes de la CNI, los Carabineros también fueron representados como hombres con rostros rudos y morbosos que disfrutaban golpear con sus porras, usar gas lacrimógeno y el camión hidrante contra los manifestantes en las calles (Lobos, “HUMOR de HOY”, 1988, febrero, p. 7).

En cuanto a las víctimas de la violencia y la represión, estas eran varones adultos sin ninguna marca o indicio que indicara una pertenencia político partidaria o la comunión con alguna ideología en particular. Esta representación apolítica de las víctimas de la violencia en “HUMOR” es significativa dado que permitió a los disidentes y opositores restituirles el carácter de humanos, despojado por el proceso de deshumanización llevado a cabo con sistematicidad por la dictadura desde 1973. En ese aspecto es importante recordar que el almirante José Toribio Merino, integrante de la junta militar, llamó a los comunistas y socialistas “humanoides” y después extendió esta denominación a todos los opositores de la dictadura.

Con el humor negro y la sátira de los represores se daba por conocido el carácter represivo de la dictadura, aunque en “HUMOR” se evitó responsabilizar a Pinochet por ello. En otras palabras, ni el suplemento ni *HOY* avanzaron en exponer al responsable político de la violencia ejercida por el régimen. Sin embargo, se visibilizó esa violencia que, aunque siendo indeseable fue posible soportar dada la banalización que caracteriza al humor.

4. Reflexiones finales

La experiencia de “HUMOR” fue breve y, por tanto, frustrada en sus objetivos de sostenerse en el tiempo como

una publicación independiente de humor gráfico durante la dictadura cívico-militar. El principal motivo de su corta existencia fue la imposibilidad de autofinanciarse, al menos para pagar los sueldos del equipo de redacción. Sin embargo, como proyecto editorial confirma el anhelo de muchos humoristas y periodistas chilenos de publicar una revista dedicada exclusivamente al humor gráfico y político y para autonomizarse de la prensa de análisis político que era donde este tipo de humor había tenido lugar para desplazarse hasta el momento. En ese afán, los humoristas aceptaban y toleraban compartir el espacio de la revista con quienes pensaran distinto. Esas discrepancias eran puntualmente en su interpretación del pasado reciente, en especial, en la calificación del gobierno de Allende. En el suplemento "HUMOR" primó la mirada denigratoria de ese proceso en la voz de Francisco Zañartu y el silencio del resto de los colaboradores. Ahora, en donde había mayor coincidencia era en la definición sobre el futuro inmediato, donde coincidían con el fin de la dictadura cívico militar y el retorno al estado de derecho.

Asimismo, hemos advertido un humor político que expresaba una oposición moderada contra la dictadura y su principal referente, Augusto Pinochet, caracterizado por la poca presencia de sátira política y por no innovar ni ampliar el campo de lo risible. Las burlas a Pinochet tuvieron que ver con su deseo de perpetuarse en el poder y ser candidato en el plebiscito de 1988. Después hubo chistes que denunciaron las consecuencias sociales del modelo económico y la violencia represiva de Carabineros, pero esto no aparecía asociado expresamente a la figura de Pinochet. Tampoco los recursos humorísticos empleados fueron innovadores, sino que más bien se recurrió a aquellos ya empleados por esos mismos humoristas en otras publicaciones con un perfil más combativo. Entendemos que esta posición acompañaba la postura que tuvo la revista *HOY* frente al régimen cívico militar antes que la de varios humoristas que, como advertimos, publicaban chistes y sátiras más potentes en

otros medios de prensa. De esta manera, en las páginas de “HUMOR” prevaleció la posición moderada de sus editores a las voces altisonantes de algunos de sus colaboradores frente a la dictadura cívico militar.

Esa pluralidad de voces propia de las revistas se hizo presente en “HUMOR”. En ella se cruzaron diversas trayectorias sociales, intelectuales e incluso ideológicas que buscaban acceder al espacio público y llegar a un horizonte masivo de lectores para debatir y reflexionar sobre su realidad. Sin embargo, tuvieron que circunscribirse en el tratamiento de algunas temáticas a la voz de sus editores, principalmente, en lo relacionado con Augusto Pinochet. En esa medida, podemos decir que en “HUMOR” se eligió colocar en el centro del debate temas tales como el anhelo de perpetuación en el poder por parte de Pinochet, la posible manipulación de los resultados del plebiscito por parte del régimen militar, así como la fragmentación de la oposición, pero también optó por guardar silencio frente a las responsabilidad directa de los militares y de su líder en el uso de la violencia política contra los opositores del régimen, especialmente, en lo referente a la tortura.

La gran diferencia de “HUMOR” con la prensa disidente fue el hecho de que aquella se burló de la oposición y así, de todo el arco político, no solo de quien detentaba el poder. Como advertimos, la oposición político- partidaria quedó expuesta en su falta de unidad y en su alto nivel de fragmentación. Esto nos lleva a identificar a algunos de los humoristas y, sobre todo, a los editores de “HUMOR” como enunciadore propios del humor político, presentándose como actores neutrales frente a los acontecimientos que observan.

“HUMOR” cerró en febrero de 1988. Hervi, Rufino, Guillermo Blanco y Hernán Millas continuaron publicando sus viñetas y sus columnas de humor en las páginas de *HOY*. Los demás colaboradores siguieron con sus proyectos paralelos. Después de más de un año de terminada la experiencia de “HUMOR”, *HOY* decidió apostar de nuevo por

un suplemento de humor gráfico y político, pero esta vez al interior de la revista. De este modo, “¡Ay!” apareció en junio de 1989, cuando la transición ya se había activado después de la derrota de Pinochet en el plebiscito de 1988 y se había convocado a elecciones libres para presidente de la Nación. El slogan de “¡Ay!” fue “Aquí no se salva nadie”, y muchos de los colaboradores que habían sido parte de “HUMOR” se volvían a reunir, lo cual sugiere cierta continuidad entre ambos proyectos. Sin embargo, tampoco duró mucho. Gran parte del grupo de humoristas volvió a juntarse por tercera vez para hacer *Humanoide*, bajo la dirección Hernán Millas y esta vez alejados de *HOY* y de la impronta de la Democracia Cristiana, ya que el financista fue Sebastián Piñera.

Bibliografía

- Antezana, L. (2014). Al filo de la pluma: Caricatura chilena en tiempos de dictadura. *Contemporánea*, 4, 1-28.
- Bardini, R, Bonasso, M. & Restrepo, L. (1998). *Operación Príncipe. La trama secreta del secuestro que conmovió a Chile, realizada por el mismo grupo que atentó contra Pinochet*. Buenos Aires: Editorial Planeta.
- Burkart, M. (2017). *De Satiricón a Humor. Risa, cultura y política en los años setenta*. Buenos Aires: Miño y Dávila Editores.
- Burkart, M. (2019). Humanoide: El regreso (frustrado) de la sátira política durante la transición a la democracia en Chile”. *Historia* 396, 9(2), 31- 66.
- De Certeau, M. (2004). *La cultura en plural*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Donoso Fritz, K. E. (2019). *Cultura y dictadura. Censuras, proyectos e institucionalidad cultural en Chile, 1973 – 1989*. Santiago: Universidad Alberto Hurtado.
- Fávaro Reis, M. (2015). É preciso escolher: o papel desempenhado pelas revistas ‘Marcha’ e ‘Ercilla’ no debate

- político do Uruguai e do Chile durante a primeira metade da década de 1970. *Dimensões*, 35, 416-442.
- Girbal-Blacha, N. (1999). Introducción. En N. Girbal-Blacha y D. Quatrocchi-Woisson (dirs.), *Cuando opinar es actuar. Revistas argentinas del siglo XX* (p. 21-56). Buenos Aires: Academia Nacional de Historia.
- González Valenzuela, P. F. (2017). Publicaciones culturales de resistencia durante la dictadura: estudio de tres casos de representación visual. *RChD: creación y pensamiento*, 2(2), 1-11.
- Gombrich, E. (1982). El experimento de la caricatura. En *Arte e ilusión. Estudio sobre la psicología de la representación pictórica* (pp.279-303). Barcelona: Gustavo Gilli.
- Hasson, M. (2017). *Sátira política en Chile (1858-2016)*. Santiago: Nauta Colecciones.
- Hunneus, C. (2000). *El régimen de Pinochet*. Santiago: Sud-americana.
- Millas, H. (1973). *La experiencia socialista chilena. Anatomía de un fracaso*. Santiago: Zig-zag.
- Millas, H. (1974). *Francotiradores del humor. Combatieron el marxismo con el arma más peligrosa: la risa*. Santiago: Gabriela Mistral editora.
- Millas, H. (1985). *Los señores censores*. Santiago: Antártica.
- Mobarec Hasbún, P. & Spiniak Bercovich, D. (2000). *Revista Hoy: 1.108 ediciones con historia*. Santiago: Ediciones Copygraph.
- Montalegre Iturra, J. (2008). *Historia del humor gráfico en Chile*. Lleida: Milenio.
- Montalegre Iturra, J. (2014). *Carne de estatua. Allende, caricatura y monumento*. Santiago: Mandrágora.
- Montalegre Iturra, J. (2019). *El sentido del rumor. Monitos y monadas bajo la dictadura*. Santiago: Asterión.
- Navarro, A. (1985). *El sistema de prensa en Chile bajo el gobierno militar (1973-1984)*. Santiago: CENECA.
- Palacios, C. (2010). La única realidad es la realidad. La proyección de la historia en los monólogos de Tato Bores. En G. Vázquez Villanueva (Dir.), *Memorias del*

- Bicentenario: Discursos e Ideologías*, (pp. 185-205). Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras.
- Romano, E. (1990). Breve examen de la historieta. En A. Ford, J. B. Rivera y E. Romano (Ed.), *Medios de comunicación y cultura popular* (pp. 89-90). Buenos Aires: Legasa.
- Rivera Aravena, C. (2017). Prensa y política. El poder de la construcción de la realidad. Chile, siglos XIX y XX. En I. Jaksic, y J. L. Ossa (Eds.), *Historia política de Chile, 1810 – 2010. Tomo I* (pp. 211-241). Santiago: Fondo de Cultura Económica.
- Santibañez, A., Álvarez Baltierra, L. y Castilla, F. (1973). *Martes 11, auge y caída de Allende*. Triunfo: Santiago.
- Sarlo, B. (1992). Intelectuales y revistas: razones de una práctica. *América: Cahiers du CRICCAL*, 9-10. *Le discours culturel dans les revues latino-américaines 1940-1970*, 9-16.
- Verón, E. (2015). El análisis del contrato de lectura. Un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media. En E. Touati. *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*. París: IREP.

Entrevistas personales

Jorge Montealegre, octubre 2017, abril y agosto 2018.
Francisco Larenas, Junio 2020.

Revistas satíricas como medios alternativos híbridos en América Latina¹

PAUL ALONSO

Introducción

La sátira, una mezcla de humor y crítica, dirigida particularmente a líderes políticos e instituciones (Collins, 1996), ha tenido un resurgimiento global durante las últimas décadas. Más específicamente, el infoentretenimiento satírico como un subgénero que parodia las noticias y el periodismo se ha convertido en un fenómeno en la comunicación política en muchas naciones durante las últimas décadas. En los Estados Unidos, comediantes como Jon Stewart y Stephen Colbert fueron considerados dos de los “periodistas” más influyentes del país, y la revista de humor *The Onion* desempeñó un papel fundamental en la reformulación de la agenda noticiosa después de los atentados del 11 de septiembre de 2001. Las adaptaciones globales de *The Daily Show* se convirtieron en los principales programas políticos en países como Alemania (*Heute Show*) o Egipto (*Al Bernameg*). En Francia, el ataque terrorista más impactante a la libertad de prensa fue dirigido contra la revista satírica *Charlie Hebdo* el 7 de enero de 2015, que causó la muerte de 12 personas y destacó el sensible papel que juega la sátira en el discurso sociopolítico de hoy.

¹ Este artículo está basado en: Alonso, P. (2019). Satiric Magazines as Hybrid Alternative Media in Latin America. *Latin American Research Review*, 54(4), 944–957. Una primera versión del artículo fue traducida por Neta Kanny, M.S. y editada por el autor.

Este artículo analiza los casos de dos revistas satíricas contemporáneas –*The Clinic* (Santiago, Chile) y *Barcelona* (Buenos Aires, Argentina)– que desafiaron los valores hegemónicos después de experiencias nacionales traumáticas (la dictadura de Pinochet en Chile y la crisis económica de 2001 en Argentina, respectivamente). Mediante el uso de parodia mordaz, noticias falsas y subversión visual, estas revistas satíricas incorporaron un enfoque periodístico original, una perspectiva crítica sobre temas nacionales e internacionales y nuevos ángulos y formas de contar historias de interés público. Con sede en ciudades capitales, estas publicaciones capturaron una audiencia de clase media, desarrollaron un modelo de negocio a veces precario para sobrevivir, y tuvieron éxito (en el sentido de lectores, reconocimiento local y regularidad de publicación). Mediante entrevistas con los editores (realizadas, primero, en 2005 y luego diez años después en 2015) y análisis de contenido, este artículo analiza la relación de *The Clinic* y *Barcelona* con sus contextos sociopolíticos, sus patrones de producción y su evolución después de que se hicieron populares. En base a teoría sobre infoentretenimiento satírico y utilizando la noción de “medio alternativo híbrido”, este artículo explora cómo estas publicaciones satíricas negociaron su espacio dentro del panorama mediático nacional a partir de características alternativas, opositivas y tradicionales (o *mainstream*). En una era de creciente globalización, estas publicaciones resaltaron la relación entre los medios y la cultura popular local. Establecieron un diálogo directo con el contexto nacional y pueden considerarse catalizadores sociales con un papel importante dentro de un proceso de cicatrización colectiva después de una crisis traumática.

El infoentretenimiento satírico como medio alternativo híbrido

El infoentretenimiento –contenidos mediáticos que desdibujan las distinciones tradicionales entre géneros orientados a la información y el entretenimiento (Geoffrey Baym, 2008)– generalmente ha sido formulado negativamente para la democracia y la comunicación política (Bourdieu, 1998; García Canclini, 2001; Cartero, 1985). Sin embargo, los satiristas contemporáneos también lo han usado para negociar una voz crítica en el discurso público que cuestiona, primero, el periodismo y las prácticas mediáticas, y luego, una variedad de valores sociales y políticos. Programas de televisión populares como *The Daily Show* y *The Colbert Report* demostraron ser influyentes en la comunicación y movilización política estadounidense (Geoffrey Baym, 2010; Day, 2011; Jones, 2010), y algunos críticos incluso se refirieron a estos programas como periodismo “neo-moderno” (Geoffrey Baym, 2005) o nuevos tipos de periodismo público (Faina, 2012). Se dice que la revista de “noticias falsas” *The Onion*, por ejemplo, desarrolló un “llamado a la cicatrización” después de los ataques del 11 de septiembre (O’Rourke & Rodríguez, 2004). Al exponer las noticias como una mera producción y reformularlas como mediaciones, el meta-discurso de *The Onion* invitó a los ciudadanos a “abordar el racismo y las preguntas fundamentales sobre los motivos de los ataques, y establecer una agenda para aprender sobre culturas e historias políticas de las personas involucradas en la guerra contra el terror” (Achter, 2008, p.86). De manera similar, *The Clinic* y *Barcelona* desempeñaron un papel curativo, catártico y reconciliador a través del humor transgresivo en sus respectivas sociedades después de eventos sociopolíticos traumáticos.

La sátira es un tipo de humor que ridiculiza los vicios sociales y la estupidez humana mediante el uso de la parodia, la ironía y lo grotesco; su objetivo es apuntar la responsabilidad de personas e instituciones por sus acciones,

atacando “normas religiosas, políticas, morales o sociales peligrosas” (Cuddon, 1991, p. 202). Conectándose con las conceptualizaciones del carnaval de Bakhtin (1984) –un espíritu predominante de diversión mezclado con crítica social– la sátira contemporánea se ha establecido como un espacio transgresor que captura y rearticula el humor de la gente común expresado en los espacios no oficiales de la cultura popular donde pueden burlarse de la autoridad. En el caso de la prensa satírica o el infoentretenimiento satírico, su blanco principal es el periodismo tradicional y los medios de comunicación convencionales. Su uso de la parodia desenmascara el artificio de las prácticas noticiosas contemporáneas, mientras que el humor crítico proporciona herramientas para participar en críticas políticas serias. La etiqueta de “noticias falsas” –que ha tomado un cariz más complejo en la era de Trump– o “satíricamente ficticias” permite a la sátira decir lo que el periodismo tradicional no puede. Su deconstrucción de noticias y retórica política se desarrolla a través de la práctica de *political culture jamming* (o interferencia cultural política). Derivado del movimiento Situacionista y su estrategia de *détournement* (que significa “dar la vuelta” o “torcer”), *culture-jamming* es una forma simbólica de protesta que cuestiona los símbolos centrales de los discursos dominantes, los deconstruye y reintroduce los símbolos en contextos alternativos (Wettergren, 2003). La sátira contemporánea utiliza esta práctica para agregar una interpretación subversiva al flujo continuo de imágenes políticas, explotando sus falencias –errores factuales, contradicciones lógicas e incongruencias– tanto en el discurso político dominante como en los medios que lo difunden (Warner, 2007). La sátira también se convierte en una herramienta de monitoreo crítico de los medios al señalar falsedades, incongruencias o noticias intrascendentes desproporcionadas (Painter & Hodges, 2010). Desafía la legitimidad de las noticias serias y obliga a los profesionales de los medios y al público a pensar de manera más responsable sobre cómo debería ser el periodismo (Feldman, 2007). En

este sentido, la etiqueta de “noticias satíricas” no significa que la información que imparte sea falsa. El infoentretenimiento satírico es parte de una ficción solo porque se niega a hacer declaraciones de autenticidad. De hecho, su humor ofrece una manera de restablecer verdades de sentido común para contrarrestar el espectáculo y el artificio de los políticos y los medios de comunicación. Al mismo tiempo, cualquier noción de “falso” o “ficticio” depende de nuestra concepción de lo “real”: “Las noticias falsas [o satíricamente ficticias] requieren suposiciones sobre algún tipo de conjunto de prácticas de noticias auténticas o legítimas, ideales que rara vez son articulados o que necesariamente se ven como evidentes hoy en día” (Geoffrey Baym, 2005, p. 261). Así, un público cada vez más educado en los mecanismos de los medios de comunicación se da cuenta de que las noticias tradicionales no son necesariamente más “reales” que las satíricas, porque las noticias están definidas y restringidas por un conjunto de prácticas culturales arbitrarias y abiertas a la reconsideración. En este sentido, muchos contenidos de infoentretenimiento satírico pueden considerarse como un experimento periodístico, un “periodismo alternativo” que utiliza la sátira para interrogar el poder y la parodia para criticar las noticias contemporáneas. De esta manera, el infoentretenimiento satírico de hoy cuestiona las convenciones del discurso público y cómo damos sentido al mundo político. En última instancia, es una lucha de significados. Como parte de este proceso, la sátira desempeña la función importante de decir lo que de otro modo no se dice, especialmente en ciertos contextos sociopolíticos. Cuando la realidad histórica presenta periodos de ruptura social y política (como guerras culturales, polarización ideológica o líderes impopulares) o realidades fabricadas que causan anestesia social (como la cultura de la celebridad, la manipulación mediática y abundancia de noticias irrelevantes o manipuladas), la sátira se convierte en un medio potente para enunciar críticas y afirmar verdades urgentes que la audiencia necesita o quiere escuchar (Gray et al., 2009).

Debido a su naturaleza transgresora y perturbadora, a la sátira siempre le ha resultado difícil llegar a los medios de comunicación convencionales. No solo porque la sátira generalmente ha criticado valores y prácticas de los medios oligárquicos o corporativos, sino también porque su naturaleza transgresora se arriesga a alienar segmentos de sus audiencias masivas; por lo tanto, afecta la publicidad, que ha sido el método fundamental de soporte de los medios comerciales. Si bien la situación varía según los contextos y plataformas, en América Latina la sátira sociopolítica generalmente ha nacido como proyectos de medios alternativos e independientes. Sin embargo, “medios alternativos” es un concepto muy ambiguo que se ha utilizado para referirse a una variedad de prácticas de comunicación no convencionales. Abel (1997) ha señalado que es “un término tan elástico que carece prácticamente de cualquier significado” (p. 79). Según Downing (2001), los medios alternativos son un oxímoron: “Todo es, en algún momento, alternativo a otra cosa” (p.9). Al buscar un terreno común, Atton (2002) definió a los medios alternativos tanto por su capacidad de generar métodos de creación, producción y distribución no estándar, como por su contenido. En el caso de la prensa alternativa, esta desarrolla su propia construcción de “noticia”, basada en valores y marcos alternativos de producción, fuentes y acceso (Atton, 2002, p. 4). O’Sullivan (1994) cree que un objetivo principal de los medios alternativos es promover el cambio social, ya que “rechazan o cuestionan abiertamente la política establecida e institucionalizada, en el sentido de que todos proponen el cambio en la sociedad o al menos una reevaluación crítica de los valores tradicionales” (O’Sullivan, 1994, p. 10). De manera similar, la noción de Downing de “medios radicales” se refiere a medios que son generalmente de pequeña escala, que expresan una visión alternativa a las políticas, prioridades y perspectivas hegemónicas (Downing, 2001, p.5).

Como se puede notar, los objetivos de la sátira y los medios alternativos comparten un espíritu

contracultural, anti-*mainstream* y crítico. Mientras los estudios de comunicación en América Latina tendieron a discutir el potencial de los medios alternativos como contrapeso a la comunicación transnacional y el imperialismo cultural (Reyes Matta, 1983), estos debates colocaron a los medios alternativos en un lugar rígido y marginal que busca la “construcción de una nueva hegemonía” (Reyes Matta, 1983, p. 52). Rodríguez (2001) ha criticado esta visión no solo por sus categorías estrechas sino también porque “en este escenario de David contra Goliat, los medios alternativos con frecuencia se declaran un fracaso” (Rodríguez, 2001, p. 11). Los casos analizados aquí están posicionados dentro de la tensión de “lo alternativo” y “lo oposicional”, según lo definido por Raymond Williams: “La cultura alternativa busca un lugar para coexistir dentro de la hegemonía existente, mientras que la cultura oposicional pretende reemplazarla” (citado en McGuigan, 1992, p. 25). Más importante aún, este estudio enfatiza la idea de Atton de que el carácter radical de una publicación alternativa puede ser interrogado en términos de su carácter multidimensional, una perspectiva que favorece la superposición e intersección de dimensiones, evidenciando que una publicación alternativa es, al final, un producto híbrido que incluye una variada combinación de voces y discursos. Este *crossover* (transversalidad) puede incluir “ideas, contenido, estilo, y no menos importante, personas entre lo que podría llamarse alternativo y *mainstream*” (Harcup, 2005). Esta miscelánea de aspectos se enmarca en un escenario global donde el contenido de los medios y los discursos públicos han sido marcados cada vez más por la hibridación: la fusión de noticias, política, espectáculo, cultura popular y *marketing*. Geoffrey Baym (2005) llamó a este proceso “integración discursiva”, en el que los discursos alguna vez diferenciados han perdido su carácter distintivo y se están fusionando en combinaciones previamente inimaginables. Varios

académicos han explicado cómo la globalización produce fenómenos “híbridos” o “glocales”, en los que los elementos locales se incorporan dentro de formas globalizadas y otras combinaciones (Robertson, 1995). Si bien la hibridación y el mestizaje son características intrínsecas de las realidades poscoloniales como las naciones latinoamericanas, la producción y el consumo de productos culturales representan una lucha de significados entre clases sociales dentro de una nación, entre culturas “altas” y populares, y entre las tradiciones culturales locales, nacionales e importadas (García Canclini, 1995; Kraidy, 2005). Para Martín-Barbero (1993), este proceso revela la naturaleza sincrética de la cultura popular que tanto adopta como resiste la cultura dominante, además de transformarla. En este sentido, la hibridación describe un proceso en el cual los elementos de diferentes culturas se sintetizan y crean nuevas formas que reflejan elementos de las culturas originales, pero constituyen nuevas creaciones (García Canclini, 1995).

Como una forma híbrida de múltiples capas en sí misma, la sátira da cuenta de un tiempo, un lugar complejo y dinámicas sociales entre personas (Test, 1991). Ayuda a crear conexiones entre individuos con una comunidad imaginada basada en valores morales compartidos (Schutz, 1977). A pesar del creciente proceso de globalización, las publicaciones analizadas aquí confirman que los contextos nacionales siguen siendo indispensables. Los medios de comunicación y las culturas nacionales todavía tienen lazos esenciales que los unen (Waisbord, 1998). Como señaló Hall: “todos escribimos y hablamos desde un lugar y un tiempo particular, desde una historia y una cultura específica” (Hall, 1990, p. 222). En el caso de *The Clinic*, este período fue la transición democrática después de la sangrienta dictadura de Pinochet en Chile; para *Barcelona*, fue después del colapso económico de Argentina en 2001.

Caso uno: *The Clinic*, la prensa satírica post-Pinochet de Chile

La revista satírica *The Clinic* se publicó por primera vez en Santiago de Chile poco después de que el ex-dictador militar chileno Augusto Pinochet fuera arrestado en Londres en 1998 por violaciones contra los derechos humanos. Respaldo por los Estados Unidos, Pinochet asumió el poder el 11 de septiembre de 1973 mediante un golpe de Estado contra el presidente socialista Salvador Allende. Durante la dictadura de Pinochet, los militares chilenos desarrollaron una extendida y violenta campaña de represión en la que asesinaron, desaparecieron y obligaron al exilio a miles de personas (Dinges, 2004). Los medios de comunicación, en particular *El Mercurio* (el periódico tradicional más grande del país), desempeñaron un papel importante en el ascenso de Pinochet. Después de recibir alrededor de 2 millones de dólares de la CIA, *El Mercurio* desarrolló una campaña para desestabilizar el gobierno de Allende (Kornbluh, 2003), apoyó el golpe de Estado de Pinochet y el subsecuente régimen, y no cuestionó ni investigó las acusaciones de violaciones de derechos humanos cometidas durante la dictadura (Agüero, 2008).

Después de perder el plebiscito de 1988, Pinochet dejó la presidencia en 1990 pero mantuvo el poder como Comandante en Jefe y Senador vitalicio. Los gobiernos democráticos de Patricio Aylwin y Eduardo Frei mantuvieron la estabilidad económica que comenzó a mediados de los años ochenta, influenciada en gran medida por las políticas de libre mercado promovidas por los llamados Chicago Boys, y convirtieron a Chile en una de las economías más fuertes en América Latina. Durante la década de los noventa, el discurso público chileno experimentó un periodo de negación sobre los años de terrorismo de Estado mientras celebró el crecimiento económico que tuvo sus raíces en las políticas neoliberales implementadas por la dictadura militar (Moulian, 1997). Desde que Pinochet dejó

el poder, las autoridades trataron de construir la imagen de un país sólido y una transición perfecta. Sin embargo, era irreal: “No ha habido una purificación del karma producido por diecisiete años de terror. El Chile actual se basa en la impunidad, en la aplicación simbólica de castigos, en la ausencia de verdad, en una responsabilidad histórica nunca asumida por las Fuerzas Armadas o los empresarios”, escribió el sociólogo Tomás Moulian en 1997 (p. 66), el año antes del arresto de Pinochet.

La responsabilidad histórica de la impunidad y la ausencia de verdad también incluyó a los medios. En el momento en que arrestaron a Pinochet, una parte importante de la prensa convencional todavía era pinochetista (Macari, 1999). Mientras los medios internacionales condenaban al dictador como un violador de la constitución y los derechos humanos, el lenguaje de los medios chilenos tradicionales estaba lleno de eufemismos: en lugar de “dictador” o “dictadura”, la prensa chilena usaba “general retirado” o “régimen militar”; y en lugar de “crímenes contra la humanidad, asesinatos y torturas”, utilizaba “el proceso” (Velasco, 2004). En este entorno mediático conservador, una nueva generación de periodistas, encabezada por el escritor Patrio Fernández, creó *The Clinic*. Fue publicado por primera vez en 1998 como un folleto satírico para cuestionar la forma en que la prensa presentaba las noticias sobre el dictador (Alonso, 2005). “Todavía había mucha desconfianza y miedo. Intentamos convertir al viejo en un ser humano. Lo intocable se volvió tocable”, me dijo Fernández en una entrevista personal en 2005. A los editores se les ocurrió el nombre de la publicación del hospital donde Pinochet fue internado (*The London Clinic*). Desde su inicio, *The Clinic* estableció un diálogo crítico con respecto al papel de los medios de comunicación en el país: no solo apuntó a *El Mercurio* y su postura política conservadora, sino también incluyó el lema “Firme junto al pueblo”, copiado del periódico chileno izquierdista *Clarín*, que fue cerrado después

del golpe de Estado en 1973. De esta manera, se posicionó ideológicamente dentro del panorama mediático chileno.

The Clinic explotó la figura de Pinochet y sus compinches. El dictador había sido la principal figura mediática de su régimen autoritario. Después de 1990, como Comandante en Jefe del Ejército, mantuvo una presencia significativa en los medios durante la transición democrática, y después de su detención en Londres, la atención generada por el proceso judicial continuó posicionándolo como un tema principal en la agenda de noticias. Esta cobertura se intensificó por las acusaciones de corrupción relacionadas con sus cuentas bancarias secretas (Velasco, 2004, p. 19). Ridiculizándolo, *The Clinic* transformó la poderosa imagen del ex-dictador y su régimen, y ofreció una nueva perspectiva que atrajo a lectores que nunca habían visto opiniones irreverentes y brutalmente críticas contra el dictador en la prensa. Algunos ejemplos de esa época: “En Agosto Cagó Augusto” (10 de agosto de 2000), “*Dead Man Walking*” (9 de marzo de 2000) y “El Rey ha Muerto, Viva el Reo” (8 de febrero de 2001) son titulares de portadas que muestran la decadencia física y política del ex-dictador tras su extradición a Chile.

Al principio, *The Clinic* no fue diseñada para convertirse en una publicación comercial exitosa. Tenía apenas seis páginas, solo dos colores y distribución gratuita. Los editores produjeron ocho números autofinanciados. Luego, invirtieron alrededor de un millón de pesos chilenos (alrededor de \$1.500 dólares estadounidenses) y comenzaron *The Clinic* como una publicación quincenal, con 16 páginas, diseñadas y editadas en una computadora personal y con una circulación de 10.000. Fernández recordó que durante ese periodo cada tema parecía ser el último: “No teníamos preocupaciones comerciales, sino un compromiso ideológico serio. Creamos nuevas secciones y a la gente le gustaron. La revista fue un caos que encontró su propia organización personal” (Fernández, entrevista personal, 2005).

Al igual que la revista estadounidense *The Onion*, *The Clinic* convirtió algunos contenidos de la agenda noticiosa en ficción para “decir mejor la verdad” (Fernández, entrevista personal, 2005). Su fórmula inicial también incluía comentarios satíricos, ilustraciones subversivas y caricaturas de artistas locales. Las portadas de *The Clinic* se convirtieron en una parte esencial de sus características distintivas. Los fotomontajes irónicos aprovecharon las grandes páginas de formato tabloide, algunas en color y otras en blanco y negro. Un ejemplo es la portada de “Che Tu Madre” (18 de agosto de 2005), en la que Pinochet aparece vestido con el atuendo emblemático del Che Guevara. Hay abundantes ejemplos de portadas disponibles en el sitio *web* de *The Clinic*, comenzando con el número 148. Algunos números también se han convertido en coleccionables en Chile, por ejemplo, los especiales para el trigésimo y cuatragésimo aniversario del golpe del 11 de septiembre y los de la muerte de Pinochet, en el que se muestra la cara del dictador muerto, primero, con los ojos cerrados y el titular “Liz Taylor”, y luego, en la segunda edición especial, la misma imagen lo muestra con un ojo abierto con el titular “Cuidaiíito”, anunciando que el pinochetismo aún no está completamente muerto.

Además de la sección popular de titulares de ficción, los editores invitaron a una variedad de intelectuales, artistas, escritores, poetas y periodistas chilenos a participar (como el anti-poeta Nicanor Parra, el escritor y performer Pedro Lemebel o el novelista Roberto Bolaño). La revista también incluía “fuentes secretas de información privilegiada”. Varios periodistas que trabajaban para la prensa tradicional colaboraron con la publicación, filtrando información que no había sido publicada en los medios tradicionales o escribiendo historias con seudónimo. Al mismo tiempo, *The Clinic* integró un espacio importante para las cartas a los editores, que destacó la importancia de la interacción con los ciudadanos y un editorial a menudo polémico firmado por Fernández. Si bien *The Clinic* parodiaba continuamente a *El*

Mercurio (incluso crearon una sección llamada *El Mercurio*), la revista también sirvió como plataforma para la reconciliación entre los medios y el público. Un ejemplo de esto fue la carta de mea culpa que María Angélica de Luigi, una ex-periodista de *El Mercurio* durante la década de los ochenta, publicó en *The Clinic* (De Luigi, 2004). En esta carta emotiva, admitió su indiferencia como periodista ante las violaciones de derechos humanos durante el régimen, recordó a sus colegas “desaparecidos” y pidió perdón a la sociedad.

Cuando los editores se dieron cuenta de que Pinochet no sería un tema eterno, se enfocaron en la problemática democracia chilena. Si bien, en términos generales, el país les parecía bien encaminado, también seguía siendo una sociedad muy desigual, frívola y conservadora. Entonces, *The Clinic* intentó desafiar las diversas esferas que controlaban y manipulaban el poder, desde políticos y empresarios hasta los medios de comunicación convencionales y entretenimiento. A pesar de sus afinidades con la izquierda chilena, trataron de seguir siendo críticos con el poder durante la presidencia de Ricardo Lagos, quien había sido un aliado y apoyo de la publicación en sus inicios. *The Clinic* se dio cuenta de que más allá de la imagen de Pinochet, la sociedad chilena podría describirse como “permanentemente absurda”. Este absurdo se convirtió en noticia y se reflejó en las diferentes secciones de la revista, como *Quinta de Recreo* (análisis de la agenda de los medios), *Historia Nacional de la Infamia* (un recuento de episodios críticos de la historia chilena), *La Carne* (una columna desprejuiciada y coloquial sobre sexo), *Caldo de Cultivo* (reseñas y comentarios sobre la escena cultural local), *Los 100 personajes menos influyentes de Chile* (sobre ciudadanos comunes) y *The Clinic Interview* (una antología de estas entrevistas se publicó más tarde como libro). Al mismo tiempo, *The Clinic* desarrolló una observación crítica del Chile urbano contemporáneo, cubriendo temas que aparecían escasamente en los medios chilenos, como las variedades de prostitución en Santiago o una investigación sobre los diversos métodos de alteración

de drogas que circulaban en el país, especialmente entre los jóvenes. Cada vez incluían más artículos de investigación. A pesar de que estas historias se centraron en la política actual, los escándalos sociales o cualquier tema candente, *The Clinic* se comprometió a no olvidar el pasado dictatorial. Continuaron publicando notas como la entrevista a Manuel Contreras (ex-director de la DINA, Dirección de Inteligencia Nacional de Chile durante la dictadura); una conversación con Alberto Cardemil (ex- subsecretario del régimen militar), una historia investigativa sobre Iván Moreira (político de la UDI, Unión Demócrata Independiente, el partido de derecha y defensor de Pinochet), y una variedad de crónicas y columnas sobre crímenes cometidos durante la dictadura. Parcialmente debido al Informe Valech en 2004, el cual detallaba los casos de tortura durante la dictadura, *The Clinic* se convirtió en una fuente esencial de cobertura sobre derechos humanos (Sorensen, 2011). Para no alienar o agobiar a lectores potenciales, los periodistas del pasquín aprendieron a combinar duras notas sobre derechos humanos con bromas ligeras, caricaturas, fotos y referencias a la cultura popular (Sorensen, 2011).

Portadas más recientes sobre política local también rastrean los vínculos entre los personajes públicos contemporáneos y Pinochet, conectándolos humorísticamente con las referencias actuales de la cultura *pop*, como el equipo de fútbol chileno (8 de octubre de 2015) o una película de la saga *Star Wars* (22 de octubre de 2015). Después de los atentados del 11 de septiembre y durante la invasión estadounidense a Irak, *The Clinic* también mantuvo un ataque constante contra la administración de George W. Bush y su política exterior. No solamente criticó las políticas intervencionistas de los Estados Unidos, que afectaron directamente a Chile y permitieron a Pinochet tomar el poder, sino también a los gobiernos autoritarios de Fidel Castro en Cuba y Hugo Chávez en Venezuela. Su posición política en el espectro de la ideología política latinoamericana podría resumirse en uno de sus titulares satíricos de un número

especial sobre Fidel Castro: “La CIA planea dejar a Castro con vida para desestabilizar económicamente a Cuba” (10 de agosto de 2006).

En 2005 *The Clinic* era ya la revista de mayor circulación en Chile (alrededor de 70.000 por número), con 40 páginas, excepto por números especiales que contenían 76 páginas. Sobrevivió económicamente a través de las ventas (su precio era accesible, 500 pesos, casi dos dólares) en lugar de publicidad (*The Clinic* inicialmente no atrajo mucha publicidad debido a su contenido controversial). Sin embargo, esta situación cambió a medida que aumentaron los lectores. Los editores también usaron la marca de la revista para generar ingresos. Abrieron una tienda de *The Clinic* en el centro de Santiago, donde vendían antologías de sus mejores entrevistas, afiches de sus portadas más populares, números especiales, discos compactos, documentales y camisetas, entre otros souvenirs. Durante muchos años, mantuvieron su presupuesto ajustado y el equipo de periodistas pequeño. El director y los cuatro editores trabajaron con un grupo de diez personas, incluidos reporteros y practicantes no remunerados. La sala de redacción se convirtió en una escuela para los jóvenes, formando una nueva generación de periodistas.

The Clinic introdujo formas alternativas de informar sobre la sociedad chilena, pero los editores no se consideraban a sí mismos como “alternativos”, creyendo que este término los colocaba en una esfera marginal. “El que dice que algo es alternativo podría reservar el centro para otra persona, normalmente para lo que estamos en contra. *The Clinic* quiere luchar por el centro, quiere transformar el centro”, me dijo Fernández en 2005. Diez años más tarde, sentado en su oficina en Santiago, Fernández reafirmó esta posición:

Una revista marginal que pretende seguir siendo marginal se llama una revista fracasada, porque quiere decir que tu opción es estar en los bordes y no el triunfo de tus ideas. Acá

yo creo que hay ideas nuestras que se han incorporado a la vida democrática... El *Clinic* dejó de ser solo un pequeño club de amigos y pasó a ser un mundo incorporado a la sociedad chilena. (Patricio Fernández, entrevista personal, 2015).

A finales de 2015, *The Clinic* había estado en circulación durante más de 17 años y apenas podría considerarse alternativa. Casi 600 números después, en un país de alrededor de 17 millones de personas, la revista se había convertido en una publicación semanal con casi 140.000 lectores, un millón de seguidores en *Twitter* y un sitio *web* con más de 3 millones de visitantes únicos al mes. Según el editor, la revista cambió con la evolución de Chile:

Nosotros nacimos en el año 1998 cuando en Chile todavía había censura cinematográfica, no había ley de divorcio, la sodomía era delito, había senadores designados. Era el fin del segundo gobierno de la transición democrática con Eduardo Frei. Chile era otro país en términos de libertad. Por ejemplo causaba escándalo la publicidad contra el condón. Había salido una carta del arzobispo de Santiago hablando de la crisis moral en que vivía la sociedad. Los temas y lo que acontecía era muy diferente. Nuestras primeras portadas del *Clinic* me daría vergüenza hacerlas hoy por lo conservadoras que eran. Lo que pasa es que causaban mucho más escándalo por el contexto. ¿Fue el *Clinic* extremadamente vanguardista? Sí y no. Sí para Chile, no para el mundo... Modestamente, yo creo que nosotros ayudamos en el cambio cultural chileno (Patricio Fernández, entrevista personal, 2015).

En tiempos de una crisis económica e institucional de la industria del periodismo en el mundo, *The Clinic* encontró formas alternativas de sobrevivir financieramente:

Como los avisadores eran muy reacios a nosotros, siempre tuvimos que buscar otras maneras de sobrevivir: organizábamos eventos, conciertos de música, fondas para los 18 de septiembre, llegamos a hacer un campeonato nacional de striptease en un gran teatro donde fueron cerca de 2000 personas y concursaban civiles, obreros, estudiantes de

teatro que se empelotaban enteramente en el escenario. Tuvimos una tienda en la que vendíamos objetos a los que se le ponía la marca *The Clinic* y de pronto vinieron unos tipos a proponernos hacer una franquicia de bares. Ahí quedó más claro que el *Clinic* no solo era una revista, era una marca. Y esta marca generaba simpatía, confianza, aires de libertad, desobediencia, espacio para lo diferente, una cierta opción política, un afán de burla, unas pocas ganas de tomarse el mundo enteramente en serio. (Patricio Fernández, entrevista personal, 2015).

Desmitificando los símbolos del pasado traumático del país, *The Clinic* tuvo éxito como una terapia catártica que funcionó como parte de un proceso de cicatrización nacional y luego se adaptó a la imperfecta transición democrática de Chile, mientras se establecía como un actor mediático importante. Cuando le pregunté en 2005 sobre sus proyecciones para la revista, Fernández bromeó que esperaba que *El Mercurio* se convirtiera en un suplemento de *The Clinic*. “Un suplemento humorístico”, agregó. Cuando le hice la misma pregunta en 2015, el editor respondió: “No tengo la menor idea. Podría convertirse en, qué sé yo, quizá en un medio financiero”.

Barcelona, la prensa satírica argentina después de la crisis económica de 2001

Después de la dictadura militar (1976-1982) que desarrolló una de las guerras sucias más crudas de la región con un saldo de aproximadamente 30.000 “desaparecidos” (y alrededor de un centenar de periodistas entre ellos), Argentina sufrió una crisis inflacionaria durante su transición democrática. En medio de la crisis económica, el presidente Carlos Menem, del partido peronista, tomó el poder en 1989. Después de ser elegido con un discurso populista que prometía “revolución productiva” y “salarioazo”, Menem

traicionó a sus votantes e hizo un giro político radical hacia el neoliberalismo (Bonnet, 2008; Fair, 2014; Piva, 2010; Wehner, 2004; Weyland, 2003). En medio de una rampante corrupción gubernamental, su administración implementó una serie de reformas estructurales basadas en la privatización de las empresas estatales, la reducción del gasto público social, la desregulación comercial, aumento de la deuda externa y otras medidas que beneficiaron principalmente los intereses de las empresas y élites corporativas. La “Ley de Convertibilidad” –que estableció la paridad entre el peso argentino y el dólar estadounidense– creó una economía ficticia que minimizó la inflación y elevó a sectores del país a un aparente estado de bienestar. El PNB creció un promedio de 7.9% anual de 1991 a 1994, los salarios aumentaron y la clase media incrementó su capacidad de consumo. Aunque este modelo económico colapsó algunos años después, desde mediados de los 90 el impacto social ya se manifestaba claramente en el paralelo crecimiento de los índices de desempleo y pobreza (Rapoport, 2003).

En 1999, Argentina entró en recesión. Cuando la crisis económica empeoró en 2001, la gente comenzó a retirar grandes sumas de dinero de sus cuentas bancarias, lo que provocó una corrida bancaria. El gobierno promulgó un conjunto de medidas, que incluían la devaluación de la moneda nacional (puso fin a la paridad del peso argentino con el dólar). El infame “Corralito” congeló las cuentas bancarias, permitiendo que solo se retiren sumas menores de efectivo. Esto provocó una insurrección popular que alcanzó su punto más crítico en los violentos incidentes del 19 y 20 de diciembre de 2001 (Dinerstein, 2002; 2003). El presidente De la Rúa declaró un estado nacional de emergencia cuando, en Buenos Aires y otras grandes ciudades, la gente tomó las calles en una protesta popular conocida como el *cacerolazo* (golpeando ollas y sartenes). Miles de argentinos de clase trabajadora y de clase media fueron a protestar a la histórica Plaza de Mayo y 39 ciudadanos murieron en estas manifestaciones públicas. Su consigna, “Que se vayan

todos”, no solo incluía a la clase política, sino también a la prensa tradicional. Se la consideraba parte del complejo institucional que llevó a Argentina a este punto crítico, un negocio más comprometido con generar dinero que con desempeñar su papel de guardián democrático y monitorear las instituciones del poder.

En dos semanas, varios presidentes tomaron el poder y tuvieron que renunciar casi de inmediato. En enero de 2002, Eduardo Duhalde fue elegido presidente provisional. En aquel momento, según el Instituto Nacional de Estadísticas (INDEC), 57% de la población estaba en la pobreza; 27.5% estaba en pobreza extrema, y el desempleo era 21.5%; todos estos fueron niveles récord en el país. Los medios argentinos también sufrieron la crisis. De 1998 a 2002, la circulación de la prensa argentina disminuyó en un 36% (Rey Lennon, 2002a, 2002b). A fines de 2002, la economía argentina comenzó a estabilizarse debido a una devaluación drástica de la moneda. En 2003, el presidente Néstor Kirchner fue elegido, y el país comenzó un proceso de recuperación económica. En abril de ese mismo año, apareció en las calles de Buenos Aires el primer número de la revista satírica *Barcelona*, nacida de la desesperación e indignación generada por la crisis (Alonso, 2007).

Debido a la crisis económica, miles de argentinos abandonaron el país. Uno de sus principales destinos fue España. “La gente no tenía trabajo; esperaban en fila en las embajadas para obtener una visa para cualquier lugar. *Barcelona* era considerada una capital del arte y muchos querían ir allí. Decidimos hacer nuestra *Barcelona* en Buenos Aires”, me dijo Ingrid Beck, editora de la publicación, en una entrevista personal en 2005. El lema de la revista era: “una solución europea para los problemas de los argentinos”. Si bien el lanzamiento de la revista se retrasó inicialmente durante la crisis (debido al aumento constante del precio del papel por la inflación), a fines de 2002 los editores retomaron el proyecto nuevamente. Gracias a un préstamo familiar de 5.000 pesos argentinos (alrededor de \$1.500 dólares

estadounidenses en ese momento), pudieron publicar los dos primeros números. *Barcelona* se distribuyó en Buenos Aires, y estos números iniciales se agotaron. “Cuando apareció *Barcelona*, los kioscos todavía estaban casi vacíos. Con la crisis, muchas revistas suspendieron la publicación, y algunas desaparecieron. La gente apenas podía darse el lujo de comer y una revista era un artículo de lujo”, dijo Beck. Después de su tercer número, *Barcelona* se convirtió en un suplemento semanal de la revista *TXT*. En 2004, volvieron a salir como publicación única otra vez. Desde entonces, se publicó sostenidamente (cada dos semanas) y se distribuyó en varias ciudades del país; su precio se mantuvo alrededor de un dólar estadounidense. Con escasa publicidad en sus páginas, la revista sobrevivió económicamente principalmente gracias a los lectores. “Desde el principio, decidimos hacer una revista que nos gustaría leer, una que no necesite publicidad para subsistir y que no requiera que hablemos con nadie para escribir una historia, ni que hagamos una transcripción de una cinta de audio. De hecho, al principio ni siquiera teníamos un teléfono”, dijo Beck (entrevista personal, 2005).

Los editores de *Barcelona* describieron su publicación principalmente como una revista política. Seguidores de la famosa revista francesa *Charlie Hebdo*, el humor ácido y controvertido de *Barcelona* es parte de una importante tradición de la prensa satírica argentina, que incluyó revistas icónicas como *Tía Vicenta* (1957-1966; 1977-1979) y *Humor* (1978-1999). Al igual que *The Onion* y *The Clinic*, *Barcelona* también parodia el formato de los diarios, especialmente el del argentino *Clarín*, el diario propiedad del principal monopolio mediático del país. E incluso su eslogan es una parodia del de *Clarín*, “Un toque de atención a la solución argentina de los problemas argentinos”. En relación con la agenda de noticias, *Barcelona* desarrolló un diálogo crítico con los principios del periodismo. Amado (2006) resumió irónicamente algunos de los “valores de noticias” que la revista critica: “Si hay una duda, reproduzca el rumor” (una

negación oportuna transforma lo que no era más que un falso anuncio en noticias); “Sexo oral y visual” (cualquier alusión a las partes ocultas de la anatomía humana asegura la atención de la audiencia); “Libertad de expresión condicional” (las noticias son algo que podría estar ocurriendo o no, y si realmente está ocurriendo, se convierten en primicia; para esto, siempre tenemos verbos condicionales); “La certeza del lugar común” (algo obvio llevado a los titulares y las portadas se convierte en una revelación); “El uso del retoque creativo” (*photoshop* es una herramienta válida de periodismo); “La fuerza de la generalización” (la opinión de unos pocos es noticia si se presenta como una encuesta); “La cita innecesaria” (una declaración no necesita ser relevante; si aparece entre comillas, incluso podría parecer importante); “La interpretación pseudo-profunda” (una opinión personal podría presentarse como una contribución esencial para la humanidad cuando pretende descubrir algo que nunca estuvo oculto); y “ahora dicen” (no es relevante citar la fuente; lo importante es mostrar que algo se dice mucho) (Amado, 2006, pp. 20-21).

Los editores y escritores de *Barcelona* son un grupo periodistas inconformes que viven en Buenos Aires. Trabajaron para la revista de rock *La García* y la revista cultural *La Maga* (ambas publicaciones locales independientes que ya no existen). Se describen a sí mismos como una banda de rock, en un país donde el llamado “rock nacional” tiene una importante tradición sociopolítica y está profundamente arraigado en la identidad cultural argentina. Influenciados por el espíritu contracultural del rock, han sido muy controvertidos, generando reacciones viscerales de los lectores. Por ejemplo, una vez, una mujer religiosa compró muchas copias de un número en el que *Barcelona* anunció el romance del año entre el Papa y Terri Schiavo (la mujer estadounidense en coma cuyo caso generó un debate sobre su derecho a morir) para evitar que otros lectores vieran la historia. Hubo otros temas controvertidos, como los del Medio Oriente. Un titular de portada de *Barcelona*

declaró: “Tolerancia. Un judío y una negra deciden el futuro de la humanidad” (*Barcelona* n° 88). Una foto de Ehud Olmert, el primer ministro de Israel, y Condoleezza Rice de los Estados Unidos aparecía debajo de la imagen. Los editores recibieron muchas cartas quejándose de la portada, especialmente de la comunidad judía argentina, pero también del extranjero. En el siguiente número (*Barcelona* # 89), los editores publicaron esas cartas de enojo y las que celebraron la portada como una crítica a las políticas exteriores israelíes y estadounidenses, que supuestamente promovían la discriminación. En el mismo número, los editores incluyeron entrevistas con presuntos “terroristas” palestinos que describían “cómo les gustaría explotar”.

Con la misma actitud políticamente incorrecta la revista trató otros temas controvertidos locales, como su contraportada sobre el aborto. En medio del debate legislativo sobre el tema, generado por un caso de violación, *Barcelona* publicó la imagen de una niña embarazada con síndrome de Down sosteniendo balanzas como un símbolo de justicia con el titular: “No al aborto. Sí a la justicia”. Otros titulares sobre temas controvertidos fueron: “Bush dice que Chávez es ‘un terrorista que trata de imponer sus locas políticas exteriores en el mundo’”; “Después del frustrado atentado en Londres, los miembros de Al Qaeda les piden a sus líderes que renuncien: que se vayan todos”; “La Unión Europea exige el fin inmediato de los ataques israelíes sobre Líbano, para que puedan comenzar con el gran negocio de reconstruir Beirut”; “Después de dejar de beber, Lula pensaría dejar la corrupción”; “Kirchner: ‘Hice una fortuna durante la dictadura para evitar que se enriquezcan los militares’”; “Estados Unidos prepara 100.000 infantes de marina, varios aviones y tres bombas nucleares para ayudar a la apertura democrática en Cuba”; “El izquierdista Zapatero rechaza la nacionalización del petróleo en Bolivia, pero apoya el matrimonio homosexual”; “Entrevista exclusiva con el prisionero con SIDA que se empoma a Etchecolatz en la cárcel”. A pesar de su contenido provocativo, los editores dicen

que no han experimentado ningún tipo de censura. “Quizás sea porque los poderosos no nos toman tan en serio”, dijo Beck (entrevista personal, 2005). Sin embargo, la publicación ha sido frecuentemente comentada y citada en medios de comunicación, como *Clarín*, *Página 12* y otros. *Barcelona* ofreció un punto de referencia para otros periodistas y, a menudo, se convirtió en noticia en sí misma.

Los escritores de *Barcelona* usaron de manera original el lenguaje coloquial y la jerga porteña. Publicaron *Puto el que lee* (Editorial Gente Grossa, 2006), un diccionario ilustrado de 254 páginas de jerga e insultos locales. Mediante la construcción de un propio sello satírico, *Barcelona* se expandió a otros medios. Los editores han participado en programas de radio y televisión, manteniendo su estilo particular de difuminar las fronteras entre la ficción y la realidad, entre lo serio y lo poco serio. “Toda la tradición de la prensa argentina relacionada con el humor tiene un espacio para opiniones serias. Por lo general, las personas hacen una distinción explícita: aquí hay humor, y aquí no. En *Barcelona*, no tenemos esos límites”, dijo Beck (entrevista personal, 2005).

Para 2006, *Barcelona* se había convertido en el producto más controvertido de la prensa independiente argentina con una tirada de alrededor de 17 mil por número. Su uso del humor radical y las historias periodísticas falsas atestiguaron el descontento generalizado de la sociedad, la decepción y el escepticismo generados por la crisis económica de 2001 y contribuyeron a un país traumatizado a lidiar con sus verdades incómodas. Los editores cuestionaron el establecimiento y el funcionamiento del poder en la sociedad. Esta crítica se centró en la política local, pero también se expandió a temas internacionales, la religión, el espectáculo, el deporte, las leyes controvertidas, las tragedias, la cultura sexual, el pasado dictatorial argentino, la represión militar y los valores sociales en general. A pesar de los cambios en la sociedad argentina desde la crisis de 2001, *Barcelona* sobrevivió durante el kirchnerismo

(2003-2015), marcado por los gobiernos de centroizquierda de Néstor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner, y mantuvo su posición irreverente después de más de 12 años en la industria editorial. Durante las entrevistas realizadas en Buenos Aires en 2015, los editores reiteraron este espíritu de la revista. Para Mariano Lucano, coeditor de *Barcelona*, su actitud “punk” y contracultural incluso ha aumentado:

La revista conserva la ausencia de fe. Es una revista hecha por escépticos y para lectores que quieren leer cosas escépticas... ¿Qué cosas cambiaron? Bueno, lo más probable es que las ediciones más viejas tengan un tono que al día de hoy lo veas mucho más naive. Entonces, en algún punto es un poco más salvaje la revista. (Lucano, entrevista personal, 2015)

Para Ingrid Beck, la sátira de *Barcelona* ha mantenido batallas y temas constantes:

Nuestra crítica a los medios de comunicación sigue vigente. Nosotros somos una sátira de los medios de comunicación, así que eso no va a variar. Nosotros vamos a seguir criticando a las instituciones corporativas y conservadoras. Nosotros seguimos haciendo de *Barcelona* una trinchera contra la violencia institucional, a favor de la despenalización del aborto, la marihuana, algunas luchas que nosotros sostenemos con el paso del tiempo (Beck, entrevista personal, 2015).

Ambos editores reconocieron el papel permanente de *Barcelona* como una parodia del periódico *Clarín* y del periodismo argentino conservador y de mala calidad. Sin embargo, durante la era Kirchner, la posición de *Barcelona* contra el Grupo Clarín, el conglomerado de medios más grande del país, fue controvertida. En medio de una polarización intensa entre el partido gobernante y la oposición, y entre grupos progresistas y conservadores, el gobierno desarrolló una relación altamente conflictiva con los medios. De hecho, la presidenta Cristina Kirchner promovió la Ley de Servicio de Comunicación Audiovisual

buscando limitar el poder del Grupo Clarín, el cual era crítico contra su gobierno. Esto llegó a un punto especialmente sensible durante el conflicto “campo-gobierno”, una de las mayores crisis políticas del kirchnerismo. Como parte del debate sobre la concentración de la propiedad de los medios frente a la libertad de expresión, la confrontación subrayó el papel que los medios de comunicación tradicionales han desempeñado como una fuerza conservadora en el país, respondiendo a los intereses de las élites. Los ataques del gobierno contra *Clarín* eran semejantes a muchas de las críticas de *Barcelona* contra este conglomerado de medios: “Lo que nosotros decíamos de *Clarín* lo empezó a oír mucha más gente; además, nos paró del lado del gobierno con un enemigo en común y nos empezaron a acusar de kirchneristas” (Ingrid Beck, entrevista personal, 2015). Además, los críticos de *Barcelona* acusaron a la revista de recibir publicidad oficial de instituciones gubernamentales. Los editores, sin embargo, explicaron la situación. Mientras los monopolios mediáticos como *Clarín* tenían prácticas comerciales no reguladas desde antes del kirchnerismo, las revistas independientes, alternativas y culturales enfrentaron muchas restricciones comerciales, como penalidades cuando no vendían más del 50% de su circulación en los quioscos. Como resultado, muchos editores independientes, que representaban el 7% del mercado editorial, se organizaron en una asociación y exigieron reducciones de impuestos y publicidad oficial de los gobiernos nacionales y locales. Estas demandas pretendían nivelar un poco el campo mediático. Como consecuencia, durante la era Kirchner, *Barcelona*, como muchas otras publicaciones independientes o alternativas, recibió dinero publicitario de instituciones oficiales. “No fue una fortuna, pero nos permitió sobrevivir”, dijo Lucano (entrevista personal, 2015), quien negó que el dinero de publicidad oficial hubiera creado algún tipo de restricción en su contenido. “Al Estado le corresponde distribuir la pauta oficial más o menos equitativamente; entonces es una porción de la torta que nos debería tocar,

pero no nos trae ninguna limitación, no nos influye nada. La revista no se juega por ningún candidato ni creo que lo haga porque un poco nuestra misión es satirizar al poder” (Beck, entrevista personal, 2015).

En términos de organización empresarial, *Barcelona* mantiene una posición precaria. Con seis miembros principales y 14 colaboradores, su presencia en línea no ha sido significativa, y su formato digital es muy similar a la versión impresa (con alrededor de 2.000 suscriptores pagos, principalmente del extranjero, según los editores en 2015). Los editores reconocieron que no han invertido mucho en las operaciones digitales por falta de dinero y tiempo. Si bien hubo periodos en que los editores tenían un salario, en 2015 apenas ganaban dinero:

Barcelona tuvo idas y vueltas. En algún momento fue un trabajo en que cobrábamos un sueldo, en otro momento no lo fue. En un momento tuvimos programas de radio que nos permitían ganar ingresos para sostener la revista; y desde hace unos años que la hacemos porque queremos hacerla. *Barcelona* para nosotros es déficit, nosotros no ganamos plata, invertimos plata y no hay misterio. La hacemos porque queremos hacerla y queremos que siga saliendo, no hay otro motor (Beck, entrevista personal, 2015).

Tenemos una estructura muy utópica de cómo funcionar... Nosotros nunca dimos con el socio que haga las cosas de los negocios. Nosotros como grupo somos muy tarados a la hora de hacer negocios.... Es un *hobby* que lleva mucho rato: cinco días en la quincena para llevarte 200 dólares no es un gran negocio (Lucano, entrevista personal, 2015).

Cuando la Argentina dio un giro político a la derecha con la elección del millonario conservador Mauricio Macri como presidente en 2015, después de 12 años de kirchnerismo, *Barcelona* mantuvo su postura crítica contra el poder y el *establishment*. Marcados por la crisis de 2001, Lucano explicó que la revista fue creada a partir de necesidades profesionales y creativas por un grupo de jóvenes periodistas

desempleados que se convirtieron en satiristas rebeldes de mediana edad que usan el humor como terapia para hacer frente a la realidad:

[La sátira] puede ser tomada como un consuelo de tontos. Para mí es necesaria en lo personal, por mi psiquis. En vez de ulcerarme por cuestiones que no me gustan o que me causan repulsión, trato de sublimarlo haciendo algo que me pueda causar gracia. Entonces, es un consuelo de tontos y para tontos (Lucano, entrevista personal, 2015).

Conclusiones

The Clinic y *Barcelona* ofrecieron nuevos puntos de vista no convencionales sobre la sociedad después de tiempos traumáticos en sus respectivos países. Estas revistas quincenales de izquierda parodian la agenda de los medios de comunicación, desarrollan una crítica satírica sobre la política y la sociedad local, incluidos el mundo del espectáculo y las celebridades, las desigualdades sociales y la historia nacional reciente. Mantienen siempre en la mira crítica el pasado dictatorial de Chile y Argentina como parte de sus rígidas posiciones anti-autoritarias, recordando el rol de la política exterior estadounidense en sus realidades (a menudo proporcionan las conexiones necesarias para comprender la responsabilidad de los Estados Unidos en la instalación de dictaduras latinoamericanas y regímenes autoritarios).

Ambas revistas usan el humor políticamente incorrecto como un recurso principal. Incluyen jerga local, referencias de cultura popular, noticias satíricas/falsas, y *culture-jamming* para transmitir ideas subversivas e irreverentes. Autodefinidas como revistas políticas, ambas publicaciones usaron el humor para crear un lenguaje accesible y llegar a audiencias más amplias con ideas y representaciones contra-hegemónicas. Sus críticas sociopolíticas no solamente se dirigen a políticos corruptos, líderes poco

éticos, partidos políticos y las más altas figuras del gobierno, sino también, acaso principalmente, contra los medios de comunicación y el periodismo nacional. Desde su inicio, *The Clinic* atacó al conservador *El Mercurio*, el periódico más grande del país y un partidario histórico del régimen de Pinochet. Del mismo modo, *Barcelona* parodió a *Clarín*, el diario nacional que forma parte del mayor monopolio mediático en Argentina y que fue acusado (junto con la mayoría de la prensa tradicional) de apoyar las políticas neoliberales que llevaron a la crisis de 2001 y de oponerse a medidas progresistas durante la era de los Kirchner.

Basadas en ciudades capitales con sólidas y educadas clases medias (al menos con respecto a la mayoría de los países de la región), estas revistas condensaron las frustraciones, los traumas y los tabúes de diversos sectores sociales urbanos y produjeron un discurso liberador sobre ellos. Después de tiempos traumáticos (como una dictadura sangrienta o una profunda crisis social), las sociedades requieren cicatrización colectiva y reconciliación nacional (las Comisiones de la Verdad –que existieron en Chile y Argentina después de sus dictaduras militares más recientes– son ejemplos de esto). La prensa generalmente juega un papel importante en este proceso. Sin embargo, en contextos donde los medios de comunicación tradicionales han sido tímidos, indiferentes, o fuertemente censurados durante los tiempos represivos no suelen estar listos para asumir un discurso crítico después de la tormenta socio-política. En estos contextos, la sátira y los medios independientes florecen, llenando los vacíos y las fisuras en el panorama mediático. Adquieren la capacidad de insertar temas traumáticos en la agenda mediática y tratarlos con lentes catárticos. El humor, la sátira y las “noticias falsas” con objetivos críticos se convierten en productos culturales que conectan con las clases medias urbanas, generando una liberación que generalmente tiene lugar en tiempos democráticos. En este sentido, *The Clinic* se centró en el cruel pasado dictatorial, ofreciendo la risa catártica como una

alternativa liberadora del largo periodo de represión y de la pasividad y negación de la transición democrática. *Barcelona* expresó la ira social y la insatisfacción de la sociedad argentina contra las corruptas clases dirigentes y su hegemonía neoliberal que condujo al colapso de la economía en 2001 y a la subsecuente crisis social. Ambas revistas contribuyeron a presentar, mantener y monitorear temas sensibles y relevantes que de otro modo no hubieran tenido suficiente cobertura crítica. Como parodias de periódicos convencionales, asumieron una relación simbiótica con el panorama mediático. A través de un discurso metatextual, cuestionaron las prácticas periodísticas y las nociones de “noticia”.

Como “medios alternativos híbridos”, *The Clinic* y *Barcelona* han negociado constantemente sus significados y posiciones entre prácticas y contenidos alternativos, oposicionales y tradicionales dentro del panorama mediático nacional. Han sido alternativas en el sentido de que desarrollaron críticas sociales, políticas o culturales que no estaban presentes en los medios de comunicación tradicionales y el discurso público de sus países. Sin embargo, encontraron un espacio relevante y visible dentro del debate político nacional, y sus editores y periodistas se han convertido en figuras públicas influyentes que participan en otros medios de comunicación comerciales. Si bien han rechazado una afiliación explícita con partidos políticos o movimientos sociales, comparten ideas con políticos izquierdistas en el poder (Lagos o Bachelet en Chile; Néstor y Cristina Kirchner en Argentina). En estos escenarios, han luchado por mantener una actitud crítica hacia el poder y rechazar la cooptación por parte de estos regímenes progresistas.

Después de cumplir sus funciones catárticas, estas publicaciones alternativas híbridas negociaron su propia integración. A través de la creación de una marca sólida y operaciones comerciales alternativas (como una franquicia de bares en diferentes ciudades de Chile), *The Clinic* se ha establecido como una de las principales publicaciones del país. Su carácter radical ha cambiado a lo largo de los

años a medida que la sociedad chilena evolucionó hacia una democracia más inclusiva y liberal. Por el contrario, *Barcelona* todavía lucha por sobrevivir, pero mantiene su espíritu contracultural y transgresor, operando, en sus palabras, como una banda de rock de los noventa. Tras el gobierno de derecha del presidente Macri, la relevancia de *Barcelona* puede aumentar mientras que los recursos (como la financiación oficial del gobierno) pueden disminuir. En ambos casos, sin embargo, su relevancia depende inextricablemente de sus contextos sociopolíticos. Si bien la hegemonía y el poder siempre están siendo cuestionados y negociados en el ámbito socio-cultural, la historia muestra que, después de períodos de crisis, aparecen nuevas publicaciones satíricas que adoptan papeles subversivos innovadores para reflejar las tensiones nacionales predominantes.

Bibliografía

- Abel, R. (1997). 'An Alternative Press, Why?' *Publishing Research Quarterly*. 12(4), 78-84.
- Achter, P. (2008). Comedy in Unfunny Times: News Parody and Carnival After 9/11. *Critical Studies in Media Communication*. 25(3), 274-303.
- Agüero, I. (2008). *El diario de Agustín* [película].
- Alonso, P. (2005). The Clinic: La nueva prensa satírica de Chile. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 92, 26-31.
- Alonso, P. (2007). Barcelona: la ácida prensa argentina. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 97, 27-31.
- Amado, A. (2006). Los 10 recursos más comunes del periodismo en las páginas de Barcelona. *Plan V*, 3, 20-21.
- Atton, C. (2002). *Alternative Media*. Thousand Oaks. Londres: Sage Publications.

- Bakhtin, M. (1984). *Rabelais and His World*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Baym, G. (2005). The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism. *Political Communication*. 22(3), 259-276.
- Baym, G. (2008). Infotainment. *International Encyclopedia of Communication* (pp. 2276-2280). Disponible en: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781405186407.wbie.ci031>
- Baym, G. (2010). *From Cronkite to Colbert: the Evolution of Broadcast News*. Boulder, CO: Paradigm Publishers.
- Baym, G. & Jones, J. (Eds.). (2013). *News Parody and Political Satire Across the Globe*. New York, NY: Routledge.
- Bonnet, A. (2008). *La hegemonía menemista*. Buenos Aires: Prometeo.
- Bourdieu, P. (1998). *On Television*. New York, NY: The New Press.
- Collins, R. (1996). A Battle for Humor: Satire and Censorship in Le Bavard. *Journalism and Mass Communication Quarterly*. 73(3), 645-656.
- Conflicto del campo, Néstor Kirchner en la Plaza de los Dos Congresos. (2008). Disponible en: <http://www.cfkargentina.com/conflicto-del-campo-nestor-kirchner-en-la-plaza-de-los-dos-congresos/>
- Critchley, S. (2002). *On Humour*. New York, NY: Routledge.
- Cuddon, J. A. (1991). *The Penguin Dictionary of Literary Terms and Literary Theory*. London: Penguin Books.
- Day, A. (2011). *Satire and Dissent*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- De Luigi, M. A. (2004, noviembre 25). El mea culpa de una periodista. *The Clinic*.
- Dinerstein, A. (2002). The Battle of Buenos Aires: Crisis, Insurrection, and the Reinvention of Politics in Argentina. *Historical Materialism*. 10(4), 5-38.
- Dinerstein, A. (2003). 'Que se Vayan Todos! Popular Insurrection and the Asambleas Barriales in Argentina'. *Bulletin of Latin American Research*, 22(2), 187-200.

- Dinges, J. (2004). *The Condor Years: How Pinochet and his Allies brought Terrorism to Three Continents*. New York, NY: The New Press.
- Downing, J. (2001). *Radical Media: Rebellious Communication and social Movements*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Faina, J. (2012). Public Journalism is a Joke: The Case of Jon Stewart and Stephen Colbert. *Journalism*, 14(4), 541-555.
- Fair, H. (2008). El conflicto entre el gobierno y el campo en la Argentina. Lineamientos políticos, estrategias discursivas y discusiones teóricas a partir de un abordaje multidisciplinar. *Iberoforum*, 3(6), 82-106. Disponible en: <http://www.uia.mx/actividades/publicaciones/iberoforum/6/pdf/hernanf.pdf>
- Fair, H. (2014). Claves para entender el éxito de la hegemonía menemista en la Argentina neoliberal de los años 90. *Sociologías*, 16(37), 252-277.
- Feldman, L. (2007). The News About Comedy. *Journalism*, 8(4), 406-427.
- Freud, S. (1960). *Jokes and Their Relation to the Unconscious*. London: Hogarth.
- Garcia Canclini, N. (1995). *Hybrid Culture: Strategies for Entering and Leaving Modernity*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Garcia Canclini, N. (2001). *Citizens and Consumers*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Gray, J., Jones, J., & Thompson, E. (Eds.). (2009). *Satire TV: Politics and Comedy in the Post-Network Era*. New York, NY, and London: NYU Press.
- Harcup, T. (2005). "I'm doing this to change the world": Journalism in Alternative and Mainstream Media. *Journalism Studies*, 6(3), 361-374.
- Jones, J. (2007). Fake News versus Real News as Sources of Political Information: The Daily Show and Postmodern Political Reality. En Rieget, K. (Ed.), *Politicotainment*. New York, NY: Peterlang Publishing Inc.

- Jones, J. (2010). *Entertaining Politics: Satiric Television and Political Engagement*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers.
- Kornbluh, P. (2003). The El Mercurio File. *Columbia Journalism Review*, 42(3), 14-19.
- Kraidy, M. (2005). *Hybridity or the Cultural Logic of Globalization*. Philadelphia, PA: Temple University Press.
- Macari, M. (1999). Chilean Media Works in the Long Shadow of Pinochet. *Nieman Reports*. Disponible en: <http://niemanreports.org/articles/chilean-media-work-in-the-long-shadow-of-pinochet/>
- Martin-Barbero, J. (1993). *Communications, Culture and Hegemony: From the Media to the Mediations*. Newbury Park, CA: Sage.
- McGuigan, J. (1992). *Cultural Populism*. London: Routledge.
- Moulian, T. (1997). *Chile actual: Anatomía de un mito*. Santiago de Chile: LOM.
- Muñoz, M. A., & Retamozo, M. (2008). Hegemonía y discurso en la Argentina contemporánea. Efectos políticos de los usos de “pueblo” en la retórica de Néstor Kirchner. *Perfiles Latinoamericanos*, 31, 121-149.
- Rourke, D., & Rodriguez, P. (2004). ‘The Onion’s Call for Healing’. *Society*, 42(1), 19- 27.
- Sullivan, T. (1994). Alternative Media. En T. O’Sullivan, J. Hartley, D. Saunders, M. Montgomery & M. Fiske (Eds.), *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*. London: Routledge.
- Painter, C., & Hodges, L. (2010). Mocking the News: How The Daily Show with Jon Stewart Holds Traditional Broadcast News Accountable. *Journal of Mass Media Ethics*, 25(4), 257-274.
- Piva, A. (2010). *Acumulación y hegemonía en la Argentina menemista*. Buenos Aires: Biblos.
- Postman, N. (1985). *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. New York, NY: Penguin.

- Rapoport, M. (2003). Historia económica, política y social de Argentina. Buenos Aires: Ediciones Macchi.
- Rey Lennon, F. (2002a). Crisis de la prensa argentina. *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, 80, 4-11.
- Rey Lennon, F. (2002b). La crisis argentina y los medios de comunicación. *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, 77, 4-9.
- Reyes Matta, F. (Ed.). (1983). *Comunicación Alternativa y búsquedas democráticas*. México: Fundación Friedrich Ebert and Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales.
- Robertson, R. (1995). Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity. En Featherstone, M., Lash, S. & Robertson, R. (Eds.), *Global Modernities* (pp. 25-44). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Rodriguez, C. (2001). *Fissures in the Mediascape*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Schutz, C. (1977). *Political Humor: From Aristophanes to Sam Ervin*. London: Associated University Press.
- Test, G. (1991). *Satire: Spirit and Art*. Tampa, FL: University of South Florida Press.
- Velasco, J. (2004). Pinochet frente a los medios: el ícono noticioso de Chile. *ChasquiRevista Latinoamericana de Comunicación*, 88, 18-25.
- Warner, J. (2007). Political Culture Jamming: The Dissident Humor of The Daily Show with Jon Stewart. *Popular Communication*, 5(1), 17-36.
- Wehner, L. (2004). El neopopulismo de Menem y Fujimori: desde la primera campaña electoral hasta la reelección en 1995. *Revista Enfoque*, 2, 25-56.
- Wettergren, A. (2003). Like Moths to a Flame-Culture Jamming the Global Spectacle. En A. Opel & D. Pompper (Eds.), *Representing Resistance: Media, Civil Disobedience, and the Global Justice Movement* (pp. 27-43). Westport, CT: Praeger Press.

Weyland, K. (2003). Neopopulism and Neoliberalism in Latin America: Unexpected Affinities. *Studies in Comparative International Development*, 31(3), 3-31.

Chico Caruso e os dois lados da tragédia: iconicidade e inconstância interpretativa nas charges sobre Riocentro e Santa Maria

OCTAVIO CARVALHO ARAGÃO JÚNIOR

O termo germânico *Einfühlung* pode significar empatia ou, de maneira mais complexa, gozo objetivado de si, com base em uma tendência panteísta própria à natureza humana de se confundir com o mundo. Porém, talvez fosse mais apropriado concebê-lo como a mola mestra da identificação da imagem, seja ela qual for. Uma relação identificatória -e feliz- com o mundo exterior. O *Einfühlung* viria em contraposição ao pólo abstração, que apresenta um estilo claro, inorgânico, baseado em linhas retas e superfícies planas, encarnando valores coletivos. O pólo *Einfühlung* seria mais voltado ao naturalismo, orgânico, fundado nas formas arredondadas e na tridimensionalidade. Assim, a arte representativa, imitativa, naturalista a ponto de estabelecer uma relação empática com o mundo, seria *Einfühlung*, enquanto as representações geométricas gerariam uma compensação, uma busca pela ordem num mundo caótico.

A questão da emoção na literatura sobre a imagem dita espetacular, destinada a um fruidor coletivo, de massa, sem cultura particular, tende a ser encarada como uma regressão momentânea, geralmente confundindo *emoção* com *sensação* (Vanoye, 2008, p. 80). No caso das artes visuais, por outro lado, a mensagem nunca está afastada da forma. Segundo Dondis (1992), uma mensagem é composta com um objetivo, seja explicar, dirigir, afetar. Busca-se o controle máximo das respostas, das reações, através de escolhas que as reforcem e intensifiquem as intenções expressivas.

A composição é o meio de controlar a reinterpretação de uma mensagem visual por parte do receptor. O significado se encontra tanto no olho de quem vê quanto no talento do criador.

De acordo com matéria publicada no jornal *O Globo*, em 31 de janeiro de 2006, o governo da Dinamarca avisou a respeito do perigo que poderia advir de uma viagem para Arábia Saudita ou Gaza. O motivo de tal alerta foram doze charges retratando o profeta Maomé divulgadas em outubro de 2005 no jornal *Jyllands-Posten* e que obrigaram o governo a recorrer ao apoio da União Européia após a reação negativa de diversos representantes de países árabes e grupos muçulmanos.

As imagens ilustravam uma reportagem sobre auto censura e liberdade de expressão a respeito do fato de nenhum artista se dispor a desenhar para um livro para crianças sobre a vida de Maomé. As doze charges contrariavam a tradição islâmica que diz que o profeta não deve ser retratado para evitar a idolatria e, em consequência, os criadores clamaram pelo anonimato temendo atentados, pois ameaças foram proferidas depois de uma revista norueguesa republicar seus trabalhos.

A Líbia fechou sua embaixada na Noruega, o representante saudita foi retirado do país europeu e até sanções econômicas foram iniciadas na forma de uma campanha de boicote de produtos dinamarqueses. Já o editor Fleming Rose, com o aval do primeiro-ministro Anders Fogh Rasmussen, negou-se a pedir desculpas, alegando defender a liberdade de expressão e de imprensa. Como resposta, houve protestos de homens armados diante da missão da União Europeia, em Gaza, e grupos radicais ameaçaram atacar alvos de Dinamarca e Noruega. “Com sua ação, o jornal pisou deliberadamente nos valores éticos e morais do Islã, com o propósito de desprezo e ridicularizando os sentimentos de muçulmanos, seus símbolos e locais santos”, divulgou a nota oficial do grupo (Ramone, 2006).

Claro que, nesse caso, um elemento se incorpora à equação *charge mais sociologia mais política*: a religião, que não está em pauta neste artigo. Porém, percebe-se uma problemática social quando a Dinamarca apela para estatutos como a liberdade de expressão e de imprensa como contraposição a dogmas religiosos. Até a imprensa parece perder o foco da situação ao analisar o conflito religioso/ideológico, esquecendo o poder da charge e depositando toda a responsabilidade da crise nas características de cada facção.

Quem julgasse só pelas manchetes dos jornais na semana passada poderia pensar que um choque amplo entre o Islã e o Ocidente já começou ou é iminente. Os terroristas da Al Qaeda apareceram na televisão com ameaças de novos atentados em sua jihad contra os ‘cruzados’ e judeus. O Hamas, movimento islâmico conhecido por seus homens-bomba, ganhou as eleições nos territórios palestinos. O mundo tentava encontrar uma forma de conter o Irã e seu presidente-bomba, que ameaça desenvolver um arsenal nuclear. Para o Ocidente, capitaneado pelos Estados Unidos e Europa, a possibilidade de o Irã, uma teocracia islâmica, ter um arsenal nuclear é o pior dos mundos. O terceiro foco da tensão foi a crise internacional iniciada por um motivo banal -as charges de Maomé- e que mostrou a imensidão das diferenças culturais entre Ocidente e o mundo islâmico (“Crise por charge de Maomé”, 2006).

O terceiro motivo não é banal. A força das imagens, da disjunção humorística, de acordo com o conceito cunhado por Morin (1970), nas charges impressas e sua posterior divulgação por meios eletrônicos, TV e *internet*, aparentemente atingiu seu objetivo: transformar a realidade sociopolítica, muitas vezes pelo *Einfühlung*, outras por romper um senso comum. A charge, por si, é uma arma poderosa de transformação.

Graças ao *Einfühlung*, há vinte e quatro anos, o sucesso da charge de Chico Caruso publicada no *Jornal do Brasil* sobre o atentado ao Riocentro ocorrido em 30 de abril de 1981, projetou o artista nacionalmente e, segundo o char-

gista Aroeira (Aragão, 2007, p. 130), consolidou sua carreira como um dos mais importantes cartunistas brasileiros.

A charges de Caruso, cartunista paulistano que sedimentou sua carreira nos jornais do Rio de Janeiro, soavam vigorosas na década de 1970 e início de 1980 desde o *Jornal do Brasil*. Na década de 90, sua publicação na primeira página de *O Globo*, elevou-o a uma categoria de formador de opinião e, assim, trouxe diversos chargistas a reboque. Lan e Erthal são gratos a Chico Caruso. Aroeira admira Caruso como um mestre da *portrait-charge* e se considera um seguidor do estilo. Os depoimentos sobre Caruso são sempre de reverência e até gratidão, como se ele tivesse viabilizado uma elevação do papel do chargista a maior relevância. Foi a visão do poder pelo filtro do habitante do Rio de Janeiro que ele exportou para o resto do país por intermédio da televisão e seu trabalho, mais que qualquer outro, virou sinônimo de charge para os políticos e uma parte da sociedade. Não há como negar a influência estética de seu traço e de suas soluções gráficas mesmo entre aqueles que o renegam.

Parece-nos, assim, que, estando sempre presente nos discursos de seus colegas, Chico Caruso, com seu estilo *portrait-charge* -e graças à exposição em mídias diversas, principalmente a televisão- pode ser considerado como o chargista mais reconhecido no momento histórico que vai de 1985 a 2007, apesar de acreditarmos que seu auge em termos de relevância social, ou seja, na construção de uma opinião sócio-política, tenha ocorrido num período entre 1978 e 1980.

A charge em questão pertence a esse período anterior e mostra o general João Figueiredo, último dos militares no poder, ameaçado por uma fumaça negra em forma de nuvem que emana de um automóvel -um puma, usado por terroristas no atentado fracassado. Caruso sintetizou o que a opinião pública acreditava na época, ou seja, que membros das forças armadas, provavelmente um grupo paramilitar de extrema direita, seriam responsáveis pelo ato e

que o governo assumia uma posição de silêncio e concondância tácita¹.

O fato de Figueiredo, na charge de Chico Caruso, trajar uma roupa desportiva clara – a charge é em preto e branco, com rico tratamento de hachuras – em contraste com os tons acinzentados do carro e da fumaça, evidenciam o impacto potencial da tragédia implícita aos olhos do público, como se o presidente estivesse na iminência de se molhar e sujar por causa de uma tempestade ameaçadora. O detalhe da fumaça se transformar em uma nuvem carregada e cortada por raios amplifica o efeito de ominosidade. Apesar das únicas vítimas terem sido os próprios portadores do explosivo, o medo da catástrofe potencial tomou conta do público, que ainda guardava na memória lembranças do período mais duro da ditadura, durante o governo Médici, de 1969 a 1974, quando desafetos do governo foram presos, torturados e mortos (Gaspari, 2002). Nesse caso, o *Einfühlung* estava ao lado do artista, criando uma empatia entre o público fruidor e a charge.

Porém, um efeito quase inverso aconteceu quando da publicação da charge relacionada ao incêndio e à consequente morte de quase 300 jovens na boate Kiss, em Santa Maria, publicada na primeira página de *O Globo*, em janeiro de 2013. Esta charge de Caruso foi repudiada por diversos meios de comunicação, principalmente blogs e redes

¹ O Atentado ao Riocentro, hoje, é como ficou conhecido o ataque a bomba ao Centro de Convenções do Riocentro, no Rio de Janeiro, em 30 de abril de 1981. Ai acontecia um show em comemoração ao Dia do Trabalho reunindo um público de cerca de 20 mil pessoas e alguns dos nomes mais reconhecidos da música popular brasileira à época. “O ato foi planejado por integrantes de uma ala linha-dura do regime militar, contrária à abertura política que se iniciava” (Veja, 2019, agosto 26). O atentado consistia de duas bombas, uma arremessada contra uma central elétrica que visava cortar a iluminação do evento -que explodiu, mas não cumpriu seu intento- e outra detonada prematuramente dentro do veículo que levava os militares que pretendiam atacar o evento. O ataque era uma reação de grupos militares de extrema direita à Lei de Abertura, promulgada por Figueiredo em 1979, e acabou sendo responsável por acelerar a redemocratização do Brasil, em 1985 (Pinto, 2020).

sociais, veículos obviamente inexistentes no anos 70/80 e que expressam a visão de diversos comunicadores e formadores de opinião, mesmo que para um público segmentado.

A questão mais levantada nesses blogs que criticaram a charge de Caruso é a do *mau gosto*, partindo-se do princípio que uma charge, apenas por *ser* charge, seria uma piada, uma vertente humorística e, como tal, deslocada diante de uma situação de horror como uma catástrofe. Talvez aí resida o problema, pois nem sempre uma charge é uma piada, apesar de utilizar elementos relacionados ao grotesco, ao *crítico*. Convém recordar que *charge* é um termo francês que significa *ataque*, seja ridicularizando instituições e pessoas, ou um *grito* ilustrado, um comentário por intermédio da expressão artística, que não necessariamente -na verdade, quase nunca- obedece ao que o senso comum relaciona ao conceito de *bom gosto*. Uma caricatura, parte às vezes integrante de uma charge, não deve ser de bom gosto sob pena de deixar de ser uma caricatura, um exagero dos traços de um indivíduo. O ridículo, por definição, não pode ser de bom gosto.

Isso significaria que não se poderia, como ouvimos de algumas pessoas que comentaram o evento, cunhar charges sobre tragédias? Acreditamos que a charge pode ter como tema qualquer assunto. É claro que a *sensibilidade* (Kant, 2005), a capacidade de sermos afetados por objetos, existe e deve ser levada em consideração, mas em nenhum momento como um instrumento de coerção ao chargista. Não se supõe que a charge deva se submeter à sensibilidade, pelo contrário, sua função é provocá-la, pois é, conforme vimos, na reação do público leitor que reside sua importância transformadora. Como define Kant (2005, p. 72):

A capacidade (receptividade) de obter representações mediante o modo como somos afetados por objetos denomina-se ‘sensibilidade’. Portanto, pela sensibilidade nos são dados objetos e apenas ela nos fornece ‘intuições’; pelo ‘entendi-

mento', ao invés, os objetos são 'pensados' e dele se originam 'conceitos'.

Analisando os elementos presentes em ambas as charges de Caruso, percebemos que alguns se repetem, a saber: o governante em posição de surpresa (a presidenta Dilma Rousseff toma o lugar de João Figueiredo), o objeto/ambiente onde ocorreu a explosão/incêndio (uma gaiola ou arapuca que aprisiona pessoas das quais apenas se notam as mãos e alguns rostos agônicos substituindo o automóvel Puma) e a fumaça negra que emana dos destroços (com a diferença que, ao contrário da primeira, a charge mais recente não cobre ou ameaça a figura da presidenta). As diferenças radicais entre ambas são a existência de cor e de um código linguístico (Barthes, 1990), no caso a legenda ao pé da ilustração com a frase “Santa Maria!”, ambas presentes apenas na segunda charge.

Porém, apesar da semelhança entre elementos, a disjunção que gera a fruição positiva, o *Einfühlung*, no caso, não ocorreu. Kant (2005) também afirma que existem duas formas de intuição sensível, relacionadas ao espaço e ao tempo, não coincidentemente as mesmas que definem as estruturas de leitura e depreensão de qualquer charge, e talvez resida aí a resposta.

Um elemento que ofendeu o público, conforme pode ser constatado nos comentários dos blogs, foi a imagem da gaiola, que a maioria compreendeu como uma ridicularização do evento. Na verdade, a gaiola, enquanto elemento sógnico, cumpre função metafórica (mesmo sendo uma metáfora “fácil”), não contendo em si nenhuma ofensa, a não ser talvez como uma acusação aos responsáveis pela casa que descuidaram da segurança. Portanto, segundo a charge, a boate *Kiss* teria se transformado numa arapuca para inocentes, o que em nada denigre as vítimas. Outro questionamento foi a imagem da presidenta Dilma, considerada por alguns como gratuita. Mas e se a presidenta representasse o Poder Público, também inoperante e chocado com

a cena? Então, como maior autoridade do país, a presença da presidenta se justificaria por ser de reconhecimento imediato em todo o território nacional, diferente de outras autoridades que poderiam ocupar tal posição, como, por exemplo, o prefeito de Santa Maria ou o governador de Rio Grande do Sul. A intenção, então, poderia ser a de buscar um reconhecimento de âmbito nacional para a ineficácia -e o espanto- do governo diante da tragédia. O terceiro e último elemento a causar desconforto foi a legenda, “Santa Maria!”, que transforma o nome da cidade numa interjeição. Considerada por alguns como o cerne do mau gosto, essa frase foi confundida com uma piada por causa do duplo sentido, que alguns consideraram deslocado.

A sacralidade do espaço onde muitos morreram, então, foi considerada vilipendiada pela charge, que ousou retratar a tragédia. Ao ser considerado “um indivíduo que se manifesta com desrespeito diante do sentir de um grupo maior”, Caruso teria ferido “a própria humanidade” (Medeiros, 2013). Tal interpretação pode ser considerada como indo de encontro à proposição de Ellis (2001), como veremos a seguir. Portanto, a charge, assim como aquelas que teriam retratado a imagem de Maomé, também agrediram uma “maioria”, um senso comum e, como tal, seria uma “charge ruim”, ao contrário daquela que representava o atentado ao Riocentro, considerada uma arma contra o poder vigente.

É possível que o traço “rápido” em lugar de um acabamento realista também tenha sido um ponto para a crítica generalizada, pois o traço mais solto, rápido, típico dos cartuns, remeteria ao humor burlesco, segundo Bakhtin (1993, p. 266), responsável pelo “rebaixamento das coisas elevadas”. Esse suposto sentido de “rebaixamento”, de transformar algo sagrado em cômico, poderia ser o que leva o público a interpretar, intuitivamente, a supracitada arte como um desrespeito aos mortos da parte do chargista. Porém, Ellis, tomando como ponto de partida as reações ao atentado contra as Torres Gêmeas do 11 de setembro de 2001, apresenta outra possibilidade. Ellis aponta que,

diferente de quando se vê diante de uma catástrofe próxima na qual uma ação direta geralmente é tomada, o público seria levado a uma série de ações simbólicas para minorar o sofrimento de vítimas de catástrofes distantes, graças à constante repetição das imagens propagadas pela mídia (as *media disasters*). Diante da incapacidade de ajudar diretamente, o público é levado pela necessidade de tomar atitudes que demonstrem solidariedade àqueles vitimados pela catástrofe. Em consequência, o humor seria suprimido em prol de uma suposta compensação psicológica pela impossibilidade de ações físicas.

Uma das reações mais perceptíveis ao ataque (de 11 de setembro) foi a quase total supressão do humor. As redes de TV decidiram unanimemente cancelar programas humorísticos, sendo que apresentadores humoristas como Jay Leno e David Letterman foram visivelmente cautelosos em suas primeiras apresentações após a catástrofe, visando não ofender a audiência (Ellis, 2001, p. 1).

O que causa estranheza, porém, é que a charge não era, como dissemos, necessariamente humorística, apesar da legenda e dos traços mais soltos, mas mais próxima de uma crítica à inoperância das instituições diante da tragédia. Ainda assim, a reação do público foi extremamente negativa, como se estivesse diante de uma piada, ou seja, uma “charge ruim”, uma ferida “contra a humanidade”. No caso de Caruso, ao menos seu editor assumiu a responsabilidade que lhe cabia, mas nem sempre esse respeito é uma constante.

Como exemplo da desconsideração quanto à visão autoral do chargista pelos próprios veículos de imprensa que os empregam, citamos que, no dia 11 de fevereiro de 2006, no programa *Painel*, exibido pelo canal *Globo News*, foram reunidos um sociólogo, um teólogo e um filósofo para discutirem as implicações políticas das charges “anti-muçulmanas”. Apesar das profundas considerações tecidas a respeito do fato e das consequências das publicações,

causou estranheza perceber que não estavam ali um chargista profissional ou um estudioso de história da arte. Por outro lado, essa ausência ressaltou o fato que a grande imprensa e a opinião pública encaram o evento como um fato estritamente político, com pouca relevância estética ou artística.

Em nenhum momento da mesa redonda levou-se em consideração que o poder transformador da sociedade seria inerente à própria charge, e não apenas da utilização, e eventual deturpação, de uma iconicidade reconhecida universalmente, no caso Maomé, ou uma imagem “genérica” do povo muçulmano. Porém, em um detalhe todos os participantes concordaram: independente do possível mau gosto, as charges foram de grande importância política ao, na opinião deles, ridicularizarem dogmas religiosos. Se considerarmos o pensamento de Bakhtin, o satirista não coaduna, não se solidariza até o fundo com um “espírito oficial” (Bakhtin, 1993, p. 3), mantendo distância tanto dos grupos fundados dentro da classe dominante (incluindo a burguesia), quanto de suas medidas. Sua função é dar forma a um tipo de “senso comum imagético”, ressaltando elementos facilmente reconhecíveis tanto de um indivíduo, quanto de um grupo, tendo como objetivo o conhecimento rápido e inequívoco do maior número de pessoas. Segundo Chico Caruso,

Você tem de trabalhar em cima do conhecimento do leitor. Então o chargista entra como um surfista do conhecimento médio, não adianta você fazer uma charge sobre um cara que está aparecendo agora, que ninguém viu, porque não vão entender quem é. Você tem de estar um pouco atrás do conhecimento do leitor (Caruso citado em Aragão, 2007, p. 184).

Conclui-se que há a necessidade de uma generalização para que a charge seja efetiva. Mas isso significa que a charge precise ser simplista ou superficial, como se, ao mostrar um muçulmano com uma bomba sobre a cabeça, se

afirmasse que todo muçulmano é um terrorista – essa é uma visão redutora e pouco perceptiva. Um chargista, para atingir objetivos e significados mais complexos -inseridos no conceito de disjunção humorística – precisaria utilizar signos mais simples. O julgamento dos críticos, ao reduzir o alcance da charge enquanto peça artística, parece desfocado, tanto que apenas um apontou o fato de que cada charge era diferente uma das outras, com teor de acidez variado. Era como se todas as peças fossem iguais em forma e contexto.

A charge ofende, ataca ou revoluciona não apenas por generalizar imagens, mas por utilizar estereótipos como ponte para um sentido mais amplo, emocionando o público e, em consequência, sensibilizando algumas instituições públicas. As charges políticas brasileiras veiculadas no século XIX onde se via a representação de Dom Pedro II em poses ridículas jamais foram um retrato fiel do soberano, mas construções simbólicas de como ele *pareceria* aos olhos do artista (e, portanto, influenciando o olhar do público).

Esse poder de enfraquecimento pode ser usado como arma política, por funcionar como um canal para formar impressões a respeito de pessoas e instituições, ou de pessoas enquanto representantes de instituições. Daí a relevância do posicionamento político de extrema-direita do jornal dinamarquês que primeiro publicou as charges “anti-muçulmanas”. Independente da ideologia dos artistas, o veículo usou seus trabalhos como arma, pois o chargista funcionaria como pretenso porta-voz de interesses do grupo, mesmo que expressando com seu trabalho uma opinião pessoal, podendo assim ajudar a direcionar a opinião pública a respeito de determinados políticos, partidos ou situações. O público não tem como evitar o envolvimento emocional pela charge enquanto objeto estético e dialético, principalmente quando a charge alcança as redes de telecomunicações, a televisão e a internet, e isso abriria portas para um direcionamento ideológico.

Humor gráfico disjuntivo e os três tipos de mensagem

Violette Morin (1970) propõe uma fórmula para a estrutura de construção do humor gráfico e explica por que, em sua visão, a força humorística reside mais na parte ilustrativa que no texto. Sua definição para humor gráfico é clara: trata-se de desenhos, ancorados ou não por textos, que questionam as medidas do mundo, recusam a aparência das coisas e rompem com a fotogenia, virando pelo avesso as representações.

Os desenhos funcionariam como anomalias gráficas que poderiam ser comparadas aos jogos de palavras das anedotas que rompem com o sentido inicial de uma proposição, produzindo uma ou mais possibilidades de interpretação. Os gatilhos que proporcionam tais rupturas são chamados pela autora de “disjunções”. São elas as reais motivadoras do processo que resultará no riso. Essas rupturas provocariam uma justaposição ou sucessão de elementos sêmicos originalmente incompatíveis, sendo que a percepção e racionalização de tais “impossibilidades” seriam a raiz do cômico. Ou seja: o humor nasce da justaposição ou sucessão de elementos incompatíveis que explodem uma unidade narrativa. De acordo com a autora, o riso no cartum dependeria da capacidade narrativa do ilustrador, assim como na anedota verbal o papel de guia fica sob a responsabilidade de quem conta a história. Porém, é necessário perceber que não seria o estilo do traço que provocaria o riso, mas a ação dos mecanismos disjuntivos.

É nesse ponto que a charge de Caruso sobre Santa Maria, ao contrário daquela sobre o Riocentro, não corresponderia ao processo disjuntivo do humor, apesar de criar a expectativa -talvez por intermédio da escolha do traço rápido, cartunesco- do riso. Ela não é engraçada, pelo contrário, mas Rovai comenta em seu blog, em um post intitulado “Jornalismo Urubu: Chico Caruso, Noblat e a Canalhice de Fazer Humor Com Santa Maria”, datado de 28 de janeiro de 2013:

Esse jornalismo urubu perdeu completamente a capacidade de enxergar limites e de buscar alguma razoabilidade para a sua ação. Vale tudo para agradar aos que lhes pagam o soldo. Vale tudo para construir um discurso de ódio contra as posições políticas das quais não compartilham.

Pode-se concluir, na observância dos comentários no blog, concordantes com a opinião do articulista, que Caruso, nesse caso, errou o *senso comum*, teria assim, quebrado o pacto do *Einfühlung*, provocando uma série de comparações entre os elementos desenhados e conexões partidárias e emocionais não do público, mas do próprio autor.

Morin enumera os três tipos de mensagem -literal, simbólica e linguística- e encaixa a interpretação e a confecção bem-sucedida do humor gráfico nessas três subdivisões. A mensagem, assim, poderia ser resumida à relação desenho/texto, sendo que o humor nasceria de uma ruptura na sequência narrativa. Em primeiro lugar, no topo da pirâmide, vem o cartum onde a imagem se sustenta sem o auxílio de texto, com a ruptura inserida apenas no desenho. Os temas de tais obras, segundo Morin, versariam principalmente sobre hábitos sociais, atualidades ou fatos científicos. Já naquelas onde o texto é imprescindível, a temática giraria em torno de psicologia, política e sociologia. Nesses casos, as disjunções ocorreriam numa justaposição entre texto e imagem. Essa linha pode ser subdividida em quatro subgrupos: a. Texto serve à imagem (dominância de imagem); b. Texto e imagem são complementares (interdependência texto/imagem); c. Sequências complementares de desenhos e texto (cartum sequenciado); d. Imagem apoia o texto (dominância de texto).

É interessante cruzar esse sistema de Morin com aquele desenvolvido por McCloud (1998) no livro *Understanding Comics*, onde estabelece sete tipos de inter relação texto/imagem: “dominância de texto”, “dominância de imagem”, “dupla dominância”, “sistema aditivo”, “paralelismo”, “montagem” e “interdependência”. McCloud estrutura uma lista

de relações mais complexa e detalhada que Morin, incluindo categorias que não têm paralelos na primeira lista como “dupla dominância”, onde texto e imagem são redundantes; “sistema aditivo”, no qual o texto e a imagem amplificam o sentido um do outro, criando novas interpretações; “paralelismo”, em que texto e imagem não têm qualquer conexão imediata, criando uma leitura surrealista ou próxima do dadaísmo e “montagem”, que apresenta textos caracterizados como ilustrações. Todos esses expedientes são utilizados em larga escala pela charge contemporânea e comprovam a riqueza comunicacional do gênero.

Ao contrário da charge sobre o Riocentro, que abria mão de legendas (Cartum/Dominância de imagem), Caruso optou por escrever “Santa Maria!” ao pé da charge referente ao incêndio na boate Kiss, tornando-a um exemplo de “dupla dominância” e de “sistema aditivo”. O texto ganhou tanta importância quanto a imagem na decodificação e criou um ruído interpretativo, tornando algo que seria uma exclamação de espanto numa possível anedota. Talvez se devesse considerar qual seria a resposta popular, caso o texto fosse omitido, deixando apenas a ilustração, a *forma*, assumir a responsabilidade da decodificação, da *essência* da charge, pois, como postula Schelling (2001, p. 379), “em si não existe oposição entre essência e forma. Essência e forma são apenas diferentes maneiras de consideração do um e do mesmo. A forma é o particular; a essência o universal: em sua absolutez, porém, cada qual compreende a outra.”

As articulações disjuntivas postuladas por Morin, por sua vez, possuem três sistemas de análise: e. Bloqueio de articulação; f. Recorrência de articulação; g. Consequência de articulação por inversão antinômica dos signos. A inversão acontece de tal maneira que o senso de disjunção se opõe contraditoriamente ao senso de consequência, mas sem destruir por inteiro a lógica formal. Assim, o processo disjuntivo provoca um “reconstruir” da consequência. Quanto aos tipos de disjunção, existe a disjunção física, onde há uma contraposição hábito x necessidade. Estabele-

ce assim a quebra da lógica ou uma adaptação do inevitável. A disjunção mental propõe o surgimento de um bloqueio no andamento de determinada situação, graças a uma contraposição ativa/passiva. Já a disjunção Físico-mental estabelece uma contraposição de inevitabilidade física versus previsibilidade psicológica ou institui-se um novo sentido por meio de mudança de contexto.

Na charge sobre o Riocentro há uma disjunção mental, com Figueiredo sendo interrompido/ameaçado por uma nuvem que é, ao mesmo tempo, tempestade e fumaça. No caso da charge de Santa Maria, as metáforas carecem de sutileza, não demonstram nenhuma reversão antinômica de signos, apenas transformam a casa de espetáculos numa gaiola e o nome da cidade em uma imprecisão. Apesar disso, não apresentam nenhuma quebra em termos gráficos do senso comum. Podemos assim afirmar que a charge do Riocentro tem um teor disjuntivo mais rico, enquanto a de Santa Maria seria mais rasa e redundante.

O humor gráfico e a resposta do público

Quase ao mesmo tempo da publicação da charge sobre Santa Maria, em 27 de janeiro, o *Sunday Times* publicou uma charge de outro famoso artista, Gerald Scarfe, que retratava o primeiro ministro de Israel, Benjamin Netanyahu, emparedando diversos palestinos e usando sangue -muito sangue- como cimento. Como a charge foi publicada no dia conhecido como *Holocaust Memorial Day*, quando se lamenta a morte de aproximadamente seis milhões de judeus durante o regime nazista, a reação foi imediata, com a banca dos *Deputies of British Jews* clamando que o trabalho de Scarfe ecoava as caricaturas anti-semitas publicadas pela imprensa árabe (Malik, 2013).

Apesar da charge ser extremamente agressiva, ela é um ataque claro e específico à figura de Netanyahu, não aos

judeus como um todo, pois não existem ali elementos sígnicos que representam *os judeus*. Nesse caso, mais uma vez, o que interferiu na fruição e gerou interpretações foi um erro estratégico na data da publicação -ou seja, *temporal*. Caso tivesse sido publicada no dia seguinte, independente das reais intenções do autor, que apesar de negar o ataque aos judeus como um todo, pediu desculpas públicas, as reações provavelmente teriam sido menos enfáticas. Ainda assim, é interessante perceber que, ao contrário da unanimidade ocorrida no Brasil, nem todos os blogs e sites americanos consideraram a charge de Scarfe ofensiva. Agressiva, sim. Ofensiva, não.

A charge de Scarfe não é sobre os judeus, nem mesmo sobre as ações de Israel em geral, mas especificamente sobre as ações políticas de Netanyahu. Netanyahu não é identificado como um judeu. Ele não está, por exemplo, uma kippa, nem está enrolado em uma bandeira com a Estrela de David. A charge com certeza é maldosa, grotesca, brutal, detestável. Isso, porém, é a natureza da charge política, que muitas vezes se deleita de maneira maliciosa ao alfinetar seus alvos por meio de um exagero cruel (Malik, 2013).

Talvez a reação extremada se deva ao fato das charges e cartuns ocuparem um espaço privilegiado no imaginário, já que, inseridos nos principais veículos jornalísticos, seja em mídia impressa ou audio-visual, há sempre uma área dedicada a esse tipo de expressão gráfica, geralmente com destaque. Caruso, em entrevista cedida a nós, afirmou que o casamento jornalismo/charge é inevitável, mas ainda assim anseia por mais espaço.

Onde tiver jornal, tem de ter charge. Como a televisão é uma coisa cada vez mais onipresente, então eu acho natural que a charge vá para a televisão também. Agora a gente tem de fazer ela avançar tanto em termos tecnológicos, quanto em termos de tempo também, nós temos de conquistar mais espaço, porque aquilo acabou sendo, como a charge na primeira página do *Globo*, meio um nicho, um gueto, que fica ali, entra, e tem

ali aquele negócio, vinte segundos. Eu gosto quando você começa a poder imaginar um jornal só de charges com um textinho escrito... e eu acho que o jornal na TV podia ser isso, sei lá, só imagem, animação, meia hora de animação e cinco minutos para o speaker falar o que ele quiser (Caruso citado em Aragão, 2007, pp. 191-192).

Há restrições editoriais, porém. Por exemplo, apesar das afirmações de Caruso que “os jornais evoluíram tanto tecnicamente como politicamente”, “até hoje eu não acredito que estou no *Globo*, pois ele melhorou muito” e “a independência é fundamental para a vendagem”, nada impediu que Aroeira fosse demitido do mesmo jornal em 1997, graças a uma charge sobre uma cerimônia da marinha -e isso vinte e um anos depois do fim do governo militar.

Logo, há uma generalização e uma particularização simultâneas no que diz respeito ao público do humor gráfico no Brasil. Considera-se que há uma demanda por charge ou cartuns nas primeiras páginas dos jornais, mas que os assuntos tratados ali devem obedecer a uma linha editorial que não conflite com interesses comerciais ou até mesmo políticos internos aos próprios periódicos. Isso acontece porque, segundo Sodré, no Brasil desde o fim da Primeira Guerra Mundial, os jornais deixaram de ser artesanais e passaram a ser constituídos como “empresas nitidamente estruturadas em moldes capitalistas”.

No fundo, entretanto, estavam as contradições da sociedade brasileira, traduzindo-se em forma compatível com a época. Essas contradições envolviam a ascensão burguesa em processo, trazendo a primeiro plano sua vanguarda, a pequena burguesia urbana, que assumia função política eminente. Acontece que nessa camada social estava a maioria do público da imprensa: esse público influía nos jornais e era influenciado pelos jornais; e essa relação, na época, não era perturbada pelas forças econômicas que, mais adiante, tanto pesariam na orientação dos periódicos; a venda avulsa pesava, por outro lado, e muito, na vida deles, mais do que a publicidade: um

grande jornal era, quase sempre, aquele que tinha tiragem grande (Sodré, 1999, p. 200).

Em termos comerciais, considera-se que um grande jornal é o que tem melhores anunciantes. Logo, o cuidado em não ofender possíveis patrocinadores é tão grande que eventualmente pode influir no conteúdo do material publicado e isso inclui as charges. A novidade, porém, é que, enaltecida pelos recentes eventos envolvendo Caruso, Scarfe e até a inclusão de outro chargista brasileiro, Carlos Latuff, na lista dos *top ten* do anti-semitismo mundial pelo *Centro Simon Wiesenthal* (Sereza, 2012), a internet alavancou a opinião do público a um patamar antes impossível no que diz respeito à linha editorial dos jornais. As antigas seções de cartas passavam pelo crivo editorial e eram selecionadas de acordo com as vontades de quem geria o jornal, enquanto hoje qualquer um posta em tempo real e, mesmo que repudiado pelo site ou blog pertencente ao jornal, um comentário poderá iniciar um efeito dominó que culminará até em um pedido de desculpas formal da parte do chargista e do editor, como ocorreu com Gerald Scarfe, ou com a reafirmação dos princípios editoriais do veículo, como no caso do editor de *O Globo*.

A charge, essa combatente dos direitos de expressão, quem diria, nas primeiras décadas de um novo século pela liberdade do qual ela lutou tanto, tem de lidar com um inimigo inesperado: o poder democrático -equivocado ou não, embasado ou não- da opinião pública.

Bibliografia

Aragão, A (2007). *A Reconstrução Gráfica de Um Candidato: Como Os Chargistas Perceberam A Mudança De Imagem De Luís Inácio Lula Da Silva*. UFRJ. Tese de doutorado apresentada como exigência do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Imagem e Representações

- Culturais, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.
- Barthes, R. (1990). *O Óbvio e o Obtuso: Ensaios Críticos III*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Bakhtin, M. (1993). *A Cultura popular na Idade Média e no Renascimento: O Contexto de François Rabelais*. Brasília: Universidade de Brasília.
- Caruso, C. (2020). En: *Enciclopédia Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras*. São Paulo: Itaú Cultural. Disponível em: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pesso-a9197/chico-caruso>
- Caruso, C. (1984). *Não Tenho Palavras*. São Paulo: Circo Editorial.
- Dondis, D. A. (1992). *A Sintaxe da Linguagem Visual*. São Paulo: Martins Fontes.
- Ellis, B. (2001). A Model for Collecting and Interpreting World Trade Center Disaster Jokes. *New Directions in Folklore*, 5, 1-10.
- Kant, I. (2005) *Crítica da Razão Pura*. vol. 19. São Paulo: Nova Cultural.
- Malik, K. (2013) *Gerald Scarfe, Anti-Semitism and The Danish Cartoons*. Disponível em <http://kenanmalik.wordpress.com/2013/01/30/gerald-scarfe-anti-semitism-and-the-danish-cartoons/>
- Medeiros, F. (2013). *Bumbada na Pausa*. Disponível em <http://a-quintessencia.blogspot.com.br/2013/02/bumbada-na-pausa.html>
- McCloud, S. (1998). *Understanding Comics*. Princeton, WI: Kitchen Sink Press.
- Morin, V. (1970). Le Dessin Humoristique. *L'Analyse des Images. Revista Communications*, 15, 110-130.
- Pinto, T. d. S. (2020). O caso Riocentro e o fim da Ditadura Militar”. *Brasil Escola*. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/historiab/o-caso-riocentro-fim-ditadura-militar.htm>

- Rovai, R. (2013). Jornalismo urubu: Chico Caruso, Noblat e a canalhice de fazer humor com Santa Maria. Disponível em <http://revistaforum.com.br/blogdorovai/2013/01/28/jornalismo-urubu-chico-caruso-noblat-e-a-coragem-de-fazer-humor-com-santa-maria/>
- Ramone, M. (2006). Caricaturas de Maomé provocam a ira de muçulmanos na Dinamarca. Disponível em http://www.universohq.com/quadrinhos/2005/n14102005_02.cfm
- Schelling, F. W. J. (2001). *Filosofia da Arte*. São Paulo: Edusp.
- Sereza, H. C. (2012). Latuff na lista de antissemitas: uma acusação inconsistente. Disponível em <http://operamundi.uol.com.br/conteudo/opiniaio/26302/latuff+na+lista+de+antissemitas+uma+acusacao+inconsistente.shtml>.
- Sodré, N. W. (1999). *História do Jornalismo no Brasil*. São Paulo: Mauad.
- STJ vai decidir se militares do atentado do Riocentro serão julgados. *Veja*, 2019, agosto 26 Disponível em <https://veja.abril.com.br/brasil/stj-vai-decidir-se-militares-do-atentado-do-riocentro-serao-julgados/>
- Vanoye, F. (2008). *Ensaio sobre a análise fílmica*. São Paulo: Papirus.

Trayectorias de la sátira política en la animación argentina

MÓNICA S. KIRCHHEIMER

1. Animación y sátira política

1.1. Una marca de nacimiento

La animación en Argentina cuenta con una extensa tradición de comentario político y social. Pensada en esta clave, es necesario señalar que se entiende a la animación como un lenguaje y no como un género, a pesar de que es habitual pensarla como destinada a los niños y solo vinculada con la narrativa de tipo mitológica de entretenimiento o didáctica. Desde los orígenes mismos de la animación nacional, e incluso antes de su generización más popular, sus temáticas fueron adultas y tuvieron consecuencias sociales y políticas. No nos referimos exclusivamente a la animación documental o comercial, sino a los espacios de ficcionalidad y ficcionalización de la producción de animaciones con alto contenido político-social, y especialmente, como veremos, de una particular inflexión de la mirada política vinculada con el humor y con la sátira como operación privilegiada.

Más aun, el inicio del cine de animación de largometraje comercial argentino (1917) estuvo signado por estas temáticas:

La sencilla pero efectiva trama del *film El apóstol* consistió en satirizar los altos objetivos del presidente electo recientemente. En este largometraje, Hipólito Yrigoyen recostado en su modesta cama reflexiona sobre los vicios morales de los argentinos, quedándose profundamente dormido. En la representación del sueño el espíritu de Yrigoyen se desprende

de su cuerpo, dirigiéndose vestido de apóstol al Olimpo donde se encuentra con distintas divinidades a las que les relata las indecorosas actuaciones de los porteños. La diatriba será acompañada por una sucesión de personajes de la política nacional que comentarán sobre el caos administrativo de la Municipalidad de Buenos Aires, o sobre la situación económica del país. Con ánimos de redención, el Apóstol le pedirá a Zeus sus rayos para purificar la ciudad de Buenos Aires, dando la escena más costosa y espectacular del *film*: el incendio del Congreso, la Municipalidad, la Aduana, el edificio de Obras Sanitarias, entre otros, reproducidos minuciosamente en maquetas de gran tamaño por Andrés Ducaud. Luego de la destrucción vendrá la reparación, dando pie a las interpretaciones del público (Gionco, 2009, pp. 183-184).

El Apóstol es el primer largometraje animado estrenado mundialmente; fue dirigido por Quirino Cristiani, animador de los Estudios Valle y dibujante. La película sucede a una serie de viñetas animadas que Cristiani hacía para el noticiero cinematográfico. Como afirma Bendazzi, “Un buen cine de noticias, en un país como la Argentina, acostumbrado a las viñetas políticas, tenía que ofrecer alguna caricatura” (2008, p. 42). Las viñetas tenían también el formato y la temática del cuadro de humor gráfico en el que se animaba una escena (*lightning sketch*) de contenido político. Cristiani en *El Apóstol* “establece una representación visual de la caracterización mítica de Hipólito Yrigoyen, configurando una imagen (y una narración satírica) de la idea de rectitud moral del personaje político” (Gionco 2009, p. 184). En 1918 estrenó *Sin dejar rastros*, un largometraje que trabajaba el hundimiento de la goleta Monte Protegido durante la primera guerra mundial.

Sin dejar rastros (1918) fue claramente una obra que apuntaba a satirizar el conflicto desde una perspectiva crítica, ya que retomaba el suceso desde lo anecdótico. Al margen del intercambio diplomático, los diarios comentaban los comunicados emitidos por el embajador prusiano en Argentina, el Barón von Luxemburg, que se habían dado a conocer en

el marco de las negociaciones, entre los cuales se le ordena a un submarino alemán que hunda al Monte Protegido “spurlos versenkt”, traducido como “hundido sin dejar rastros”, frase que fue muy comentada en la sociedad porteña (Gionco, 2009, p. 186).

En 1918 se estrena *Una noche de gala en el Colón* bajo la dirección de Andrés Ducaud, con la colaboración del dibujante Diógenes Taborda y del animador Quirino Cristiani. El largometraje contó con animación de muñecos que permitió establecer, junto con las maquetas, a los personajes y el espacio icónico en el que se desarrolla el film y la ópera misma desarrollada con dibujos animados en los que “mostró la representación de la ópera, con Yrigoyen haciendo de Carmen y sus ministros y amigos como Don José Escamillo, Micaela, el Remendao, etc. La orquesta, según cabía esperar, estaba formada por gatos” (Di Núbila, 1959, p. 26). Además, presenta caricaturas de personajes reconocibles de la vida social y política de la aristocracia porteña.

Más adelante, en 1931, estrenará el largometraje *Peludópolis*, primera película sonora estrenada mundialmente. En ella, el sonido se realizó a través del sistema Vitaphone, un sistema de grabación de sonido de disco que acompaña a la película durante toda su duración.

Peludópolis tuvo un camino algo torturado, ya que en 1930 con el golpe militar de José Félix Uriburu cambió la situación política nacional y, por tanto, también la narrativa de Cristiani para su largometraje, ya bastante avanzado.

Tuvo que sacarle el énfasis puesto en las escenas de Yrigoyen y los tiburones, y agregarle las figuras de los generales como los héroes de la película. También le incluyó un personaje llamado Juan Pueblo, que representaba al ciudadano común, para que se convierta en el centro moral de la película. Cristiani, así pudo estrenar ‘Peludópolis’ el 16 de septiembre de 1931 con la bendición del gobierno provisional del General José Félix Uriburu, quien presenció el estreno del film (Di Pasquo, 2009).

En palabras de Gionco,

Basándose en la larga tradición de humor gráfico político en la Argentina [en la que se incluyen los realizadores reseñados], estas sátiras animadas llevaron a la pantalla un modo de expresión legitimado como la caricatura, que permitía a los dibujantes editorializar sobre la actualidad política, dando un punto de vista que no dejaba de ser un comentario de las situaciones cotidianas. Esta característica fue quizás la de mayor relevancia para el cine social y político posterior, que en el futuro arbitraría diversos medios expresivos y técnicos para, en definitiva, hablar del propio presente político (2009, p. 193).

Como vemos, desde el afianzamiento del cine como medio la animación ocupó un lugar importante en la comunicación de ideas no solo graciosas (cortos orientados a lo risible), sino también sociales y políticas. Las críticas morales de los films de Cristiani aparecían también en los cortometrajes, en los que además la sátira y la caricatura ocupan un lugar destacado.

1.2. La animación moderna no abandona su rol crítico

Esta tradición continuó en otros dibujantes y animadores. El caso de Landrú, por ejemplo, en la década de 1960, del que se ha encontrado un corto humorístico denominado *Encuentro* en el que un general se encuentra con otro y le pregunta: “¿De qué revolución nos conocemos? ¿De la del 6 de septiembre?” El otro responde “No” “¿De la del 4 de julio?” El otro responde “No”, “¿De la del 16 de Julio?” “No”, ellos siguen en esta recurrente conversación, pero la música se impone y ya no podemos oírlos. Asumimos que las fechas continúan. La operatoria humorística aquí se centra en la repetición y ella habilita la visión crítica. En este caso poniendo en evidencia la inestabilidad democrática. No obstante, la banalidad con la que está presentada en ese encuentro casual entre dos militares de alto rango la vuelve

irónica, construyendo una enunciación que encuentra en un diálogo tan sencillo un espesor político y crítico, a la vez que introduce el giro de la comicidad. El corto recuperado sólo dura unos dieciocho segundos, cuenta con una placa final que refiere al noticiero cinematográfico *Sucesos Argentinos*. Se trata más de una viñeta que de una animación narrativa completa. En este sentido, contiene la lógica de los cuadros dibujados por los que el autor es famoso.

En lo que respecta a la crítica social, la serie *Mafalda*, realizada a comienzos de la década de 1970, retoma la creación de Quino. En ellas, el personaje protagonista, Mafalda, narra una pequeña escena de la vida cotidiana o social, y su reflexión suele escalar hacia la crítica social, de costumbres o política. Los cortos de un minuto fueron emitidos en 1973 por la señal de televisión abierta Canal 11, producidos por Daniel Mallo, donde los personajes de Quino dialogaban. Estos cortos fueron compilados en la película de *Mafalda*, la cual fue realizada en el año 1979 y estrenada en Argentina en el año 1981. Posteriormente se volvieron a realizar, en la década del 90, tanto las animaciones del dibujante que publicó originalmente en revistas, llamada *Quinoscopio*, y nuevas versiones de Mafalda.¹

Estos *videominuto* se orientaron más hacia una crítica de la vida social, con un tono si se quiere suave. Se trataba, en general, de situaciones domésticas en las que la protagonista realizaba una pregunta remate orientada hacia el *wit*, es decir, hacia un humor intelectual por sobre un humor soportado en la corporalidad y las transformaciones físicas. Por ejemplo, la madre le pide a Mafalda que limpie el globo terráqueo y ella responde: “¿Limpio todos los países o solo los que tienen malos gobiernos?”. Es decir, el efecto de comicidad aparece por el cambio de escala, de lo doméstico a la referencia de política internacional o a la inversa. Así, el

¹ Un dato interesante es que en el sitio oficial de Quino no se refiere a las producciones animadas de los 70 y los 80, sino sólo a la referente de la década del noventa.

personaje funciona como un actante que quiebra el verosímil en el que el corto parece situarse para transformarse en un personaje de *sketch* cómico. “Una propiedad de la caricaturización de los programas cómicos [...] es que recae sobre estereotipos sociales contemporáneos. [...] la caricaturización no recae únicamente en la configuración del personaje, sino también en su carácter de actante narrativo” (Fraticeilli 2019, p. 75). La estructura reidera de *Mafalda* se ubica en un espacio lúdico habilitado por un bromista.²

El espacio de lo lúdico, siguiendo a Schaeffer (2002) lo tomamos como un espacio de fingimiento en el que se caen las reglas que ordenan el mundo y entramos en el mundo de la ficción en tanto tal. El salto de la ficción doméstica al comentario político refuerza el efecto de comicidad.

Ya en el cierre de la década del 90 y gracias a la aparición y popularización de dispositivos y programas de generación de imágenes digitales así como la capacidad de distribución por Internet, aparece una nueva serie de animaciones que se hacen cargo de la crítica social y política. La mayoría a cargo de jóvenes animadores, que llegaron luego a espacios de exhibición como *Locomotion* o *MTV*, y que oscilan entre el espacio comercial y/o masivo y los espacios de distribución personal en las redes. “El final de la década de los 80 y principios de la de los 90 dieron un nuevo aporte a la técnica de animación: la computadora se hace accesible a todos. Esto redundará en nuevas explosiones formales y de contenido” (González, p. 2005).

Es en este momento en el que empieza a re-aparecer una conversación explícita sobre lo político. La frivolidad de la política que define en Argentina la década de 1990 fue fuertemente criticada por la serie *El Mono Mario*.

² Fraticelli establece que, a diferencia del bufón y el humorista que operan de manera distinta, el bromista construye una escena enunciativa en la que el personaje que lleva adelante la broma “es consciente de las reglas que transgrede. [...] El bromista establece una relación de superioridad con respecto al objeto de sus burlas y, como el bufón, incentiva al público enunciatario a ser su cómplice” (2019, pp. 75-76).

La serie fue creada en el año 2000 por Pablo Forconi como un entretenimiento en sus ratos libres. El Mono Mario es un personaje machista y seductor que solo vive el momento, despilfarra el dinero y rompe hogares. El consumo culposo de Internet escaló a *MuchMusic* para volver años después a la plataforma de YouTube.

Si personajes como *Mercano el marciano* y *El Mono Mario* son dos ejemplos exitosos, detrás se encolumna un ejército de decenas de proto personajes de difusión reducida y a veces ni siquiera eso. Mejor o peor realizados, crudos o elaborados, en su anonimato forman parte de una fauna del *cartoon* criollo actual (Manrupe, 2004, p.110).

Para el año 2004, los personajes de la serie comentaban la realidad política y del espectáculo en un segmento del programa de América TV, *Intrusos en la noche*. Se trataba de animaciones pre-armadas con diálogos en vivo. La popularidad de lo que a la vez afirma y rechaza *El Mono Mario* en relación con el tomarse a broma una estética y una forma de vida de la década de los 90 en Argentina, no por criticarla, sino por abrazarla de manera de demostrar la banalidad y superficialidad de sus valores. Es por ello que *encaja* bien en un programa como lo fue el de política y espectáculos.

1.3. Las miradas lúdicas y críticas de la animación contemporánea

Santiago Bou Grasso es un animador que interesa reseñar antes de entrar en el corpus específico del que buscamos dar cuenta. Se trata de un animador meticuloso, que ha trabajado temas vinculados con la memoria política argentina (*Padre*) como con la crítica social no complaciente. En *El Empleo* la animación es dibujada. En *Padre* la materialidad animada es resultado de un milimétrico *stop motion*. No se trata de entender la técnica por sí misma, sino por la expresividad que aporta. En el caso del dibujo animado se logra lo que Bras señala como cualidad propia del lenguaje “El

mundo del dibujo animado en realidad es un mundo rosa donde la principal, casi única exclusiva direccional es como destacáramos el absurdo impregnado de gracia y de ternura. Cuanto más absurdo mejor” (1990, p. 15). Esta definición del objeto del dibujo animado destaca el absurdo y la gracia -de formas y movimiento- y es eso lo que el corto *El Empleo* de Santiago Bou Grasso pone en evidencia. El corto explora un mundo en el que las personas sirven a otras en roles sorprendentes, hacen de pie de lámpara, de tapete, de perchero, de semáforo, etc. El relato nos presenta el inicio del día de un personaje hasta llegar a su empleo como tapete de puerta. Esta construcción de mundo coherente y risible, permite encontrar una clave de inmersión lúdica (Schaeffer, 2002) y nos ubica en el espacio del humor. Entendemos esta construcción con Fraticelli (2019) quien afirma que “el humor no sólo se sirve de la retórica o los imprevistos de las situaciones y el cuerpo, sino que se vale de ambos para generar placer” (p. 84). En nuestro caso, este valerse se vincula con la particular manera en que el dibujo animado nos da a ver el mundo que habitamos, pausado, del fragmento a la totalidad, en una escala que se va incrementando, de una mirada cercana y cotidiana a la descripción con una mirada que se acerca al paisaje urbano, para volver, finalmente, al fragmento, a la espalda tapete. Así, *El empleo* “plantea una crítica mordaz al empleo y al lugar que ocupa el ser humano dentro del sistema de producción capitalista, cuestionando las relaciones de producción que fundamentan el modelo económico que colapsa en diciembre de 2001” (Fenoll, 2016, p. 114).

2. Un corpus contemporáneo

Como vemos, en la historia animada argentina hay numerosos antecedentes y modos de tratamiento de lo político y lo social. Nos interesa centrarnos en dos producciones

en especial, por sus diversos derroteros exhibitivos, ya que su circulación contemporánea si bien es distinta, aborda formas de problematización de la realidad con énfasis en lo social y lo político, de los que cabe esperar un cierto efecto gracioso. Son el caso de *Tino y Gargamuza* (emitido hasta 2018 en el marco del programa político de opinión *A dos voces*, por la señal de cable TN) y el de *Gente Rota*, que se distribuye a través de redes sociales (especialmente Instagram y YouTube). Con trayectorias distintas, ambos textos comparten algunos rasgos que nos proponemos desarrollar: el particular estilo de la animación, que se trata de una digitalidad audiovisual cuyo efecto no busca (como sucede en otros espacios animados) una estética realista; temáticas de la vida social y política argentina; una expectación vinculada con la risa. Interesa destacar que, si bien las temáticas trabajadas pueden ser comparadas, el material de la vida social en el que se sustentan las diferencias: mientras que una serie se centra en el comentario acerca de la realidad política y social, el otro audiovisualiza material que puede considerarse documental y con él construye micro animaciones.

2.1. *Tino y Gargamuza*. Un viaje por el humor político

Los personajes de *Tino y Gargamuza* aparecieron por primera vez en un programa de humor absurdo a cargo de Alfredo Casero, *Cha cha cha*, emitido por América televisión (1996), luego pasa al programa de metatelevisión –es decir de un programa de televisión que se hace cargo de comentarios críticos sobre televisión (Carlón 2006)– *Televisión Registrada* también en América Televisión (1999-2005). La misma señal de televisión abierta contó con dos emisiones especiales: *La noche de los muertos re-vivos* en diciembre de 2003 y *La navidad de Tino y Gargamuza* en diciembre de 2004. Entre 2005 y 2008, luego de una discontinuidad, vuelven con *Televisión Registrada*, primero en El Nueve (2012-2013) y luego en El Trece (2017-2018). El cambio radical de temas

sobre los que opinan los personajes Tino y Gargamuza se produce con su incorporación en el programa político de opinión *Periodismo para Todos* de Canal 13 (2015-2016). Las tandas de MuchMusic (2010) funcionaron como una retoma del espíritu original de *Cha cha cha*. Su última aparición fue en la señal televisiva de noticias TN (2017-2018) en el programa *A Dos Voces* de Marcelo Bonelli y Edgardo Alfano. Se trata de un programa de análisis político y económico de la actualidad.

Observando los pasajes y cambios de programas y de canales en los que los segmentos de Marchesini Cartoons aparecen, vemos cómo la mutabilidad de la animación permite juegos más allá de los contenidos que soportan. De todas formas, podríamos identificar una primera etapa de humor absurdo (*Cha cha cha* y las emisiones independientes) y un juego de lecturas crítico-social y crítico-político desde su incorporación en *Televisión Registrada* hasta su última aparición.

Sucede que *Tino y Gargamuza* hace un uso extenso de algunos de los principios de la animación, en particular el de *estirar y encoger*,³ que muestran la deformación física de objetos y sujetos, que permiten otorgar aspectos graciosos a los dibujos en su sucesión además de otorgar fluidez al movimiento de las imágenes. Pero decíamos que estos personajes hacen un uso muy alejado de este principio, alejándose también del efecto realista de la animación disneyana. Por el contrario, ponen en escena la deformación como acentuación o comentario, y estas deformaciones son exaltadas y evidenciadas en el espacio de la audiovisualidad. A ella acompañan otras formas de construcción vinculadas con la búsqueda de efectos humorísticos, como son la repetición o el *ralenti*. A estas operaciones discursivas sobre sus propios personajes se suman las caricaturas que aparecen de los personajes criticados. En el caso de las figuras

³ Sobre los principios de la animación realista, ver Johnston, Ollie y Frank Thomas (1981).

de conocimiento público y políticos, las caricaturizaciones. Recordemos con Gombrich (2002) que “La caricatura se basa en la comparación cómica. Cualquier garabato servirá, si presenta un parecido sorprendente” (p. 296). Este procedimiento hace evidente la diferencia en la configuración de los personajes caricatura y los personajes caricaturizados. En los segundos, este efecto de retrato es más evidente, cambia el delineado de los rostros y las formas expresivas se vuelcan hacia la caricaturización. Este soporte animado es el que hace posible el desplazamiento de los personajes públicos a espacios imaginaros, comentados, editorializados. Se los ubica en lugares en los que “deberían estar”, se “especula que estén”, se imagina como sería si...

Así, la caricaturización logra lo que Gombrich afirma:

son dos las condiciones que explican el éxito de esa ilusión de vida que puede prescindir de toda ilusión de realidad: una es la experiencia que generaciones de artistas han adquirido sobre el efecto de las pinturas, y otra es la disposición del público a aceptar el grotesco y lo simplificado, en parte porque su falta de elaboración garantiza la ausencia de indicios contradictorios (Gombrich 2002, p. 284).

Como vemos en este caso, se trabaja especialmente varias formas de la comicidad: la propia de la sátira política en los comentarios de los personajes, la que se combina con una serie de juegos de palabras que enmarcan y cierran el comentario mismo, habilitando que el juego de lo gracioso pase del plano del signifiante al del significado. Un ejemplo, el extenso “eeeehhhhh”, “Daaaale”, se vuelca sobre la demorada extensión del parlamento. Este modo de enmarcar se produce como decíamos también en las escenas que presentan los personajes en el cambio de dibujo animado a caricatura animada. Se trata, de este modo de un juego de yuxtaposición de dos verosímiles, el del *cartoon* como género animado y el de la página de humor político. Ambos verosímiles se alejan de la realidad, y de los verosímiles

realistas, pero a través de ellos se editorializa y refiere a la actualidad política.

2.2. *Gente rota*. Una mirada microscópica de la vida social

En este caso estamos frente animaciones de muy corta duración que ilustran audios de Whatsapp recibidos por su creador por parte de gente que los envía. Estas animaciones son subidas al canal de YouTube y de Instagram y en muchos casos también circulan en diversos grupos de Whatsapp. En estos audios hay temáticas diversas, entre los cuales la vida social y política ocupa un lugar de importancia.

De acuerdo con Gabriel Lucero “Gente rota es lo primero que se me vino a la mente al escuchar los audios. A todos nos pasa que, en las situaciones de todos los días, lo cotidiano nos rompe y saca lo peor de nosotros. Decimos lo que se nos pasa por la cabeza”, declara en una entrevista periodística con Martínez (2018).

Claramente el nombre de la serie es una mirada del realizador sobre el estado de los audios que utiliza para su animación, ya que estas compilaciones tienen audios de carácter documental. Estos audios recibidos no son alterados sino ilustrados. Esta ilustración, así como en el caso anteriormente analizado, se hace uso de técnicas y verosímiles de la animación. Se trata de una utilización contraria al canon mencionado de los principios de la animación, ya que en muy pocos casos se respeta la regla de acción continuada y superpuesta. Esta regla supone que en una animación realista se mueven todos los elementos presentados en pantalla y no sólo el personaje actuante. En el caso de las animaciones de Lucero este principio es expresamente quebrado, acercando sus animaciones al universo satírico y no realista. Así lo explica: “*Gente rota* es más una sátira que una comedia. La sátira no siempre te hace reír. A veces, te hace pensar o te hace decir: mirá cómo estamos. Tengo un audio

que es 100 por ciento realidad y sobre él, con lo que me sale de la imaginación, armo una historia” (Martínez, 2018).

La operatoria insiste en la inclusión de las locuciones recibidas en un espacio determinado, incluyendo al personaje en un emplazamiento y realizando acciones que se vinculan con el audio. Por ejemplo, el corto de *El Fletero*,⁴ que critica a la selección, presenta un personaje dándole indicaciones a Messi durante el mundial. Se trata de algo más que una ilustración, es una escenificación. Es esta puesta en escena la que aleja a las animaciones del *figsoneo* de la vida privada de la gente, es esa puesta en escena en la que aparecen reiteraciones del movimiento, comentarios y acentuaciones de las formas, los colores, las transformaciones de los personajes lo que organiza una enunciación no centrada en la figura del bromista, como veíamos antes, sino del humorista: “El enunciador quiebra las reglas irónicamente. Al tiempo que las degrada, admite estar sujeto a ellas, lo que hace que él mismo se convierta en objeto de la degradación. Pero de esta situación penosa el humorista se distancia habilitando el marco metacomunicacional de lo reidero. Su ironía niega el valor de la norma y, luego, niega esa negación” (Fraticegli 2019, p. 78). Es este juego enunciativo el que permite la circulación social. Los audios animados no son necesariamente graciosos. En muchos casos somos testigos de momentos que habitualmente se considerarían vergonzosos: problemas de pareja, desengaños, engaños, fallas en cuentas matemáticas sencillas, desconocimiento de la cantidad de patas que “trae un pollo”, etc. Otros son de clara crítica de la norma social, de la vida y los roles de género asignados, de la política y de las respuestas políticas. La animación garantiza la enunciación humorística.

4 <https://www.youtube.com/watch?v=deZH8bMyaw0>.

3. Lo lúdico, lo social y lo político

En ambos casos se juegan verosímiles de lo real, aunque soportados de manera singular. Como se desarrollará, las formas de tratamiento de la animación coadyuvan a la construcción de enunciaciones diferenciadas en uno y otro caso, así como su diferente emplazamiento y contexto de consumo articulan expectativas diferenciadas. Podemos comprender dónde recaen, en el proceso de semiosis social (Verón, 1987), las potencialidades de construcción de sentido vinculadas con la ludicidad en uno y otro caso, y cómo se explica el particular modo de circulación que estas series animadas presentan.

La animación, por ser considerada un lenguaje “menor”, destinada a públicos ininteresantes (especialmente niños) tiene libertades que para otros lenguajes audiovisuales serían imposibles. Así, las animaciones se escurren en canales y programas tanto políticos como humorísticos, como si fueran inofensivas para la palabra pública. O bien llegan destinadas en espacios interpersonales como es el teléfono celular, lo que además pone en un lugar aun más marginal la producción, ahora presentada como una ocurrencia. Lejos de perjudicar el valor crítico, estas circunstancias de circulación lo potencian tanto estéticamente como temáticamente.

Las estrategias comunicativas de la animación, que se espera que sea gracioso por ser animado, se acercan a la hipérbole, a la parodia y a la sátira. En ambos casos las formas de esta sátira dependen más de su relación con un *estado de la realidad* que con su propia producción. *Tino y Gargamuza* se burlan de los políticos y la política en sus editorializaciones, *Gente Rota* niega y afirma la verdad de la banda sonora.

Autoconscientes de su propio lugar, los casos analizados explotan sus potencialidades expresivas. Por una parte, el exceso de usos del *mickeymousing*, esto es de las operatorias de exageración, distorsión y acentuación como una

forma de construcción de pactos lúdicos metacomunicativos. Por otra, la presentación de una animación animada. Se trata de una animación que dice *soy una construcción dibujada*, y se aleja de las formas de construcción de la animación realista propia del largometraje animado disneyano que gobierna la inmensa mayoría de los estrenos comerciales.

El recorrido que lleva a *Tino y Gargamuza* desde un programa de humor a programas de reflexión política permite a los personajes mantenerse en una posición comentativa, transformando lecturas de los acontecimientos de relevancia en elementos de editorialización política. Comparten con las primeras animaciones el carácter crítico ahora opinando acerca de la actualidad social. Este posicionamiento resulta ambiguo: aleja a la serie de su lugar lúdico original, a la vez que es justamente lo lúdico lo que permite la mirada política

El surgimiento de *Gente Rota* pone el acento en las formas “espontáneas” de comunicación ciudadana política, cortando un flujo comunicativo para transformarlo en llamadas de atención sobre nuestras maneras de pensar, de expresar, de vincularnos. Al transponerse de dispositivos sonoros a medios de reproducción audiovisual construye lo reidero, lo lúdico, y de alguna forma también un espacio editorial.

A diferencia de las animaciones que se vincularon con la crítica política a lo largo de la historia, los casos analizados hacen entrar lo político como tematización *de costado*. Estas animaciones permiten, a través de las operatorias propias de una ludicidad animada, atender a las formas de procesamiento social de la cotidianeidad política en un sentido amplio. No es lo político el tema de las animaciones: es la crítica misma la que se vuelve política.

Bibliografía

- Bendazzi, G. (2008). Quirino Cristiani, pionero del cine de animación. (Dos veces el océano). Buenos Aires: Ediciones de la Flor.
- Bras, L. (1990). Formas de hacer cine animación. Rosario: Universidad Nacional de Rosario.
- Carlón, M. (2006). De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad. Buenos Aires: La Crujía.
- Di Núbila, D. (1959). Historia del Cine Argentino. Tomo I. Buenos Aires: Cruz de Malta.
- Di Pasquo, C. "Dipi" (2009). *Quirino Cristiani, 35 años sin el pionero de la animación*. Disponible en: <https://bit.ly/3u6wTwQ>.
- Fenoll, V. (2006). Crisis y renovación en el cine de animación argentino. El caso de *El Empleo*, 452°F. *Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, 15, 124-135.
- Fratlicelli, D. (2019). *El ocaso triunfal de los programas cómicos. De Viendo a Biondi a Peter Capusotto y sus videos*. Buenos Aires: Teseo. Disponible en: <https://bit.ly/3yrKx1a>.
- Gionco, P. (2009). Primeras manifestaciones argentinas de sátira política animada. En A. Lusnich & P. Piedras (Eds.), *Una historia del cine político y social en Argentina: Formas, estilos y registros (1896-1969)* (pp. 179-194). Buenos Aires: Editorial Nueva Librería.
- Gombrich, E. (2002). Arte e Ilusión. Estudio sobre la psicología de la representación pictórica. Londres y Nueva York, NY: Phaidon.
- González, A. (2005). La Animación en Argentina, *Miradas: Revista del Audiovisual*, 7, 75-91.
- Johnston, O & Thomas, F. (1981). *The illusion of life. Disney Animation*. New York, NY: Disney Editions.
- Martínez, M. (2018, agosto 23). La historia detrás de #GenteRota: audios de WhatsApp con vida animada", en *La voz del interior*.

- Manrupe, R. (2004). *Breve historia del dibujo animado en la Argentina*. Buenos Aires: Libros del Rojas.
- Schaeffer, J. M. (2002). *¿Por qué la ficción?* Madrid: Lengua de Trapo.
- Verón, E. (1987). *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.

Dominios de transgresión cómico-humorística en carteles de las protestas durante el estallido social en Chile

La imagen de Sebastián Piñera

KARINA SANTOS LARA Y LILIAN HERNÁNDEZ RIQUELME

El 18 de octubre de 2019 se detonó en Chile el llamado *estallido social* producto de un agotamiento ciudadano cuyo hito fue una organizada y colectiva evasión del metro de Santiago. A partir de este día, la sociedad chilena comienza a salir a las calles protestando en multitudinarias e históricas marchas que reclamaban el derecho a escribir una nueva Carta Magna y la eliminación de la (actual) Constitución Política de 1980 impuesta durante la Dictadura Militar de Augusto Pinochet (posteriormente modificada cuarenta veces). En este contexto, el pueblo chileno desbordó las calles de las principales ciudades del país para expresar sus demandas a través de lienzos y carteles que daban cuenta de un extenso petitorio que se caracterizó por su fuerte componente cómico-humorístico.

A través de este artículo nos proponemos un doble objetivo: por un lado, dar cuenta de los dominios de transgresión cómica-humorística (en adelante, TCH) expresados en una selección de carteles alusivos a la figura del Presidente de la República de Chile, Sebastián Piñera Echeñique (en adelante, Piñera) y, por otro, observar el comportamiento de esta categoría teórica que se desprende de un modelo de análisis formulado en la tesis de Magíster en Ciencias de la Comunicación

Diagrama del acto de la transgresión cómica. Propuesta teórica para el estudio de la transgresión en discursos cómicos (Santos, 2016)¹ (en adelante, tesis de MCC) que aborda esos dominios de TCH.

El corpus de carteles analizados es una recopilación hecha en el contexto del curso de Formación General Electiva *Humor en Equipo*². Para el trabajo de finalización de semestre, a los estudiantes se les encomendó la tarea de seleccionar y analizar carteles cómico-humorísticos de las protestas del *estallido social* (extraídas de redes sociales entre octubre y diciembre de 2019). Los resultados de este ejercicio pedagógico, no sólo fueron interesantes en el análisis del rol social del humor en contextos políticos y sociales, sino además permitió crear un banco de alrededor de 500 imágenes que dan cuenta de emociones, descontentos y pensamientos ciudadanos sobre la realidad chilena. Para nuestro estudio en específico, se seleccionaron sólo las imágenes que hacían alusión a la figura de Piñera.

¹ El propósito de la investigación fue describir teórica y operacionalmente qué es la transgresión en un discurso cómico-humorístico, cuáles son sus componentes básicos y cómo estos se articulan al interior de los discursos. Se analizaron 14 artículos en español que abordaban el concepto de transgresión en un contexto cómico humorístico. Éstos fueron contrastados con las propuestas teórico-filosóficas sobre transgresión y se cotejaron analíticamente con un amplio espectro de teóricos pertenecientes a diferentes disciplinas (lingüísticas, filosóficas, semióticas, sociológicas, de análisis de discurso y con las teorías del humor). El resultado del estudio es un modelo de análisis para observar el comportamiento de la transgresión en un discurso cómico-humorístico.

² El curso *Humor en Equipo* de la Universidad de La Frontera, Temuco, Chile, está a cargo de la docente Karina Santos Lara y tiene como objetivo utilizar el humor como herramienta pedagógica para el desarrollo de las competencias de trabajo en equipo y liderazgo. Dicho Electivo de Formación General tiene duración de un semestre y en él se abordan aspectos teóricos del humor y, al mismo tiempo, se fomenta la creatividad humorística. Desde el año 2016 se realizan tres módulos por semestre.

Perspectivas teóricas de la transgresión cómica-humorística

Hablar de transgresión sugiere la implícita invitación a relacionar este concepto con las diversas expresiones más clásicas de la historia occidental de lo cómico-humorístico, es decir, reconocerla –por ejemplo– en las acciones irreverentes de Diógenes el Perro (Oyarzún, 1996; García, 2011), observar el comportamiento deslenguado del bufón en la corte (von Barloewen, 2016), conocer las diversas expresiones y lenguajes grotescos de los carnavales de la Baja Edad Media (Bajtin, 1987; Stallybrass, 1986; Foust, 2010) o comprender la sátira declarada en las caricaturas políticas (Montealegre, 2008; Burkat, 2017).

En este sentido consideramos que, si bien es relevante la articulación teórica entre transgresión y las teorías de lo cómico-humorístico, optamos por realizar una vinculación filosófica del concepto de transgresión. Al decidir este abordaje, no pretendemos desconocer aquellas relaciones directas e indirectas que, como vimos, nos sugiere la historia de la comedia y el humor occidental ni tampoco la relación que tiene el concepto de transgresión con las teorías de la incongruencia o de la superioridad ampliamente tratadas por los estudios del humor tanto a nivel hispano como angloparlante³.

Como señalamos, para este artículo nos enfocamos en la relación teórica sobre el concepto de transgresión en un contexto cómico-humorístico. En este ámbito, destacamos algunos estudios como el de Giselinde Kuipers (2006) quien

³ La tesis de MCC (Santos, 2016) en su capítulo “El discurso de TC y su relación con las Teorías de la Comicidad” analiza la clasificación propuesta por John Morreall (Morreall, 1987 citado en Attardo, 1994). El autor las agrupa en: teorías cognitivas (incongruencia y contraste); teorías sociales (hostilidad y agresión, superioridad, escarnio y menosprecio) y teorías psicoanalíticas (liberación, sublimación y economía). En este contexto, el análisis realizado en dicho capítulo, correlaciona la propiedad transgresiva en cada modalidad teórica.

afirma que uno de los principios del humor es la transgresión; por otro lado, John Clarke (2007) quien estudia los aspectos de la cultura visual romana (100 a. de C. hasta 250 d. de C.) y su relación con el aspecto transgresivo del poder; y, finalmente, Ana Flores (2009) quien correlaciona los conceptos de política y poder (normas, hábitos y *doxa*) con el humor que, a través de una fuerte carga ideológica, confronta un escenario de subjetividades críticas, activas y sociales (Flores, 2009).

Por otro lado, Victor Raskin (2008) indica que son varias las tradiciones teóricas que han sugerido diversas interpretaciones de lo transgresivo; todas ellas insisten en la relación entre conflicto y hostilidad, otras más funcionalistas hacen la relación con una válvula de seguridad o un correctivo social; desde una perspectiva fenomenológica y del interaccionismo simbólico, se pone el acento en la relación con la multiplicidad de significaciones ambiguas (Raskin 2008). Por su parte Isabel Ermida (2008) es categórica en señalar que la transgresión es un principio del humor debido a que, en relación a las diferentes culturas y situaciones que ella estudia, el humor se confronta a una línea fronteriza entre la norma y la transgresión. En la misma línea, el trabajo de Thomas Inge y Ed Piacentino (2001) plantea que el humor de carácter transgresivo se puede definir como un exceso que pasa por sobre algo o va más allá; en primera instancia, sus efectos pueden parecer peligrosos, pero luego se convierten en chistosos.

La transgresión

Uno de los trabajos más destacados en habla hispana es el de Umberto Eco (1989) quien teoriza la relación entre lo cómico y la regla (en un contexto carnalesco) proponiendo que el efecto cómico surge cuando hay una violación a la regla que es realizada por algún personaje inferior y que, por lo

tanto, existiría en los espectadores, un sentimiento de superioridad a esa mala conducta de haber transgredido la regla; sin embargo, el autor destaca que en este reconocimiento de la ruptura, no hay una preocupación, por el contrario, existiría una exhortación, una satisfacción en quienes observan pues se disfruta “no sólo la violación de la regla, sino la desgracia de un individuo animalesco” (Eco, 1989, p. 10).

La base filosófica que sustenta la teoría de Eco, es la propuesta realizada por Michel Foucault en el *Prefacio a la Transgresión* (1963). El filósofo escribe su ensayo en homenaje a la idea que George Bataille expuso en el capítulo “La Transgresión” publicado en *El Erotismo* (1957). A partir de estos autores, la transgresión se asume y concibe en relación directa e interdependiente con los límites. Al respecto, Edgardo Castro, estudioso de Foucault señala que

La transgresión es un gesto que concierne al límite, ambos se implican mutuamente. Pero transgredir, para Bataille, no consiste en oponerse al límite o negarlo, sino más bien en lo contrario: afirmarlo. La transgresión no opone nada a nada, no es del orden de lo escandaloso o de lo subversivo, ni de la dialéctica ni de la revolución. La transgresión afirma el límite como ilimitado (2018, p. 383).

En este sentido, Foucault (1999) advierte que los obstáculos superados en un espiral de transgresión vuelven a ser obstáculos, es decir, la línea límite no se elimina, sino que se evidencia a través de la puesta en escena de certidumbres invertidas “actúa como una glorificación de lo que excluye; el límite se abre violentamente sobre lo ilimitado, se encuentra repentinamente arrasado por el contenido de lo que niega y consumado por esa plenitud extraña que le invade hasta el corazón” (Foucault, 1999, p. 167); de este modo, la transgresión foucaultiana, no viene a ser oposición de algo ni a remover los fundamentos porque “no es violencia en un mundo dividido (en un mundo ético) ni triunfo sobre los límites que borra (en un mundo dialéctico o

revolucionario” (Foucault, 1999, p. 168). Frente a este planteamiento, Castro (2018) señala que en un primer momento Foucault relaciona las experiencias del límite al estructuralismo y funcionalismo; posteriormente, “en la experiencia de la transgresión, en las prácticas de subjetividad y en las luchas de resistencia no se trata de situarse más allá del límite –es decir, en términos arqueológicos y genealógicos, más allá del saber y del poder– o de fundar la finitud mediante una analítica” (Castro, 2018, p. 384). El autor agrega que en ellas “ya no se busca sólo afirmar un límite cuya transgresión conlleve a la desaparición del sujeto, sino articular relaciones de saber y de poder como posibilidades de subjetivación y de libertad” (Castro, 2018, p. 384). La transgresión, por lo tanto, en su relación de interdependencia con el límite, propone y abre posibilidades en una eterna transformación del ser. Bataille (2002), por su parte, profundiza en el *ethos* de la transgresión señalando que ésta “no es la negación de lo prohibido, sino que lo supera y lo completa” (p. 46), bajo este axioma la obra del filósofo del erotismo aborda diversos componentes que son claves si vemos el recorrido discursivo de una transgresión. El pensador francés afirma que la “transgresión organizada forma con lo prohibido un conjunto que define la vida social” (p. 47).

Lo cómico y lo humorístico

Cuando hacemos referencia a lo cómico y a lo humorístico consideramos la propuesta de Luigi Pirandello (2002) quien afirma que lo cómico es circunstancial desde el momento en que se genera la situación, no es reflexivo, sino que responde a una impresión; por otro lado, lo humorístico tiene que ver con relaciones contextuales más complejas o de nivel ideológico y requieren de una interpretación reflexiva

(Pirandello, 2002). Por su parte, Eco (1998) propone que en lo cómico se está en un nivel de superioridad frente al otro (me río del otro) y en lo humorístico, la situación se mezcla con la piedad, la risa se vuelve una sonrisa, se ha “pasado de lo cómico a lo humorístico” (Eco, 1998, pp. 80-81). Un discurso puede ser cómico y/o humorístico, es decir, puede ser cómico en cuanto a su condición circunstancial, estaría distanciado del objeto de burla, se limitaría al contexto; y humorístico en cuanto se involucra con el objeto de burla, se hace parte de una idea, de un sentimiento, va más allá del contexto.

Considerando los planteamientos teóricos hasta aquí expuestos, la consecuencia operacional de la TCH se articula en base a que i) una transgresión es un acto discursivo que ii) devela las normas y cánones establecidos por sociedades e instituciones de poder donde iii) a través de una tensión cómica-humorística iv) los creadores (más precisamente, los que disfrutan) de dichos discursos, juegan con las leyes del poder v) con el fin de manifestar una liberación simbólica de su posición ideológica.

Escenario teórico-metodológico del modelo de análisis de discurso

Como se señaló en el apartado introductorio, se utilizará el modelo de análisis de discurso propuesto en la tesis de MCC. A continuación, el diagrama:

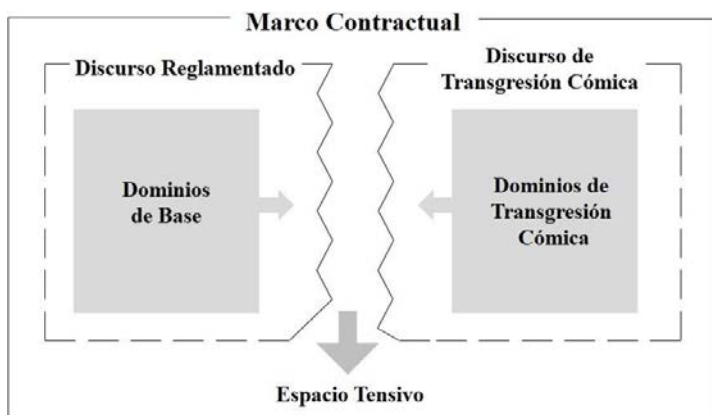


Imagen 1. Diagrama del acto de la transgresión cómica-humorística, tesis de MCC.

A saber, el *acto de TCH* es la instancia discursiva en la que se genera la transgresión cómica. Ésta se articula al interior de una situación de comunicación humorística y puede manifestarse en diferentes instancias. Las bases teóricas que sustentan estas conceptualizaciones, recorren diversos autores y teorías de la comicidad; se utilizó el concepto de transgresión de Foucault (1997, 1999) y Gilles Deleuze (1987, 2005), la teoría sobre lo cómico de Eco (1989), entre otros autores.

El *marco contractual* es el espacio en el que se genera la situación comunicativa donde se produce el acto de transgresión cómica. Se utilizó la propuesta teórica de Patrick Charaudeau (2009) sobre el “Contrato de Comunicación” que propone un acuerdo implícito entre los participantes de una situación comunicativa. Es decir, para que un discurso cómico-humorístico sea tal, debe ser reconocido (y aceptado) como tal, de lo contrario, estaríamos entrando a otra categoría discursiva.

Los *dominios de base* representan las normas de comportamiento, los códigos lingüísticos, el *habitus*, los

cánones estéticos, axiológicos e ideológicos de una cultura particular; estos dominios son expresados a través del *discurso reglamentado*, discurso que representa a esas estructuras sociales. Por otro lado, los *dominios de transgresión cómica-humorística* corresponden a los lenguajes transgresores utilizados en el discurso de transgresión cómica, se caracterizan por ser cómico-humorísticos y por estar en directa relación con los dominios de base. Los autores y teorías utilizadas para construir esta categoría conceptual fueron principalmente los estudios que se han realizado en torno a la TCH y su relación con los discursos reglamentados. El cuerpo teórico para este apartado está sujeto a cada uno de los dominios estudiados.

Finalmente, el *espacio tensivo* es el lugar de encuentro entre los dos dominios (a saber: *dominios de base* y *dominios de transgresión cómica-humorística*). Se ha establecido esta denominación para identificar el espacio donde confluyen, se resisten, entran en pugna, se visibilizan, se rompen, violan o concilian dos paradigmas (cada investigación revisada, contemplaba una visión diferente de la correlación entre ambos dominios). Nos basamos en el concepto de Algirdas Greimas y Jacques Fontanille (2002) sobre el *campo tensivo* y de Foucault (citado en Deleuze, 1987) sobre la relación de fuerzas discursivas.

En síntesis podríamos decir que: dado un *marco contractual* se genera un acto de discurso cómico-humorístico en el cual dos tipos de discurso se correlacionan en un *espacio tensivo*; por un lado, el *discurso reglamentado* compuesto por los *dominios de reglas de base* y, por el otro, el *discurso de transgresión cómica-humorística* compuesto por los *dominios de transgresión cómica-humorística*.

Dominios de transgresión cómica-humorística

Los discursos que entran en tensión, recordemos, el *discurso reglamentado* y el *discurso de TCH*, se componen de dominios: para el primero, los *dominios de base* y para el segundo, los *dominios de TCH*. Los dominios, reflejan el campo en el que opera la TCH, nos sitúan y permiten evidenciarla, llegar a ella, puesto que se expresan sobre la base del discurso, específicamente, en el lugar donde se ejecuta el acto cómico-humorístico. Los dominios serán los mismos tanto para los *de base* como para los *de TCH*, ya que ambos se adscriben a esta temática común donde se instala un acto de TCH.

La propuesta que surge a partir del análisis de los artículos seleccionados en la tesis de MCC da cuenta de dos macrodominios: el *macrodominio del lenguaje* (se compone de todo lo relativo a la lingüística) y el *macrodominio del habitus* (basado en la teoría de Pierre Bourdieu (1997, 2007) para clasificar a las estructuras y normas que componen una sociedad).

En la tesis de MCC, se remitió dar cuenta de los resultados de las investigaciones seleccionadas. De este modo, teniendo en consideración que ambos dominios poseen una complejidad particular, se hizo una clasificación sin un propósito teórico, sino con fines metodológicos; lo que se tradujo en un ordenamiento de los dominios abordados, exclusivamente, en las investigaciones seleccionadas e incorporando algunos complementos teóricos que permitieron una mejor comprensión del dominio (a sabiendas que, fuera de ellos, existen otros que debieran estar presentes en cada macrodominio o que, los propuestos, debieran ser conceptualizados en base a teorías más pertinentes). Cabe señalar que ambos macrodominios (y sus respectivos dominios) pueden manifestarse al mismo tiempo en un discurso cómico, no son excluyentes entre ellos, sino por el contrario, en muchos casos, se complementan. A saber:

Macrodominio del LENGUAJE		Macrodominio del HABITUS	
Dominio	+ Interaccional + Gramatical + Del Conocimiento	Dominio	+ De comportamiento social + Axiológico + Ideológico

Imagen 2. Dominios de Transgresión Cómica, tesis de MCC.

Macrodominio del lenguaje

Este macrodominio se compone de todo lo relativo a la lingüística y sus derivados. Aquí la transgresión es a las normas y reglas gramaticales, fonológicas, morfológicas, sintácticas; alteraciones del lenguaje a nivel fraseológico y conversacional. En él suelen darse los juegos de palabras y el doble sentido. Sus dominios son: *interaccional*, *gramatical* y *del conocimiento*.

El *dominio interaccional* se compone de las máximas conversacionales, el principio de cortesía, el principio de cooperación y todo lo que tiene que ver con las normas que rigen las interacciones sociolingüísticas. Uno de los autores más utilizados en este dominio es Paul Grice (1991) quien, a través de su *Studies in the Way of Words*, plantea lo que se conoce como el Principio de Cooperación. El autor propone cuatro máximas: de *cantidad* (que contenga la información necesaria); de *cualidad* (no afirmar lo falso ni hablar sin pruebas); de *relación o relevancia* (que sea oportuno y relevante al contexto) y de *modo o modalidad* (que sea claro, breve, ordenado y sin ambigüedades). Sin entrar en cada una de ellas, podemos señalar que éstas son normas y estrategias que regulan el comportamiento interpersonal de una conversación. Por su parte, Eco (1989) señala que en la violación de las máximas griceanas “lo que es obligatorio

para producir un efecto cómico es la prohibición de hacer explícita la norma. Debe estar presupuesta tanto por el emisor como por el público” (Eco, 1989, pp. 15-16)

El *dominio gramatical* hace referencia a: juegos de palabras, trasposiciones del lenguaje, *lapsus linguae*, doble sentido, sentido literal, juegos fónicos, en suma, todo lo relativo a las normas (o alteraciones) de lo morfológico, sintáctico y gramatical. Podríamos haberlo considerado dentro de la máxima griceana de *modo*; sin embargo, las investigaciones revisadas en la tesis de MCC, consideraban este dominio como independiente de esta máxima debido a que no siempre se evidencia como parte de una conversación, sino que está presente en otro tipo de discursos humorísticos. Este *dominio* representa lo que Sigmund Freud (2012) denomina chiste inocente y que se caracteriza por los juegos de palabras y el doble sentido; en este tipo de chistes “la palabra no sufre aquí la menor violencia; no es dividida por sílabas ni sometida a la modificación ninguna. Tampoco necesita abandonar la esfera a la que pertenece” (Freud, 2012, pp. 43-44).

El *dominio del conocimiento* se refiere a la información (experiencias, datos y saberes) guardada durante el transcurso de la vida personal de cada individuo. Se aproxima a lo que Teun van Dijk (2002) denomina “conocimiento del mundo” y tiene que ver con la información almacenada en nuestros modelos mentales y que nos proporcionan el saber sobre el mundo. Específicamente nos referimos a un conocimiento cultural, informativo, histórico, el funcionamiento de la naturaleza, etc., no sobre los comportamientos sociales como lo amplía van Dijk. Para ser más precisas, es saber qué son las pirámides de Egipto, dónde fue la Segunda Guerra Mundial, cómo se llaman los planetas, el nombre del Presidente de la República, saber si las aves vuelan o si la lluvia moja; es decir, aquella información que está dada en la interacción con el mundo ya sea por vía directa (experiencia) o indirecta (educación, lectura, conversaciones, etc.). Si en un discurso humorístico somos capaces de advertir

una realidad trasformada es porque conocemos cómo es esa realidad en su estado natural, decodificamos que hay una incongruencia, un absurdo, una alteración a la normalidad de nuestros códigos de significación.

Macrodominio del *habitus*

El *macrodominio del habitus* se sustenta en la teoría del *habitus* de Bourdieu (1997, 2007) que propone una clasificación de estructuras y normas que componen y ordenan las sociedades en cuanto a las pautas de lo bueno-malo, lo correcto-incorreto, lo moral-inmoral. Este macrodominio corresponde a las prácticas y comportamientos sociales, a las creencias políticas, religiosas y todo aquello que estructura las culturas. Identificamos tres *dominios*: de *comportamiento social*, *axiológico* e *ideológico*.

El *dominio de comportamiento social* está caracterizado por las prácticas y comportamientos sociales, es decir, los estilos de vida, lo que es decoroso (o indecoroso), lo que es correcto decir o no. Tiene que ver con la aproximación a ciertos tabúes sociales (lo escatológico, lo sexual y coprolático), las formas y los estilos de vida. En este *dominio* se incluye lo que se puede decir o hacer en público y en privado. Se relaciona con lo que se espera de las personas, de las autoridades y los roles de cada uno en la conformación de la sociedad.

El *dominio axiológico* se refiere a todo lo relacionado con las creencias (si bien el dominio de comportamiento social también tiene una base axiológica, hacemos esta separación para diferenciar otros componentes). En este dominio, se consideran los valores morales provenientes de doctrinas religiosas; las concepciones sobre la muerte, la verdad, las emociones y todo aquello que conforma la mentalidad espiritual de un sujeto; se expresan sentimientos y estéticas que suelen ser puestas en ridículo o cuestionadas.

Finalmente, el *dominio ideológico* se refiere a todo lo relativo a las ideas y opiniones políticas sobre la vida en general, es decir, cuando éstas del plano personal e individual pasan a causas comunitarias y, en consecuencia, son ideologizadas (incluso por grupos minoritarios); es decir, alude a los discursos ideológicos, al activismo político en todas sus formas (y posturas). Por su puesto que este *dominio* incluye los discursos hegemónicos, las estructuras institucionales, el poder, el autoritarismo, etc. Este dominio, se relaciona con la creencia que el sistema, las instituciones políticas, sociales, religiosas y económicas, funcionan y están al servicio de la humanidad y de un bien superior para quienes las profesan.

Resultados

Antes de presentar los resultados haremos algunas precisiones metodológicas necesarias de esclarecer: los carteles del corpus analizado corresponden a una selección de imágenes difundidas en las redes sociales durante el *estallido social* (octubre-diciembre de 2019) que fueron recopiladas por los estudiantes del electivo señalado en la introducción. Se les encomendó la tarea de compilar un cierto número de carteles cómico-humorísticos (operacionalizando esta categoría del modo más básico y subjetivo: lo que a ellos les provocara risa) y luego proceder a un análisis del rol social del humor.

De un total de 22 trabajos donde se recopilaron 500 imágenes, alrededor de 120 fueron alusivas a la imagen de Piñera quedando 45 imágenes (se eliminaron las repetidas que, al ser extraídas de la Web, era una acción esperada). A la hora de hacer la selección se encontraron transgresiones no cómicas, es decir que había alteraciones en los dominios del lenguaje y del *habitus*, pero no eran a través de un discurso cómico-humorístico (respondían a una transgresión

no cómica). Por lo tanto, frente a cada imagen las preguntas fueron: ¿Dónde está lo chistoso/gracioso? ¿Qué está transgrediendo eso? Es decir, desde una perspectiva metodológica, primero fue necesario reconocer lo cómico-humorístico y luego la transgresión, no a la inversa. Se operacionalizó lo chistoso/gracioso aludiendo a que el discurso señalado evidenciaba un juego discursivo en alguno de los siguientes aspectos propios de lo cómico-humorístico: incongruente o absurdo, satírico, irónico, ingenioso y/o creativo.

El proceso de análisis fue observar la imagen e identificar los dominios que había presentes en ella, explicar dónde estaba la transgresión, cuál era el *dominio de base* y cuál era la transgresión realizada a ese dominio. Por lo tanto, por una parte, el análisis fue un ejercicio multimodal entendiendo que las significaciones están en la totalidad de los signos expresados en la imagen (cartel y contexto) y, por otra, un ejercicio analítico transdisciplinar pues las teorías que sustentaron los análisis venían desde diversas disciplinas.

En cuanto a los resultados, podemos decir que los carteles seleccionados presentaron el mismo *marco contractual*: las protestas del *estallido social* en Chile y, además, el mismo *espacio tensivo* que estaba en relación a las normas y estructuras socio-políticas generadas por el Estado chileno y su contraparte *tensiva*, la presión y descontento de la ciudadanía frente a esas normas, estructuras o modos de acción política.

Los carteles se caracterizaron por tener imágenes, dibujos, utilizar palabras coloquiales, groserías, parodiar memes o jugar con personajes de la televisión, la música, entre otras. Por lo tanto, el análisis realizado es a la fotografía en su totalidad, esto es: cartel, contenido narrativo, imagen o dibujo y, en ocasiones, al productor-portador del cartel (algunas imágenes muestran a adultos, jóvenes o niños). En cuanto a los discursos de los carteles, encontramos dos formas de expresión: mensajes directos hacia Piñera, otros que hablaban sobre Piñera y uno donde Piñera le hablaba a la gente.

De las 45 imágenes analizadas, dos transgredían un dominio; 17 transgredían dos dominios; 16 transgredían tres dominios; y diez transgredían cuatro dominios. A continuación, presentamos una tabla que da cuenta de la cantidad de transgresiones realizadas en cada uno de los dominios:

Macrodominio del Lenguaje		Macrodominio del <i>Habitus</i>	
D. Interaccional	20	Comportamiento Social	29
Gramatical	16	Axiológico	9
Del conocimiento	29	Ideológico	21

Tabla 1. Resultados de transgresiones cómico-humorísticas según sus dominios.

Para la presentación de los resultados, optamos por destacar algunos ejemplos en cada uno de los dominios y traemos una imagen que pueda representar de mejor manera el dominio transgredido. Recordamos que en cada imagen es posible encontrar más de un dominio y que al agruparlos en uno no significa que sea más o menos relevante que el otro. Lo que estamos demostrando aquí es que la transgresión se expresa de manera amplia, diversa y es interdependiente a otras. Veamos a continuación los resultados por cada uno de los dominios.

Macrodominio del lenguaje

El *dominio interaccional* (20 TCH). En su mayoría, estas transgresiones fueron realizadas en cuanto al lenguaje utilizado por los ciudadanos, es decir, la manera en cómo ellos se dirigían al Presidente de Chile: todos

lo tuteaban, le señalaban con groserías demostrando una “falta de respeto” (las comillas son nuestras) hacia la máxima autoridad política del país. A continuación, un ejemplo:



Imagen 3. Corresponde a la imagen n° 29 de la selección.

Es importante señalar que la abreviatura “QLO” significa “culiao” (literalmente sería alguien que ha sido fornicado, pero el uso popular es un impropio para denosta). Vemos en esta imagen otras tres transgresiones, pero destacamos la realizada al Principio de Cortesía.

El *dominio gramatical* (16 TCH) en su mayoría eran juegos de palabras o parodias de frases, canciones y memes que fueron cambiadas para señalar una crítica o burla hacia la figura de Piñera. Algunos ejemplos: “Ni Chayanne dejaría todo porque te quedarás”; “Piñera e’ calladito, pero pa’ robar atrevido” (de la letra de un Reggetón de Bad Bunny que dice: “ella es callaita, pero pal’ sexo es atrevida”). Aquí dejamos una imagen para graficar este dominio (juega con las palabras de los dibujos animados “Los Supersónicos”):



Imagen 4. Corresponde a la imagen n° 20 de la selección.

Finalmente, el *dominio del conocimiento* (29 TCH), en su mayoría, estas transgresiones apelaban a una cultura popular de programas de televisión, dibujos animados, canciones u otras. Algunos ejemplos: un niño llevaba en su espalda un cartel que decía “Piñera ándate al infinito y más allá” (por la frase de la película infantil *Toy Story* que dice “hasta el infinito y más allá”); “Ni el final de *Games of Thrones* fue tan malo como el Gobierno de Piñera”; “Piñera tus evasiones son más degeneradas que *Karol Dance*” (personaje de la farándula chilena envuelto en una polémica de tipo sexual); “Piñera reacciona menos que 1 [un] gas noble”; “El gobierno es más depre[sivo] que escuchar *Radiohead*”; A continuación una imagen para graficar este dominio, muestra a un personaje del programa de televisión *Los Simpson* (ella siempre realiza esta acción que se ve en el cartel):

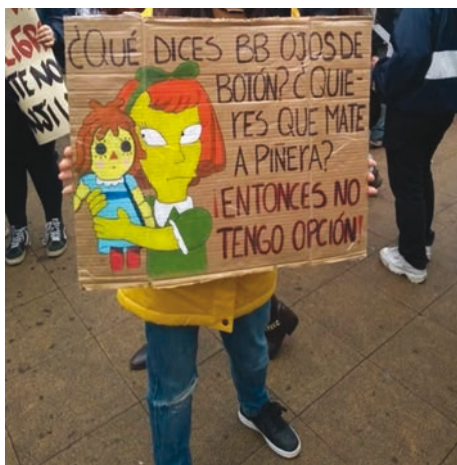


Imagen 5. Corresponde a la imagen N°24 de la selección.

Macrodominio del *habitus*

En el *dominio de comportamiento social* (28 TCH), gran parte de las transgresiones identificadas correspondían, directa o indirectamente, al comportamiento que un Presidente de la República debiera tener con su país, específicamente, estas críticas o burlas apuntaban al comportamiento de la persona de Piñera asumiendo (de manera no esperada o deseada) un rol o cargo que, para los ciudadanos, era insuficiente o mal logrado. Algunos ejemplos: “Piñera no espero nada de ti, pero aun así logras decepcionarme. Por el bien del pueblo, renuncia CTM” (CTM, abreviatura del chilenismo “conchetumadre” o concha tu madre); “Tengo miopía, pero igual veo tus mentiras”; “Piñera soy porfiado, pero tú... la cagaste” (el cartel lo lleva un niño de unos siete años); “Piñera, eres como un actor porno, no te vas nunca”; “Mamá por qué xuxa me pusiste Sebastián” (el hijo le reclama a la

madre por qué carajos le puso el nombre del Presidente). A continuación, dejamos un cartel de ejemplo:



Imagen 6. Corresponde a la imagen n° 3 de la selección.

En cuanto al *dominio axiológico* (9 TCH), en su mayoría estaban relacionados con temas que juegan con las estéticas, con la muerte, con los ciertos valores socio-culturales. Algunos de ellos se relacionan con quienes los llevan. Ejemplos: “tu gobierno es más falso que yo haciendo dieta” –aquí la transgresión es hacia la misma persona y de su falta de voluntad y, al mismo tiempo hacia Piñera (en este caso sería ideológico) – ; “Estoy a 3 marchas de mi peso ideal #por un verano sin Piñera”; “No necesito sexo, porque el gobierno me coje todos los días”; a continuación un ejemplo que muestra a una monja sosteniendo un cartel (“weones” es un chilenismo que, tiene múltiples acepciones, para el caso es sinónimo de estúpidos).



Imagen 7. Corresponde a la imagen n° 30 de la selección.

Y finalmente, el *dominio ideológico* (21 TCH), podríamos perfectamente decir que todos los carteles tienen este componente, pero hemos enfatizado en el discurso de TCH, es decir, en el gatillador cómico que iría en directa relación a una crítica o burla ideológica. Para el caso, los carteles hacían referencia a la gestión del gobierno. Ejemplos: “Piñera no es dictador, podrá ser ladrón, corrupto, prófugo, dictador, pero nunca un buen presidente” (aparece el “Abuelo” de *The Simpsons* que habla de esta manera); “Las propuestas de Piñera son más falsas que el ‘nunca más tomo’ de mi amiga” y en otro cartel una mujer sostiene un cartel que dice “yo soy la amiga”; “No supiste hacer un censo y vay a hacer una constitución”⁴; “Pascualina sacó mejores agendas que vo[s] gil QLO #Renuncia Piñera”.

A continuación, un cartel que parodia a una plantilla del “meme del gato”. Este meme utiliza ambas imágenes que aparecen en la fotografía y pretende hacer un llamado de atención: la actriz que apunta con el dedo le reclama al gato por algo que no cumplió y el gato se defiende aclarando o, siendo más específicos, con algo que prometió en algún

⁴ En el primer gobierno de Sebastián Piñera (2010-2014) se prometió realizar “el mejor censo de la historia” (como sugería la consigna que ellos propusieron); sin embargo, la metodología utilizada resultó que fuera la peor encuesta, luego se debió realizar una posterior ya que los datos recogidos en la primera quedaron invalidados.

pasado al cual no se tiene acceso desde el meme y que se deduce del discurso cómico-humorístico representado.

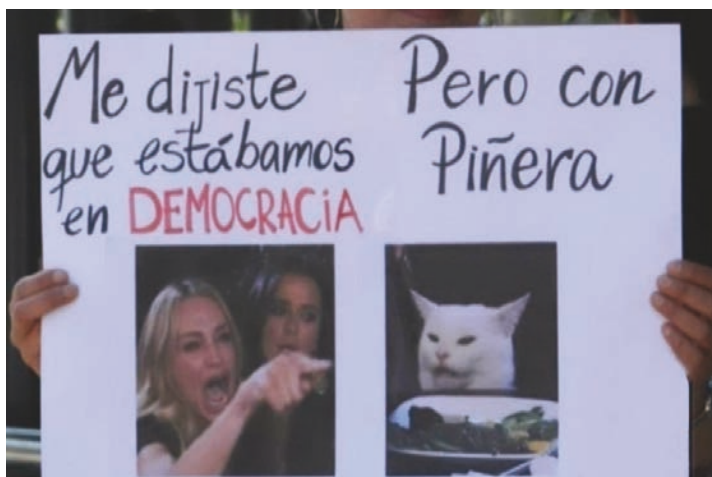


Imagen 8. Corresponde a la imagen N°1 de la selección.

Conclusiones

Nuestras conclusiones las presentamos en base a los dos objetivos planteados.

Sobre los dominios de transgresión cómica-humorística y la figura de Piñera

Los carteles que componen nuestro corpus de análisis, al haber sido creados en el contexto de una protesta social, adquieren de inmediato una connotación ideológica de base, pues se relativiza al poder representado en la imagen de Piñera. En su conjunto, lo consideramos como un gran libro de reclamos colectivo y espontáneo a través del cual se pueden leer emociones de malestar y disconformidad guar-

dadas durante años por el pueblo chileno y que, al cohesionarse en un gran discurso de resistencia socio-ideológica, se convierte en una protesta cómica-humorística en sí misma.

El análisis de los dominios presentes en los carteles nos permitió esbozar tres aspectos de la transgresión: uno no-cómico y dos cómico-humorísticos. 1) El no-cómico es el discurso que la ciudadanía expresa sobre la imagen de Piñera, es decir, cómo él a través del abuso de poder transgrede los valores democráticos, las leyes, los acuerdos, etc. Frente a esto, surge el segundo aspecto de la TCH expresado a través de 2) la denuncia ciudadana sobre prácticas antidemocráticas e inmorales que son develadas en aquellas producciones de TCH, basándose en el juego y la creatividad como componentes esenciales de estos nuevos relatos. Esta meta-transgresión, entonces, nos confronta al tercer y último aspecto: 3) la transgresión como visualización de la norma. Tanto en los discursos creados en el *macrodominio del lenguaje* como en el *macrodominio del habitus*, conocemos cuáles son los límites de los ciudadanos, qué cosas no son tolerables de una autoridad, qué comportamientos son los esperables de un gobierno, es decir, se establecen los límites éticos de quienes construyen y difunden dichas TCH.

Sobre el comportamiento del modelo de análisis

En general, el modelo permite una mirada transdisciplinar del fenómeno y de cómo la sociedad busca espacios transgresores para expresar sus emociones, rabias, deseos y todo aquello que les aqueja frente a una gestión política. En particular, permite profundizar en las mentalidades de quienes participan de estas construcciones de TCH (a nivel de producción e interpretación discursiva). En el caso del *macrodominio del lenguaje* se evidencian las posibilidades y recursos creativos que tiene un discurso cómico-humorístico en cuanto a su constitución retórica y semántico-pragmática, podríamos decir en su conformación de límites y posibilidades estéticas. Por su parte el *macrodominio del habitus*

refuerza los comportamientos sociales que se desencadenan a partir de las diferentes subcategorías constituyendo esa meta-transgresión mencionada en el punto anterior. Esta reflexión resulta interesante pues permite una nueva categoría de análisis en términos éticos, especialmente para los discursos satíricos.

Por otra parte, encontramos que la dificultad operativa del modelo puede surgir en algún investigador que no cuenta con experiencia teórica en los estudios del humor, por lo tanto, creemos necesario profundizar en las retóricas propias de lo cómico-humorístico y operacionalizarlas debido a que el modelo invita a observar la tensión generada entre un *discurso reglamentado* y un *discurso de transgresión cómica-humorística* (recordemos: al interior de estos se encuentran los dominios estudiados).

Palabras al cierre

Finalmente querríamos señalar que las protestas sociales, en particular las generadas durante el *estallido social chileno*, pese a la gravedad e importancia de las causas que las motivaron, se convirtieron en espacios de transgresión festivas donde lo que se “celebraba” era la unión social con el otro para compartir un malestar y construir un sueño común; donde el baile era el caminar por las calles y avenidas; donde la música era el agudo sonido de las cientos de cacerolas y donde los carteles eran las letras de las canciones que, finalmente, se convirtieron en gestos poéticos de resistencia y liberación simbólica.

Bibliografía

Attardo, S. (1994). *Linguistic Theories of Humor*. New York, NY: Mouton de Gruyter.

- Bajtin, M. (1987). *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de Francois Rabelais*. Madrid: Alianza.
- Bataille, G. (2002). *El Erotismo*. Disponible en: <http://www.pensamientopenal.com.ar/system/files/2014/12/doctrina31464.pdf>
- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (1997). *Razones Prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- Burkart, M. (2017). *De Satiricón a Humor. Risa, cultura y política en los años setenta*. Buenos Aires: Miño & Dávila.
- Castro, E. (2018). *Diccionario Foucault. Temas, conceptos y autores*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Charaudeau, P. (2009). *El contrato de comunicación en una perspectiva lingüística: convenciones psicosociales y convenciones discursivas*. Disponible en: <http://www.patrick-charaudeau.com/El-contrato-de-comunicacion-en-una.html>
- Clarke, J. (2007). *Looking al Laughter: Humor, Power and Transgression in Roman Visual Culture, 100 B.C – A. D. 250*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Deleuze, G. (2005). *Lógica de sentido*. Santiago de Chile: Escuela de Filosofía Universidad ARCIS. Disponible en: <https://www.uv.mx/tipmal/files/2016/11/Deleuze-Logica-del-Sentido.pdf>.
- Deleuze, G. (1987). *Foucault*. Buenos Aires: Paidós.
- Eco, U. (1998). *Entre mentira e ironía*. Barcelona: Lumen.
- Eco, U. (1989). Los marcos de la “libertad” cómica. En Eco, U. et al. (Ed.), *¡Carnaval!* (pp. 9-20). México: Fondo de Cultura Económica.
- Ermida, I. (2008). *The Language of Comic Narratives: Humor Construction in Short Stories*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Flores, A. (2009). *Diccionario crítico de términos del humor y breve enciclopedia de la cultura humorística argentina*. Córdoba: Ferreyra.

- Freud, S. (2012). *El chiste y su relación con el inconsciente*. Madrid: Alianza.
- Foucault, M. (1999) *Entre filosofía y Literatura*. Barcelona: Paidós.
- Foucault, M. (1997). *El pensamiento desde afuera*. Valencia: Pretextos.
- Foust, C. (2010). *Transgression as a Mode of Resistance. Rethinking Social Movement in an Era of Corporate Globalization*. Plymouth: Lexington Books.
- García, C. & Laercio, D. (2011). *La secta del perro. Vidas de los filósofos cínicos*. Madrid: Alianza.
- Greimas, A. & Fontanille, J. (2002). *Semiótica de las pasiones. De los estados de las cosas a los estados de ánimo*. Ciudad de México: Siglo XXI.
- Grice, P. (1991). *Studies in the Way of Words*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Inge, T. & Piacentino, E. (2001). *The Humor of the Old South*. Lexington, KY: University Press Kentucky.
- Kuipers, G. (2006). *Good Humor, Bad Taste: A Sociology of the Joke*. Berlin: Gruyter Mouton.
- Montealegre, J. (2008). *Historia del humor gráfico en Chile*. Lleida: Milenio.
- Oyarzún, P. (1996). *El dedo de Diógenes*. Santiago de Chile: Dolmen.
- Pirandello, L. (2002). Esencia, caracteres y materia del humorismo. En *Cuadernos de Información y Comunicación UCM*, 7, 95-130.
- Raskin, V. (2008). *The Primer of Humor Research*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Santos, K. (2016). *Diagrama del Acto de la transgresión Cómica. Propuesta teórica para el estudio de la transgresión en discursos humorísticos*. Memoria para optar al Título de Magíster en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Educación y Humanidades, Universidad de La Frontera, Temuco, Chile.
- Stallybrass, P. (1986). *The Politics and Poetics of Transgression*. New York, NY: Cornell University Press.

- Van Dijk, T. (2002). El conocimiento y las noticias. En *Quaderns de Filologia. Estudis de Comunicació*, 1, 249-270. Disponible en: <http://www.discursos.org/oldarticles/El%20conocimiento%20y%20las%20noticias.pdf>
- Von Barloewen, C. (2016). *Clowns. Una figura arquetípica*. Barcelona: Kairós.

4. Humor feminista

“No morir por el chiste”: el humor feminista en los periódicos *Nós Mulheres* (1976-1978) y *Persona* (1974-1986)¹

MARIA DA CONCEIÇÃO FRANCISCA PIRES

En 1983 la revista *Persona* publicó, en la primera edición de ese año, el artículo “No Morir por el Chiste: el humorismo y la mujer” escrito por Griselda Gambaro. En él, la autora defiende la premisa de que la escasa producción humorística de mujeres en los medios de comunicación argentinos se debería al estereotipo de malhumoradas que frecuentemente se les atribuye a las mujeres. Intentando una explicación para las causas de esta escasez, Gambaro argumenta que la escueta producción humorística de las mujeres argentinas se daría por “razones de censura social, por acatamiento a la asignación de un rol”.

De forma bastante pertinente para profundizar el debate sobre la importancia política del humor, Gambaro discute la diferencia entre “chiste” y “humor”, reconociendo que la potencialidad subversiva de este último ocurre cuando no funciona como una simple válvula de escape, sino al contrario:

cuando es dislocador de estereotipos, cuando planea sobre la soledad y decodifica, cuando torna un hecho que la información presenta como heroico, y mediante la risa, a veces dolorosa, a sus dimensiones reales de estulticia y horror. Importa el chiste cuando nos quita la soberbia y nos lleva a reírnos de nosotros mismos y de los demás, no para rebajarnos sino para concedernos la saludable modestia de saber lo que somos y donde estamos parados (*Persona*, 1, 1983, agosto).

¹ Traducción de Larissa Gonçalves Medeiros (lisamedeiros1@gmail.com).

Al final del texto, en una especie de exhortación a lo imperioso del humor como forma de manifiesto discursivo y político, la autora evoca la producción de chistes “pantagruélicos y desaforados, desestructuradores de esquemas y convenciones, para que la risa, tan necesaria se continúe en el pensamiento” (*Persona*, 1, 1983, agosto).

La escasez de humor en las publicaciones feministas fue abordada nuevamente en 1994, en el número 13 de la revista *Feminaria*, en el artículo “Algunas cuestiones sobre el humor feminista”, escrito e ilustrado por Diana Raznovich. En él, la autora aborda la ausencia de humor en el feminismo y en el humor gráfico de las publicaciones feministas, algo que, en su opinión, reflejaría una crisis tanto de lo imaginario feminista como de lo femenino.

La autora deja en claro que la intención del artículo no es presentar explicaciones para esta “hiper seriedad” feminista, sino defender el uso del humor desde una perspectiva de género. A la pregunta imaginaria:

¿Tiene género el humor?”, ella responde: “Por supuesto que si hay algo incuestionable es que el humor es siempre la expresión de un punto de vista, y dado que hay tantos y tan buenos humoristas grafico hombres en nuestro país [...], parecería que el humor o es masculino o no es humor (*Feminaria*, VII, 13, 1994, p. 30).

Y concluye:

Frente a un mundo atiborrado de imágenes que devalúan a un lugar de intercambio mercantil el cuerpo femenino, el feminismo argentino no ha sabido responder con una contrapartida de imágenes que desenmascare a estas imágenes. [...] Las feministas investigan y elucubran desde la teoría una serie de articulaciones muy sesudas que no se plasman en una práctica de riesgo creativo, de irreverencia plena, de paridad en el desmantelamiento de la ficción patriarcal (*Feminaria*, VII, 13, 1994, p. 30).

Para Raznovich, dada la capacidad de alcanzar los espacios en que los discursos académicos no siempre logran insertarse, el humor se muestra como un primoroso instrumento artístico pasible de ser empleado para, a través de una estética corrosiva e irreverente, sacar al feminismo de su condición académica y, en su opinión, marginal.

Los periódicos brasileños feministas que circularon entre la dictadura militar y el período de redemocratización (1964-1988) también se mostraron atentos a las cuestiones puntuadas por las dos autoras argentinas y utilizaron el humor como recurso artístico, discursivo y político. Divergentes en cuanto a la defensa de lo que entendían como temáticas prioritarias a ser discutidas, periódicos como *Brasil Mulher* (1975-1980), *Nós Mulheres* (1976-1978) y *Mulherio* (1981-1988) experimentaron el humor gráfico como instrumento de aproximación con las lectoras. Las intelectuales que colaboraron en esos periódicos emplearon un repertorio distinto de las referencias estigmatizadas que predominaban –y que predomina hasta los días de hoy– sobre las feministas, siempre pensadas como mujeres malhumoradas, asexualizadas, amargadas, poco amadas y feas, así como del feminismo y lo que se comprendía como “universo femenino”.

La estigmatización de la mujer feminista fue una cuestión abordada por Eliane Robert Moraes en “Feminista é Mulher?”, artículo publicado en la edición de julio/agosto de 1984 del periódico *Mulherio*. Moraes llama la atención sobre el papel del periódico *Pasquim* en la construcción de este estereotipo a partir de la entrevista a Betty Friedan, publicada en el número 94 del periódico (1971, abril 22 a 28). En esa entrevista específicamente, queda claro tanto la negativa frontal al reconocimiento de la legitimidad del movimiento feminista, como la producción de una risa misógina que se funda en la premisa de que “La feminista es fea. La feminista es frustrada en la cama. Mujer sólo

discute política cuando no tiene con qué ‘rebolar’. El mejor movimiento de las mujeres es el de las caderas.”²

Como contrapunto al ideal de feminidad divulgado históricamente –y no sólo por *Pasquim*, es importante aclarar–, las caricaturistas que colaboraron en las publicaciones feministas destacaron formas subjetivas de comprender y abordar a las mujeres que permitiesen otorgarle mayor consistencia al debate acerca de la emancipación política de los cuerpos y de las subjetividades de las mujeres (Variakas, 1996).

Siguiendo las reflexiones desarrolladas en los artículos de Gambaro y Raznovich, sobre la perpetuación de los estereotipos sobre las mujeres y, más específicamente, del estigma sobre las feministas, y considerando la presencia del humor gráfico en el interior de esas publicaciones, analizaré el diálogo establecido entre el humor gráfico y las cuestiones discutidas por los grupos feministas durante el período de efervescencia de la Segunda Ola Feminista. Me interesa poner en relieve la producción de un humor gráfico feminista que encontró espacio inédito para manifestarse en el periódico brasileño *Nós Mulheres* (1976-1978) y en la revista argentina *Persona* (1974-1983). Mi elección se justifica tanto por tratarse de publicaciones pioneras en lo que se refiere a presentar a sus lectoras una producción gráfica y artística hecha específicamente por mujeres, como por la proximidad temporal en la que tales periódicos fueron publicados.

Al indicar que me interesa el humor feminista, estoy también señalando que aunque el humor posee un potencial subversivo capaz de desestabilizar jerarquías y desmitificar autoridades (Bakhtin, 1996) –sobre todo en regímenes autoritarios que buscan sostenerse en la absoluta conformidad y obediencia–, no se puede descuidar su capacidad de reiterar relaciones de fuerza y poder cuando se construye

² Traducción nuestra para “Feminista é feia. Feminista é frustrada na cama. Mulher só discute política quando não tem com o que rebolar. O melhor movimento das mulheres é o dos quadris.”

a partir de estereotipos y patrones normativos. En este caso, como señala Davis (1990), este tipo de humor actúa más como una forma de aliviar las tensiones sociales, una importante válvula de escape social, que como un vector de cambio efectivo.

Entiendo por humor feminista a la “risa que no se apoya en el estereotipo y en la burla al otro³”, sino “un humor hecho por mujeres, especialmente feministas⁴”, que asume la forma de “ataque a los privilegios y la libertad monopolizada por los hombres⁵” (Crescêncio, 2016, p. 26). Un humor que se diferencia de otras formas de humor político porque centra su enfoque en el cuestionamiento de las relaciones de poder fundadas en los parámetros heteronormativos de género, en evidenciar las estructuras de dominación, de fuerza y de poder, en proporcionar una risa que sea acompañada de una reflexividad crítica y, por último, en legitimar las propuestas defendidas por el feminismo para la redistribución de esas formas de poder.

Antes de desarrollar este análisis, creo que es pertinente hacer algunas consideraciones importantes para aclarar mis objetivos y los fundamentos teóricos que utilizaré para sostener las afirmaciones que presentaré. El primer aspecto ya fue señalado al principio de ese texto: mi objeto específico es el humor feminista producido por caricaturistas mujeres. Es importante ese primer punto para reforzar que, aunque mi objeto de estudio tematiza y se asocia directamente con las feministas de la época y sus pautas, lo que me interesa objetivamente es cómo el humor gráfico producido por mujeres se alineó y representó pautas feministas, específicamente, el problema de la división sexual del trabajo doméstico en el caso del periódico brasileño y los

3 Traducción nuestra para “riso que não se apóia no estereótipo e na zombaria ao outro”.

4 Traducción nuestra para “um humor feito por mulheres e, especialmente feministas”.

5 Traducción nuestra para “ataque aos privilégios e a liberdade monopolizada pelos homens”.

patrones normativos imputados a las mujeres en la publicación argentina.

Eso significa que no tengo la pretensión de realizar un abordaje denso sobre los diversos feminismos existentes en la época de esas publicaciones, así como aquello que los diferencia entre sí –especialmente en lo que se refiere a las experiencias en Brasil y de Argentina una vez que escapa al alcance de ese estudio el abordaje de las distintas matrices teórico-políticas de los movimientos feministas latinoamericanos. Lo mismo ocurre en lo que se refiere a los periódicos que utilizaré en ese artículo: el periódico brasileño *Nós Mulheres* y la revista argentina *Persona*. Obviamente no puedo dejar de presentar tales publicaciones, pero destaco que haré una presentación sucinta, indicando otros estudios que tomaron a los feminismos latinoamericanos y a estas publicaciones feministas como objeto de análisis. Me detendré específicamente en las historietas y caricaturas de autoría femenina presentes en las dos publicaciones, poniendo de relieve las temáticas elegidas (trabajo doméstico y patrones de género) y las relaciones establecidas con los artículos de dichas publicaciones, así como las estrategias discursivas y estilísticas empleadas para producir dibujos que se alejaban y criticaban las normas establecidas para las mujeres.

El segundo punto a destacar se refiere a la división temporal entre la Primera Ola Feminista, marcada por la lucha de las mujeres por el derecho al voto femenino, y la Segunda Ola, que se define por la internacionalización generada por la celebración del Año Internacional de la Mujer por parte de la Organización de las Naciones Unidas, en 1975. En ese estudio, opté por seguir un número significativo de estudios que adoptan esa división temporal, sin embargo creo que es importante dejar en claro que a pesar de considerar la relevancia del marco definido por la ONU en lo que se refiere a la ampliación de la visibilidad de los movimientos feministas en diferentes países, no ignoro que la lucha de las mujeres por reivindicaciones feministas

antecede a la fecha establecida por la ONU (Crescêncio, Wolff, & Pedro, 2016).

Considerando la existencia de redes de información y de circulación de teorías y discursos feministas en América Latina (Veiga, 2009) y la importante influencia de las teorías producidas en Europa y en los Estados Unidos, me interesa investigar el abordaje dado a temas relacionados al feminismo latinoamericano por las dibujantes, puntuando las temáticas y los recursos visuales y discursivos empleados para dar sentido a las imágenes, sin que eso implique un abordaje extenso de los elementos signícos presentes en los dibujos, aunque sea imposible ignorarlos. Entiendo que tal opción analítica no compromete el propósito más amplio de ese artículo que es dar visibilidad al humor gráfico producido por mujeres que abordan temáticas importantes para el movimiento feminista y que, de esa forma, producen una crítica feminista.

El humor gráfico de *Nós Mulheres*: Bia Sabiá y el trabajo doméstico

En el contexto de terrorismo de Estado vivido en Brasil durante los años de la dictadura militar, la agenda de las izquierdas –organizada a través de movimientos sociales y de grupos que optaron por la lucha armada, tanto como a través de una prensa que se autodenominaba de resistencia o alternativa– estaba encabezada por la discusión sobre la lucha de clases, evitando otros debates que, creían, conducirían a una fragmentación de la lucha política (Teles & Leite, 2013).

Como consta en el primer editorial del periódico *Nós Mulheres*, publicado en junio de 1976, ese escenario restringido motivó la organización, por parte de grupos de mujeres de izquierda, de medios de comunicación que reflejasen de forma positiva las cuestiones

abiertas por el movimiento feminista, concediéndoles un espacio propio. Los periódicos feministas que surgieron en Brasil a partir de la década de 1970 funcionaron no sólo como vehículos de noticias sino, sobre todo, como espacios intelectuales autónomos que ofrecían a las intelectuales la oportunidad de intervenir, a través de discusiones teóricas consistentes, sobre las cuestiones inmediatas relacionadas tanto a los problemas políticos locales y nacionales, como a los debates feministas. De este modo, actuaron como un importante instrumento de oposición y de reflexión sobre las cuestiones sociales y políticas nacionales, como también sobre las nociones de “hombre” y “mujer” y cómo éstas se tornaron importantes para establecer las formas de ocupación y distribución del poder entre unos y otros en la esfera pública y política.

Aunque no fue el primer periódico feminista en Brasil,⁶ el periódico *Nós Mulheres* (1976-1978) fue pionero en dar visibilidad a la producción de las mujeres caricaturistas en el interior de la llamada prensa alternativa de los años setenta, quienes compartían esos espacios con dibujantes hombres que también colaboraban en el periódico. *Nós Mulheres* surgió en junio de 1976, la editora principal era Marisa Correa que contaba con el apoyo de más de treinta colaboradoras, mujeres que habían regresado del exilio antes de que la amnistía fuera oficialmente establecida y que, en el exterior, se habían organizado en torno al grupo llamado *Debate*, básicamente compuesto por disidentes de

⁶ El periódico *Brasil Mulher* (1975-1980) fue el primero en destacarse en Brasil con una producción hecha mayoritaria, pero no exclusivamente, por mujeres y dirigida a las mujeres. Publicado por la *Sociedade Brasil Mulher* y constituido por expresas políticas y militantes del Partido Comunista de Brasil (PC del B), de la Acción Popular Marxista Leninista (APML) y del Movimiento Revolucionario 8 de Octubre (MR8), el periódico centró sus esfuerzos en la promoción de la discusión sobre la lucha de las mujeres por su emancipación.

Vanguardia Popular Revolucionaria (VPR), Vanguardia Armada Revolucionaria Palmares (VAR-Palmares) y del Partido Comunista de Brasil (PCB) y que, en Brasil, formaron la Asociación de Mujeres.

Como marca distintiva buscaron presentarse enfáticamente como una publicación feminista libre de las influencias de los partidos políticos y, por lo tanto, defensora de un feminismo autónomo. En formato tabloide y con casi ningún rebusque en la diagramación, salieron ocho ediciones del periódico en dos años. Considerando que la mayor parte de la prensa alternativa del período no disponía de patrocinio o de un financiador externo, y contando sólo con las colaboraciones de los abonados, se puede afirmar que han alcanzado un logro significativo.

En 1977, el periódico divulgó la producción de destacados dibujantes brasileños, sin ser exclusivamente el trabajo de mujeres.⁷ En la columna en que trata específicamente de la presencia del humor en el periódico, consta un breve testimonio de la dibujante Hilde Weber⁸ sobre su trayectoria al lado de dibujos de diferentes artistas que ya publicaban en periódicos nacionales como la propia Hilde, Ciça,⁹ que en la época ya

⁷ En las ocho ediciones de ese periódico fueron publicados 22 historietas/caricaturas/dibujos animados, nueve de ellos estaban firmados por mujeres.

⁸ Hilde Weber (1913-1994) fue la primera mujer caricaturista en actuar en la prensa brasileña. Ilustró publicaciones como *A Cigarra*, *O Cruzeiro* y *Manchete* y periódicos como *Tribuna da Imprensa*, donde consolidó su carrera con caricaturas sobre política.

⁹ Cecilia Whitaker Vicente De Azevedo Alves Pinto nació en São Paulo, dibujante, escritora y periodista. Colaboró en los periódicos *Nós Mulheres*, *Mulherio*, *Pasquim*, *Folha de São Paulo*, *Jornal do Brasil*, además de otros periódicos del exterior. Entre sus personajes más emblemáticos se destaca Bia Sabiá, publicado en el periódico *Nós Mulheres* entre 1976-1977, *O Pato* publicado en el periódico *Folha de São Paulo* entre los años 1970 y 1985 y, posteriormente, en el periódico *Jornal do Brasil*. Autora de 22 libros infant juveniles. En 2009 publicó *Pagando o Pato* por LP&M Pocket.

colaboraba con el periódico *Folha de São Paulo*, Mariza¹⁰, que lo hacía con *Pasquim*, Maria da Conceição Cahú (Cahú), responsable de la organización de la columna e integrante delequipo del *Placar*, y Sandra, dibujante que no conseguí mayores informaciones y que en la columna fue identificada apenas como colaboradora del *Jornal da Tarde*.

Aunque esta propuesta aparezca en el número 4, ya en la primera edición del periódico el editorial comparte el espacio con una historieta de Bia Sabiá, personaje creado por la dibujante Ciça (Imagen 1). La historieta “Bia Sabiá” publicada en *Nós Mulheres*, puede ser presentada como un ejemplo de la forma en que el humor gráfico abordó un tema central relacionado al movimiento feminista de los años setenta: la división del trabajo doméstico por género. Ciça publicó cinco historietas entre los años 1976-1978, lo que corresponde al 25% del total de historietas reproducidas en el periódico. La primera, como mencioné, ilustró el editorial inaugural del periódico, la historia trataba los patrones comportamentales y la doble jornada de trabajo enfrentadas por las mujeres.

¹⁰ Mariza Dias Costa (1952-2019) caricaturista y ilustradora, Mariza se destacó por el estilo agresivo de sus dibujos. Sus primeros trabajos aparecieron en *Pasquim* y *Opinião*, en la década de 1970, y posteriormente en otros periódicos alternativos. A partir de 1974 se convirtió en ilustradora fija del *Folha de São Paulo*, primero en la columna de Paulo Francis y, posteriormente, del psicoanalista Contardo Calligaris. Publicó en 2013 el libro *E Depois a Maluca sou eu*, por la editora Peixe Grande.

editorial

Desde que nascemos, **NSO MULHERES**, vivemos em casa, na escola, no trabalho, na rua, em todos os lugares, que nossa função na vida é cuidar e ser filhos. Como **NSO MULHERES** não precisamos estudar, nem trabalhar, pois isto é coisa pra homem. De próprios brinquedos de casa inventamos a não preparar para cumprir esta função que dizem a função natural de mulher: mãe e esposa. **NSO MENINAS**, devemos sempre andar limpinhas e brincar de preferência dentro de casa de boneca, de comida, de casaca. E os homens podem andar nus e brincar na rua porque são moçoques e porque devem se preparar para brincar de futebol, ganhar vida e dinheiro. Assim, **NSO MULHERES**, devemos ser virgens até o casamento, e depois **NSO MULHERES**, que devemos ser virgens até o casamento, e depois **NSO MULHERES** entre marido e mulher. Devemos

ser realizadas tendo como principal objetivo a procriação. Aprendemos também que devemos estar sempre preocupados com nossa aparência física, que devemos ser doces, submissas e fúteis para podermos conseguir marido. Ao mesmo tempo, vamos todos acordando as crianças com notas e as frotas de carros novos. E muitas vezes não entendemos porque elas podem ter uma liberdade tão grande de expressão sexual.

Quando vamos procurar um emprego, porque o salário do marido ou do pai não dá pra viver, ou porque queremos sair um pouco da solidão das quatro paredes de uma casa, sempre encontramos mais dificuldades que o homem, porque somos mulheres.

Quem-nos que não seremos bons trabalhadores porque faremos para o serviço o carregado do trabalho de casa e a preocupação com nossos filhos. E quando, com muita dificuldade, conseguirmos um emprego (ao menos, nossas próprias pais ou mães não nos deixam trabalhar por fora) os empregadores a pensar que os homens devem sustentar a família sempre ganhando menos que os homens, mesmo fazendo o mesmo trabalho que eles. E, neste emprego, nossos cargos são sempre

Mas mesmo entre nós existem diferenças. Um grande número de mulheres cumpre uma dupla jornada de trabalho: o trabalho fora de casa o trabalho doméstico. Outras cumprem só as tarefas domésticas. Mas, entre as próprias donas de casa, persistem diferenças. Existem aquelas que não são obrigadas a passar o dia inteiro fazendo

trabalho de casa porque tem direito para controlar alguém que faça esse serviço por elas. Além disso, podem dar uma boa alimentação, uma boa escola, brinquedos e roupas a seus filhos. A maioria das donas de casa, porém, é obrigada a passar o dia todo lavando, passando, cozinhando, cuidando, cuidando dos filhos, com trabalho sua vida.

acaba nunca. Muitas não podem sequer dar a seus filhos uma boa alimentação e uma escola. Muito menos brinquedos e roupas. Queremos mudar esta situação.

Achamos que as MULHERES devemos lutar para que possam não apenas preparar, tanto quanto os homens, para enfrentar a vida. Para que tenhamos o direito a realização. Para que tenhamos também o que os homens têm: trabalhos iguais. Para que a sociedade como um todo reconheça que nossos filhos são a geração de amanhã e que o cuidado deles é um dever de todos e não só das mulheres. É possível que nós perguntem: "Mas se as mulheres querem tudo isso, quem vai cuidar da casa e dos filhos?" Nós responderemos: O trabalho doméstico e o cuidado dos filhos é um trabalho necessário, pois ninguém pode viver sem, ainda que o poder deixar os filhos atrelados ao corrimão da vida, ainda que o poder deixar os filhos atrelados ao tabuleiro da vida.

[illegible]

NOS MULHERES desobedece fazer algo transmita para que
possamos ter um espaço nosso, para discutir nossa situação e nossos
problemas. É, também, para pensarmos juntas nas soluções.
Sua colaboração é muito importante. São povos as tribunas
democráticas que a mulher (e não só a mulher) encontra hoje em dia
para poder expressar sua opinião tanto em relação aos problemas
gerais da sociedade quanto ao seu problema específico da mulher.

Quem quer que este jornal seja mais uma destas poucas infâmias. É por isso que quanto mais certas, cruéis, antigas, sugestivas, informações você mandar, estará ajudando a construir este rico instrumento de conhecimento e luta.

É claro que neste número não poderíamos saber tudo e que queríamos mostrar. Preferimos retratar nos próximos números os assuntos que nos interessam mais, falando por exemplo da vida da população

Faço, a todas as mulheres, que contribuíram com seu desmoldo para o nascimento do jornal NÓS MULHERES, a quem devo o financiamento deste primeiro número.



Imagem 1. Cica, Nós Mulheres, 1, 1976, junho, p. 2

En esa historieta, tenemos una reflexión que abona el debate que el movimiento feminista venía desarrollando sobre la devaluación e invisibilidad del trabajo doméstico. Las demás historietas de Bia Sabiá no compartieron espacio con el editorial, sin embargo, ocuparon un espacio importante en el interior del periódico. Creo que, al ubicar la tira cómica junto al editorial, el humor gráfico opera como una estrategia simbólica para intervenir tanto en la crítica a la representación corriente de las mujeres, como responsables

de los servicios domésticos, como en la ampliación de las condiciones en que vivían, disputando con otras formas de representación, los espacios de poder existentes en el campo de la cultura y de la política.

Cuando observamos la temática abordada por Ciza, se verifica un diálogo fructífero con las principales cuestiones debatidas por los movimientos feministas de la época y que se expresa a través de las historias cotidianas de Bia Sabiá, con su marido, Heitor, y los dos hijos. Lo cotidiano de la casa donde Bia Sabiá vive con su marido y sus dos hijos sirve de escenario para problematizar la división tradicional del trabajo doméstico, marcado por una asimetría de género. Las historias ponen en cuestión la sobrecarga diaria de trabajo a la cual la protagonista es sometida, una vez que, así como su compañero, Bia también trabaja fuera de casa, pero a diferencia de su compañero, es la única responsable por la organización de la casa, la preparación de la comida para la familia, que resulta en restar tiempo para su propio cuidado.

El tema de la división sexual del trabajo, más específicamente sobre el trabajo doméstico, estuvo presente de forma incisiva en los debates promovidos, sobre todo, por las intelectuales feministas marxistas de las décadas del setenta y ochenta, siguiendo dos líneas: la caracterización de productivo o improductivo (productor o no de la plusvalía) y la articulación de la explotación del trabajo doméstico con la explotación capitalista del trabajo en general (Saffioti, 2004; Alambert, 1986).

En *Nós Mulheres* esa temática fue abordada en varias ediciones bajo un fundamento marxista y colocando en el centro del debate a las mujeres trabajadoras de diferentes categorías y el esfuerzo de cumplir una doble jornada, en el trabajo productivo y en el reproductivo. Al lado del debate sobre la división del trabajo doméstico por género y su invisibilidad, las historias de Bia Sabiá arrojan luz sobre el machismo y la misoginia, ambos velados y, al mismo

tiempo, naturalizados, expresados en las prácticas conductuales cotidianas de Heitor (Mello, 2010).

Además de privilegiar lo cotidiano como lugar de escenificación de sus historias, es interesante también que los personajes sean representados en forma de inocentes animales. Se puede suponer que se trataba de una estrategia para despolitizar las historias, después de todo vivíamos bajo una dictadura. Pero también es posible argumentar que, al emplear ese sutil recurso, Ciza lograra exponer de forma didáctica un problema que afectaba a las mujeres de forma general, obviamente con un énfasis diferenciado según la raza y la clase a la que pertenecieran, pero que en común y de forma rutinaria experimentaban prácticas cotidianas de opresión y de invisibilidad. Además de la figura inocente e infantilizada de un animal, la dibujante recurrió a la ironía como estratagema discursiva donde las enunciaciones aparentemente simples de Heitor sirven para una cosa y, al mismo tiempo, para su contrario (Castro, 2005).

El silencio de Bia en la gran mayoría de las historias funciona para dar visibilidad a los diferentes valores o conciencias valorativas sobre y para las mujeres, expresados a través de las declaraciones de Heitor, como para expresar una condición de invisibilidad y silenciamiento forzado, aunque ella sea la protagonista de las tiras y la que confiere real dinámica a la vida cotidiana narrada en las historias. En algunas entregas, como la que ilustra la edición inaugural del periódico, el personaje considera a las lectoras al proponerles un diálogo imaginario que se expresa a través de su mirada rabiosa. Aún así, con su silencio crítico Bia expone los problemas inherentes a las declaraciones de Heitor, sus debilidades y paradojas, convirtiéndose, al final, en el principal agente metaforizador de las historias.

Al unir tales recursos discursivos –ironía, metáfora, situación rara– con los imagéticos, tales historias aparentemente inocentes adquieren un contenido subversivo y emancipador cuando se analizan desde una perspectiva crítica que considera el carácter político y comprometido del

humor feminista. Pensados bajo este prisma, las historietas de Bia Sabiá en el interior del *Nós Mulheres* se muestran importantes al abordar, aunque de forma paródica y alegórica, el machismo estructural, es decir, explora no sólo actitudes aisladas de machismo, sino el machismo diluido en fórmulas diarias y la asimilación y reproducción también cotidiana de la dominación masculina.

Persona: Feminista y los patrones de género en cuestión

En Argentina, así como en Brasil, pocos periódicos feministas hicieron uso del humor gráfico producido por mujeres como recurso discursivo e imagético. En ese sentido, la revista *Persona*, contemporánea a *Nós Mulheres*, se destacó por la producción de Sylvia Bruno en la primera etapa y, en la tercera etapa, con las historietas de la dibujante española Núria Pompeia. En las 19 ediciones a las que tuve acceso, entre dibujos, caricatura y historietas, encontré 32 dibujos, siendo que 9 no tienen identificación y 5 son ilegibles. De aquellos cuyas firmas son legibles, 6 fueron firmados por Sylvia Bruno y 4 por Núria Pompeia; Lennon, Bulbul, Claire Bretécher, Quino, Liotta y M. Morales firmaron cada uno un chiste o tira, y dos trabajos fueron tomados de otros periódicos sin identificación de la autoría.

Una vez más, el número reducido no los hace menos importantes si consideramos el total de los dibujos firmados por mujeres, ya que Sylvia Bruno representó el 20% y Nuria Pompeia el 15% del total de las imágenes. Privilegié para el análisis la producción de Sylvia Bruno específicamente por ser una dibujante local. Sin embargo, un problema que se plantea en el análisis de su trabajo es la absoluta falta de informaciones al respecto.

Desafortunadamente, esa invisibilidad no es privilegio de esa dibujante, lo mismo ocurre con varias profesionales mujeres que colaboraron en diferentes

publicaciones tanto en Brasil como en otros países. En otros escritos, llamé la atención sobre el hecho de que aunque la historia cultural del humor se haya consolidado como un campo específico en los estudios históricos, abordando las manifestaciones humorísticas como operaciones intelectuales que ofrecen formas de aprehensión y estructuración de la sociedad en que se inserta, así como un modo de acceder a representaciones culturales de una época, todavía son exiguas las investigaciones sobre mujeres dibujantes y, sobre todo, sobre aquellas cuyos trabajos ponen en agenda las demandas feministas (Pires, 2019). De ese modo, se constata que todavía es largo el camino a recorrer en los estudios sobre el humor gráfico poniendo en evidencia las producciones de artistas mujeres y feministas.

La revista *Persona* fue dirigida por Maria Elena Odonne, militante del Movimiento de Liberación Feminista (MLF), contando con la participación de otras integrantes del MLF en el cuerpo de editoras. El primer número salió en 1974, presentó en su editorial de apertura el propósito de “informar, analizar y testimoniar sobre la condición de la mujer en nuestra sociedad”. Dificultades financieras y el golpe militar de 1976 fueron decisivos para su interrupción hasta 1980, cuando retomaron con publicaciones bimestrales y el MLF retornó como Organización Feminista Argentina. En 1983 la revista pasó a llamarse *Boletín Informal*, siguiendo así hasta 1986 cuando cerró definitivamente.

Dedicaré atención específicamente a las cuatro historietas del personaje Feminita, creado por Sylvia Bruno, que fueron publicadas en los primeros cuatro números de la revista entre octubre de 1974 y enero de 1975. Como es posible constatar, a partir de los datos mencionados, las historias de Feminita fueron regulares en esos primeros números de la revista.

Además de las historietas de Feminita, Sylvia Bruno publicó dos dibujos más en la revista. El primero

apareció en la tercera edición de diciembre de 1974, ilustrando el artículo “Mujer Casada, Propiedad Privada”, que discute el decreto ley n°18.248, artículo 1° de la Constitución Argentina que promulga la autoridad del marido sobre la mujer. Aunque este dibujo no se identifica como *Feminita*, presenta el mismo patrón estético y narrativo. Lo mismo ocurre en la segunda historieta que aparece en el número 4, edición de enero y febrero de 1975, que explora las referencias estigmatizadas sobre las mujeres y sus ambigüedades. En este último, la artista utiliza “palabras de otros en el lenguaje de otro¹¹” (Bakhtin, 1996, p. 119) para explorar las referencias estigmatizadas sobre las mujeres, evidenciando sus ambigüedades.

Al mismo tiempo, en esta “transmisión disimulada del discurso de otro¹²” (Bakhtin, 1996, p. 119) se encuentra la perspectiva a la que se contrapone la artista. Así, la exposición de las ambigüedades de las prácticas y discursos representadas en los dibujos humorísticos, actúa como una forma de desenmascaramiento de las mismas a través del lenguaje no oficial pero popular del humor. Ese procedimiento de utilización del lenguaje ajeno, favoreció la apropiación del discurso machista por parte de la dibujante, poniendo en evidencia sus equívocos y su naturalización en la experiencia cotidiana, al mismo tiempo en que indica las fronteras a ser transpuestas por el feminismo comprometido.

Nuevamente, creo pertinente señalar la ubicación elegida para la aparición de las historietas en cada edición, una vez que entiendo que ese dato ofrece indicios del valor dado al personaje en el interior de la publicación. En las dos primeras ediciones, las historietas de *Feminita* aparecen en la última página y en la página 51, en una edición que contó con 55 páginas. Subió a la mitad de la revista en la

¹¹ Traducción nuestra para “palavras de outrem na linguagem de outrem”.

¹² Traducción nuestra para “transmissão dissimulada do discurso de outrem”.

tercera edición, pero volvió a la última página en la cuarta edición, siempre ocupando una página entera. Ese es el mismo espacio concedido a las historietas de Núria Pompeia, que aparecieron en la tercera etapa de la revista, en los años ochenta, cuando los de Sylvia Bruno dejaron de aparecer.

Como en Bia Sabiá, los dibujos de Feminita fueron producidos en forma de historieta, pero mientras Ciça exploró recursos visuales como el encuadramiento, el ángulo en perspectiva y los planos en detalle para camuflar el carácter estático de las imágenes, Sylvia Bruno prescindió de los mismos¹³.

Aunque cada cuadro aparece numerado, no hay una división clara entre los mismos; del mismo modo que no siempre la artista utiliza globos para introducir las palabras/pensamientos del personaje. En todas las historias, la artista optó por una visión frontal en la que el personaje aparece siempre frente a las lectoras.

Finalmente, aún en el ámbito de los recursos visuales empleados por Sylvia Bruno, se destaca el tipo, tamaño y forma de la letra utilizada, impartiendo diferentes tonos e intensidades (bajo para letras menores) en sus líneas que dan cuenta de la carga psicológica del personaje. La unión de esos elementos gráficos se muestra fundamental para otorgarle vitalidad a los rasgos minimalistas adoptados por la dibujante.

Las historias de Feminita revelan un personaje infantil reflexivo y ensimismado, que constantemente expone y, al mismo tiempo, cuestiona los principios éticos-morales que orientan su formación como mujer. Para componer un personaje con discursos y prácticas infantiles pero que, aun así, propone indagaciones importantes sobre los patrones femeninos a los cuales se ve obligada a seguir, Sylvia Bruno

¹³ La revista *Persona* se encuentra en parte digitalizada en el sitio America Lee del CEDInCI. Ver Sylvia Bruno, *Persona*, 2, 1974, noviembre, p. 71, aquí: <http://americalee.cedinci.org/wp-content/uploads/2016/07/PERSO-NA-2.pdf>.

apostó en la estética de lo feo –líneas tortuosas, cuerpo deforme– a un dibujo simple, casi infantil, y que, tal vez por eso mismo, presenta potencial para revocar estereotipos, ya que su deformidad no permite que el personaje se encuadre en ningún patrón, sea de lo bello o lo feo.

Ese es el primer punto que llama la atención en el personaje *Feminita*: su forma. O, tal vez es mejor decir, la ausencia de una forma. Tal como propone Bakhtin (1996), cuando aborda el cuerpo grotesco como un cuerpo en construcción cuya incompletitud le confiere independencia, entiendo que *Feminita* es un cuerpo en construcción que aún no cae en los estándares de belleza o de comportamiento que la sociedad patriarcal intenta imponer y controlar¹⁴.

Aunque no explora lo bajo corporal o elementos escatológicos, *Feminita* es un personaje que posee elementos de lo grotesco, en el sentido desarrollado por Bakhtin (1996), cuya característica fundamental es el potencial destronador y de refutación de todo lo que se presenta como modelo. En un artículo reciente (Pires, 2019), discuto la incorporación de lo grotesco en el humor gráfico de dibujantes feministas en Brasil. Además de Bakhtin (1996) como soporte teórico, baso mis reflexiones en las premisas desarrolladas por Mary Russo (2000) que, tomando como punto de partida las reflexiones de Bakhtin, reflexiona sobre el desbordamiento de las imágenes del cuerpo femenino dentro de la cultura de masas y la construcción de lo que ella define como lo grotesco femenino.

Bajo una perspectiva teórica feminista, Russo discute cómo la exposición del cuerpo femenino grotesco en el espacio público genera la ruptura de códigos y fronteras preestablecidos en la medida en que lo que se pone a la vista es un cuerpo abyecto e incongruente, que no comparte

¹⁴ Ver Sylvia Bruno, *Persona*, 4, 1985, enero/febrero, aquí: <http://americalee.cedinci.org/wp-content/uploads/2016/07/PERSO-NA-4.pdf>.

reglas normalizadas, desnaturalizando, de ese modo, los modelos femeninos contruidos a lo largo de la historia.

Adoptando esa perspectiva analítica, me parece pertinente concebir al cuerpo grotesco de Feminita como un cuerpo inapropiado, que no se identifica con los estándares normativos y de comportamiento que se le presenta. Un cuerpo que provoca la desestabilización de los patrones femeninos históricamente contruidos y socialmente naturalizados. Por su condición sin forma e inacabada –y que si observamos con atención, se va profundizando en la medida en que desarrolla sus reflexiones, basta observar el lazo en el cabello que se desvanece al final de la historia– Feminita, como cuerpo grotesco, proporciona una incomodidad, primeramente visual a los lectores y lectoras, así como expresa una ruptura con el ideal de cuerpo femenino atractivo, y al mismo tiempo cautivo, que, como afirma Russo (2000), se consolidó como estándar desde el siglo XIX, se transformó en objeto de control y de exposición en el interior de la cultura de masas del siglo XX.

La risa que este cuerpo grotesco provoca no es ni la risa recreativa ni la risa cuya función sería reiterar patrones normativos y valores consolidados. Al contrario, es una risa triste y que “invita a las mujeres a reflexionar sobre las ataduras que las amarran e incluso invita a las mujeres a integrar organizaciones feministas¹⁵” (Crescêncio, 2016, p. 221).

Junto con el cuerpo grotesco, se destaca el uso de la ironía y de la apropiación discursiva en las historias de Feminita, envueltas en una atmósfera verbal infantilizada que recupera valores y prácticas socio-culturales cosechados y compartidos en lo cotidiano del sentido común. A través de esos elementos discursivos, asociados a una actitud distanciada y el uso de un tono interrogativo que indaga y

¹⁵ Traducción nuestra para “convida as mulheres a refletirem sobre as amarras que as prendem e, até mesmo, evoca as mulheres a integrarem organizações feministas”.

polemiza los discursos y las afirmaciones sobre las mujeres, la dibujante consigue, al mismo tiempo, negar, desmitificar y/o desestabilizar las formas consolidadas de representación de las mujeres existentes.

El tercer punto que se destaca en este personaje es la temática abordada. Mientras que, en Brasil, el humor gráfico de Ciça, a través de las historias de Bia Sabiá, colocó en agenda la división del trabajo doméstico por género en un esfuerzo propio del feminismo brasileño por asociar a las discusiones políticas temas que aún no habían sido incorporados públicamente como un problema social, las historias de Feminita expusieron, de forma objetiva, los arquetipos femeninos y las expectativas de género. Es importante dejar en claro que esas cuestiones atravesaron tanto a las publicaciones feministas brasileñas como las argentinas, sin embargo, es notorio que las dibujantes en cuestión eligieron temáticas puntuales para ser abordadas a través de sus personajes.

Desde su primer editorial, la revista *Persona* presenta el interés en tratar el sexismo, término que, según la editora, aparece recientemente en los escritos feministas de la época y que “cuando no está dicho de manera expresa, se da tácitamente” (*Persona*, 0, 1974, p. 4). El sexismo presente en la educación femenina y en las prácticas cotidianas parece ser la pauta central abordada por Feminita. Es por eso que el personaje presenta su postura indagativa y contestadora. Una contestación que no parte de la fuerza sino de la reflexión, de la demostración de los aspectos contradictorios que permea esa acción. En casi todas las ediciones de *Persona*, aparecen artículos que discuten el sexismo, las imposiciones sociales y morales sobre las mujeres y el significado de la liberación femenina de las ataduras impuestas por el patriarcado. Es a partir de esta temática frecuente que intento comprender y analizar las historias de Feminita y su representación corporal; un cuerpo deforme que no es indiferente a las representaciones estándares en la medida en que discute las idealizaciones elaboradas sobre las mujeres.

Con sus reflexiones y su cuerpo grotesco, Feminita desplaza la mirada del cuerpo femenino, objetivado en las sociedades contemporáneas, hacia sus demandas, ratificando así la crítica al control político sobre el cuerpo femenino, las formas esencializadas de comprensión de los hombres y mujeres y de los estándares normativos impuestos a las mujeres, temas importantes para la crítica feminista.

Feminismos y el humor gráfico: consideraciones finales

Un elemento específico que me llamó la atención en los trabajos de Cığa y Sylvia Bruno es el empleo prioritario de personajes femeninos para rechazar los estándares normativos imputados a las mujeres, reivindicando la autonomía sobre el propio cuerpo y sus conductas. Tal como fuera propuesto en los artículos de Raznovich y Gambaro, las dibujantes utilizaron personajes femeninos, con formas y diálogos simples pero corrosivos e irreverentes, para colocar en agenda temas como los estándares de belleza imputados a las mujeres, relaciones afectivas, amorosas y profesionales, entre otras cuestiones, siempre a partir de una perspectiva comportamental, expresando la crítica a los estereotipos socialmente difundidos sobre las mujeres y resaltando los quiebres de los mismos.

Desde mi punto de vista, tales personajes funcionaron como un recurso imagético para hacer visible y dar representatividad a las experiencias subjetivas de las mujeres que no encuentran visibilidad en los espacios públicos y políticos tradicionales (Acevedo, 2014). Así, “los hitos personales se convierten en experiencias colectivas¹⁶” (Dantas, 2011, p. 5), además de que sirven para demarcar disidencias y las

¹⁶ Traducción nuestra para “os marcos pessoais se tornam experiências coletivas”.

singularidades que envuelven a los grupos a los cuales las historias se remiten.

Al utilizar las historietas como recurso para enunciar subjetividades, Çiça y Sylvia Bruno demostraron estar conscientes del espacio ocupado en los medios y de la potencia transformadora de ese lugar, aunque no nos sea posible afirmar lo mismo sobre los usos de los contenidos de sus historias por parte del público de lectoras. En ese caso, todavía carecemos de estudios que reflexionen sobre las cuestiones de los usos y apropiaciones de los productos de la cultura de masa por parte del público, pero nos es posible aventurar sobre los enfrentamientos presentados por esa forma narrativa.

A partir del examen de la producción gráfica de esas artistas creo que es posible pensar el humor feminista como discurso que, como tal, se inserta en un orden y que expresa no sólo las luchas y los sistemas de dominación en los cuales está envuelto y contra los que choca, es decir, todo aquello que lo prohíbe y excluye, pero también aquello por lo que se lucha, es decir, el feminismo. En ese caso la lucha se dio contra las exclusiones e prohibiciones impuestas a las mujeres en la esfera social, política y económica, permitiendo también que se vea cómo éstas revelan un proceso de exclusión e interdicción más amplia que involucra, de forma distinta, a otros actores sociales que intentan eludir – o desviarse – la forma discursiva dominante.

En general, el objetivo central contra el cual se dirige el humor feminista aquí analizado son las construcciones simbólicas y los sistemas de representaciones consolidados. Es en este sentido que la risa que proviene de este estado de ánimo adquiere un carácter emancipador y libertario. Cuando utilizo el término emancipación me refiero al ejercicio de sublevación tanto con relación a los estándares y modelos sociales y morales instituidos, como de cualquier forma de sujeción sea subjetiva, económica y política. Al apostar por la sublevación de los estándares y modelos sociales y morales establecidos, sobre todo aquellos

orientados hacia las prácticas y los patrones de comportamiento de las mujeres, así como de cualquier forma de sujeción, sea de género, raza o clase, el humor feminista se vuelve también revolucionario y político.

Bibliografía

- Acevedo, M. (2014). Clítoris. Historietas y Exploraciones Varias. Feminismos y Textualidades. Disponible en Tebeosfera: <https://bit.ly/2PV0RWp>.
- Alambert, Z. (1986). *Feminismo: o ponto de vista marxista*. São Paulo: Nobel.
- Bakhtin, M. (1996). *A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento. O Contexto de François Rabelais*. São Paulo: Hucitec.
- Castro, M. L. D. (2005). A Dialogia e os Efeitos de Sentido Irônicos. En B. Brait (org). *Bakhtin: dialogismo e construção do sentido* (pp. 119-128). São Paulo: Editora Unicamp.
- Crescêncio, C. (2016). *Quem ri por último, ri melhor: humor gráfico feminista (Cone Sul, 1975-1988)*. Tese de doutorado em História, Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil.
- Crescêncio, C, Wolff, C. S. & Pedro, J. M. (2016). Ondas, Mitos e Contradições: feminismos em tempos de ditaduras no Cone Sul. En: M. A. Monte Rocha (Org.). *Feminismos Plurais* (pp. 53-71). Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora.
- Crescêncio, C. (2018). Bia Sabiá em “o pessoal é político”: (re)invenção do político no humor gráfico feminista de Cixa (Nós Mulheres, 1976-1978). *Fronteiras: Revista de História*, v. 20, 117-136.
- Dantas, D. F. (2011). Autobiografia de mulheres cartunistas: a aventura íntima da alteridade reinventada. *Labrys*,

- études féministes / estudos feministas*, v. 19, janvier / juin, 3-10. Disponível em <https://www.labrys.net.br/labrys19/livre/dayane.htm>
- Davis, N. (1990). *Culturas do Povo. Sociedade e Cultura no Início da França Moderna*. São Paulo: Paz e Terra.
- Foucault, M. (1996). *A Ordem do Discurso*. São Paulo: Edições Loyola.
- Mello, S. C. (2010). *Feminismos de Segunda Onda no Cone Sul Problematizando o Trabalho Doméstico*. Dissertação de mestrado em História Cultural, Programa de Pós-Graduação em História Cultural, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil.
- Pires, M. C. F. (2019). Outras Mulheres, Outras Condutas. Feminismos e humor gráfico nos quadrinhos produzidos por mulheres. *ArtCultura*, v.21, p. 71-87.
- Pires, M. C. F. (2019). Mulheres desregradas: autorretratos e o corpo grotesco nos cartuns de Chiquinha. *Topoi*, v. 20, p. 302-316.
- Rago, M. (1998). Epistemologia feminista, gênero e história. Em Pedro, J; Grossi & M. (Orgs.). *Masculino, Feminino, Plural* (pp. 1-17), Florianópolis: Editora Mulheres.
- Russo, M. (2000). *O Grotesco feminino. Risco, excesso e modernidade*. Rio de Janeiro, Rocco.
- Saffioti, H. I. B. (2004). *Gênero, patriarcado, violência*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- Teles, A. & Leite, R. S. C. (2013). *Da guerrilha à imprensa feminista: a construção do feminismo pós-luta armada no Brasil (1975-1980)*. São Paulo: Intermeios.
- Varikas, E. (1996). O pessoal é político: desventuras de uma promessa subversiva. *Tempo*, v. 2, p. 59-80.
- Veiga, A. M. (2009). *Feminismos em rede? Uma história da circulação de discursos e informações entre São Paulo e Buenos Aires (1970- 1985)*. Dissertação de Mestrado em História, Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil.

“¿Viste cómo son las minas?”: humor marginal y feminismo en *Persona*

MARIANA AVILANO

La palabra feminismo está saturada de infelicidad. [...] En los espacios cotidianos, socialmente cargados, se atribuye a las feministas ser el origen de varios malos sentimientos, ser aquellas que arruinan la atmósfera, lo que a su vez permite imaginar (de manera retrospectiva) dicha atmósfera como algo común. Para ir con la corriente, hay que participar de ciertas formas de solidaridad, como reírse en el momento indicado.

Sara Ahmed (2019)

Dentro del creciente fenómeno de proliferación de la comedia stand up a nivel nacional e internacional, sobresale el caso de *Persona*, un ciclo encabezado por Charo López, Malena Pichot, Vanesa Strauch y Ana Carolina. Este artículo explora las estrategias humorísticas que utilizan dichas comediantes, en el marco de la liminalidad teatral que caracteriza a este género, para aludir críticamente a las ideas dominantes sobre el feminismo y su agenda política mediante la adopción de un modo humorístico provocador. En esta dirección, este trabajo revisará críticamente categorías tales como “humor feminista”, “humor por/para mujeres” y “humor femenino”, para luego proponer la inscripción del presente espectáculo dentro de lo que Joanne Gilbert (2004) denominó “humor marginal”. Entendido como un tipo de humor que remite a sujetos que construyen tanto una retórica como una performance de su marginalidad, se buscará leer las producciones de estas artistas

como un (contra)archivo feminista, retomando las ideas de Sara Ahmed (2019).

Mujeres y humor

La figura de la “feminista aguafiestas” que rastrea Sara Ahmed en *La promesa de la felicidad* invoca el conflicto que este artículo trata de indagar: la compleja relación entre humor, risa y feminismo. Cargada de afectividad negativa, la feminista aguafiestas viene a terminar con la armonía; militar el feminismo parece implicar cierta renuncia, tal como plantea Ahmed, a la simpatía de los demás, para convertirse en un cuerpo cargado de enojo al que sería mejor no acercarse, un cuerpo incapaz de formar parte de determinados rituales sociales que se definen a través de la risa. El análisis de esta figura nos recuerda el entramado invisible que se esconde detrás de cada chiste, ese *sensus communis* al que alude Simon Critchley (2010). Siguiendo a este autor, el humor pone de manifiesto el guión que, al organizar nuestras prácticas en el espacio social compartido, configura una comunidad. Si asumimos que el humor revela dicha comunidad implícita, elegir no reírse supone rebelarse, dejando al descubierto ciertas operaciones de sentido ancladas a los valores de la cultura dominante.

¿Cómo definir, entonces, la relación entre mujeres y humor? Si bien trazar un recorrido teórico que dé cuenta de las formas en las que se ha leído la relación entre las mujeres y la risa escapa a los límites de este trabajo, parece pertinente tomar como punto de partida los postulados de Frances Gray (1994) en *Women and Laughter*. Allí, la autora argumenta que, tanto determinar qué constituye un chiste como ser parte del grupo que define qué es gracioso o risible, involucra ejercer cierto tipo de poder. Fue ese poder desplegado por la mirada hegemónica universal de lo masculino el que ha puesto a las mujeres – siguiendo a Gray – como un objeto

de risa, y se ha encargado de reforzar la creencia de la que las mujeres no tenemos sentido del humor.

En la actualidad, parece imposible negar la incidencia que el avance de las luchas feministas en la escena política y en los medios de comunicación ha tenido en la demanda y en los consumos culturales de producciones humorísticas por/para mujeres. Dicho avance trajo aparejado una multiplicación de voces y de expresiones artísticas en el campo cultural que explica el éxito comercial de comediantes como Dalia Gutman, Magalí Tajés, Malena Guinzburg, Señorita Bimbo, entre otras. El interés renovado por estas producciones encuentra en el stand-up un formato que permite explorar el núcleo esencial de la experiencia no solo de habitar un cuerpo de mujer o un cuerpo disidente, sino también de asumir como propias, en ciertos casos, las luchas políticas de los movimientos feministas.

La necesidad de dar cuenta de cómo la risa, entendida como fuerza social, puede funcionar como un acto político de resistencia frente a la cultura patriarcal heteronormativa ha motivado ciertos debates que discuten la pertinencia de las categorías “humor femenino”, “humor feminista” y “humor hecho por/para mujeres”. A simple vista, parece poco plausible considerar cualquier tipo de humor producido por mujeres como “feminista”, en tanto supone equiparar la autoría a un posicionamiento político y circunscribir el feminismo solo a las mujeres. La etiqueta “femenino” no corre mejor suerte, puesto a que equivale, tal como argumenta Acevedo (2018), a postular una experiencia singular de la feminidad, una visión normalizada que se puede prestar a interpretaciones esencialistas. Aun más complejo resulta encontrar una definición unívoca de feminismo que comprenda los múltiples posicionamientos políticos dentro del movimiento y la posibilidad de hacer visible los reclamos del colectivo de lesbianas, gays, travestis, transexuales, transgéneros, intersex y queers. Asumir que hay un tipo de humor hecho por/para mujeres se presenta como una hipótesis de trabajo que suele anclar la especificidad de

estas obras en función de la autoría, de la audiencia y en la elección de ciertos repertorios temáticos. Pese a las diferencias, estas tres categorías tienen un elemento en común: las producciones humorísticas hechas por mujeres parecen representar una expresión menor, la excepción a la regla del humor universal, hegemónico.

Ante esta problemática, la noción de “humor marginal” trabajada por Joanne Gilbert en *Performing Marginality* (2004) constituye un valioso aporte a nuestras indagaciones. En su análisis de un vasto corpus de espectáculos de mujeres comediantes estadounidenses, propone valorar estos espectáculos como expresiones performáticas de una marginalidad. Esta postura reconoce, en primer lugar, que la incorporación de la experiencia marginal, entendida en términos sociológicos, como punto de vista adoptado para la presentación del material humorístico es el resultado de una apuesta retórica que la comediente puede o no desestimar. De esta manera, hacer un uso retórico de su marginalidad sociológica le posibilita construir un sentido de “comunidad humorística” que, en líneas generales, identifica como blanco la legitimidad de los mandatos del patriarcado, subvirtiendo los valores de la cultura dominante (Gilbert, 2004). En segundo lugar, la hipótesis de Gilbert es una orientación teórica que invita a leer la multiplicidad de espectáculos agrupados bajo el rótulo de “humor de mujeres” como un lugar donde convergen, tomando el término de Peter Berger (1998), diversas “culturas de lo cómico”. Esta noción, utilizada para delimitar “el conjunto de las definiciones de las situaciones cómicas, los roles cómicos y los contenidos aceptables de lo cómico propios de cualquier grupo social o sociedad” (Berger, 1998, p. 124), pone el énfasis en la constante lucha de sentidos donde se juega la posibilidad de construir un mundo común de significados.

Siguiendo con la propuesta de Gilbert, las dinámicas propias del humor marginal construyen una retórica que responde a la lógica ellos versus nosotros, lógica que admite asumir una posición crítica respecto a la visión de la cultura

dominante. Al adoptar una “retórica de la victimización”, el humor marginal se juega en esa tensión entre sujeto-objeto, a partir de la cual el blanco apunta a reírse del “enemigo” como un modo de reafirmar la propia subjetividad (Gilbert, 2004, p. 137).

Humor y feminismo antes de *Persona*: algunos antecedentes

“Practicando en escena el (feminismo) la noción radical de que la mujer es: PERSONA. Un show que demanda nuevas estrategias de comprensión”. Tal vez la mención a este afiche promocional sea la mejor carta de presentación para el ciclo de comedia stand-up que encabezan Charo López, Ana Carolina, Malena Pichot y Vanesa Strauch, con sus idas y venidas, desde 2014. Más allá de la evolución y de la constante renovación que supone el género¹, estos monólogos recuperan una agenda que problematiza el lenguaje sexista, la violencia de género, el aborto, la menstruación, la maternidad, las relaciones sexo-afectivas.

Vale la pena considerar las dos temporadas de *Cualca!* (2012-2013, 2014-2015) o la mini serie titulada *Por ahora* (2013) como producciones que van en esta misma dirección. Originalmente, *Cualca!* fue ideada y protagonizada por Malena Pichot, Charo López, Julián Doregger, Julián Kartún y Julián Lucero como un segmento dentro del programa *Duro de domar* de Canal 9. Fue su éxito viral en plataformas como *YouTube* y *Vimeo* lo que la transformó en la serie web más vista del país en su momento. Su segunda temporada,

¹ Nos parece pertinente recordar la complejidad que supone el análisis de este tipo de shows. Por un lado, se torna relevante considerar el hecho de que es un ciclo que lleva varias temporadas y que está sujeto a la constante revisión del material cómico en función de esa relación convivial entre humorista y público. El presente trabajo prioriza los monólogos presentados en mayo y julio de 2019.

de tan solo diez episodios, fue emitida completamente por *YouTube* luego de que sus seguidores organizaran una campaña de micromecenazgo a través de la plataforma *Idea.me*. De alguna manera, *Cualca!* cosechó lo que Pichot había logrado sembrar con la popularidad de *La loca de mierda* (2008)², una serie de videos humorísticos basados en su historia personal a partir de una ruptura amorosa. Su material ya en ese entonces polemizaba con los comportamientos típicos de las “minas” cuando se pelean con su novio. Detrás de esos videos hay una clara denuncia: todos discuten en clave humorística el mandato social impuesto a las mujeres y la tendencia a definir las exclusivamente en función de su relación con un hombre.

“Piropos”, el primer episodio de *Cualca!*, constituye una sátira que adopta el punto de vista de las mujeres para mostrar cómo verdaderamente se sienten cada vez que son acosadas en la vía pública. Con casi dos millones de reproducciones en *YouTube*, el sketch plantea: “Mucha gente está convencida de que las mujeres nos definimos, exclusivamente, a partir de la mirada del hombre y que, justamente por eso, disfrutamos un montón que nos digan cosas en la calle” (*Cualca!*, 2014). Después de describir los tipos de acoso más frecuentes, la acción se centra en la reacción violenta de su protagonista, Pichot, quien finalmente decide golpear, disparar, ahorcar a cada uno de sus acosadores. La sentencia final es sumamente mordaz: “La sociedad no está de acuerdo con matar gente. Pero a la sociedad no parece importarle que me muestres la pija (...). Así que seguí haciéndolo. Por ahí, un día te animás y me violás” (*Cualca!*, 2014). Este estilo

² El primer video de *La loca de mierda* fue subido a *YouTube* el 30 de agosto de 2008. Su carta de presentación es la siguiente: “Una mujer que sufre de adolescencia tardía es abandonada por su novio y descubre que su vida no tiene contenido dado que solo piensa en su ex. El peor de los miedos se hizo realidad, se convirtió en todo lo que odia, en *La Loca de Mierda*”. La lista completa alcanza 29 episodios y está subida de forma completa en el canal de Malena Pichot.
<https://www.youtube.com/playlist?list=PL0phEjHCeBGsoJnbswAYiN-Ui00vjvpeD>.

mordaz se transformó en una marca registrada que les permitió contrastar las micro-violencias que se esconden en prejuicios, valores, creencias comúnmente aceptados.

Junto con el mencionado capítulo inicial podemos encontrar en “Negación”, “A los 30”, “El mundo donde el sexo no es tabú”, “La violencia obstétrica”, “No es necesario”, por mencionar algunos, otros ejemplos del humor satírico característico del ciclo, que debate, muchas veces desde una la perspectiva de las mujeres, los valores y comportamientos patriarcales.

Por su parte, los episodios de *Por Ahora*, miniserie emitida por el canal Cosmopolitan, fueron creados y protagonizados por Pichot, López, Doregger y Kartún. Sus entregas giran en torno a las vivencias de un grupo de amigos en sus treinta años quienes deben lidiar con las imposiciones sociales que demandan tener pareja e hijos, el éxito laboral, el modelo tradicional de familia. En este contexto, el hecho de que el video con más reproducciones de *Cualca!* sea “A los 30” hace evidente la continuidad temática entre ambos ciclos, más allá de que comparten casi los mismos guionistas.

Volviendo a nuestra premisa inicial, consideramos a estas miniseries como antecedentes de *Persona* en tanto se hace evidente la convergencia de determinados elementos que son claves en el show de stand-up: el rango etario del público, que en su mayoría son jóvenes; el avance de la agenda feminista que dio lugar al cuestionamiento de ciertos valores y prejuicios; la incorporación de un tono satírico que debate en clave humorística ciertos planteos relacionados al feminismo; por último, el rol de Internet a la hora de difundir sus producciones y consolidar su vínculo con el público. Tal como señala Paul Alonso (2018), a partir de *La loca de mierda*, Malena Pichot fue una de las pioneras en saber utilizar Internet como una plataforma para impulsar sus producciones individuales y grupales. En este punto, no deberíamos pasar por desapercibido el importante rol que desempeñan los videos promocionales y la participación de

las comediantes en debates mediáticos y/o en redes sociales.³ Esto tiene que ver con el hecho de que, tal como plantea Jorge Dubatti (2015, p. 49), “la frecuentación tecnovivial de un artista vivo (a través de grabaciones audiovisuales o de audio) genera un deseo profundo de reunión convivial con ese artista”. Si consideramos a la comedia stand up como, según lo plantea Gilbert, la experiencia de dejarse “caer sin una red”, la creación de una comunidad de referencias compartidas previamente configura una lógica peculiar que retroalimenta la retórica marginal adoptada en el show (2004, p. 54).

Por otra parte, el nombre elegido para el espectáculo nos retrotrae a *Persona*, una revista feminista de los años años setenta editada por María Elena Oddone y creada dentro del marco del Movimiento de Liberación Feminista. Fue una publicación pionera cuyos números sirvieron no solo para difundir traducciones de artículos feministas de autores tales como Kate Millett, Evelyn Reed, Mary Daly, etc. sino también para debatir seriamente tópicos como el trabajo doméstico, el aborto, el lenguaje sexista, la prostitución, la maternidad, la religión, el machismo en la sociedad argentina, por mencionar algunos.⁴ En las primeras páginas de

³ La frase que encabeza el título de este artículo proviene de “Polémica en la pared”, un video promocional de *Persona* publicado en YouTube en el 2016, que hace una clara alusión al programa *Polémica en el bar*. Allí, tres mujeres realizan comentarios ofensivos hacia las mujeres, quejándose recurrentemente de cómo son, hasta que una “descubre” que esos comentarios también aplican a ellas en tanto son mujeres. “¿Viste cómo son las minas?”, la frase que se repite constantemente logra condensar en tono satírico la mirada dominante que la sociedad patriarcal imprime sobre las mujeres y, cabe agregar, las disidencias (*Persona*, 2016).

⁴ Justo a los ensayos y artículos traducidos, cabe mencionar su sección de correo de lectoras; una serie de artículos que retrataban la vida de la mujer como abuela, como docente, como esposa, etc.; y entrevistas a ciertas personalidades de la época. Son notas de color el mensaje de aliento a Isabel Perón, “la primera presidenta del mundo” (“las mujeres argentinas estamos espiritualmente a su lado”) en el número inicial; la encuesta a diferentes personalidades como Ricardo Balbín, Astor Piazzola, Marta Lynch, entre otros, en relación a la pregunta “¿Hay machismo en la Argentina?” (n° 4, 1975); el artículo que discute los concursos de belleza a partir del testimonio del caso

su número inicial se fundamenta la elección de su nombre: *“Persona: varón o mujer. Persona, individuo autónomo. Para que esto sea cierto para todos, porque nos duele la condición de la mujer, al encuentro de personas sale Persona”* (1974, p. 5, cursivas en el original). El título funciona así como una estrategia de denuncia a la negación de la subjetividad y la condición de objeto “de y para consumo” al que han sido relegadas las mujeres (1974, p.3). Así, esta editorial posiciona a la revista como un arma intelectual indispensable para sociabilizar e interpelar las experiencias de las mujeres, leer sus vidas y sus padecimientos desde una perspectiva feminista reparando en el mismo diseño patriarcal que regula sus vidas.⁵

Si bien no hay una clara evidencia que apunte a que la elección del nombre rinde honor a esta publicación pionera, el show de stand-up parece retomar varios de los planteos presentados en la publicación editada por Oddone. De aquí que podamos valorar el título no solamente como un recordatorio irónico de que la mujer también es persona, denuncia que ya estaba presente en la revista homónima. En el caso del show, el título también funciona como una estrategia que se despliega en dos direcciones. Apela, por un lado, a correr del centro del debate el énfasis otorgado a la etiqueta “humor feminista”, cuestionamiento que se repite en numerosas entrevistas y publicaciones de las integrantes en sus redes sociales. Un reportaje dado al diario *La Capital* en 2013 parece sintetizar la visión que Pichot tiene la categoría de “humor femenino”:

de Isabel Sarli (nº 4, 1975); o las piezas de humor gráfico que se discuten en otro artículo del presente libro. El repertorio completo puede encontrarse en CeDInCi: <http://americalee.cedinci.org/portfolio-items/persona/>.

- 5 *“Es –será– la tarea de Persona disipar, dentro de la capacidad de nuestros medios, las capas que entorpecen el camino de la comprensión del hecho feminista. [...] Persona entiende que el problema individual, no es una excepción sino que repite de una manera o de otra un mismo diseño. Por esto, y porque es desgarrante ser mujeres, preferimos que hablen los testimonios y análisis personales antes que la teoría – si bien la teoría dará los cimientos para interpretar adecuadamente esos testimonios. Que, al identificar sus problemas con los ajenos, las mujeres se conozcan mejor”* (1974, pp. 4-5, cursivas en el original).

La categoría “humor femenino” existe porque los hombres no pueden identificarse con una mujer. No existe un humor femenino porque no existe un humor masculino. Existe el humor, a veces lo hacen hombres y a veces lo hacen mujeres. Como el discurso hegemónico es masculino, la mujer puede identificarse con el hombre pero al hombre le cuesta identificarse con una mujer. El hombre necesita crear la categoría de “humor femenino” porque la mujer es siempre la otredad, lo distinto, lo diferente. (...) La categoría “humor femenino” en el fondo es un prejuicio, como la idea de que un hombre jamás se va a reír con una mujer (Pichot, 2013).

Por su parte, en una entrevista en 2019 para el programa *Las que faltaban*, late-night español de humor solo hecho por mujeres, Thais Villas le preguntó a Charo López si se podía tildar de feminista el tipo de humor que propone el show. La respuesta de López fue tajante: “nosotras somos personas feministas haciendo comedia. Creo que cuando sos feminista, [...] lo que sea lo vas a hacer de forma feminista. No creo que haya un chiste diferente. Cuando sos feminista atraviesa toda tu vida” (Villas & López, 2019).

En segundo lugar, el título de este show busca extender el feminismo más allá de una definición anclada en la identidad de género, logra llevar el contrato humorístico a una retórica de la marginalidad, en donde el ellos vs. nosotros pasa más por una oposición feminismo/machismo. Tal como enfatiza López en la mencionada entrevista, ante la imposibilidad de que alguien no se pueda considerar ni feminista ni machista, la opción restante es “ser un gusano”, un “potencial feminicida” (Villas & López, 2019). Si volvemos al afiche mencionado al inicio de este apartado, ese feminismo puesto entre paréntesis juega también con correr el foco de la palabra “feminismo” y, con eso, la connotación negativa que muchos medios fomentan sobre este movimiento, para resaltar lo ridículo que suena, por un lado, reclamar que la mujer es también una persona y, por el otro, rechazar el feminismo.

Stand-up como performance de la marginalidad en *Persona*

Más allá de estos antecedentes, nuestro interés pasa por dar cuenta de las estrategias que dichas comediantes emplean en sus monólogos y las posibilidades que brinda la categoría de “humor marginal” para leer sus producciones. Ahora bien, de acuerdo al enfoque de la filosofía del espectáculo conceptualizado por Dubatti (2018), la comedia stand-up representa un arte del espectáculo que se distingue por su liminalidad. Su carácter liminal se afirma fuertemente en tres de los criterios propuestos por Dubatti (2018) para identificar este tipo de teatro: el rol que se le da al espectador, la tensión entre ficción y no ficción, y la capacidad de la matriz-teatral de incorporar otros materiales no teatrales.⁶ Siguiendo este marco conceptual, Laura Cilento explica que el acontecimiento teatral en estos espectáculos se organiza a partir de “una territorialidad en la que los cuerpos presentes (de actores y de espectadores) entran en relación convivial y permiten la construcción de un sentido poiético, metafórico, que se imprime como ‘mundo paralelo al mundo’ en el plano de las acciones físicas” (Cilento, 2019a, en prensa).

En el marco de esa relación convivial, las identidades humorísticas en *Persona* responden a sujetos que construyen una retórica y una performance de su marginalidad de acuerdo a diferentes posturas, temas y estrategias. Sus identidades humorísticas se convierten en un repertorio de historias y vivencias legitimadas por la identidad pública de estas comediantes, designadas como feministas, con un fuerte componente autobiográfico.

Los minutos iniciales de los monólogos sirven –siguiendo a Cilento– para crear ese efecto de comunidad

⁶ Los otros dos criterios son: el lugar secundario otorgado a la palabra en relación a otros elementos tales como el sonido o el movimiento, y la tendencia al teatralismo, es decir, a “la autorreferencia o a lo metateatral” (Dubatti, 2018, p. 29).

a partir de la presentación de algún “rasgo idiosincrático” (2019b, p. 66.) Por su parte, Ana Carolina abre su monólogo haciendo referencia a las controversias que despierta su imagen en aquellos que, a pesar de su resistencia, insisten en catalogarla como hombre o mujer. Así, su presentación recupera como material cómico la percepción estereotipada y heteronormativa que la visión hegemónica tiene de las lesbianas, haciendo particular hincapié en sus lazos sexo-afectivos. La identidad marginal que exhibe juega con la imagen de la lesbiana que, a los ojos de los demás, desea “romper todo” porque vive enojada.

La presentación de experiencias y reflexiones ancladas en esta identidad humorística marginal se alterna con elementos de lo que Gilbert llama la postura del reportero. Este estilo sirve para introducir una visión crítica sobre situaciones cotidianas a partir de una fórmula que podría resumirse “¿Se dieron cuenta de...?” (Gilbert, 2004, p. 124).⁷ Por ejemplo, Ana Carolina se indigna de lo ridículo que es encontrar huevos con la etiqueta de “trato humano” cuando el trato humano no es para nada deseable. Este comentario satírico apela a repensar algunos comportamientos de los humanos como carentes de humanidad. Aunque particularmente esté basada en el trato con los animales, sirve para resaltar la operación de poder que se esconde detrás de la legitimación de algo como “humano/a”. A su vez, también se burla del hecho de que todas las personas que viven en un edificio se empeñan en no tener contacto con sus vecinos, si bien esto implica pagar un abono de Internet para cada espacio aunque solo haya una pared precaria que sirva de división. Estos comentarios no anclados en su vida personal tienden a poner en cuestionamiento las relaciones afectivas del común de la gente y son generalmente acompañados por unos sonidos de rabia, una especie de gruñido de

⁷ Esta categoría coincide con lo que Oliver Double (2005, p. 116) denomina “comedia observacional” (*observational comedy*).

odio contenido, que refuerzan ese estereotipo de la lesbiana enojada, infeliz del cual ella se ríe.

En segundo lugar, Vanesa Strauch se posiciona como una víctima de una crianza patriarcal que pone en cuestionamiento los imperativos “hay que ser linda”, “hay que ser flaca” y “hay que ser madre”. Desde el comienzo de su monólogo, su identidad humorística parece acercarse a la postura que Gilbert (2004, p. 108) reconoce como la “bruja”, dado que utiliza el autodesprecio y la adopción de un tono irreverente para burlarse de otras mujeres, de bebés y del público mismo. Con un variado repertorio de “caracterizaciones instantáneas” (*instant character*), tal como las llama Double (2005, p. 217), Strauch presenta un conjunto de voces que representan las exigencias a las que están sometidas las mujeres para llegar a ser “una mujer completa”. Estas transiciones entre narrador y personaje le posibilitan jugar con la caracterización de su persona cómica como una drogadicta recuperada y una alcohólica que, situada en los márgenes de lo social, se escuda en su autodesprecio para denunciar no solo lo absurdo que suena extender las mismas demandas a un hombre sino también la excesiva crítica que ciertas mujeres profieren a otras.

Al subir a escena, Malena Pichot orienta su performance en función de una amplia variedad de temas como la maternidad, la prostitución, la menstruación, desde la óptica de una mujer feminista cerca de los 40 años. La performance apela a establecer una lógica ellos vs. nosotros donde el blanco son los hombres, particularmente su comportamiento sexual. Un pacto de complicidad con la mayor parte del público la habilita para jugar con la habitual tendencia a la cosificación: al explicar que muchas veces se olvida de que “los hombres también son personas” invierte la carga, utiliza el arma del “enemigo” para sus propios fines. El momento más fuerte de la noche se juega en una propuesta que le acerca al público para superar la visión hipócrita que el común de la gente tiene de la prostitución: allí cuestiona las experiencias sexuales de las mujeres heterosexuales y

sugiere que sería más justo cobrar casi siempre por sexo, ya que sus deseos nunca son totalmente contemplados.

Al darle la bienvenida a “todes” quienes hace poco llegaron al feminismo, les aconseja cuidarse de la “femimerca”, término que le sirve para designar esa sensación que genera el feminismo una vez que alguien comienza a militar dentro de ese espacio y, en consecuencia, se siente llamado a replantear su propia vida. Si bien el tono empleado difiere del humor provocador y contestatario presente desde “Piropos” hasta su propio show *Estupidez compleja* (Netflix, 2018), se sigue buscando ridiculizar la “lógica masculina por excelencia”, explicada por Pichot a partir la obsesión de los hombres por conquistar a las mujeres sin respetar el espacio que ocupan.

Es Charo López la encargada de cerrar la noche con un monólogo que confronta con los discursos dominantes sobre la maternidad. En tanto es la única madre del grupo, López utiliza la expectativa creada por sus compañeras en torno al deseo de maternidad para discutir en clave feminista la experiencia del embarazo, el parto y las presiones que la sociedad les impone a las mujeres para que sean “buenas” madres. De este modo, la primera parte de su espectáculo es una combinación de historias o material fotográfico personal que refiere a lo difícil que es “salir del clóset del embarazo” siendo feminista. Con esta expresión sintetiza lo que cuesta asumir el peso de las miradas de los demás, combinar una vida feminista con ese estereotipo que insta a las mujeres a reconectarse con su instinto maternal “natural”.

Más allá del material cómico autobiográfico, López utiliza lo que Double (2005, p. 121) llama “comedia encontrada” (*found comedy*), procedimiento que consiste en incorporar objetos, publicidades, publicaciones de redes sociales como material cómico. Generalmente, los elementos de comedia encontrada que se añaden le sirven para discutir imágenes de cuerpos hegemónicos, los discursos idílicos de la maternidad y las creencias que se organizan alrededor

del parto, creencias que suelen ignorar, entre otras cosas, la violencia obstétrica.

El cierre del monólogo trata de analizar el perfil psicológico de los anti-derechos. El punto más polémico y más aplaudido de la noche es, sin dudas, la parodia del video-poema de Raúl Brindis, un conocido anti-derechos mexicano. “El poema del aborto” –así se llama el original– es ridiculizado por Charo López como algo excepcional, ya que logra “decodificar el idioma embrión” para describir, en primera persona, cómo un feto vive la decisión de una mujer que interrumpe su embarazo. Luego de recitar los versos, burlarse de su contenido y el tono de voz del embrión, López canta su versión alternativa titulada “Abortame, mamá”. “Es difícil ser bebé”, vocifera la canción demandando la interrupción del embarazo “aunque no sea legal”. En este contexto, hacer eco de estos estereotipos sociales a través de una rutina que involucra material tanto ligado al autodesprecio como a la inversión de los lugares comunes asociados a la maternidad, funciona como una estrategia para ridiculizar y expresar el descontento con las expectativas de la visión dominante.

A modo de cierre: contra-archivo feminista y humor

La exploración de las estrategias humorísticas de estas comediantes nos muestra al humor como un espacio de resistencia. Principalmente, intentamos indagar a partir de qué categorías se orienta el análisis de las estrategias humorísticas en un show como *Persona*. Ahora bien, este trabajo busca a su vez pensar estos espectáculos como parte de un(contra)archivo feminista, como un complemento necesario de este archivo feminista del que habla Ahmed (2019, p.178) en *La promesa de la felicidad*. Así entendido, el archivo feminista es “un archivo de infelicidad”. En otras palabras, si las luchas del feminismo parten de la necesidad de nombrar,

de hacer visible una realidad silenciada, el archivo feminista funciona como una “socialización de la infelicidad” (Ahmed, 2019, p.167), un repertorio de relatos que vienen a debatir con una noción de felicidad como obligación, que incluso se da a expensas de la propia subjetividad.

Resignificar la felicidad y sus crueles demandas permite construir una comunidad que disputa los sentidos legitimados por los lugares comunes del poder patriarcal. Allí, la risa surge como un elemento de cohesión que subvierte la visión del oprimido. En este contexto, la consideración de un contra-archivo feminista sirve para visibilizar los significados que se negocian en el marco de, volviendo al término de Berger, la creación y el reconocimiento de diferentes culturas de lo cómico.

Finalmente, cabe preguntarse qué condiciones debería tener dicho contra-archivo. A modo de hipótesis inicial, diremos que deberá problematizar, a través del humor, las premisas básicas de la economía afectiva imperante, haciendo hincapié en los múltiples modos de ser y habitar un cuerpo, capaz de tejer guiones propios más allá del imperativo de respetar el “bien común”.

Bibliografía

- Acevedo, M. (2018). Humor como espacio de dialogismo sexogenérico: Del canon y el contracanon a la constelación crítica. *Revista Ártemis*, 26 (1), 29.
- Ahmed, S. (2019). *La promesa de la felicidad. Una crítica cultural al imperativo de la alegría*. Buenos Aires: Caja negra.
- Alonso, P. (2018). *Satiric TV in the Americas: Critical Metatainment as Negotiated Dissent*. Nueva York, NY: Oxford University Press.
- Berger, P. (1998). *Risa redentora. La dimensión cómica de la experiencia humana*. Barcelona: Kairós.

- Cilento, L. (2019a). "Stand-up comedy. Los arrabales del teatro". En Dubatti, J. (ed.) *Poéticas de liminalidad en el teatro II*. Lima: ENSAD (en prensa).
- Cilento, L. (2019b). Stand-up por doquier. *Boca de Sapo*, XX (20), 62-73.
- Critchley, S. (2010). *Sobre el humor*. Torrelavega: Quálea.
- Cualca! (Malena Pichot, Charo López, Julián Lucero, Julián Kartún, Julián Doregger) [Malena Pichot] (4 de febrero de 2014). Piropos-Cualca [Archivo de Video]. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=VWMYRAQcZv8>
- Double, Oliver. (2005). *Getting the Joke*. Londres y Nueva York: Bloomsbury.
- Dubatti, J. (2015). Convivio y tecnovivio: el teatro entre infancia y babelismo. *Revista Colombiana de las Artes Escénicas*, 9, 44-54.
- Dubatti, J. (2018). Teatro-matriz y teatro liminal. El problema de la liminalidad en el acontecimiento teatral y el corpus de los estudios teatrales. En Dubatti, J., Ansaldo, P., Fukelman, M., et al. *Poéticas de liminalidad en el teatro* (pp. 13-36). Lima: Escuela Nacional Superior de Arte Dramático.
- Gilbert, J. (2004). *Performing Marginality*. Detroit, MI: Wayne State University Press.
- Gray, F. (1994). *Women and Laughter*. Londres: MacMillan Press.
- Oddone, M. E. (dir.). (1974) *Persona*. Año 1, 1, Buenos Aires. Disponible en: <http://americalee.cedinci.org/wp-content/uploads/2016/07/PERSONA-1.pdf>
- Persona. [Malena Pichot]. (2016 agosto 21). Polémica en la pared [Archivo de Video]. Disponible en https://www.youtube.com/watch?v=WNxFEq6Qd_k
- Pichot, Malena. (2013, abril 7). Hago humor para molestar un poco. La Capital. Disponible en: <https://www.lacapital.com.ar/edicion-impresamalenapichot-hago-humor-molestar-un-pocon571464.html>

Villas, T. & López, C. (2019 abril 12). Las que faltaban [Archivo de Video]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=uFFmfu7UXXg>

5. Estilos de lo reidero

El hablar sucio de Lenny y la fundación de la estética de la *stand up comedy*

LAURA CILENTO

Preliminar/ humor individual y arte de masas

[*Ulices*] es un insulto y un logro. NO es indecente. No hay en él una sola línea sucia. Sencillamente está desnudo. NO es ni moral ni inmoral. [...] Una franqueza como la suya habría sido imposible si no hubiera estado prohibida tal franqueza.

Holbrook Jackson, *To-day*, junio 1922

El espectáculo que se conoce como *Stand up comedy* (también *comedia en vivo* o *comedia de pie*) sufre una situación de destrato por parte de los estudios teatrales y artísticos en general debido a una doble condición que se ha consolidado en la actualidad: su rango “bajo” (desde el punto de vista de su valoración estética) y su práctica multitudinaria (vista en muchos casos como una multiplicación indiscriminada que pone en crisis su calidad). La masividad, que puede justificar la atención por parte de estudios de comunicación y de los medios, corre en sentido inverso de unos estudios de artes teatrales y del espectáculo que se asientan en el carácter selectivo, cuando no francamente individualista, de sus cánones y de los enfoques historicistas.

Es desde esta última perspectiva que, sin embargo, y considerando la popularidad de esta especie particular de comedia, intentaré conciliar el interés por una individualidad artística, pero al mismo tiempo por una poética característica que se ha delineado a partir de diversos trabajos críticos anteriores, ajenos y propios. Lenny Bruce (1925-1966) está deliberadamente elegido para preguntar-

me por la novedad y la potencial complejidad que tuvo el *stand up comedy* (de ahora en más, SUC) en su momento inaugural a fines de la década del cincuenta, desde el panorama actual de expansión permanente, banalización y diversificación medial que atraviesa actualmente esta poética del humor. En este sentido, un buen comienzo podría ubicarse en el examen que hizo Bruce en su serie de notas para la revista *Playboy* luego reunidas en unas memorias-autobiografía-alegato tituladas *Cómo ser grosero e influir en los demás* (1963-1964). Sobre este texto, que apareció con ese título castellano y el subtítulo *Memorias de un bocazas*, basaré la mayor parte de las observaciones de este trabajo.

Comedia de pie y risas en los asientos

Dos coordenadas permiten insertar la SUC como un desarrollo de la cultura de la posguerra y de la posvanguardia: por un lado, el contacto con la experimentación artística de los poetas de la generación beat, del jazz, del *happening*¹; por otro, un desarrollo exponencial de los géneros del entretenimiento en vivo, especialmente el humor inserto en los números de variedades que animaron a los estadounidenses durante la IIGM, dentro y fuera de los escenarios bélicos, y que comenzaba a agotarse cuando “disminuía también el deseo de evasión” (Bruce, 2016, p. 72), con la necesaria reconversión de los oficios de humoristas, animadores y demás rubros de las variedades. Esta encrucijada auspicia las manifestaciones de otro tipo de espectáculo, la SUC, definido entre otras posibilidades como la de un intérprete

¹ Por cierto, lo que permite hacer una conexión entre las derivas culturales del Modernismo como la poesía *beat* y los *happenings* con el espectáculo de SUC radica en los nuevos circuitos culturales marginales, en las capitales anglosajonas especialmente, entre los que se cuenta el emblemático local nocturno “The hungry i”, que alojaba a diversos artistas y a públicos de consumos culturales más atentos a la experimentación, como los jóvenes (Cilento, 2019b).

solo parado frente a una audiencia, hablándole a ella con la intención específica de hacerlos reír (Double, 2005). Si refinamos la noción de “intérprete”, añadiremos una de las notas distintivas de la novedad: frente a la noción de un actor humorista o un cómico de guiones brillantes y ajenos, este intérprete es un generador-creador de sus propios materiales, es autor al servicio de su propia puesta en escena y que “escribe” en la medida en que prueba frente a un público sus sketches y monólogos.

Una de las variables, entonces, es la que corresponde a una situación nueva, la de la absorción de las tareas y las responsabilidades autorales que son explotadas por estos humoristas para autorreferenciarse: el humor es uno de los productos de un acto primario de autoexpresión; el espectáculo funciona como el precipitado de un acto básico de asunción de la palabra, un desafío artístico y político (en diversas dosis), que subordina los contenidos sociales, fuertemente anclados y costumbristas, a la persona compleja del autor-actor humorístico, así como otro rubro de contenidos que son de la órbita de la idiosincrasia privada, y que se elaboran autoficcionalmente. Valga como ejemplo de este intercambio de materiales autobiográficos y artísticos el momento en el que Bruce cuenta que su divorcio de Honey Harlow, la actriz-stripper que fue su pareja y madre de su hija, le dio “una hora de material”, más una composición musical que llevó al *show* televisivo de Steve Allen (Bruce, 2016).

En el mismo movimiento constitutivo, la SUC es “*uniquely audience-dependent*” (Limon, 2000, p. 12), lo que podría traducirse como “singularmente dependiente de la audiencia”, funcionando este rasgo como ampliación de la dinámica triangular del chiste que Freud desplegó en sus reflexiones sobre el humor. Desde su identidad fundada escénicamente con materiales personales y de observación social, el humorista de SUC construye una comunidad con el público, estabiliza lugares de enunciación y participación desde los referentes, reconocibles y compartidos, así como desde

la construcción de identidades y estereotipos para el público, de modo de poder jugar con ellos durante la función.

En tercer lugar, y aunque se alegue una marginalidad respecto de su estatuto artístico, la SUC necesita ser considerada desde su matriz teatral: reúne en una territorialidad específica y en vivo a un actor y sus espectadores, que se rigen por unas pautas específicas de convivialidad. Por este motivo sería preferible no codificar la SUC como fenómeno marginal en términos artísticos sino desde una mirada más enriquecedora, que considere su carácter “entre”, ya que, si bien reúne las coordenadas culturales-rituales de la teatralidad, la SUC no construye *poiesis* o ficción dramática autónoma, como el teatro representativo tradicional. A partir de estas fronteras móviles, y desde diferentes perspectivas, (Limon, 2000; Dubatti, 2017) la SUC es un fenómeno de teatralidad *liminal* (no dramática representativa). Explota la convivialidad desde la creación de una relación de representatividad (dice lo que pensamos, nos hace compartir su mirada excéntrica) y requiere, como parte de un doble estatuto teatral-humorístico, que la risa aparezca como modo físico y por lo tanto mensurable de convivialidad, lo cual determina el avance del espectáculo por la estabilización de un contrato humorístico con una audiencia particular, de ese aquí y ahora.

Experimentos con la incorrección: el hablar sucio

Si previamente tomamos una definición breve y estándar de la SUC, veamos ahora cómo definen la especificidad artística de Bruce sus apologistas: “Bromeando como hacía con sus amigos en cafeterías baratas, pero frente a un público que pagaba, Lenny electrizaba a la gente.” (Bogosian, 1993 en Bruce, 2016, p. 8) y “un poeta improvisador cuya confianza en la audiencia era tan completa que hablaba en público con la misma vehemencia que en privado” (Kenneth

Tynan en Bruce, 2016, pp. 15-16). Llama la atención que exista algún tipo de convivencia entre los usos privados y familiares de la palabra y la posibilidad de detectar en ese mismo discurso la cualidad elaborada y original que se asocia con la producción poética. Precisamente, en el contacto y en la maleabilidad de las fronteras entre diversos fenómenos aparece la noción de *liminalidad*², zona en la que Bruce se ubica desde el momento en el que sus gestos son experimentales para su trayectoria, y fundacionales vistos desde el largo plazo.

Como una primera forma de *liminalidad*, entre el arte y la vida, la SUC parece replicar un fenómeno de comunicación social, pero también una *liminalidad* entre la oralidad y la escritura, concentradas en el caso de Bruce en ese *poeta improvisador*. Nada más específico para enviar al núcleo de la constitución de este humorista norteamericano como figura incorrecta y controvertida, que el uso y el efecto de las palabras dichas en público sobre un escenario. Fundado en estos motivos, Bruce comenzó una batalla contra las censuras implícitas que sufrieron sus espectáculos, especialmente por su “talk dirty” (en inglés se llama así su libro de memorias), y más particularmente por el uso en vivo de una palabra incorrecta: *chupapijas*³, que le acarreó un

2 Dentro de la variedad de definiciones y/o usos de *liminalidad*, parto del núcleo definitorio y de las implicancias de la noción de Dubatti (2017, s/p), para quien *liminalidad* es “la tensión de campos ontológicos diversos en el acontecimiento teatral: arte/vida; ficción/no ficción; cuerpo natural/cuerpo poético (en todos los niveles de este contraste: enunciado/enunciación, constructo poético/construcción poética); representación/no representación; presencia/ausencia; teatro/otras artes; teatralidad social/teatralidad poética; *convivio/tecnovivio*, etc.”. Como puede observarse, la noción de *liminalidad* incluye -en tanto paradigma más abarcativo- la noción de *intermedialidad*.

3 Traducimos de esta forma el término original en inglés: *cocksucker*, que significa literalmente “chupapijas”, pero que se carga simbólicamente de un uso peyorativo de “persona que se pone en situación de inferioridad respecto de otra”, “servil” y “estúpido”. Agradezco a Tomás Várnagy la consulta a usuarios ingleses para confirmar la vigencia del uso de este término, teniendo en cuenta que fue un detonante de la persecución moral y legal del humorista. Por este motivo, la escena donde Lenny Bruce lo utiliza durante una de sus

cargo por obscenidad. Precisamente con Bruce se acentúa el carácter provocativo radicalizado del humorista, de ese rasgo general de “contenidos incorrectos presentados como pensamiento propio y auténtico del humorista estandapero” (Cilento 2019a) que seguramente se licue en un nivel más general de incorrección cuando el espectro abarca la masa de espectáculos y artistas a lo largo del tiempo, aunque precisamente este gesto inicial de Bruce siga operando como parámetro de los márgenes de incorrección aplaudidos y tolerados posteriormente.

En función de estos núcleos de interés, propongo a continuación y en el modo de hipótesis, tres instancias en las que esta provocación, que es efecto de un modo de incorrección humorística representada, se desenvuelve en la trayectoria y la poética de Bruce:

I. Provocación primaria–teatralidad liminal /connivencia de irrisión

El formato de SUC se constituye en la convivialidad o reunión de cuerpos presentes que es la situación básica de este tipo de espectáculos de variedades y que funda su matriz teatral propiamente dicha (más allá de que buena parte de la producción de la SUC asuma *a posteriori* alguna mediación tecnológica: discos, presentaciones televisivas, etc.).

Allí se registra una dinámica enunciativa que apela al nivel autoficcional básico de Lenny Bruce hablando como “Lenny Bruce”. Lenny/“Lenny” sigue una lógica compleja ya que encas-tras desde su decir básico diálogos que surgen como un segundo nivel ficcional, no rotundo y autónomo como en el teatro dramático tradicional, sino momentáneo (los *instant characters*); a su vez, emplaza un tipo de dinámica entre el locutor, los destinatarios y los contenidos o blanco humorístico que Patrick Cha-raudeau (2006) califica como connivencias.

actuaciones forma parte de la *biopic Lenny*, dirigida por Bob Fosse y estrenada en 1974 (Dustin Hoffmann encarnó en esa oportunidad al protagonista).

Las connivencias crean acuerdos, complicidades, que, en unos casos, como ocurre con las connivencias de sátira y la de burla, se establecen a partir de un blanco identificable, descalificado. El espectáculo de SUC puede derivar entre una y otra, creando una desvinculación entre blanco y destinatario si se trata de la sátira y, por el contrario, generando una identificación entre blanco y destinatario si se trata de una connivencia de burla o irrisión. Bruce pivotea entre ambos tipos de connivencia: así como cuando elige la situación emblemática sexual o escatológica del goce para referirse a algún sector social, blanco establece la connivencia de sátira (por ej los sacerdotes, o Juan XXIII con sus jeringas descartables), puede en cualquier momento virar al “ustedes”, y desnudar las prácticas privadas depositándolas en un nuevo blanco: el público. La comunidad del espectáculo participa riendo al sentirse blanco de la irrisión, o se levanta y se va, ofendida porque se sabe la destinataria de esa provocación.

Hasta que apareció la Ley infiltrada en los espectáculos y se presentó en los juicios subsecuentes, como víctima y denunciante. La persona y la trayectoria de Bruce están señaladas por este giro que encauzó el resto de su carrera, con hitos como los que aparecen resumidos a modo de prólogo en uno de los pocos videos de sus actuaciones que pueden consultarse tanto desde el sitio oficial (lennybruce.org) como desde los videos en las redes:

Fue arrestado tres veces por obscenidad
 San Francisco, 1961. Veredicto: no culpable
 Chicago, 1962: Veredicto: culpable (veredicto revisado por la Suprema Corte)
 Nueva York, 1964
 Veredicto: culpable (revisión rechazada por la Suprema Corte)
 Hacia agosto de 1965 solo podía encontrar plazas en San Francisco⁴

⁴ Datos originalmente en inglés, disponibles en https://www.youtube.com/watch?v=9wuNKs1_gC8.

II. Provocación secundaria–del teatro a la teatralidad social / “estoy hablando en serio”–connivencia cínica

La transcripción de los juicios a Bruce forma parte de diez capítulos de los 28 de las *Memorias de un bocazas* (abarcando desde 18 hasta el último), y tienen notación dramática. En esos capítulos de las memorias de Bruce lo que ocurre es que se vuelven a montar, a modo de reconstrucción, los diálogos por los cuales se acusó a Bruce de obscenidad: es decir, el espectáculo incorrecto de los *shows* es tema de otra actuación: el juicio mismo. Esas audiencias judiciales constituyen el otro escenario donde Bruce debió representarse a sí mismo, un escenario que corresponde a una de las tantas formas de la teatralidad social⁵. En esta nueva sede donde se reconstruyeron los diálogos originales, la connivencia humorística se pretende que sea otra. Contrariamente a la connivencia propia del contrato de SUC, se hace notar que el blanco es más general: el humor provocativo, dicen los testigos que convoca la defensa del actor, se refieren a la “estructura social”, el ataque es a los vicios del sistema. De esta forma, no hay blancos personalizados que se sientan ofendidos y puedan asociarse a la demanda y cambiando la connivencia se altera la intencionalidad humorística.

Esta connivencia invocada, con una mayor capacidad generalizadora y que Charaudeau clasifica como cínica, más allá del rol crucial como estrategia de la defensa, propone una trascendencia ideológica para el humor de Bruce cuando ingresa, como ocurre en el juicio, en una instancia transteatral, que lo emplaza en otras coordenadas y otras licencias, mucho más restringidas, pero igualmente sometidas a una actuación, a una construcción de roles y de personajes. En este sentido, la teatralidad social aparece mucho más compleja, porque traslada unos roles más o

⁵ Dubatti (2017, s/p) define la teatralidad social como “una red de mirada (de lo que debe y no debe verse, de lo que puede y no puede verse)” que “genera acción social y sostiene el poder, el mercado, la totalidad de las prácticas sociales”.

menos ficcionalizados al plano real. El actor que se defiende debe fingir y reinterpretar lo que hizo en el escenario bajo un nuevo pacto, que es el de hablar en serio y decir la verdad, pero las fronteras están borradas. Este escenario social se ha vuelto transteatralizado, ya que crea una conciencia ambigua de “la ‘usurpación’ de la teatralidad por el orden social y la idea de que la teatralidad estaría en todas partes y que sería lo específico del acontecimiento social” (Dubatti, 2006).

No casualmente, unos estudiantes que fueron a apoyar el juicio, relata Bruce (2006), con el título de “¡Bienvenidos a la farsa!”, lo plantean como un episodio donde lo “falso” y fingido que caracteriza a la ficción dramática que se ve en el teatro reaparece como recurso dentro de la teatralidad social: “LB, uno de los más destacados humoristas y críticos sociales de América, se encuentra en estos momentos desempeñando contra su voluntad el papel de hombre honesto en una comedia social dirigida por la ciudad y el condado de San Francisco”. (pp. 200-201)

III. Provocación terciaria–reteatralización / las memorias como *acting* y como legitimación literarios

En este paso permanente de la teatralidad *liminal* del SUC a la transteatralización social que implicó la puesta en escena del juicio, Bruce montó buena parte de su carrera restante hasta el momento de su brusca muerte por sobredosis en 1966. Y lo hizo con otra propiedad *liminal* de la SUC: la inserción de materiales no dramáticos en el espectáculo. Bruce fundó la re-teatralización de los elementos concomitantes del espectáculo: en muchos de sus shows reproducía los comentarios del público grabados de espectáculos anteriores, citaba fragmentos de las declaraciones de los juicios... integró la vida a sus espectáculos.

Entretanto, producía el alegato de sus memorias, auspiciadas por la empresa de entretenimientos (clubes, pro-

gramas televisivos, revistas) de Hugh Hefner: *Playboy*. En esas memorias, que inicialmente publicó Hefner por entregas entre 1963 y 1965, esas citas de testigos y reseñas de la prensa le permitieron absorber otra esfera, la que media entre la palabra dicha en escena y la palabra literaria, escrita. Allí quedó registrada otra reivindicación que Bruce buscaba, que no era moral ni social, sino literaria y artística.

Buena parte de los alegatos, que permitieron saltar los cargos de obscenidad y provocación erótica del público, salieron de la galera mágica de la tradición literaria europea. Precisamente porque la distancia histórica permitió a grandes escritores como François Rabelais, Jonathan Swift y James Joyce desprenderse de los cargos iniciales de humor obsceno e injurioso a partir de la depuración de los años y de la legitimación de la institución literaria, pudieron ser utilizados por Bruce para emparentarse con ese humor trascendente cuyo blanco no es un individuo víctima de la irrisión, sino el plano más elevado de la estupidez humana.

Dentro de este elenco de autores indiscutidos por la trascendencia estética de su obra se encuentra un contemporáneo que representa una de las cumbres del experimentalismo del siglo XX, el autor de *Ulyses*. El parentesco fue creado y explotado por el mismo Bruce, cuando -en otra de las intervenciones clave del tribunal- se le pregunta si improvisa o si reproduce guiones. En el mismo registro del autor modernista por excelencia, Bruce reconoce (y eso lo salva provisoriamente) que no tiene nada preconcebido, que su actuación en un fluir verbal propio y un fluir de la conciencia, es decir, de los contenidos no reprimidos por la conciencia (moral), como los que produjo Joyce. Baste comparar una de las certeras críticas de la época, donde la distancia estética que produjo el autor irlandés mediante sus técnicas narrativas se emparentaba con una transparencia juzgada inmoral:

La mayor parte de los escritores jóvenes desafían las reticencias convencionales en cuanto que describen todo lo que la

mayor parte de nosotros hacemos y decimos. Mr. Joyce va mucho más lejos: de sus páginas saltan hacia nosotros todos nuestros más secretos e inconvenientes pensamientos íntimos (S.B. Mais, *Daily Express*, 25 de marzo de 1922, cit. por Valverde, 1983, p. 36).

Con la reivindicación del desarrollo experimental del humor en vivo por parte de Bruce (2016, P. 169): “Es imposible ponerme etiquetas. Desarrollo, de media, 4 minutos de material por noche, mi punto de vista madura y cambia; soy atrozmente culpable de las paradojas de la sociedad que ataco”.

Joyce tardó cuatro años -luchando con la censura editorial inglesa- para ver finalmente editada su novela donde el fluir de la conciencia como técnica narrativa y poética desnudaba las conciencias burguesas que lo acusaban de obscenidad. Treinta y nueve años demoró, en el caso de Bruce, el reconocimiento oficial por el fluir de la conciencia humorística en vivo durante sus espectáculos de SUC: en diciembre de 2003 recibió un perdón póstumo por parte de la Corte del Estado de Nueva York.

Bibliografía

- Bruce, L. (2016). *Cómo ser grosero e influir en los demás. Memorias de un bocazas*. Barcelona/Buenos Aires: Malpaso.
- Charaudeau, P. (2006). “Des catégories pour l’humour?” *Questions de communication*, 10, 19-41. Disponible en <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7688>
- Cilento, L. (2019a). Stand up por doquier. Dossier de *Boca de sapo*, 28.
- Cilento, L. (2019b). Stand-up comedy. Los arrabales del teatro. En J. Dubatti (Ed./ Coord.) *Poéticas de liminalidad en el teatro II* (pp. 71-88). Lima: Escuela Nacional Superior de Arte dramático.

- Double, O. (2005). *Getting the Joke. The Inner Workings of Stand-up Comedy*. Londres: Methuen.
- Dubatti, J. (2006, abril 5). El teatro argentino se lleva bien con la insatisfacción. *Clarín*. Disponible en: <http://www.iade.org.ar/noticias/el-teatro-argentino-se-lleva-bien-con-la-insatisfaccion-jorge-dubatti-doctor-en-letras>
- Dubatti, J. (2017). Teatro-matriz y teatro liminal. La liminalidad constitutiva del acontecimiento teatral. *Conjunto* (Casa de las Américas), 185, octubre-diciembre, s/p.
- Limon, J. (2000). *SUC in Theory or, Abjection in America*. Durham/Londres: Duke University Press.
- Valverde, J. M. (1983). Prólogo. En Joyce, J., *Ulyses* (pp. 5-46). Barcelona: Bruguera.

Políticas del “humor conurbano”

Pablo Cordonet y el stand up en el Banfield Teatro Ensemble

FLORENCIA CASANOVA

“El Ensemble es un lugar imposible”¹, espeta Pablo Cordonet desde una de las mesas del bar del mismo lugar cuya imposibilidad declara y en el que cada jueves, desde hace ya una década, presenta un popular espectáculo de *stand up* que no duda en definir como “conurbano”. En el espacio que crea la intersección de barrio, género y propuesta cultural se delinea el objeto de estudio de este trabajo: el proyecto artístico de *stand-up* que se desarrolla en el Centro Cultural Banfield Teatro Ensemble (a partir de ahora BTE), del partido de Lomas de Zamora, en el sur del conurbano bonaerense. Operará como eje de nuestra indagación la mencionada categoría de “*stand-up* conurbano” en relación con el proyecto cultural del BTE. A partir de una entrevista mantenida con Cordonet en la sede del Ensemble en junio de 2019, en complemento con aportes teóricos de estudios anteriores sobre *stand-up* y de algunas observaciones del contacto entre el cómico y su público a través de las redes sociales, abordaremos la noción desde las representaciones que de ella parece tener el artista, con el fin de evaluar los sentidos en que ese carácter “conurbano” podría constituir una marca diferencial o una política cultural y artística.

¹ Las declaraciones de Cordonet citadas en este trabajo corresponden, de no indicarse lo contrario, a la entrevista realizada el 4 de junio de 2019 en la sede del Banfield Teatro Ensemble.

“Un auto *vintage* con un motor nuevo”

El Banfield Teatro Ensamble es un espacio cultural de intensa actividad que no solo ha logrado instalarse como referente en el sur del Gran Buenos Aires, sino que también se proyecta como centro de producción artística a través de convenios con otros espacios culturales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Timbre 4, El Picadero, La Carpintería, entre otros) y de giras nacionales e internacionales. Su origen se ubica en 1996, cuando se crea la Compañía Banfield Teatro Ensamble como desprendimiento de un taller de teatro de la Municipalidad de Lomas de Zamora dirigido por Nelson Valente, hoy reconocido director y dramaturgo de obras como *El loco y la camisa* (que ya lleva diez años en cartel) y *El declive* (2017). Los avatares de la política y la economía argentinas forzaron la fundación del centro cultural en el año 2000, en un local ubicado en la calle Alsina al 1500, donde pronto se registró una gran afluencia de público local, atraído principalmente por los espectáculos de *café-concert*. En 2004 se produjo la mudanza a la sede actual, en la calle Larrea al 300, donde se ofrecen espectáculos de teatro, danza y música de producción propia y ajena, ciclos de cine o charlas, al tiempo que desarrolla sus actividades una concurrida escuela de arte (Lojo, 2014). De los miembros fundadores continúan aún vinculados con la compañía, además del mencionado Valente, Ignacio Gómez Bustamante, Agustina Sanguinetti, Silvina Aspiazu y el propio Pablo Cordonet, actor, autor, director, docente y músico, quien cada jueves convoca cerca de 300 personas en sus espectáculos de *stand-up*.

El crecimiento y la persistencia del Ensamble es un fenómeno poco común en el conurbano sur, que cuenta con otros proyectos culturales –incluso de larga trayectoria– pero pocos de sus mismas dimensiones y con su nivel de convocatoria. “Es un proyecto que nos superó desde el principio”, comenta Cordonet: “es como tener un monstruo en el barrio”. Lo monstruoso del Ensamble quizás radique

menos en su inusual capacidad de crecimiento (“se nos fue de las manos”, “no para de crecer”) que, en el carácter híbrido, dual de su naturaleza: a la cercanía que suponen su emplazamiento barrial y el contacto con los artistas –también vecinos de la zona– se le suman ciertas características que operan como marcas de distinción en el universo conurbano. El espacio se encuentra ubicado en un barrio residencial de clase media, entre los centros de Lomas de Zamora y Banfield, en los que en los últimos años se ha desarrollado notablemente una oferta comercial y gastronómica que salva en buena medida las habituales diferencias con la ciudad de Buenos Aires. En este contexto, la programación del Ensamble –que, como ya hemos mencionado, incluye tanto producciones propias (de la escuela de teatro y de la Compañía BTE) como de teatros del circuito independiente de CABA, junto con presentaciones de reconocidos músicos– constituye un fenómeno singular, que no se encuentra en otros espacios de la zona, y que parece responder a los intereses del público, como permite suponer la exitosa convocatoria de estos espectáculos. Algo de esta zona de frontera entre centro y periferia traducen quizás las palabras con que Cordonet define al BTE: “es un lugar *cool*, es culto; tiene detalles de categoría. Es como un auto *vintage* con motor nuevo”.

Ahora bien, la metáfora teratológica resuena también en varias direcciones y puede guiarnos en otras zonas de nuestra indagación. Es que esta mezcla de familiaridad y novedad, de tradición barrial y espíritu moderno que singulariza al centro cultural y explica el fenómeno Ensamble en el testimonio del artista nos invita a preguntarnos –analogía fierrera mediante– si acaso es posible establecer algún tipo de vinculación entre la singularidad híbrida del BTE y la de uno de los clásicos de su programación: el espectáculo de Cordonet.

Una breve mención a algunas particularidades del *stand-up* puede resultar de ayuda en este punto. Tal como explica Laura Cilento en sus trabajos (2019a, 2019b), lo

mixto es una de sus marcas distintivas. La coexistencia de opuestos se manifiesta, según la especialista, en una serie de conjunciones de diverso orden derivadas de la historia de un género que, nacido en la década del cincuenta en pequeños espacios la cultura *underground* neoyorkina, se proyectó en las décadas siguientes hacia la masividad de los grandes teatros o los estudios de televisión. En la *stand-up comedy* conviven lo ficcional con lo factual, la presentación en vivo con el registro audiovisual, la intimidad del club de comedias con los grandes escenarios y el amateurismo con la profesionalización del comediante (Cilento, 2019b). En este sentido, el género se presenta como un fenómeno de fronteras; en palabras de Jorge Dubatti, una manifestación del teatro de la liminalidad. Dubatti se sirve de la noción de liminalidad para pensar aquellos fenómenos que no son pasibles de ser encuadrados en la concepción moderna del teatro como teatro dramático, esto es, de representación de una historia. Pero a su vez, expone, la liminalidad entendida como tensión de campos ontológicos diversos es constitutiva de todo acontecimiento teatral (Dubatti, 2016, p. 16).

Una calle me separa o “alguien que te la cree”

El vínculo de Cordonet con el humor viene de larga data, aunque fue virando con el tiempo. Desde un principio lleva adelante, junto con la compañía del BTE, espectáculos de *café-concert* que incluyen escenas de comedias, cuadros musicales y “monólogos humorísticos” propios y ajenos (Alejandro Urdapilleta, Woody Allen o Harold Pinter). El *stand-up* surgió como producto independiente recién en 2009 y fue imponiéndose con carácter propio por la “fuerte impronta identificatoria con el público” de un espectáculo que, según palabras de su creador, hace de la vida y la cultura conurbanas su objeto de análisis: “que vengas acá

y sepas que van a hablar de tu calle o de un lugar al que vos vas está bueno”.

Este sentido de pertenencia a una comunidad es el que Cordonet identifica como una de las razones del éxito de su propuesta: “la gente que viene a ver los espectáculos se siente parte de esta familia, se siente como en familia”, y aclara: “familiar de *ser parte*, de *tribu*”. El BTE tiene un público propio, que “se hizo de la casa”, que “sale al Ensemble”, con cuyo colectivo de artistas mantiene un vínculo a la vez distante (“[somos] los artistas”) y cercano (“estamos acá”). Del otro lado de la calle, en ambivalente relación de lejanía y contacto directo, el BTE les brindaría a los vecinos la oportunidad de vivenciar una experiencia cultural con sello local.

En particular, parece sugerir Cordonet, su espectáculo de humor “conurbano” -de factura y temática barriales- ofrecería al vecino-espectador una redoblada oportunidad de experimentar ese sentido de pertenencia local. Paradójicamente, esta se daría por medio de un género de fuerte impronta extranjera: estadounidense en su origen e incluso símbolo de la cultura de los Estados Unidos, aun cuando el *stand up* se haya vuelto hoy un fenómeno global que se adapta, incluso, a las particularidades de cada región en la que se desarrolla. Ahora bien, en el análisis de Cordonet, son justamente las características específicas, locales (“conurbanas”) las que atraen a este público fidelizado a sus *shows* de *stand-up*: la elección de un repertorio que le resuena al espectador en un lugar propio, a través de la representación de experiencias vitales comunes, habilitaría la vivencia compartida del humor: “hay alguien que te la cree, y te la cree porque tiene una identificación con lo que vos vivís” (*Diario Popular*, 2014, julio 1).

Estas referencias a la identificación del público remiten acaso a uno de los rasgos centrales que la crítica ha reconocido en el *stand-up*: la experiencia de la comunidad, que se funda en la explotación consciente de la situación de convivencia, sobre la base de la generación estratégica de una “comunidad provisional” por parte del artista (Mintz, 1965).

Esto se logra desde los minutos iniciales del espectáculo, momento en que la referencia a algún rasgo idiosincrásico como el género, la clase social o, en nuestro caso, el barrio sirve para la construcción de una estereotipia instantánea y habilita la doble estabilización del locutor comediante y del público destinatario como conjunto que comparte algunos rasgos. Todo esto se ve reforzado por la copresencia en el espacio físico del club o teatro, lo que da lugar al convivio (Cilento, 2019a, pp. 66-67).

En el reverso de la moneda, un estudio realizado desde la perspectiva de la audiencia por Sharon Lockyer y Lynn Myers (2011) identifica cinco motivaciones del público para asistir a espectáculos de *stand-up*, dos de ellos de carácter más bien estético (la admiración por las competencias de comediante del estandapero y la expectación del efecto sorpresa) y otras tres de naturaleza social, que nos interesa recuperar brevemente porque se vinculan con la idea que venimos desarrollando. Para empezar, la experiencia de *proximidad e intimidad* que suscita este tipo de propuestas (los espectadores entrevistados por las académicas señalan como positiva la posibilidad de “ser parte” o de sentir “que se les habla directamente”); en segundo lugar, las oportunidades de interacción, tanto con el comediante como con el resto de la audiencia, durante y después del *show*; finalmente, la posibilidad de compartir la *experiencia humorística colectiva* como resultado de la convivencia espacial y temporal.

En sus comentarios acerca de la recepción de su espectáculo, Cordonet refiere una serie de impresiones que podríamos considerar, en principio, coincidentes con los resultados de este estudio: la ya mencionada identificación del público con el espacio y con la temática del espectáculo, su sentimiento de “ser parte de la familia”, las reacciones de los espectadores que, al cruzarlo fuera del escenario, lo saludan con una mezcla de distancia y cercanía. Se trata, sin embargo, de representaciones del artista. La correspondencia entre los resultados del estudio de Lockyer y Myers

con las motivaciones del público para asistir a los espectáculos de Cordonet podrá ser evaluada a través de estudios futuros. Sería particularmente interesante indagar en qué medida el mencionado carácter “conurbano” de estos *shows* constituye una motivación especial desde la perspectiva de la audiencia.

Alguna información complementaria en relación con la recepción de las obras de “humor conurbano” del BTE podría extraerse de un análisis de los vínculos que Cordonet sostiene con su público en las redes sociales. A modo de aproximación provisoria a la cuestión, nos referiremos brevemente a dos acciones que el comediante llevó adelante en la red social *Instagram*. En el primer caso, a través de las “historias” de la aplicación, el standapero invitó a sus seguidores a formularle preguntas. Veamos algunas de las propuestas: “¿Granizó ayer en Gerli?”, “¿Qué hay en la peatonal Laprida [calle comercial de Lomas de Zamora] a la madrugada? ¿Se desinfla como San Clemente?”, “Tengo una amiga que se quiere mudar a Rafael Calzada. ¿Cómo hago para disuadirla?” En el segundo caso, la pregunta de Cordonet a su público fue “¿Qué *stand up* te gustaría ver o volver a ver?” Entre las respuestas se registran algunas como: “Conurbano volumen II, el después de Guernica”, “Conurbano vs Capital” o “Conurbano xfa”. En este último caso, el artista respondió con un: “Ya lo anoto, está claro que les cabe ese”. Esta evidencia resulta fragmentaria e insuficiente para validar conclusiones; sin embargo, creemos que la reiterada referencia al conurbano (o al menos a una sección de este de donde, intuimos, podría provenir el público mayoritario de Cordonet) en las intervenciones de los seguidores puede servir de puntapié inicial para futuros trabajos que involucren otras acciones del comediante en las redes sociales y las respuestas a estas.

Un mundo de sensaciones o el idioma conurbano

La relación entre el *stand-up* y la comunidad admite también una lectura en clave sociocultural. Desde esta perspectiva, Lawrence Mintz (1985) reconoce la función ritual de este género y en el comediante –entre otras– la figura del “antropólogo”. Para el crítico, la función del estandapero supera ampliamente la del mero proveedor de un blanco para el humor; más interesante es, sostiene, la de actuar como mediador o articulador sociocultural a través del análisis y el comentario. Desde la mirada de Pablo Cordonet, el *stand-up* es mucho más que el conocimiento de una técnica; cuando es mera “fórmula copiada” –teoriza–, vacía del conocimiento profundo de un tema que se ha estudiado y observado, solo puede resultar fallido. En sus comienzos, “copiaba mucho y hacía agua”; pero con el tiempo comprendió que lo que funcionaba en sus espectáculos era la mirada crítica arrojada sobre aquello que conocía bien, que tenía estudiado. Se trataba de “poner en crisis los elementos para deshuesarlos”. El conurbano o “lo conurbano”, explica, se impuso, así, como referencia inevitable en sus espectáculos. Su conocimiento del lugar no se derivaría por lo tanto únicamente del hecho de haber nacido y crecido en Lomas de Zamora, sino también de una determinación consciente de convertirlo en su objeto de estudio: “un día decidí abocarme, dedicarme a sacar material de eso”; y de hacer de ese saber construido la materia prima de la labor autoral, ya que es sobre la base de sus observaciones de prácticas, costumbres, lugares y tipos que Cordonet puede generar un espectáculo.

Según parece desprenderse de su testimonio, la mirada crítica (“antropológica”, diría Mintz) sobre el campo de observación seleccionado establece a su vez un territorio diferenciado por oposición a otros –un “conurbano” necesariamente parcial–: “mi mirada crítica está muy referida a elementos comunes *del lugar donde yo vivo*, el conurbano: los medios de transporte, cómo nos movemos para ir a Capital

y volver, desde la mirada que tenemos de CABA y hacia *la otra parte del conurbano*". Se trata, en suma, de hacer de algunos elementos o características icónicas del conurbano la base de un universo conceptual que asume la forma de un relato: el vecino que barre las hojas en la vereda, la proliferación de pequineses, la señora que sale a tomar la fresca por la tarde. "La idea de que vos tengas una localidad que puedas transformar en un mundo te da la posibilidad de expandirte hacia todos lados", argumenta.

La opción por el conurbano se explicita en algunos casos en los títulos de los espectáculos de Cordonet, como *Conurbano mío* (2019) o *Bien al sur* (2015, 2016, 2018), pero las referencias a este universo están presentes como una constante en todos los *shows* del artista lomense; así, por ejemplo, en *Vengo de los '80*, la experiencia recuperada es la de la infancia en el conurbano sur, muchas veces presentada en contraste con la de la capital. De acuerdo con Cordonet, las anécdotas tomadas del recuerdo en este espectáculo (el Naranjú en la puerta de la escuela, la gente que fumaba en el colectivo) pueden no ser conurbanas, pero la inserción de un dato de localidad (la línea de colectivos 318, por ejemplo) o de un detalle geográfico o urbanístico (el nombre de una calle), automáticamente las vuelve locales y –en palabras del artista– son recibidas por el público como conurbanas. Ejemplo de esto es el texto de presentación usado en la promoción del espectáculo *Conurbano mío*: "Ese perfume a tilo mezclado con gasoil..., esas tardes de bicis y pequineses sobre las faldas de señoras peinadas con *spray*... Bienvenidos al paraíso." Ningún elemento específicamente conurbano (o, mejor dicho, de la fracción del conurbano que aparece usualmente referida en los espectáculos de Cordonet, que comprende básicamente los sureños municipios de Lanús, Lomas de Zamora y Almirante Brown) aparece en la enumeración citada. La selección de temas y anécdotas parece tener que ver, más bien, con "ciertos elementos culturales y de mi época que sé que van a funcionar con el público". La búsqueda autoral apunta, según el

estandapero, a la resonancia de ciertos elementos del relato en la audiencia, de modo de generar esa identificación que resulta en que aquello que se narra sea vivido como una experiencia compartida.

Indagado por los rasgos constitutivos del *humor conurbano*, Cordonet ubica en primer lugar la empatía con el vecino, con el “conurbanense”; empatía que encontraría su origen en la pertenencia común a un suelo que se conoce por haberlo habitado. Sin embargo, observa, el espectáculo de humor conurbano no es concebido por él como local: “si sos del conurbano te va a encantar; pero si no también, porque te voy a contar una historia del lugar en que vivo”. En este sentido, aclara, por sobre la expresión “humor del conurbano”, que señala exclusivamente un origen, prefiere la de “humor conurbano”, que refiere “un idioma, un código, una manera de entender y expresar el mundo”.

De lo expuesto hasta aquí podemos extraer algunas conclusiones. En primer lugar, a partir de los testimonios de Cordonet parece posible establecer una relación entre el proyecto que el comediante desarrolla en sus espectáculos de *stand-up* y el del centro cultural BTE en su conjunto. En el discurso del artista la “comunidad provisoria” que se genera en el marco de cada *show* se superpone por momentos con la que constituye el público fidelizado del Ensamble. Esto podría estar indicando que Cordonet concibe a su espectáculo no solo como una manifestación de la “marca BTE”, sino también como un engranaje de la máquina por medio de la cual el centro cultural construye identidad barrial.

En segundo lugar, en cuanto a la categoría de “humor conurbano” –más allá de las justificadas objeciones que puede suscitar la utilización del adjetivo “conurbano” para referirse a una sección claramente reducida del conjunto del territorio que responde a esa denominación, lo que supone intentar una delimitación– no resulta evidente que esta categoría dé cuenta de manera suficiente de un rasgo distintivo en lo formal o lo temático que permita diferenciar este

“humor” o este *stand-up* de otros. Sin embargo, quizás sea posible identificar en el discurso de Cordonet las huellas de una concepción de lo “conurbano” como una *enunciación* o, si se quiere, una *modalización*, construida por partida doble desde el BTE y el trabajo autoral del artista. Y es en este sentido que podría considerarse la opción por lo conurbano como una política cultural y del humor, una política en el marco de la cual las “marcas” BTE y Cordonet funcionarían como dispositivos mediatizadores del sentido y posibilitadores de una experiencia sociocultural y artística con impacto afectivo y reflexivo, que redundaría en la concreción de una comunidad si no conurbana, al menos barrial.

Bibliografía

- Cilento, L. (2019a). Stand-up por doquier. *Boca de sapo*, 28, 62-73.
- Cilento, L. (2019b, abril-junio). *Stand up comedy. Los arrabales del teatro*. Ponencia presentada en Poéticas de la liminalidad en el teatro II. Ciclo de Conferencias del Instituto de Artes del Espectáculo “Dr. Raúl H. Castagnino” Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.
- Dubatti, J. (2016). *Teatro-matriz, teatro liminal. Estudios de Filosofía del Teatro y Poética Comparada*. Buenos Aires: Atuel.
- Lockyer, S. y Myers, L. (2011). “It’s About Expecting the Unexpected”: Live Stand-up Comedy from the Audiences’ Perspective. *Participations. Journal of Audience and Reception Studies*, 8, 2, 165-188
- Lojo, M. (2014, marzo 7). Banfield Teatro Ensamble, un colectivo artístico referente de la cultura del sur. *La Nación. Suplemento Cultura*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/cultura/banfield-teatro->

ensamble-un-colectivo-artistico-referente-de-la-cultura-del-sur-nid1670049

Mintz, L. (1985). Standup Comedy as Social and Cultural Mediation. *American Quarterly*, 37, 1, *Special Issue: American Humor*, 71-80.

“El humor tiene su delegado en el Sur del Conurbano” (2014, julio 1º). *Diario Popular*. Recuperado de <https://www.diariopopular.com.ar/sururbano/el-humor-tiene-su-delegado-el-sur-del-conurbano-n196175>

***Te rompo el rating* (Hugo Sofovich, 1981): Jorge Porcel entre la comedia para adultos y el humor para toda la familia**

FABIO FIDANZA

Alberto Olmedo y Jorge Porcel conformaron un dúo cómico de gran popularidad que, a lo largo de más de treinta años, desarrolló una extensa carrera en diversos medios y expresiones artísticas de la industria del entretenimiento en Argentina. Si bien fueron exitosos en todos los ámbitos en los que trabajaron, el cine ocupó un lugar importante en su carrera al darles una masividad aún mayor que la que ya poseían como cómicos televisivos y de teatro de revistas. A pesar de que siempre se movieron dentro del terreno de la comedia las películas que protagonizaron no pueden ser entendidas como parte de una sola serie cómica. Por el contrario, su obra fue transformándose al ritmo de los cambios que se sucedieron al interior del campo cultural y de la industria cinematográfica, dando origen a distintas variantes.

La variante cómica con la que se los identificó mayormente, debido a que protagonizaron más de veinte películas de este tipo, es la picaresca, un tipo de comedia destinada al público adulto que se caracterizó por practicar una comicidad centrada en lo sexual en donde imperaban el doble sentido y el erotismo *soft* (López, 2005). Sin embargo, en 1982, como resultado de las necesidades de la productora, se produjo un cambio en el perfil cómico de la dupla con el fin de convertirlos en estrellas de un cine destinado al público familiar. Para ello hicieron desaparecer todo aquello que estuviera relacionado con el costado sexual de la

comicidad de la dupla –desnudos femeninos, chistes procaeces, la sexualidad exacerbada de los cómicos, los bulines y los hoteles alojamientos– y se concentraron en desarrollar un “humor blanco” a partir de recursos como la comedia física, el absurdo y la imitación de figuras populares (Fidanza, 2019; Paladino, 1994). Si bien es cierto que el estreno de *Los fierecillos indomables* (Enrique Carreras, 1982), la primera película apta para todo público de la dupla, marcó el comienzo de una nueva etapa en su carrera, es posible encontrar en una serie de obras protagonizadas por Porcel, en particular en *Te rompo el rating* (Hugo Sofovich, 1981), un conjunto de elementos que pueden ser entendidos como antecedentes de este tipo de comicidad.

Teniendo en cuenta lo expuesto proponemos analizar *Te rompo el rating*, obra que entendemos como un filme de transición entre los modos picaresco y familiar. Para llevar a cabo nuestro objetivo tendremos en cuenta las ideas propuestas por Geoff King (2002) para el análisis de la comedia. El autor propone pensarla antes que, como un género, con características claras e inmutables, como un modo. Es decir, como una forma de abordar diversos materiales, como una manera de presentar un universo ficcional, que no se mantiene estable, sino que va cambiando a lo largo del tiempo. Es por ello que propone un abordaje que tenga en cuenta no solo las características formales sino también el contexto sociohistórico y la dinámica de la industria cinematográfica. Siguiendo a King, nuestro análisis se concentrará en cuatro aspectos: el lugar que la comedia tuvo dentro del sistema de producción de Aries Cinematográfica a lo largo de su historia, y cómo este fue cambiando en relación con las transformaciones sociopolíticas del país; la trayectoria de ambos comediantes con especial atención al texto estrella de Jorge Porcel; el uso de la parodia como un recurso cómico distintivo; y la estrategia comercial que se utilizó para promocionar *Te rompo el rating*.

El lugar de la comedia en Aries

A lo largo de la extensa trayectoria de Aries Cinematográfica¹ el lugar que la comedia ocupó en su sistema de producción fue variando de acuerdo a las necesidades de la productora y a las demandas del público. En sus comienzos, el proyecto de Ayala y Olivera tenía como propósito hacer un cine que fuera al mismo tiempo comprometido, tanto política como socialmente, y redituable económicamente. Los dueños de esta productora se habían propuesto conservar los postulados del viejo cine de estudios, entretener y divertir, sin dejar de lado las innovaciones formales, temáticas y estéticas, que las nuevas generaciones de cineastas comenzaban a desarrollar (España, 2005). Dentro de este primer esquema de producción no estaba contemplada la realización de comedias. Por el contrario, sus dos primeras películas, *El jefe* (Fernando Ayala, 1958) y *El candidato* (Fernando Ayala, 1959), fueron pensadas como crónicas de la realidad, como dramas que testimoniaban y criticaban la situación política de la época. La situación cambió a partir del éxito de público que tuvo el filme *Hotel alojamiento* (Fernando Ayala, 1966), una comedia con pinceladas picarescas que retrataba en tono jocoso las costumbres sexuales de la clase media porteña. Esta película, a mitad de camino entre la crónica y la comedia sexual, hizo comprender a Aries que era necesario replantear su modo de trabajo. Entendieron que, para seguir existiendo como productora y poder realizar aquellos filmes con los que se sentían más identificados ideológicamente, tenían que darle un lugar importante a la comedia y al entretenimiento en su esquema de producción.

¹ La productora fue fundada en 1956 por Ayala y Olivera. Para 1971 se incorporó Luis Osvaldo Repetto y para 1978 Alejandro Sessa. Ambos ayudaron a diversificar las actividades iniciales de la productora. Sessa se independizó en 1991. Repetto se mantuvo como socio de Olivera hasta la quiebra de la empresa en el 2014. Ayala falleció en el 1997 y se mantuvo en el directorio hasta su fallecimiento (Ciria, 1995; España, 2005).

Con el fin de diversificar su público no se concentraron en la producción de un solo tipo de comedias, sino que, por el contrario, buscaron desarrollar distintas variantes.² De ellas, fue la picaresca, a partir del éxito de público que tuvieron las dos primeras películas protagonizadas por Olmedo y Porcel³, la que terminó ocupando el lugar central dentro del esquema de producción. La conjunción del humor pasatista y subido de tono de Olmedo y Porcel y los desnudos de vedettes populares resultó ser una fórmula taquillera. Ante la buena respuesta que tuvo el modelo propuesto por Aries este comenzó a ser imitado y reformulado por otras productoras haciendo que este tipo de comedia se convirtiera durante el último gobierno militar en un modelo cultural dominante llegando a representar casi un tercio de la producción total del período (D'Antonio, 2015). Si bien esta situación puede parecer paradójica, dado el contraste entre el carácter pro católico de la política cultural de la dictadura y la subversión de las normas morales que propone este cine, Deborah D'Antonio demostró que estas películas eran poco combatidas.⁴ Esto se debió, por un lado, a que

² Entre las otras variantes se encuentran las comedias testimoniales, que se caracterizaron por hacer una crítica de las ideas y de las costumbres de la clase media porteña y las comedias para toda la familia, que tuvieron como atractivos principales la actuación protagónica de un cómico consagrado como Luis Sandrini y la participación de bandas musicales populares. Como exponentes de la primera variante podemos citar a *La fiaca* (Fernando Ayala, 1969), *La nona* (Héctor Olivera, 1979) y *Plata dulce* (Fernando Ayala, 1982) y de la segunda a la saga del Profesor Hippie: *El profesor hippie* (1969), *El profesor patagónico* (1970) y *El profesor tirabombas* (1972).

³ La llegada de ambos cómicos a Aries se dio como resultado de un arreglo comercial entre los dueños de la productora y un nuevo grupo de socios: el productor Nicolás Carreras y los hermanos Gerardo y Hugo Sofovich. La idea de realizar una comedia con tintes eróticos con Olmedo y Porcel entusiasmó a los dueños de Aries, quienes estaban interesados en producir un cine masivo y redituable que les permitiera solventar los gastos que implicaba el mantenimiento de los estudios Baires. A la sociedad se sumaron, en categoría de productores asociados, los hermanos Kaminsky, dueños del sello discográfico Microfón y, como "productor silencioso", el empresario de medios Héctor Ricardo García (López, 2005).

⁴ Esto no significa que no hayan tenido problemas con la censura. Daniel López (2005) señala que a Hugo Moser el censor Miguel Paulino Tato le

la ruptura de la moral católica que proponían las películas era matizada por los finales moralizantes y, por el otro, a que el régimen fomentaba la evasión de la realidad, lo que el visionado de estas películas permitía.

Para comienzos de los años ochenta este modelo comenzó a mostrar señales de agotamiento. La proliferación de películas con fórmulas similares a las de Porcel y Olmedo generó que lo que antes era exclusivo del cine picaresco se volviera moneda corriente en otras películas. A la mencionada competencia se sumaron problemas de tipo económico producto de la crisis que atravesaban la industria cinematográfica y el país. La economía se desplomaba producto del fracaso de la política financiera de Martínez de Hoz, lo que generó un estancamiento en la producción cinematográfica, la disminución de estrenos nacionales y un aumento en el precio de las entradas que provocó el alejamiento de las clases populares, es decir del público de Olmedo y Porcel, de los cines. Si bien las productoras lograban recuperar lo invertido gracias al aumento exorbitante del valor de las localidades era claro que la merma de público era perjudicial para la pequeña industria local (Getino, 1998). Para hacer frente a esta situación Aries diseñó una nueva estrategia que consistió en abandonar la producción de un cine destinado a una audiencia específica, como lo eran las comedias para adultos, y profundizar la explotación de un cine dirigido a sectores amplios como lo era el cine de entretenimiento familiar.

En esta nueva etapa las comedias familiares apuntaron, por un lado, a cooptar a los adolescentes por medio de una serie de comedias musicales protagonizados por figuras

impidió usar el título *El macho de América* y la comedia protagonizada por Porcel debió cambiar su nombre a *El gordo de América*. Tampoco pudo usar la palabra *catrasca* (cagada tras cagada) en un título por ser considerada grosera. La película finalmente se llamó *El gordo catástrofe*. Ninguna de ellas logró obtener la calificación apta para todo público.

populares de la televisión y del mundo de la música⁵, y, por el otro, a convocar a un segmento aún más joven por medio de una serie de comedias aptas para todo público encabezadas por Olmedo y Porcel. Si bien ambos eran figuras convocantes, lo eran dentro de la picaresca, por lo que para que pudieran protagonizar comedias familiares era necesario realizar una serie de ajustes. Uno de los primeros intentos que la productora llevó adelante para acercar a los cómicos al público familiar fue *Te rompo el rating* con Jorge Porcel y Moria Casán como figuras principales. Esta película, dirigida y escrita por Hugo Sofovich, puede ser entendida como un primer ensayo dentro del proyecto de reconfigurar a Olmedo y Porcel. Esta comedia, estrenada en 1981, fue pensada como parte de un plan de estrenos, con los cómicos como estrellas, que también implicaba la realización de dos comedias picarescas que fueron estrenadas con posterioridad a *Te rompo el rating*.⁶ Esto nos permite pensar que los productores pensaban en la posibilidad de relanzar a sus cómicos pero no estaban seguros de que la estrategia tuviera garantizado el éxito. No fue hasta después de la buena recepción que tuvo la comedia familiar que la productora se lanzó a producir más películas dentro de este modo cómico.⁷ Sobre la base del modelo desarrollado por Sofovich para lucimiento de Porcel, Aries reconfiguró el perfil de los cómicos.

⁵ Nos referimos a la “saga del amor” una serie de cinco películas coproducidas con los hermanos Mario y Norberto Kaminsky, los dueños del sello discográfico Microfón.

⁶ *Te rompo el rating* se estrenó el 16 de abril de 1981. Dos meses después llegaba a los cines *Las mujeres son cosa de guapos* (Hugo Sofovich) –se estrenó el 16 de junio de 1981–. *Amante para dos* (Hugo Sofovich) lo hizo en agosto del mismo año.

⁷ De acuerdo a los datos que provee Alberto Ciria, en su trabajo sobre la productora Aries Cinematográfica, *Te rompo el rating* llevó 463.298 espectadores y quedó entre las películas más vistas de 1981.

Entre la picaresca y el humor familiar

Uno de los personajes destinados al público infantil más exitosos, dentro de la historia de la televisión argentina, fue el Capitán Piluso. Gracias a esta interpretación Alberto Olmedo se convirtió en una figura popular entre los infantes de distintas generaciones.⁸ Teniendo en cuenta esta situación es válido preguntarse por qué fue Porcel el elegido para protagonizar una comedia ATP y no Olmedo. Para responder esta pregunta es necesario llevar adelante un análisis de la carrera actoral de Porcel, lo que nos permitirá develar que es lo que vieron en él los productores y el director de *Te rompo el rating* para convocarlo para protagonizar esta comedia. Un aporte importante para poder pensar que lugar ocupaba este cómico dentro del campo cinematográfico local está dado por el abordaje que proponen los estudios que analizan el proceso de construcción de una estrella de cine. Si bien estos analistas concentran sus esfuerzos en dilucidar el funcionamiento del sistema de estrellas durante el cine clásico norteamericano, entendemos que también es posible pensar a partir de sus planteos, la constitución de Porcel como una estrella cómica. Autores como Richard Dyer (2001) entienden que las estrellas son figuras simbólicas que reflejan los tipos sociales de una sociedad. El público reconoce en ellas arquetipos que le son familiares, que están presentes en el imaginario de una sociedad. El caso de Porcel resulta particular dado que la industria del entretenimiento local construyó sobre el cuerpo del actor una figura ambigua en la cual conviven elementos de distinta significación. Entendemos que esto es lo que permitió

⁸ El programa del Capitán Piluso estuvo al aire en distintas ocasiones. Su debut se dio en 1960 pero el show se repuso, con buena repercusión, entre 1976 y 1980. Olmedo abandonó el personaje luego de la muerte de Humberto Ortiz, guionista y *adlater* de Piluso (Ulanovsky, Itkin & Sirvén, 1999).

que el cómico pudiera moverse en ámbitos tan distintos como la comedia para adultos y el cine familiar.⁹

El costado más popular de la comicidad “porcelesca” está relacionado con la picaresca. Como señalamos anteriormente Porcel desarrolló su carrera en distintos ámbitos del espectáculo nacional en los cuales explotó este tipo de humor, pero es en las películas que protagonizó con su colega, Alberto Olmedo, en donde cada uno pulió su personaje. Siguiendo a Dyer podemos señalar que Olmedo y Porcel, cada uno con sus particularidades, encarnaron una versión particular de un tipo social muy presente en la cultura popular porteña, el chanta, pero desde una perspectiva cómica.¹⁰ En sus películas personificaron a dos piolas que creen ser más inteligentes que los demás pero que en el fondo no son más que dos perdedores. Su estrellato se construyó, en parte, sobre la construcción de un tipo particular de esta figura popular pensada para el género picaresco. En esta dinámica Olmedo cumplía el rol del galán fanfarrón y Porcel interpretaba al que nunca lograba concretar sus fantasías sexuales. Un ejemplo claro de esta dinámica puede verse en una de las escenas de *Los doctores los prefieren desnudas* (Gerardo Sofovich, 1973) en donde Porcel, vestido de enfermera, ayuda a Olmedo, que se hace pasar por médico, para que este pueda estar con Mariquita Gallegos, la estrella femenina de la película. En las películas que protagonizó en solitario esta característica queda aún más evidenciada

⁹ Un ejemplo significativo de esto fue el programa *El tío Porcel* en donde el cómico combinada situaciones destinadas al público infantil con números musicales interpretados por la cantante Peggy Sol y algunas rutinas semi picarescas con la actriz Graciela Alfano. La combinación de elementos tan diversos no fue bien recibida por la censura del período que pidió el levantamiento del programa (Varea, 2006).

¹⁰ Lucía Rodríguez Riva (2018) señala que el chanta es una figura típica de la cultura popular porteña. Es un sujeto que se caracteriza por llevar adelante acciones amorales, como el engaño o el robo, pero con el cual el público empatiza. En el caso de Olmedo y Porcel el accionar amoral está dado por los artilugios que ambos llevan adelante para evitar el trabajo y para engañar a sus esposas.

siendo que en ninguna de ellas logra, a pesar de usar diversos trucos, conquistar a una mujer. Esta faceta, la de ser un anti galán, fue también explotada en aquellas películas que se acercaron, fallidamente, al mundo infantil.¹¹ La encontramos, por ejemplo, en *El gordo catástrofe* (Hugo Moser, 1977) en donde el personaje del cual está enamorado, interpretado por la vedette Graciela Alfano, termina en pareja con el galán de la película y no con él. En estas películas, la explotación de este costado no tenía por objetivo burlarse de la falta de virilidad del personaje, como lo hacían las picarescas, sino por el contrario, generar empatía en el público ante ese pobre gordo aninado que terminaba solo.

Este no fue el único elemento del texto estrella de Porcel que fue explotado tanto en las películas aptas para todo público como en la picaresca. Un componente central de lo “porcelesco”, presente en ambos modos cómicos, está dado por la explotación de su físico. La gordura del actor fue utilizada como un elemento medular en la construcción de su personaje. La comicidad que practicaba giraba en torno de su sobrepeso y de la torpeza que con él venía adosada. Este fue usado de dos formas. Por un lado como objeto de burla por parte del resto de los personajes. Por el otro como vehículo para la comedia física. La imposibilidad de enfrentarse al mundo de la misma manera que el resto generaba un efecto cómico en el público. Su exuberancia corporal provocaba estragos frente a lo que lo rodeaba. Nada quedaba en pie frente a su torpeza: tiraba lámparas, aplastaba jefes, rompía camas. El público se reía ante la corporalidad caricaturesca del comediante. Este tipo de comicidad es otro de los elementos a partir de los cuales se buscó que Porcel se acercara al público infantil. Esto se puede observar, ya desde el nombre elegido para la película, en *El gordo catástrofe*, en

¹¹ Decimos fallidamente debido a que esta película no logró la clasificación apta para todo público, aunque era intención de la productora que lo lograra.

donde interpreta a Jorge Catrasca¹², un hombre cuyo linaje familiar lo destina a cometer constantemente torpezas.

La gordura fue también un elemento clave en la construcción de su estrellato. Todo en Porcel giraba en torno de su obesidad. Por ello es lógico que a la hora de promocionar sus producciones el sobrepeso tuviera un lugar central. Como señala Dyer, el estrellato se construye no solo a través de las películas sino también por medio de paratextos como lo son los afiches publicitarios o las notas en la prensa. Dado que el elemento que lo identificaba era la gordura, los nombres de las películas y de los programas de televisión, a la vez que la promoción de estos, fueron diseñados alrededor de ella. Casi desde los inicios de su carrera los medios impusieron para el cómico el apodo “gordo Porcel” mote a partir del cual fueron nombradas varias de sus comedias.¹³ La gordura del cómico también pobló la televisión¹⁴ y se extendió a otros medios como el del humor gráfico. A mediados de la década del setenta, la editorial Cielosur, comenzó a publicar una historieta llamada *Las aventuras del gordo Porcel* cuyas publicidades también giraban en torno a la gordura y el apetito del cómico. El armado de esta historieta da cuenta de la ambigüedad del personaje que el actor encarnaba. La revista, destinada al

¹² Catrasca es una forma popular de referirse a alguien que en reiteradas oportunidades comete errores o torpezas. Es decir, alguien que “se manda cagadas”. Catrasca es la apócope de la frase “cagada tras cagada”.

¹³ La titulación de su primera película como protagonista, *El gordo Villanueva* (Julio Saraceni, 1964), dio inicio a una seguidilla de obras con títulos “porcelescos”. Aries explotó esta veta y produjo tres películas con títulos similares: *Los vampiros los prefieren gorditos* (Gerardo Sofovich, 1974), *El gordo de América* (Enrique Cahen Salaberry, 1975) y *El gordo catástrofe*.

¹⁴ Podemos poner como ejemplo la del programa *Porcelandia* (1974) en los diarios de la época. En ella podemos ver una caricatura de Porcel imposibilitado de cerrar un cinturón. Debajo de la caricatura se puede leer el slogan “*Porcelandia* o de como Porcel se come solo a la audiencia”. En la publicidad de la mencionada historieta puede leerse la frase “una revista para hacerse una panzada de risa”.

público infantil, narraba las desventuras de un gordito cuyos intereses se repartían entre las chicas bonitas y las comilonas que le preparaba su madre. Estas producciones colaboraron en la construcción de la imagen de un gordo bueno, atolondrado y aniñado. Es decir, un infante de gran tamaño. Al mismo tiempo, la historieta explotaba su otro costado, por medio del uso de un leve tono “picaresco”. Muchas de las tapas tenían imágenes subidas de tono, eran caricaturas de mujeres semidesnudas similares a las de *Rico Tipo*.

Es a partir de los elementos mencionados que Porcel armó un personaje destinado a los más pequeños. Alguien que, a pesar de su torpeza característica, es un hombre de buen corazón y enamoradizo que quiere hacer el bien. Un gordo querible y bonachón. Un chanta simpático e infantil. Un niño en el cuerpo de un hombre. Esto puede observarse en una de las primeras películas que filmó para Aries, *Los vampiros los prefieren gorditos*, en donde interpretó a un botones torpe, miedoso y bastante infantil pero cuyas buenas intenciones lo convierten, a su pesar, en un antihéroe simpático. En *Te rompo el rating*, Porcel vuelve a incursionar en este mismo tipo de personaje, pero aquí propone una innovación. A diferencia de los gordos previos este tiene, por fin, un triunfo. Uno doble dado que logra triunfar en el mundo de la televisión y consigue conquistar a la coprotagonista (Moria Casán). Esta comedia funciona al mismo tiempo como una continuación de ciertos elementos en el personaje “porcelesco” –la torpeza, la gordura, el infantilismo– y al mismo tiempo como una innovación que va a ser mantenida y desarrollada en las películas posteriores dirigidas al público familiar –la posibilidad de la conquista amorosa–. El Porcel de la comedia familiar va a ser un antihéroe que, a pesar de sus torpezas, va a tener un final feliz al lograr enamorar a la protagonista femenina.

Entre la sátira y el pastiche

Una característica distintiva del cine de Olmedo y Porcel es la presencia de situaciones paródicas a lo largo del relato. Si bien ambos modos cómicos hicieron uso de ellas, la intencionalidad y la función dentro del relato no es la misma. Para entender cómo funcionan estas situaciones cómicas resultan útiles algunas de las categorías elaboradas por Gerard Genette (1989) en su análisis de las relaciones hipertextuales. Nos referimos a los conceptos de imitación satírica y de pastiche. En ambas la relación que el hipertexto mantiene con el hipotexto es la misma, la imitación. Son obras que se caracterizan por emular los rasgos estilísticos que definen o singularizan al objeto a imitar. Sin embargo, la intención con la que es efectuada la imitación no es la misma. En la imitación satírica prima una intencionalidad crítica o ridiculizadora del texto primario. Hay una voluntad de impugnar la legitimidad del hipotexto. El pastiche, por el contrario, se propone llevar adelante una deformación lúdica de una obra con el fin de generar un efecto cómico y burlarse de sus convenciones, de su estilo o de sus personajes.

En las situaciones paródicas que forman parte de las comedias picarescas la imitación tiene una función satírica. Un ejemplo de esto podemos encontrarlo en *Los hombres piensan solo en eso* (Enrique Cahen Salaberry, 1976) en donde, por medio de un flashback, asistimos a la reconstrucción de una situación revisteril, protagonizada por dos actores de poca monta encarnados por Olmedo y Porcel, en la cual se burlan del imaginario creado por el género gauchesco. En medio de una escenografía, que remite iconográficamente a la pampa argentina, asistimos a la lucha entre un gaucho (Porcel) y el diablo (Olmedo) por el amor de una china. A lo largo de la disputa los cómicos subvierten la versificación y la rima propia de la poesía gauchesca por medio de la incorporación de chistes procaces y de referencias sexuales. A su vez impugnan la figura del gaucho, como representante

de la virilidad masculina, al hacerlo perder la disputa con el villano y simular, por medio de chistes de doble sentido, que fue penetrado analmente por el diablo. De esta forma, la poesía que el campo intelectual argentino entendía como ejemplo del más elevado arte nacional se ve ridiculizada por dos comediantes que provienen de una tradición opuesta a la de los escritores de la gauchesca. Representantes de la baja cultura se ríen de la cultura legitimada.

En las comedias para toda la familia, por el contrario, se da una situación distinta. La parodia, siguiendo a King (2002) puede tener un efecto satírico que busca criticar el objeto burlado o puede buscar el efecto contrario, es decir, celebrar el objeto parodiado o reconocer el lugar que ocupa dentro del campo cultural. Las pequeñas situaciones paródicas que forman parte de las películas dirigidas por Carerras no tienen una intención crítica sino más bien lúdica. Están más cerca de lo que Genette denominó *pastiche*, un tipo de imitación que con el fin de entretener se concentra en la exageración de ciertos rasgos estilísticos de los textos. Un ejemplo claro de esto son las imitaciones interpretadas por Mario Sapag en varias de estas comedias. No pretenden criticar al sujeto burlado sino más bien reírse de los modos de hablar, de vestirse o de moverse. No hay críticas a la política desarrollada por Raúl Alfonsín o Carlos Menem sino una proliferación de situaciones que dan pie al imitador a reírse del gesto típico del ex presidente radical o burlarse de la pronunciación de la letra *r* del entonces gobernador de La Rioja.

En *Te rompo el rating* la situación difiere a la de la del modo picaresco y la del modo familiar. Al ser una película de transición conviven ambas formas paródicas. Continúa con la burla al discurso crítico de la cultura de élite hacia la cultura popular e introduce como novedad, dentro de la filmografía de los cómicos, el *pastiche* no satírico. Un elemento distintivo de esta película es que las situaciones paródicas son el centro de la película. A diferencia de los otros dos modos las imitaciones, ya sean satíricas o lúdicas,

no están injertadas en el relato. No son un recurso cómico sin una justificación narrativa. Por el contrario, la historia de Jorge Fetuccini (Jorge Porcel), un fan de la televisión que logra triunfar en la pantalla chica pese a su torpeza, permite el desarrollo de diversas situaciones burlescas del mundo televisivo.

Uno de los programas que la película parodia es el show informativo *Mónica presenta*.¹⁵ En este sketch, titulado *Moria presenta*, Sofovich va a retomar la crítica al discurso antipopular. El personaje interpretado por Moria Casán entrevista a Alberto Olmedo que interpreta una parodia de sí mismo. Allí, el cómico, en un tono serio, se muestra crítico del humor popular, al que califica de grosero y chabacano, repitiendo los clichés que la crítica construyó contra el humor revisteril. El remate de la situación se da cuando Olmedo confiesa que en el verano va a hacer teatro de revistas porque es lo único que convoca al público. Por medio de ese breve diálogo Sofovich señala la futilidad de la crítica elitista ante un género que, aún pudiendo ser calificado de burdo y bajo, es altamente popular.¹⁶

En el resto de las situaciones paródicas, que ocupan gran parte del metraje, prima la burla por sobre la crítica al objeto parodiado. En todas ellas es Fetuccini el que funciona como disparador de la parodia. La torpeza característica del personaje de Porcel irrumpe en el orden del mundo televisivo generando caos y poniendo en evidencia el artificio sobre el que están contruidos los espectáculos de televisión. Esto se puede apreciar en detalle en el segmento en cual la película se ríe del programa de almuerzos con famosos conducido por Mirtha Legrand. A lo largo de

¹⁵ Programa periodístico conducido por la periodista Mónica Cahen D'Anvers que estuvo al aire entre 1977 y 1980 (Ulanovsky, Itkin & Sirvén, 1999).

¹⁶ Otro pequeño momento en el cual se burlan de la cultura legitimada, aunque sin la mordacidad del segmento analizado, lo constituye aquel en el cual el gerente del canal (Javier Portales) vocifera que la publicación de un nuevo libro de Borges no constituye una noticia, aunque sí lo son sus declaraciones porque Borges "es un bocón".

la escena asistimos a una serie de situaciones que se van a burlar de elementos característico del programa de la mencionada diva, en particular su finura y elegancia. Una de las más destacables es la que interpreta Porcel quien, luego de provocar el desmayo de Marta Latur (Camila Perissé), una imitación de Legrand, decide reemplazarla travestiéndose. Aquí la burla tiene un carácter grotesco. Porcel, al encarnar a la diva de los almuerzos, se viste y comporta de forma contraria a como lo haría Legrand. Se pone un vestido poco elegante, se maquilla de forma exagerada y se coloca mal la peluca. A su vez camina de forma burda, golpea a los invitados, toma vino del pico de la botella y apaga una vela con un sifón de soda. La actitud de los invitados colabora con el contraste con el programa de Legrand: comen de forma exagerada, hablan con la boca llena y hacen gárgaras con vino. La situación creada no busca criticar el programa sino reírse de un mundo al cual Porcel y Sofovich también pertenecen. Con este tipo de imitaciones *Te rompo el rating* sentó las bases del modelo que después iba a explotar Carreras. Para esta nueva serie de comedias, Carreras fusionó el modelo que había diseñado para su vieja productora,¹⁷ comedias con un mínimo argumento interrumpido por una serie de números musicales, con el modelo paródico que desarrolló Sofovich.

Entre la tradición y la novedad

Para obtener la mayor cantidad de público posible los responsables de *Te rompo el rating* hicieron lo necesario para que la película recibiera la tan buscada calificación de apto

¹⁷ Nos referimos a la Productora General Belgrano, integrada por Nicolás, Enrique y Luis Carreras, y que estuvo en actividad durante casi treinta años a lo largo de los cuales produjo una cantidad importante de comedias para lucimiento de figuras como Alfredo Barbieri, Alberto Castillo y Amelita Vargas.

para todo público por parte del Ente de calificación nacional. Pero realizar modificaciones en el texto fílmico no alcanzaba para convocar a los espectadores a las salas. Para ello era necesario comunicar los cambios y volverlos atractivos para el público para el cual habían sido pensados. Precisaban desarrollar una campaña publicitaria que instalara a la película y a su protagonista como una comedia atractiva para toda la familia. Esto llevó a la agencia publicitaria Aler, con la que Aries ya había trabajado, a diseñar una estrategia comercial llamativa que puso el eje en dos elementos opuestos pero complementarios: la novedad que implicaba una comedia familiar encabezada por Porcel y Casán y la trayectoria de ambos actores en la picaresca.

Un elemento central de esta estrategia publicitaria lo constituyó el afiche.¹⁸ Destinado a tener una gran presencia en diversos medios gráficos y en las calles de la ciudad el cartel era una herramienta importante para atraer público e instalar a Porcel y Casán como figuras que, a pesar de su pasado en la picaresca, podían moverse en el cine familiar sin problemas. Rafael Tranche (1994) señala que los dos elementos importantes de un cartel cinematográfico son la imagen y el texto. Para que el afiche resulte atractivo, y sea funcional a los intereses de quien publicita, debe haber una conexión entre ambos elementos que permita comprender el discurso que la publicidad propone. Además, Tranche afirma que lo que vuelve necesario que esta relación sea efectiva es el hecho de que el afiche, esté en un diario o en la calle, se lee “al paso”, es decir rápido y sin detenimiento. El cartel, por lo tanto, debe ser claro y llamativo. Es necesario que la imagen publicitaria genere un impacto en el público. En el caso de *Te rompo el rating* la publicidad debía llamar la atención de un público diverso. Podemos pensar entonces

¹⁸ En una entrevista otorgada al *Heraldo de cine* a fines de 1979, el jefe de publicidad de Aries, Ricardo de Angelis afirmaba que los medios a los que más recurrían para publicitar películas eran la prensa gráfica, la vía pública y la radio. El uso de otros medios era ocasional.

que los componentes más llamativos del cartel, la postura sugerente de Moria Casán y el mohín infantil de Porcel, fueron seleccionados por Aler con el fin de sorprender al público por medio del choque de ambos elementos.

Aler había diseñado los carteles de varias de las películas picarescas de Olmedo y Porcel. En ellos las protagonistas femeninas aparecían en ropa interior e interpelaban a los espectadores de forma seductora. Los cómicos, por su parte, avanzaban sobre el cuerpo de las mujeres y gesticulaban de forma lasciva. Aler, entendió que para hablarle al público de esas películas y a los infantes era necesario mantener algunos elementos y quitar otros. Un desnudo nunca hubiera pasado la aprobación del Ente por lo que Moria Casán mantiene su pose provocadora, con el fin de convocar al público de la picaresca, pero vestida con ropa ajustada. La provocación se mantiene, pero moderada. Porcel ya no mira a su coequiper ni la toca, sino que mira al frente. El vínculo con Moria está vedado por una cámara de televisión que fue colocada entre ambos. Su rostro deja la lascivia y recrea un gesto que parece ser una risa, pero contenida. El cartel convoca al público de la picaresca al tener a dos de sus estrellas presentes, pero también a otros públicos al indicar que lo que se va a ver en pantalla no es lo mismo que se ve en las comedias para adultos. A la imagen se le agregó un texto que iba en la misma línea. Es decir, hacer hincapié en la novedad al mismo tiempo que se afirma la continuidad. En la parte superior del cartel, y por encima de la clasificación apta para todo público, se puede leer la frase "Para que los chicos sepan de que se ríen los grandes". La oración es incluso más provocadora que la imagen al insinuar que la película es una especie de picaresca para menores de edad. El conjunto de elementos que conforman el cartel juega con el pasado de ambos comediantes con el fin de instalar la novedad.

Si bien la película tuvo una buena repercusión entre el público, la provocación de Aries y de Aler no fue bien acogida por parte de la prensa. Algunos medios recibieron

cálidamente a la película¹⁹ pero la campaña, sumada a la reputación que ya tenían varios de los hacedores de la película (Sofovich, Porcel, Casán), hicieron que sectores diversos del periodismo manifestaran su disconformidad tanto con la película como con el modo en el que se la publicitó. Uno de los sectores disconformes lo conforma un conjunto de medios ligados al nacionalismo católico y las autoridades castrenses en el poder. En la revista *Esquiú*, publicación de orientación católica, el crítico H.S. manifestó su malestar con la comedia desde una nota de opinión cuyo título expresa claramente el enojo del periodista: “Sería muy justo quebrarle el rating”. En la mencionada crítica la revista llamó a censurar la película al considerar que era inmoral que un cómico revisteril y una vedette protagonizaran una película infantil. La queja se extendía a la campaña publicitaria que hacía a locutores repetir a toda hora la “sucias frasesita” que daba nombre a la película.²⁰ Otras publicaciones conservadoras como *La Nueva Provincia*, diario de Bahía Blanca que tenía vínculos con la dictadura, se sumaron a la campaña pro censura con el fin de “salvar a las minorías y defenderlas de la incultura”.²¹ Otros sectores, cercanos al progresismo o la izquierda, es decir opuestos ideológicamente a los medios mencionados anteriormente, también se molestaron con la estrategia. Jorge Garayoa,²² en la revista *Hum*®, arremete contra la película por considerar que el slogan de la campaña había cruzado un límite ético. La campaña es vista como deshonestas, desmedida en su

¹⁹ s/f “Jorge Porcel en un disparatado personaje” (*La Nación*, 1981, abril 19) y s/f “Moria Casán y Jorge Porcel brindan un divertido y limpio espectáculo” (*La Razón*, 1981, abril 18).

²⁰ Otro de los enojos del autor está relacionado con el hecho de que el film se estrenó un jueves santo lo que considera una ofensa a la moral católica. Lo cierto es que Aries, lejos de intentar ofender a la Iglesia católica, lanzó la comedia un feriado con la intención de llenar las salas con niños y padres con tiempo libre.

²¹ Lorenzo Saint, “El imperio de la desvergüenza”, *La Nueva Provincia*, 1981, mayo 16.

²² Jorge Garayoa, “Las cosas que rompen”, *Hum*®, 58, 1981, mayo.

afán de vender un producto destinado al público infantil a cualquier precio.²³

La recepción de una parte importante de la prensa da cuenta de que las intenciones de Aries con *Te rompo el rating* no eran del todo claras. La campaña, ingeniosa y provocadora, colaboró con la afluencia de público a las salas, pero su ambigüedad resultó perjudicial a la hora de instalar a la película como una comedia apta para todo público. Porcel y Casán seguían siendo vistos por la prensa como estrellas de la picaresca antes que como cómicos familiares. Por ello cuando Carreras se hizo cargo de depurar la figura de Olmedo y Porcel, luego de la renuncia de Sofovich, Aries y Aller cambiaron la estrategia a la hora de diseñar los carteles. Uno de los primeros cambios realizados fue correr del centro a los partenaires femeninos de los cómicos. Su lugar en los carteles se redujo. Al mismo tiempo se buscó debilitar aún más la provocación y el erotismo por lo que la ropa ajustada también fue eliminada. Un segundo cambio, que se dio a partir de la película *Sálvese quien pueda* (Enrique Carreras, 1983) tiene que ver con la aparición de la caricatura en reemplazo de la fotografía. La distorsión de la figura humana y el énfasis en lo grotesco que proponían los dibujos caricaturescos de los afiches atentaban contra la sexualización que había imperado en los carteles anteriores. Al mismo tiempo acercaban a los cómicos a un público infantil habituado al consumo de caricaturas. Estos afiches eran menos ambiguos que los de *Te rompo el rating* lo que le ahorra polémicas innecesarias a Aries.

²³ Es necesario señalar que *Hum*® era un medio crítico del humor de Olmedo y Porcel para Aries. El escapismo de la realidad que proponían estas películas incomodaba a la revista que tenía una postura crítica frente al régimen militar.

Consideraciones finales

Si bien Olmedo y Porcel lograron ser exitosos en el terreno de la comedia de entretenimiento familiar, el proceso mediante el cual se dieron los cambios necesarios para su relanzamiento implicó una serie de ensayos que no siempre fueron exitosos. *Te rompo el rating*, la película apta para todo público realizada con anterioridad a que ambos cómicos se decidieran a ahondar en el terreno del humor familiar, puede ser entendida como una obra de transición entre ambas variantes. Por un lado, funciona como punto de partida para la saga de comedias dirigidas por Carreras. Por el otro, es todavía una producción vinculada al pasado picaresco de sus protagonistas. La campaña publicitaria diseñada por Aries y Aler, y la reacción que generó en parte de la prensa, da cuenta de esa ambigüedad.

Como señala King (2002) la comedia debe ser entendida no solo a partir de sus elementos formales sino también con relación al contexto social y las políticas desarrolladas por la industria cinematográfica. A partir de lo analizado previamente podemos comprender a *Te rompo el rating* como un intento de ampliar el espectro de público de las estrellas que Aries tenía bajo contrato. Como un primer ensayo en el modo familiar a partir del cual la productora puliría el modelo. A pesar de la ambigüedad señalada en nuestro análisis, el modelo propuesto por Aries y Sofovich resultó ser exitoso por lo que la productora decidió su depuración para poder continuar con su explotación. Con el ingreso de Enrique Carreras, el modelo se volvió más conservador al abandonar por completo el doble sentido que asomaba por momentos en *Te rompo el rating* y al quitarle protagonismo a los personajes femeninos. Al mismo tiempo, se volvió más exitoso que el modelo picaresco lo que hizo que la fórmula fuera copiada por las dos productoras grandes que quedaban en pie, Argentina Sono Film y Cinematográfica Victoria, haciendo de este modelo el único

atisbo de cine industrial durante la década del ochenta y principios de los noventa (Paladino, 1994).

Bibliografía

- Ciria, A. (1995). Una productora y sus productos: los films de Aries, 1956-1991. En *Más allá de la pantalla. Cine argentino, historia y política* (pp. 37-123). Buenos Aires: Ediciones de la Flor.
- D'Antonio, D. (2015). Paradojas del género y la sexualidad en la filmografía durante la última dictadura militar argentina. *Revista Estudios Feministas*, 23 (3), 913-93.
- Dyer, R. (2001). *Las estrellas cinematográficas*. Barcelona: Paidós.
- España, C. (2005). El proyecto de Aries Cinematográfica. En España, C. (Dir.). *Cine Argentino. Modernidad y Vanguardias. 1957/1983*. Vol. I (pp. 300-323), Buenos Aires: Fondo Nacional de las Artes.
- Fidanza, F. (2019). Humor Apto Todo Público. El cine de entretenimiento de Alberto
- Olmedo, Jorge Porcel y Enrique Carreras. *Questión* 1 (63)
- Getino, O. (1998). *Cine argentino. Entre lo posible y lo deseable*. Buenos Aires: Ciccus.
- King, G. (2002). *Film comedy*. Nueva York: Wall Flower Press.
- López, D. (2005). Erotismo y humor en Aries. Olmedo y Porcel. Noventa minutos de pura risa. En España, C. (Dir.), *Cine Argentino. Modernidad y Vanguardias. 1957/1983*. Vol. II (pp. 610-619). Buenos Aires: Fondo Nacional de las Artes.
- Paladino, D. (1994). El cine de entretenimiento, una industria de vacaciones. En España, C. (Dir.). *Cine argentino en democracia. 1983/1993* (pp. 155-171). Buenos Aires: Fondo Nacional de las Artes.

- Rodríguez Riva, L. (2018). El chanta en el cine argentino: hacia una delimitación del estereotipo. *Avances. Revista de Artes*, 27, (pp. 249-260).
- Tranche, R. (1994). El cartel de cine en el engranaje del star-system. *Archivos de la filmoteca*, 18, (pp. 135-143).
- Ulanovsky, C.; Itkin, S. & Sirvén, P. (1999). *Estamos en el aire. Una historia de la televisión argentina*. Buenos Aires: Planeta.
- Varea, F. (2006). *El cine argentino durante la última dictadura militar 1976/1983*. Rosario: Editorial municipal de Rosario.

Fuentes

- Garayoa, J. (1981, mayo). Las cosas que rompen. *Humo®*, 58.
- H. S. (1981, mayo 3). Sería justo quebrarle el rating. *Esquiú*.
- Jorge Porcel en un disparatado personaje (1981, abril 19). *La Nación*.
- Moria Casán y Jorge Porcel brindan un divertido y limpio espectáculo (1981, abril 18). *La razón*.
- Saint, L. El imperio de la desvergüenza (1981, mayo 16). *La Nueva Provincia*.
- Separata dedicada a la empresa Aries (1979). *El heraldo del cine. Edición nternacional*.

“La inefable *HUMI*”: alcances y limitaciones en las dimensiones humorísticas de una revista infantil argentina (1982-1984)

LUCÍA AÍTA

Detectaban, además, la mutua repelencia de ciertas notas biográficas comunes: ambos habían cambiado tempranamente *Anteojito* por la inefable *HUMI*, la revistita de los niños progres...

Pola Oloixarac (2008)

Y entonces nació *HUMI*, que no traía ilustraciones de próceres en la tapa, sino que se burlaba de las cantantes infantiles de la época. Sátira e ironía para niños astutos, en lugar de fechas memorizadas o historietas rancias. El proyecto fue un fracaso y duró muy poco, porque los padres preferían seguir comprándoles, a sus hijos, cabildos para troquelar. Pero durante las pocas ediciones que duró el encanto de *HUMI*, yo fui un fanático de aquella revista infantil.

Hernán Casciari (2007)

Este recuerdo de Hernán Casciari y la provocativa caracterización que la escritora argentina Pola Oloixarac (seudónimo de Paola Caracciolo) hacen de *HUMI*, revista de entretenimiento infantil que Ediciones de la Urraca publicó entre 1982 y 1984, funcionan en este trabajo como hilo conductor de una serie de reflexiones. También demuestran la fuerte presencia que esta publicación tiene en la memoria social de la generación de argentinas y argentinos de clase

media urbana que fueron niños¹ a comienzos de la década del ochenta. En este trabajo nos proponemos analizar el lugar del humor en el contrato de lectura (Verón, 1985) que *HUMI* propuso a sus pequeños lectores, con el propósito último de comprender esa vigencia mítica de la revista.

Este estudio presenta como hipótesis que aquello que supuestamente es “inefable”, es decir, indefinible o difícil de clasificar en *HUMI* no es tal y consiste en que: 1. a diferencia de las revistas infantiles existentes en aquella época, no fue pensada como una publicación infantil meramente educativa o comercial sino también artística y lúdica; 2. sus editores y colaboradores no subestimaron a sus lectores, más bien se los reconocía como inteligentes y “astutos” como señala Casciari; 3. debido a lo anterior, no realizaron una diferenciación tajante entre lo que sería humor para adultos y humor infantil. Fue la introducción del humor político, es decir, aquel que expresa una crítica social y política, y la reivindicación de la desobediencia en las risas cotidianas de los niños lo que le confirió el aspecto inefable y disruptivo a la revista con respecto a la visión de la infancia que tuvo la dictadura cívico-militar y la prensa infantil dominante. Las marcas de *inefabilidad* se encuentran en sus caricaturas, sus historietas y viñetas cómicas, y son producto del modo en que se produjo la revista y la dinámica de trabajo que se dio en la redacción de Ediciones de la Urraca.

El campo aún en crecimiento de los estudios de las infancias ha hecho hasta el momento grandes esfuerzos para visibilizar la relevancia social y cultural de los materiales destinados al público infantil debido a que son temas considerados marginales o menores dentro de la comunidad académica. Muchos estudios históricos y sociales sobre producciones culturales para niños suelen investigar las

¹ Por una cuestión de comprensión de la redacción no fue incorporado aún el lenguaje no sexista en este trabajo. Queremos hacer igualmente la salvedad que cuando decimos niños o chicos también nos estaremos refiriendo a niñas y chicas, y todas las identidades sexuales posibles que puedan existir en las infancias.

representaciones ligadas a los aspectos didácticos y publicitarios (Sosenzky, 2018; Jakcson, 2018; Scheinkman 2017; Ortiz, 2008; Carli, 2006). En la Argentina, si bien existen muy buenos trabajos que toman como objeto de estudio a las revistas periódicas infantiles, en general, son análisis que no incluyen el lugar del humor, el goce, lo risible o el divertimento en sus propuestas (Varela, 1994, Bontempo, 2018; Falabella, 2010; Vazquez, 2014; Guitelman, 2006; Caldo, 2015; Álvarez, 2006; Szir, 2007, 2003; Bordagaray y Gorza, 2009). En cuanto a *HUMI*, existen pocos estudios sobre ella y estos tampoco han indagado en su carácter humorístico (Carman, 2018; Burkart, 2017).

En una sociedad *adultocéntrica*² como la moderna (Stagno, 2011), la posibilidad de desentramar la potencia crítica o el disfrute estético en los artefactos culturales producidos para niños resulta aun escasamente revisado. A contrapelo de esa tendencia, a continuación, focalizaremos en una propuesta comunicativa, gráfica y estética que fue pensada para las infancias por un equipo de adultos que no se habían dedicado a ello hasta el momento. Y, en el caso de algunos dibujantes, que nunca más lo hicieron.

Como sucede con la producción cultural dirigida a niños, las revistas infantiles tienen particularidad de ser artefactos culturales que conllevan múltiples mediaciones y que expresan determinadas relaciones entre adultos-niños. Las revistas son producidas por adultos que tienen ciertas ideas de cómo es un lector infantil y de cómo les gustaría que sea su lector ideal. Son adultos los que acceden (o no) a que los niños compren la revista y son también adultos los que evalúan, opinan y/o sancionan los productos dirigidos a los niños. Ahora bien, a su vez, los niños son

² Entendemos que la infancia ha sido producto de una construcción social dentro de un sistema complejo de relaciones en pugna que delimitó entre los adultos formas de entendimiento sobre los niños y modos de actuar frente a ellos. Histórica y políticamente éste fue el fundamento para las normas y las prácticas que definieron qué era admisible e inadmisibles hacer con los niños o que ellos hagan (Stagno, 2011).

sujetos críticos con sus propios intereses y capacidades de agencia, y a la hora de consumir pueden o no apropiarse de la revista. En tanto lectores pueden decidir que leer y que no o si les gusta algo o no. Además, en la Argentina las revistas infantiles han entablado un vínculo estrecho con la escuela ofreciendo material complementario y de apoyo. De ahí es que el vínculo entre adultos y niños no sólo sea entre quienes constituyen el núcleo familiar sino también debe incluirse a las maestras y abrir el juego a las relaciones entre pares, es decir, los niños entre sí. Por ende, el universo de las revistas que tienen al público infantil como destinatario es complejo. Son objetos en los que se cruzan contenidos dirigidos a la infancia, a la escuela y la familia, y donde conviven propuestas con intencionalidad pedagógica con otras más bien lúdicas, con publicidades destinadas al consumo de los niños, etc.

El trabajo se presenta en tres partes. En la primera, se analiza el surgimiento de *HUMI* y las características de su contrato de lectura en el marco de una editorial en expansión como era La Urraca, que ya hacía revistas culturales y humorísticas para adultos. En la segunda parte, analizamos los contenidos humorísticos de la revista para identificar sus alcances y limitaciones. Por último, presentamos unas reflexiones finales a modo de conclusión.

El surgimiento de *HUMI*, “Una revista grande para chicos”

Me fascinaba, sobre todo, que los mismos dibujantes y guionistas de *HUM®* (las mismas firmas subversivas) tuvieran tiempo también para conversar con gente de diez años. Y, además, no tenía que esconderme de “Chichita” para leerlos, porque me hablaban a mí; me hablaban directamente a los ojos.

Hernán Casciari (2007)

HUMI apareció en agosto de 1982, unas semanas después de consumada la derrota de la Argentina en la Guerra de Malvinas, y editó su último número en junio de 1984, siete meses después del inicio del gobierno de Raúl Alfonsín y del retorno al estado de derecho. En otras palabras, *HUMI* fue una revista de la transición democrática no sólo porque surgió con el derrumbamiento militar y político del régimen dictatorial iniciado en marzo de 1976 y cerró cuando la llamada “primavera alfonsinista” estaba en su esplendor sino también porque su equipo de redacción se vio fracturado por las tensiones políticas que generó la disputa electoral en 1983³.

HUMI fue parte del conjunto de publicaciones que La Urraca, la editorial dirigida por Andrés Cascioli, lanzó al mercado gracias al incremento en ventas que había alcanzado *HUM*®, su publicación insignia⁴. Es más, el proyecto de *HUMI* tuvo como lector ideal a los hijos de esos lectores de *HUM*®. La revista fue concebida por Laura Linares y Raúl Fortín, ambos integrantes del equipo de redacción de *HUM*®, a instancias de una invitación de Cascioli a armar un nuevo proyecto editorial (Entrevista a Laura Linares realizada por Mara Burkart el 15 de agosto de 2011). Linares ya tenía experiencia en publicaciones infantiles, había trabajado en *Billiken* donde conoció a Fortín y en *La Hojita*, el suplemento infantil de *Convicción*, el diario del ex integrante de la junta militar, almirante Emilio Massera. Fortín fue el encargado del Arte de la nueva revista y sumó a su esposa, Leticia Uhalde, que como era maestra asesoraba sobre los contenidos escolares y tenía a cargo el calendario escolar. Laura Linares por su parte convocó a Ema Wolf y a Oche Califa, a quienes había conocido en *Billiken*. Buena

³ En julio de 1983, Laura Linares y Ema Wolf se fueron de la revista y Carlos Trillo dejó de colaborar con ella. El lugar dejado por Wolf fue ocupado por Laura Deventach.

⁴ Otras revistas “satélite de *HUM*®” fueron *Hurra*, *HUM*® & *Juegos*, *SuperHUM*®, *Mutantia*, *El Péndulo*, *SexHUMOR*, *Fierro* y *El Porteño*. La revista *HUM*® se editó entre 1978 y 1990. Véase Burkart (2017).

parte del resto del equipo se componía de colaboradores y trabajadores de la revista *HUM*®⁵.

La redacción tenía una dinámica que para ese entonces era novedosa y que contrastaba con las redacciones de otras revistas infantiles donde la producción de las revistas estaba compartimentada. La revista se hacía en las mismas oficinas que *HUM*® y Laura Linares recuerda que dibujantes y redactores “estábamos en comunicación...vos le pedías a [Carlos] Nine ‘haceme una tapa’, a Carlos Trillo ‘haceme un guión’ y a Tabaré, una historieta (...) Y resultó... Así resultó *HUMI*, eso era *HUMI*” (Entrevista a Laura Linares realizada por Mara Burkart en agosto de 2011). Esta dinámica de trabajo permitió que dibujantes y guionistas que hasta el momento no habían producido contenidos para niños, lo hicieran por primera vez y colaboraran con la revista infantil. Es probable que, de esta dinámica de trabajo, surgida al calor del quehacer práctico antes de que una idea premeditada o una política editorial, surgiese una primera marca del carácter *inefable*, experimental e innovador de la propuesta de *HUMI*.

El nombre (diminutivo de *HUM*®), el equipo de redacción y la inevitable similitud estética no era lo único que filiaba a una revista con la otra. La línea editorial y el posicionamiento ético-político también eran tributarias de *HUM*®. La revista se promocionó con una campaña publicitaria que remitía indefectiblemente a las luchas simbólicas del momento, disputas en torno al sentido del mundo circundante y las definiciones del orden social y político. Tal es así que en *HUM*® (94, 1982, noviembre) se leía: “Contra

5 El primer equipo de redacción estaba formado por Andrés Cascioli (Director editorial), Laura Linares (directora), Raúl Fortín (director estético), Leticia Uhalde (secretaria de redacción), Pablo Colazo (jefe de arte), Ema Wolf (redacción), Juan Manuel Lima (diagramación) y como colaboradores: Carlos Nine, Carlos Trillo, Salvador Ferla, Miguel Ángel Milanese, José Luis Salinas, Limura, Grondona White, Sanyú, Marken, Izquierdo Brown, Jorge Garayoa, Oche Califa, Estela Piaggi, María Alcobre, Marín, Maicas, Tabaré, Daniel Montserrat, Violenta Carilla, Mario Yenaccaro, Cristina Thompson y Gustavo Roldán.

la violencia deformadora. Dé a sus hijos armas para la paz, déles *HUMI* [...] Nuestra idea es que los pibes crezcan sin ataduras mentales” (p.16). A veces con insinuaciones y otras explicitando algún objetivo sobre la educación de los niños, la propuesta de la revista vinculaba promesas sobre promover la inteligencia, la posibilidad de expresión, de disfrute y de diversión. La publicidad invitaba a los adultos lectores de *HUM*® a comprarles a sus hijos una revista dirigida especialmente a ellos y con una línea editorial comprometida con los mismos valores que *HUM*® promovía⁶.

HUMI fue quincenal, tuvo treinta y cuatro páginas, y en esta primera etapa⁷ editó treinta y nueve números, algunos de los cuales vendieron quince mil ejemplares⁸. La revista mantuvo su formato, el orden de diagramación y su estética durante todos sus números y contó con poca publicidad. En ella se publicitaron pequeños emprendimientos como jardines de infantes, cursos de ingreso a la secundaria, peluquerías infantiles y jugueterías, y en la contratapa, a página entera, marcas de primera línea como Mantecol o La Serenísima.

Las tapas eran de papel *couché* y con colores brillantes mientras que en el interior se intercalaban pliegos a todo color con otros a dos tintas, naranja y negro. La gran diferencia con respecto a las demás publicaciones infantiles del mercado era el uso de la caricatura ya fuera de personas reales y famosas que variaban entre personajes históricos y

⁶ El programa de *HUM*® quedó sistematizado en el editorial “Las ‘Bases’ de *HUM*®” del número 94 de noviembre de 1983. Para un análisis de este, véase Burkart (2017, pp. 274-277).

⁷ *HUMI* tuvo una breve reedición en los años 1989 y 1990.

⁸ Según datos del Instituto Verificador de Circulaciones, en septiembre de 1982 *Billiken* tuvo una venta neta de 61.616 ejemplares y *Anteojito* de 95.634 ejemplares. *HUMI* no fue registrada en el IVC, la cifra de ventas que se menciona en el cuerpo del texto es estimativa y fue mencionada por Oche Califa en la entrevista que le realizamos (Entrevista a Oche Califa realizada por Lucía Aita en agosto 2019).

de la actualidad⁹ o personajes fantásticos como E.T., el marciano de la película homónima de Steven Spielberg estrenada ese mismo año o los protagonistas de las historietas de la revista. Estas caricaturas eran realizadas alternativamente por Andrés Cascioli, Raúl Fortín, Carlos Nine y Sergio Izquierdo Brown¹⁰, todos responsables también de las tapas de *HUM*[®] lo cual remite a la cita de Hernán Casciari citada en el epígrafe de este apartado.

En el interior, la revista combinaba textos e imágenes, con una preminencia de estas últimas. También se combinaban contenidos cómicos y humorísticos con otros que no lo eran como los cuentos de literatura infantil (que podían ser de Horacio Quiroga o de Oche Califa o Gustavo Roldán) o la sección en la que se explicaba algún tema (en el primer número fue la imprenta y se enseñaba a hacer una revista, qué era un diagramador, qué era un pliego, qué hacían los redactores, etc.). La sección “Pasa ratos” eran juegos del estilo de sopa de letras, crucigramas, juegos numéricos, etc. y estaba también la “Colección La Naturaleza” que traía para recortar y coleccionar láminas de animales con los datos sobre su vida y sus costumbres. Aquí se combinaba una ilustración realista con caricaturas que personificaban al animal en el reverso de la lámina, y datos certeros pero presentados de modo coloquial y hasta risueño. Como, por ejemplo, el tigre que tenía “bueno, la vista regularcita nomás tirando a chicato. Pero como en la jungla, donde todos se esconden en la maleza, no importa tanto ver como oír y olfatear, es muy feliz sin anteojos” (*HUMI*, 1, 1982, agosto, p 34). Otro espacio “serio”¹¹ de *HUMI* era el suplemento

⁹ La primera tapa de *HUMI* fue una caricatura de Osvaldo Ardiles y Alberto Tarantini, jugadores de la selección argentina de fútbol que había disputado semanas atrás el Campeonato Mundial en España, realizada por Cascioli.

¹⁰ En algunas oportunidades figuraba dibujada por un dibujante y pintada por otro, o que la idea era de un dibujante y la realización de otro.

¹¹ Usamos las comillas porque alude a que no era cómico ni humorístico, aunque no es una seriedad solemne, al contrario, se recurría a un lenguaje y una escritura informal, con muchas expresiones de la oralidad como el “ufa”.

que acompañaba a cada edición, “Los cuadernos de HUMI”, donde se incluía materiales “útiles” para la escuela.

El humor, por su parte, estaba en las portadas y en la contratapa con la sección “Los Figurones”¹², aunque ninguna de estas caricaturas fuera satírica en el sentido estricto del término (no eran imágenes que tuviesen el propósito de atacar al retratado). También había una intención de provocar la risa en la sección lúdica “El dibujante metió la pata”, título que desmitificaba a los dibujantes profesionales y a los adultos ya que estos también podían cometer errores y eran los niños los encargados de señalarlos, aunque no se tratase de otra cosa que encontrar elementos absurdos y fuera de lugar en el dibujo de un barrio, de un partido de fútbol u otras escenas cotidianas y familiares para los lectores. Las entregas de “Las historias espantosas de Humberto y Garrapié” escritas por Ema Wolf e ilustradas por Nine eran de un fino y entretenido humor absurdo; se trataba de dos monstruos que querían asustar a la gente, pero nunca les salía bien.

Las historietas de *HUMI* eran divertidas gracias al humor que contenían. Las más destacadas eran: “HUMI” de Fortín, protagonizada por un niño que se llamaba igual que la revista¹³, la pulga Leticia y Paquito Dermo, un hipopótamo grande y naranja con manchas negras; “La Banda de Nicolás” de Carlos Trillo y Marín¹⁴; “Bicherío”, historieta de Tabaré sobre un conjunto de bichos que vivían en un charco y le sucedían las mismas cosas que a los humanos: problemas entre vecinos, problemas ecológicos,

¹² Los caricaturizados eran figuras del deporte como los futbolistas Carlos “Lole” Rutemann y Ubaldo “Pato” Fillol, el basquetbolista Carlos Raffaelli, los tenistas Ivanna Madruga y Guillermo Vilas y el ciclista Marcelo Oscar Alexandre; o los llamados “Los Figurones” de la historia como Albert Einstein, los hermanos Lumière, Tomás Edison y Nicolás Copérnico.

¹³ Esta no era una estrategia novedosa, todas las tapas de la revista *Anteojitos* llevaban por tapa al niño protagonista de la historieta principal de la revista del mismo nombre.

¹⁴ Cuando Trillo se fue de la revista, Marín continuó con los personajes en “Baldosa floja”.

inundaciones, elecciones por votación de sus representantes, corrupción del intendente (todas situaciones que remitían a hechos reales de la Argentina de ese entonces y al “mundo adulto”)¹⁵. Otra historieta célebre de *HUMI* fue “Los Bespi” –inversión en el orden de las sílabas de la palabra pibes-, de Alfredo Grondona White. Era la historia de tres hermanitos, dos niños y una niña, que justamente habitaban el mundo de modo infantil: era su cotidianeidad llevada al juego, las travesuras, los malentendidos con el mundo adulto; recuperando las representaciones de la infancia plasmadas por ejemplo en “Mafalda” de Quino. Lo cómico pasaba en mayor medida por el absurdo y por las incongruencias de las actividades típicas de los niños habitadas en forma natural: desordenar, romper cosas, golpearse, etc. Por último, aunque era la sección inaugural, estaba “La Pelela de la Pulga” que era el correo de lectores de la revista. Allí eran los niños los invitados a enviar y compartir aquello que les generaba risa:

Mi tía le pedía una tacita de azúcar a la vecina. Yo les pido a ustedes mucho más (¡qué tanto!). Les pido ¡una pelela llena de ideas! Tiren nomás que yo atajo: adivinanzas, chistes, recetas, colmos, murgas, sobrenombres, mentiritas graciosas...basuritas ¡bah! Pero ¡QUE DEN RISA!!! je... je...ji...ji (*HUMI*, 1, 1982, agosto, p. 3).

Con respecto a las principales publicaciones infantiles de la época, *Billiken* y *Antejito*, la propuesta de *HUMI* fue novedosa en al menos tres aspectos:

1. El contenido escolar venía por separado, había una división tajante entre los contenidos considerados “didácticos” de los que no. Todos los números llevaron abrochado sobre la tapa al suplemento “Los Cuadernos

¹⁵ Esta historieta tenía sus deudas con “Vida interior”, la historieta que Tabaré publicaba en *HUMI*® desde 1978. “Bicherío” otro caso que nutrió la fascinación que Casciari relata en la cita del epígrafe.

de HUMÍ”, de un cuarto del tamaño de la revista, que traía material didáctico sobre distintos temas vinculados a la currícula escolar: “Los mamíferos”, “Darwin y el evolucionismo”, “25 de mayo de 1810”, “San Martín”, “La superficie de la tierra” e incluso hubo uno dedicado a educación sexual¹⁶, lo cual constituyó toda una audacia para el momento. El material se presentaba de modo coloquial y como explicaban, con un guiño a sus lectores predilectos, “HUMÍ primero rezonga porque le da fiaca. Pero después le gusta saber cómo funcionan las cosas” (Los Cuadernos HUMÍ, 1, 1982, agosto, p. 2). Esta estrategia de división de los contenidos hacía que el número principal tuviera mayor cantidad de historietas y juegos que las otras publicaciones infantiles.

2. HUMÍ tuvo una estética novedosa, ecléctica y heterogénea distanciada del dibujo esquemático hegemónico por Walt Disney para la producción visual infantil producto de la colaboración de los distintos dibujantes que no abandonaron su estilo para realizar contenidos dirigidos a los niños. Estos trazos tenían una fuerte marca de autor e iban desde el grotesco pictórico y el surrealismo de Carlos Nine a los dibujos redondeados y de trazo limpio de Marín, del trazo más suelto y realista de Alfredo Grondona White a otra más esquemático de Fortín, por mencionar algunos ejemplos. En la propuesta visual resuena nuevamente lo que Casciari menciona en el epígrafe: los lectores de HUMÍ, muchos de los cuales conocían a HUM® porque antes de tener una propuesta propia leían la revista de sus padres¹⁷, advertían y valoraban que no eran

¹⁶ “Vivir con amor. El cuerpo. El amor. Cómo se hacen los niños. Y otros temas” se anunciaba en tapa (HUMÍ, 37, 1984, mayo).

¹⁷ Además del escritor Hernán Casciari, otros lectores entrevistados mencionaron que conocían HUM®: “La pedí por primera vez a los 9 años al verla en el kiosco. Ya conocía la existencia de la revista HUM® y de *SexHumor* había leído un par de ejemplares, lo cual estaba prohibido para alguien de mi edad, pero me encantaban. Al ver la revista HUMÍ y conocer algo del trabajo de

subestimados. Este aspecto cobraba matices especiales bajo el régimen militar que había tenido como estrategia de control social infantilizar a la sociedad en su conjunto como en 1979 denunció María Elena Walsh en su célebre artículo “Desventuras en el país jardín de infantes” que se publicó en el diario *Clarín*. Más tarde, Aída Bortnik llamó a “no humillar al espectador” de televisión (*HUM*[®], 31, 1980, abril). *HUM*[®] y luego *HUMI* tuvieron ese precepto de no subestimar a sus lectores. La primera convocaba a combatir la “mediocridad cultural” (Burkart, 2017), mientras que *HUMI* hacía una invitación para que los niños “aprendan desarrollando la inteligencia. Nuestra idea es que los pibes crezcan sin ataduras mentales” (Publicidad, *HUMOR*, 94, 1982, noviembre)

3. A diferencia de *Billiken* y *Anteojito* que publicaban secciones diferenciadas con actividades para niños y otras con materiales para niñas (Guitelman, 2006; Caldo, 2015), *HUMI* no diferenciaba contenidos femeninos y masculinos. Tampoco en las historietas se reproducía la asignación binaria de roles y valores: niños y niñas jugaban juntos, y las nenas podían ser tan traviesas o ingeniosas como los nenes, incluso a veces aparecían más astutas que estos. Es más, *HUMI* se burló de la diferenciación de actividades entre niñas y niños. La risa era producto del cuestionamiento a la existencia de tal diferenciación como se ve en la tira “*HUMI*” donde el niño protagonista invita a Leticia, la pulga, que representaba lo femenino, a jugar al fútbol y esta responde: “¿No ves que soy una chica? ¿Qué hago con mi vestido? ¿Qué hago si me ensucio? ¿Y qué hago con mis muñecas?” Pero cuando *HUMI* se va a jugar solo la pulga le grita: “¿Y DÓNDE ESTÁN MIS RODILLERAS?”

quienes la hacían, me interesó, pero me costó convencer a mis padres que era un producto para niños” (Lector de *HUMI* F., entrevista realizada por Lucía Aita en marzo 2019).

cediendo finalmente al deseo de jugar y no a los imperativos de género dominantes (*HUMI*, 2, 1982, septiembre, p. 2. Con mayúsculas en el original). En otra historieta, los chicos no querían dejar jugar a la chica del grupo justamente porque “Esto no es para mujeres”. La niña les contestaba ofendida que se iban a perder una torta porque la que cocinó era su mamá, que era mujer. El remate del chiste residía en que el grupo de varones corría a buscarla al grito de “No, no hay cosas de mujeres y de varones” (*HUMI*, 19, 1983, julio, p. 8).

Hacer reír al público infantil: alcances y limitaciones

HUMI irrumpió en el campo de las revistas infantiles con una propuesta sumamente irreverente. La revista cuestionó elementos del orden establecido por las instituciones como la familia y la escuela, cooptada por los militares y sus aliados desde el golpe de Estado (Kaufmann, 2006; Lobato, 2019). El humor fue el recurso por excelencia para llevar adelante esta tarea desacralizadora y *HUMI* presentó un humor más ácido y crítico que el que convencionalmente se ofrecía para el público infantil. Esto les generó adeptos, así como también polémicas y rechazos, como se verá a continuación.

Apenas asumió el poder en marzo de 1976, la dictadura cívico-militar esgrimió una postura paternalista y conservadora sobre lo que consideraba apropiado como contenido para niños. La figura del niño tomó una encarnadura particular vinculada al sentido de control de la “subversión” a futuro. El autodenominado Proceso de Reorganización Nacional sostuvo la necesidad de instaurar un nuevo orden social y argumentó sobre la relevancia de fortalecer “la educación en valores” de los niños dentro y fuera de la fami-

lia¹⁸. Las políticas públicas destinadas a la infancia señalaban a la familia y a la escuela como instituciones que podían detectar y suprimir las ideologías contrarias al régimen (Osuna, 2006; Risler, 2018). La infancia también se constituyó en uno de los blancos de los mecanismos represivos propiciados por el régimen, siendo el caso más extremo el de la apropiación ilegal de niños y niñas (Villalta, 2011). Los niños fueron vinculados con la idea de un “futuro” plausible de ser controlado y simbolizaban un campo de incertidumbre que era necesario vigilar y dirigir para que no fueran “contaminados” ni víctimas de la “subversión cultural”.

Bajo la dictadura cívico-militar se censuró gran cantidad de obras literarias infantiles -algunas de autoras que luego trabajarían en *HUMI*, como Laura Devetach- y manuales escolares (Risler, 2018; Osuna, 2006; Invernizzi y Gociol, 2002; Avellaneda, 1986). En los dictámenes de censura se indicaba que para defender los valores “occidentales y cristianos” se debía impedir el ingreso y la difusión de ideas, imágenes y discursos que corrompieran a los niños. Los documentos de la Dirección General de Publicaciones, el organismo dependiente del ministerio del Interior encargado de controlar y regular los medios culturales y de comunicación social, identificaban los siguientes motivos de censura: “Fomentar la brecha generacional (la culpa de todo la tiene la gerontocracia)”; “Sus constantes ataques a la institución familiar y en particular a los padres”, “El trastoque valorativo que trata inculcar” (*Informe Cuentos Infantiles*, Dirección General de Publicaciones, Ministerio del Interior, 15 septiembre 1977, Foja 5. Archivo General de la Memoria, Fondo Colección “Banade”).

18 “Entre los objetivos básicos a alcanzar se encuentran la vigencia de los valores de la moral cristiana, de la tradición nacional y de la dignidad de ser argentino y la conformación de un sistema educativo acorde con las necesidades del país, que sirva a los objetivos de la Nación y consolide los valores y aspiraciones culturales de ésta” (“Subversión en el ámbito educativo, conocamos a nuestro enemigo”, circular del Ministerio de Educación y Cultura de la Nación, 27 de octubre de 1977, p. 2).

Los libros denunciados fueron cuentos con alto grado de fantasía en los que las infancias tenían el protagonismo. Se desprende de los documentos de censura la preocupación por restablecer e imponer un orden jerárquico adentro de las instituciones familia y escuela: los niños debían respetar a los adultos y “en particular a los padres”. La sola mención de algún acto de desobediencia en un cuento era interpretada como un “trastoque valorativo” y eso implicaba “subversión cultural”. Tanto la infancia (como la juventud, aunque no sea sujeto de análisis de este artículo) debían aprender que no podían culpabilizar ni desobedecer lo que estas normativas denominan “gerontocracia”. Es decir, el poder de los mayores sobre los menores de edad. Es en ese marco que debe entenderse el humor de *HUMI* como muestra de irreverencia.

El contenido humorístico singular de *HUMI* se puede dividir analíticamente en tres grandes cuestiones: 1. el tratamiento no solemne de los próceres y eventos patrios; 2. las menciones a la actualidad política de la transición a la democracia con capas de sentidos claramente destinados al público adulto; 3. y relacionada con las anteriores, una risa más inocente proporcionada por la mirada del mundo “desde la infancia” que permitía cuestionar el estado de las cosas de la vida cotidiana.

1. En *HUMI*, a diferencia de *Billiken* y *Anteojito*, los próceres que eran parte del material escolar que las revistas infantiles ofrecían a sus lectores, fueron caricaturizados o representados de formas no convencionales. Ya en el primer Cuaderno de *HUMI* aparecía “Paqui Dermo”, el hipopótamo naranja que protagonizaba la historieta “Humi”, con el gorro de granadero y la espada de madera para representar a las tropas del general José de San Martín, en lugar de una representación más realista. En este caso no se trataba tanto de ridiculizar al padre de la Patria ni a su ejército sino más bien aludir a la costumbre argentina de que los niños se disfrazaran de granaderos o de San Martín para celebrar su día. Entre las actividades, en el Cuaderno de *HUMI* se

invitaba a recortar las figuritas de la historia de San Martín y guardarlas en una cajita de fósforos, forma relajada de tratar los materiales informativos escolares. Además, la revista traía un granadero para recortar y armar que se titulaba “El granadero que salta” e invitaba a jugar con la figura de San Martín (Cuaderno de *HUMI*, 1, 1982, agosto, p. 35). Estas actividades que permitían una mirada lúdica sobre la imagen de los próceres no eran lo convencional en esos años de salida de la dictadura cívico-militar, a diferencia de lo que puede ocurrir hoy en día con por ejemplo “Zamba”, el personaje creado por la televisión pública en 2010 (Castro, 2018).

La publicación de una caricatura de Domingo Faustino Sarmiento con motivo de la celebración del día del maestro en el segundo Cuaderno de *HUMI* generó polémica. La imagen realizada por Sergio Izquierdo Brown y coloreada por Andrés Cascioli no parecía a simple vista burlarse de forma satírica del padre de la educación pública argentina pero si se lo comparaba con las figuras esbeltas y prolijas de los próceres que existían en esa época se encuentran claras diferencias (Los Cuadernos de *HUMI*, 2, 1982, septiembre, p. 12). Al igual que los manuales escolares, en las revistas infantiles las imágenes para representar a los gobernantes y a los personajes históricos apelaban a una iconografía que, como señala Burke (2005), resalta los atributos de juventud, virilidad y buen estado físico; y los gestos de triunfalismo. Las imágenes de próceres en formato de figurita escolar de la época solían aparentar realismo y representar a los personajes históricos como personas jóvenes, de tez blanca, estilizados y en posturas heroicas. En *Billiken*, los perfiles biográficos de figuras como Benjamin Franklin, Ludwig van Beethoven, Napoleón Bonaparte, Thomas Edison o Manuel Belgrano compartían rasgos en común: eran ilustrados como aventureros arriesgados al mismo tiempo que bondadosos y humanitarios, y con relatos atractivos basados en fórmulas estereotipadas y familiares (Vazquez 2014;

Varela, 1994). No había lugar a chiste, por más inocente que fuera.



Imagen 1. Izquierdo Brown y Cascioli, Los Cuadernos de HUMI, 2, 1982, septiembre.

En cambio, en la imagen del póster propuesto por *HUMI* como material escolar, Sarmiento tenía un entrecejo sumamente abultado, la cara surcada por una gran cantidad de arrugas y la cabeza más grande que el cuerpo. Las proporciones del dibujo eran deformes y fieles al estilo de la tradición de la caricatura. En la caricatura, Sarmiento llevaba una pluma en la mano que era tan grande como él, lo cual podía entenderse como una leve burla a la frase de su himno “...con la pluma y la palabra”. En ese mismo suplemento, dos páginas antes se publicaban caricaturas que efectivamente

ridiculizaban y se reían de Sarmiento: este aparecía vestido de torero en referencia a su exilio a España y tirado en una cama con cara de susto por las pesadillas que había tenido. Se trataban de las mordaces caricaturas que había realizado Henri Stein para el periódico *El Mosquito*¹⁹ en el siglo XIX. *HUMI* explicaba que Stein “se burlaba de los actos de gobierno” y que se sabía que Sarmiento “coleccionaba sus dibujos y se aguantaba las críticas” (*Los Cuadernos de HUMI*, 2, 1982, septiembre, p. 16). Y al pie de las caricaturas de Stein, la pulga y el piojo, los personajes de la historieta “HUMI”, mantenían un diálogo gracioso sobre el mito de que Sarmiento no había faltado nunca a la escuela y concluían que esto podía ser el origen de su anticlericalismo:

Piojo: Pobre no podía faltar porque el maestro iba a la casa.

Pulga: Para que sepas, él fue a la Escuela de la Patria en San Juan.

Piojo: Si, pero después le daba clases particulares el cura Domingo de Oro. ¿Cómo hacía para faltar?

Pulga: ¿Sería por eso no le resultaban simpáticos los curas? (*Los Cuaderno de HUMI*, 2, 1982, septiembre, pp. 16- 17).

Esta apelación a la historia de la caricatura y del periodismo evidenciaba que la redacción de *HUMI* preveía algún tipo de impugnación a la caricatura de Izquierdo Brown y Cascioli. Recuperar las caricaturas de Stein era parte de la estrategia de *HUMI* para restarle impacto y sumarle legitimar a su propia caricatura. Se trataba de recordar, advertir y señalarle a los niños y, sobre todo, a los adultos posibles censores de lo que aquellos consumían, que la caricatura era parte de la cultura nacional y una práctica artística y periodística socialmente legitimada. Implícitamente, se reivindicaba la mirada cómica sobre el mundo y sus sujetos.

¹⁹ *El Mosquito* fue un periódico argentino dedicado a la sátira política. Se editó entre el 24 de mayo de 1863 y el 16 de julio de 1893. Al respecto véase el trabajo de Claudia Román (2017).

Sin embargo, todas estas aclaraciones e insinuaciones no funcionaron. Los docentes y directivos de escuelas criticaron a *HUMI* por la caricatura, como recuerdan sus editores:

Ya publicar una caricatura de Sarmiento fue audaz en ese momento, las mismas caricaturas que hay en el museo Sarmiento del periódico *El Mosquito*, hubo maestras y directoras que decían que eso estaba muy mal, escribieron a la redacción que no se le podía tomar el pelo a los próceres (Entrevista a Ema Wolf realizada por Lucía Aita en agosto 2018).

Esta situación se repitió cuando *HUMI* publicó chistes sobre Martín Fierro al tratar el Día de la Tradición (*HUMI*, 6, 1982, noviembre) y cuando publicó en tapa una caricatura de Cristóbal Colón (*HUMI*, 26, 1984, octubre). Este rechazo por parte de las instituciones que rodean al niño (familia y escuela) a la propuesta de la revista fue acompañado por una campaña de boicot para que no se compre la revista como recordó Cascioli años más tarde:

Soportamos el ataque del gobierno a *HUMI*; hubo chicos que fueron sancionados porque forraban con páginas de *HUMI* sus cuadernos. Vinieron madres acá, llorando, porque echaron a algunos chicos de las escuelas, y bueno, *HUMI* llegó a venderse muy poco siendo, creo, una de las mejores revistas que se hicieron en el país. [...] En algunas escuelas acosaban a los chicos, en otras aconsejaban comprar *Anteojito* o *Billiken*...Obligaban a los chicos a pegar las figuritas de esas revistas, parece que no servían las que salían en *HUMI*. Bueno, con *HUMI* se ha perdido mucha plata..." (*HUMI*®, 221, 1988, junio, p.29)

Hacia 1984, las últimas imágenes de próceres que *HUMI* publicó tuvieron un estilo más realista, similar al de las revistas con las que competía. Contrariando sus propios valores, *HUMI* había cedido a la disciplina.

2. Con respecto a la aparición de actualidad política y económica de la época en los contenidos de *HUMI*, también hubo

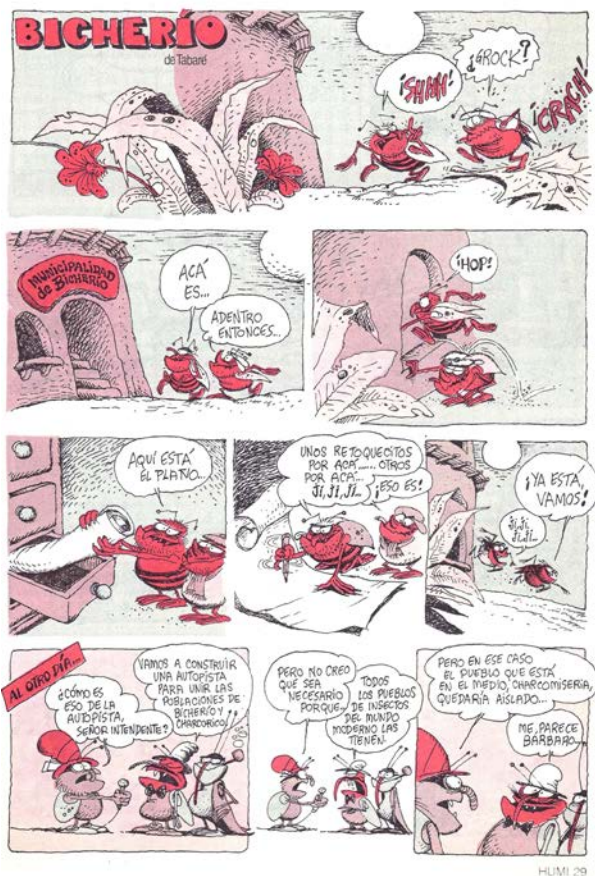
una transformación a lo largo de los números. En el primer año, aún en dictadura, las menciones a cuestiones políticas fueron más sutiles, pero a medida que se acercaba octubre de 1983, la fecha establecida para las elecciones libres y democráticas, comenzaron a aparecer con mayor frecuencia y de modo más explícito elementos referidos a la coyuntura social y política. Con todo, el momento de mayor politización coincidió con la asunción de Raúl Alfonsín en diciembre de 1983.

El tratamiento creciente de las cuestiones políticas y sociales en historietas, caricaturas y chistes lo habían llevado a cabo los dibujantes en *HUM*[®] y esta misma práctica la continuaron en *HUMI*. Un caso emblemático fue “Bicherío”, que tenía una fuerte impronta de “Vida interior”, la historieta que Tabaré publicaba en *HUM*[®]. “Bicherío” era una crónica ilustrada de la vida cotidiana de un pequeño pueblo de insectos, habitado por criaturas amables, egoístas o enamoradas, a modo de parodia de la vida humana en sociedad. En cada entrega, se abordaban desde problemas ecológicos, agravados por el político de turno, hasta mínimos desencuentros familiares, siempre resueltos con ternura. Pero también en las tiras aparecían las diferencias sociales: bichos ricos y bichos pobres, por ejemplo, abordándose temáticas como la desigualdad social, las elecciones y la corrupción, todo matizado por la parodia y el humor absurdo.

Una de las entregas era sobre la construcción de una autopista, a cargo de una constructora extranjera (*HUMI*, 19, 1983, marzo, pp. 29-31). Sin embargo y en nombre del progreso, la constructora estafaba al pueblo y realizaba mal su trabajo: la autopista hacía que los autos terminen dentro de un charco de barro. Muchos niños podían hacer una lectura de la dimensión transparente de las representaciones presentes en esta historieta y reírse de la torpeza de la constructora al construir mal el trazado de la autopista; pero había otra lectura, la de la dimensión más opaca de estas representaciones²⁰ donde el lector adulto

²⁰ Louis Marin (2009) en su definición de representación establece estas dos dimensiones: una, “transitiva” o transparente del enunciado y otra más “reflexiva” o con

no podía dejar de advertir que la historieta era una crítica y una burla a la idea de progreso o modernización de la dictadura cívico-militar y especialmente al plan de autopistas urbanas del intendente de facto de la Capital Federal, brigadier Osvaldo Andrés Cacciatore.



mayor opacidad enunciativa. Esta definición fue retomada por Roger Chartier (1996, 1992).



30 HUMI



Imagen 2. Tabaré, "Bicherío", HUMÍ, 19, 1983, marzo, pp. 29-31.

Con la cercanía de las elecciones presidenciales en el país, en “Bicherío” también se vivía un clima electoral (*HUMI*, 20, 1983, septiembre, pp. 31-32). En la historieta se parodiaban las promesas electorales y los discursos de campaña, y la elección terminaba en un empate. Para saber quién sería el nuevo presidente decidían tirar una moneda, pero esta caía por la alcantarilla. El remate del chiste era: “Y bue. Según el reglamento no habrá intendente hasta que el Banco Central no disponga otra moneda”. Nuevamente, se combinaban el humor absurdo con los múltiples niveles de sentido para los distintos lectores de la revista.

El caso de politización partidista más explícito fue el de la tapa de *HUMI* de diciembre de 1983, donde se veía al flamante presidente Raúl Alfonsín caricaturizado como Papá Noel. La caricatura hecha por Izquierdo Brown y pintada por Cascioli mostraba a Alfonsín con gesto sonriente, cachetes rosados y, en la mano, un boletín de notas escolares, y en su falda había un niño sentado que con sus manos hacía el saludo tipo “abrazo a la distancia” que se había vuelto emblema del candidato radical (*HUMI*, 29, 1983, diciembre). El título era una pregunta “¿Un presidente es Papá Noel?” aunque la imagen arrojaba otros interrogantes: ¿la “sociedad” se había portado bien?, ¿se había sacado buenas notas y recibiría los regalos de Papá Noel?



Imagen 3. Izquierdo Brown y Cascioli. Tapa. HUMI, 29, 1983, diciembre.

Al interior de la revista, otra ilustración mostraba a Alfonsín vestido de Papá Noel recibiendo la carta de un niño revista y un texto decía: “Un Presidente no es Papá Noel. Lo que si podemos pedirle al presidente es que organice bien el país para que a nadie le falte nada” (*HUMI*, 29, 1983, diciembre, p. 8). La imagen subrayaba la esperanza depositada en el nuevo presidente después de casi ocho años de dictadura y la efervescencia que se vivía en las calles y que había quedado en evidencia en la gran concentración en Plaza de Mayo el día de su asunción²¹. A su

²¹ Esto se vio alentado por las esperanzas que el propio Alfonsín generaba con sus discursos. El 10 de diciembre de 1983 pocos días antes de que el número 29 de *HUMI* saliera, en el mensaje de asunción presidencial a la Asamblea Legislativa, Alfonsín sostuvo que “la democracia es un valor aún más alto que el de una mera forma de legitimidad del poder, porque con la democracia no sólo se vota, sino que también

vez, la revista invitaba a los niños a enviar sus propuestas al presidente. Se presentaba una lista de pedidos hecha por “Humilectores que tienen entre 8 y 12 años” donde se mezclaban elementos del mundo infantil con demandas políticas más serias:

Que las plazas tengan pasto/ Que las revistas para chicos cuesten menos/ Que las golosinas sean más baratas/ Que los militares no gobiernen nunca más/ Que la gente pueda ir de verano/ ¿Combatirán los insectos usando la naturaleza y no los insecticidas? / Que se hagan dibujos animados argentinos/ Que no haya más miedo. Que no desaparezcan las cosas ni la gente/ Queremos que nuestras opiniones se tengan en cuenta/ Que la gente consiga trabajo/Que no tengamos que mudarnos a cada rato (*HUMI*, 29, 1983, diciembre, p. 9).

Esas frases puestas en forma de carta con una tipografía similar a la escritura de niños y con el presidente caricaturizado de Papá Noel hablaban de la importancia de que la sociedad fuera escuchada y tenida en cuenta en las decisiones políticas, como sucede con los pedidos de las cartas de los niños en Navidad. Más que humor en este caso había un gesto pedagógico y político hacia los niños y una apelación a la felicidad infantil en las fiestas con regalos para remarcar las expectativas sobre la idea de que se anhelaba un nuevo país democrático. Más allá de la clara muestra de apoyo que implicaba la caricatura presidencial, las frases con caligrafía infantil introducían cuestiones que aún eran difíciles de mencionar: el Nunca Más a los militares y el pedido porque no haya más desapariciones, por un lado, y la crítica situación económica que se vivían desde la crisis de la deuda externa y consiguiente devaluación del peso argentino en 1982 por la que se mencionaba que las cosas deberían ser más baratas.

3. *HUMI* promovió también una risa más inocente, producto de la mirada del mundo “desde la infancia”, que permitió cuestionar el orden naturalizado de la vida cotidiana. Enmarca-

se come, se educa y se cura” (<https://www.alfonsin.org/discurso-de-asuncion-presidencial-ante-asamblea-legislativa/> Consultado el 16 de julio de 2020).

mos este humor de *HUMI* como humor benigno (Berger, 1997), es decir, aquel tipo de humor cuyo fin último es el entretenimiento, un humor que irrumpe en la vida cotidiana, aparece y desaparece entretejiéndose con la experiencia común. Este humor apareció en las burlas a las obligaciones infantiles como era hacer la tarea, y era un medio usado por los editores de la revista para ganarse la complicidad de niños. Pero también estuvo presente en distintas secciones de la revista y se expresó de diferentes modos como ser la forma de escribir inventando juegos y metáforas con los significados de las palabras: “La redacción es un Himalaya de cartas[,] parece que se le ha despabilado la croqueta a más de uno” (*HUMI*, 13, 1983, junio, p. 2), “Marín se emocionó hasta las caries” (*HUMI*, 13, 1983, junio, p. 5), “Poesías con palabratris, raras, raratis” (*HUMI*, 34, 1984, mayo, p. 25). Esta práctica no era novedosa, Florencia Ortiz (2008) encontró sus orígenes a fines de los años sesenta y es parte de lo que ella denomina como “cultura humorística infantil”. Es un tipo de escritura para niños que reivindica el libre manipuleo del lenguaje, la apelación a lo absurdo y al juego. Esta forma de entender el escribir o el dibujar para niños se asocia a una visión desenfadada de la infancia²². El niño no es ni una idealización angelical ni una *tabula rasa* a llenar, ni un vago a corregir; sino un sujeto indómito y lúdico que puede disfrutar de los juegos. La cultura humorística de la infancia es la que se crea a partir de poner la lupa en la asimetría de la relación adulto-niño, cuando se focaliza en lo indómito de la idea de infancia, como se encontraba presente también en *HUMI*.

Un ejemplo fue “Los Bespi”, la historieta escrita y dibujada por Alfredo Grondona White que, como comentamos en el apartado anterior, se publicó en todos los números de *HUMI*. En cuanto al dibujo, los tres hermanos tenían facciones endiabladas, es decir, no eran los típicos rostros angelicales con los

²² Florencia Ortiz (2008, p. 7) plantea que la literatura y el teatro infantil inaugurado en fines de los años sesenta “deja atrás la idealización del niño, para rescatar lo indómito de su identidad como paradigma de lo otro, asumiendo la asimetría constitutiva de la relación adulto-niño como una distancia cultural desde otras dimensiones simbólicas y estéticas”.

que se solía caracterizar a la infancia. En cuanto al guión, la historia general se basaba en mostrar cómo esos tres niños habitaban el mundo. Los guiones eran charlas entre ellos en los que aparecían las mismas preguntas que podría hacerse cualquier niño con sus pares. Se mostraba las formas de vincularse esos tres niños y estos con los adultos. El aspecto cómico en esta historieta se encontraba en sostener las miradas y voces infantiles de los tres protagonistas que llegaba a ser sutilmente cuestionadora de lo que los rodeaba, por desconocimiento, asombro o no entendimiento del mundo adulto.

En una de las entregas, por ejemplo, los tres hermanitos jugaban a hacer collage con una revista y uno de ellos la pegaba en la mesa para que sus hermanos no pudieran desordenarle el dibujo (*HUMI*, 17, 1983, mayo, pp. 24-25). Así, se mostraba como natural y sin mayores consecuencias la inventiva y los rebusques de los niños para no dejarse avasallar aunque sea por un par. En otra entrega, los “Bespi” encontraban un monopatín en un altillo y se ponían a jugar con él. Se preguntaban por qué no había más monopatines en las plazas y veredas, y llegaban a la conclusión: “Y los papis los guardan en los altillos, por eso”. El remate cómico estaba en que cuando salían a jugar a la vereda y otros niños preguntaban dónde habían conseguido el monopatín, Toto (el Bespi mayor) respondía: “Pedile a tu papá. [Seguro que tiene uno escondido en algún lugar de la casa!” (*HUMI*, 34, 1984, abril, pp. 28-29). El remate iba en consonancia con el guión de la historieta: los niños en el juego se hacían preguntas y se respondían con un conocimiento no acabado sobre el mundo que los rodea. La historieta hacía alusión a que los niños no comprendían porque “los papis”, los adultos, escondían o guardaban fuera de su alcance determinados objetos, en este caso, el monopatín. Y queda abierto a interpretación si realmente tenían permiso de los adultos para salir a andar en monopatín a la vereda o era una travesura.

Esta historieta presentaba una diferencia con una de las revistas competidoras, *Anteojito*, en la que el protagonista también era niño pero este se caracterizaba por ser súper inteligente y por instruir a los niños lectores. En el caso de los Bes-

pi, sucedía lo contrario, estos representaban el comportamiento infantil cuando juegan. No hacían preguntas sobre política como *Mafalda* ni daban explicaciones científicas del mundo a sus lectores como *Anteojito*. Toda la acción estaba en su libertad de jugar, su tiempo libre y sus pequeñas transgresiones, travesuras o inquietudes propias de niños pequeños. No había un comportamiento adulto sino infantil en ellos.



28 HUM!

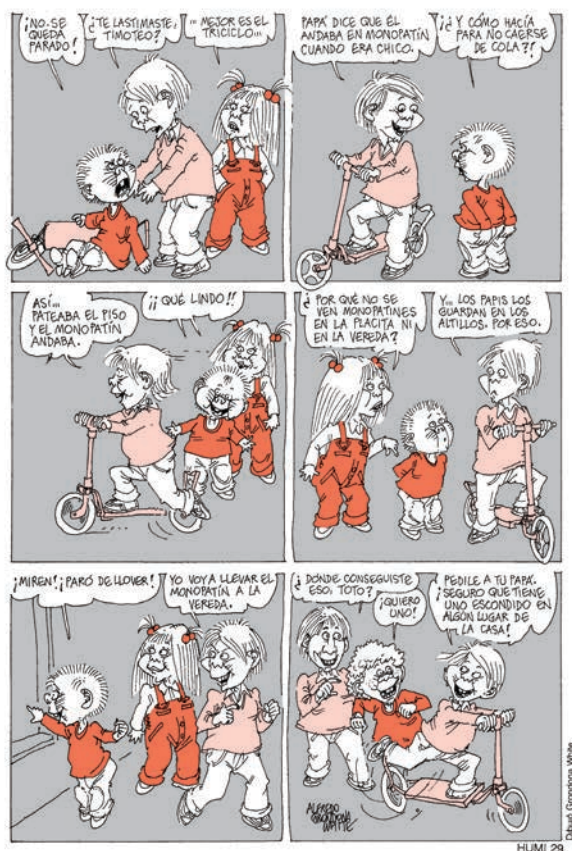


Imagen 4. Grondona White, "Los Bespi", HUMI, 34, 1984, abril, p. 28.

La historieta se sumergía en el mundo cotidiano de estos niños. La acción estaba contada desde los niños, en cómo hacían las cosas y cómo desenvolvían su juego. El mundo adulto molestaba o aparecía como incomprensible por parte de los protagonistas. Por ejemplo, en la entrega "Cuidadito con cruzar" trataba de un señor que vía a dos niños en una esquina, les preguntaba si querían cruzar la

calle y sin escuchar sus respuestas los alzaba y los cruzaba (*HUMI*, 1, 1982, agosto, p. 21). El remate de la situación cómica era que los niños terminaban llorando y gritando que ellos no querían cruzar la calle y el señor diciendo que él tampoco. Lo risible era producto del accionar absurdo del adulto. El humor benigno e inocente buscaba causar risa en un público infantil poniendo en cuestión la relación adulto-niño y, en especial, centrándose en los aspectos de la realidad que estos tres niños no comprendían.

A modo de cierre

A lo largo de estas páginas hemos intentado aprehender y explicar lo supuestamente inefable de *HUMI* y fue así que identificamos sus características distintivas e innovadoras. *HUMI* no copió el modelo de las revistas infantiles ya presentes en el mercado, al contrario, hizo una propuesta novedosa que se combinó y se vio facilitada con el modo en que se trabajaba en la redacción de Ediciones de la Urraca. *HUMI* no puso en el centro de su propuesta al contenido escolar, este más bien fue un anexo. Esto evidenciaba una concepción de la infancia basada en lo lúdico, lo literario y el humor, en las relaciones de amistad y de parentesco antes que en la idea del niño como alumno o como consumidor.

En *HUMI*, los niños no eran considerados una *tabula rasa* ni un sujeto que solo puede ser adiestrado o instruido. La revista tomó distancia de la idea de guía moral para presentar una propuesta más ligada al disfrute y el divertimento. Por ello, *HUMI* representó en sus historietas a niños con posibilidad de jugar, pelear, confundirse y, sobre todo, hacer preguntas. Mostró niños que podían estar en el espacio público y tener tiempo libre, es decir, que la escuela no era su único lugar y eso no convertía al niño en un “menor” vago o peligroso. Además, presentó personajes fantasiosos

(bichos y monstruos) que no respondían a una dicotomía entre el bien y el mal.

El humor en *HUMI* fue el elemento con el que constituyó su singularidad. El lugar del humor en su contrato de lectura fue el de forjar una distinción con otras formas más disciplinarias -escolar y dictatorial- de hablar con y de la niñez. El aspecto cómico se generó a partir de salirse de ciertas convenciones de los materiales pensados para la infancia. A través de la risa, *HUMI* habló de política aunque sea solapadamente, escapó a la función meramente didáctica de los materiales y puso a los niños como protagonistas de su revista dejando a los adultos en un segundo plano, en un contexto en el que se desplegaba un fuerte adultocentrismo como era el de finales de la dictadura militar.

A su vez, al revisar los materiales, debemos cuestionar el mito que se generó en relación a la irreverencia de *HUMI* por ex lectores y especialistas en Literatura Infantil Juvenil. Las burlas a los próceres, a las instituciones y a los adultos en general no tomaban en la revista un tono radical sino que eran sutiles y se encontraban matizadas por contenidos no disruptivos. Sin embargo, la forma de *HUMI* de hacer reír a un público tan particular como el infantil, expuso no tanto los límites del humor sino de la tolerancia y la recepción de su propuesta en el mundo adulto antes que en los niños como quedó en evidencia con los pedidos de explicaciones luego de una caricatura como la de Sarmiento. O en las declaraciones de lectores²³ que recuerdan que querían *HUMI* y sus padres no estaban seguros de fuera una revista para chicos. La revista fue aprobada en mayor medida por los chicos que aún hoy recuerdan haber sido sus lectores y exigirla frente a quioscos de revistas, pero desaprobada

²³ “La pedí por primera vez a los nueve años verla en el kiosco. Ya conocía la existencia de la revista *HUM@* y *SexHumor*, había leído un par de ejemplares, lo cual estaba prohibido para alguien de mi edad pero me encantaban. Al ver la revista *HUMI* y conocer algo del trabajo de quienes la hacían, me interesó. Me costó convencer a mis padres que era un producto para niños”. (Entrevista a lector de *HUMI*, realizada por Lucía Aita en abril 2019)

por grupos de adultos docentes y padres quienes no solo no la compraron, sino que denunciaron que no fuera correcta para el público infantil. No se produjo la aceptación ni el acompañamiento que tenía su revista modelo HUM[®], y eso llevó al cierre de la revista.

Bibliografía

- Aita, L. (2019). Innovación y formación democrática en la revista infantil HUMI (Argentina, 1982-1984). En *Dibujos que hablan. Textos 2017-2018* (pp. 89-96). Santiago de Chile: Corporación Cultural de Santiago de Chile.
- Avellaneda, A. (1986). *Censura, Autoritarismo y Cultura: Argentina 1960-1983*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Berger, P. (1999). *La risa redentora. La dimensión cómica de la experiencia humana*. Barcelona: Kairós.
- Bordagaray, M. E. & Gorza, A. (2009). *Mundo Infantil y la socialización de género en la infancia del primer peronismo (1950-1952)*. Ponencia presentada en I Jornadas CINIG de Estudios de Género y Feminismos Teorías y políticas: desde el Segundo Sexo hasta los debates actuales. La Plata.
- Bontempo, P. (2018). Los niños de Billiken. Las infancias en Buenos Aires en las primeras décadas del siglo veinte. En Lionetti, L., Cosse, I. y Zapiola, M. C. (Comp). *La historia de las infancias en América Latina*. 177-195. Tandil: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.
- Burkart, M. (2017). *De Humor a Satiricón. Risa, cultura y política en los años setenta*. Buenos Aires: Miño y Dávila.
- Burke, P. (2005). *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona: Crítica.

- Caldo, P. (2015). El mundo feliz de Sarah Kay o cuando la cultura impresa entretiene y educa a las niñas, argentina a partir de 1979. *Revista estudios de género. La ventana*, 42, 152-180.
- Carman, V. (2019). *El diseño editorial y la infancia. Las revistas Humi, Billiken y Anteojito 1982-1984*. Tesis para optar por el título de Magister en diseño comunicacional FADU-UBA, Buenos Aires.
- Carli, S. (2006). *La cuestión de la infancia. Entre la escuela, la calle y el shopping*. Buenos Aires: Paidós.
- Casciari, H. (2007). *El colmo de un campesino*. Disponible en https://hernancasciari.com/blog/el_colmo_de_un_campesino
- Castro, M. J. (2018). *Mirando PakaPaka: una exploración analítica sobre la producción de sentidos políticos culturales de la niñez en "La Asombrosa Excursión de Zamba"*. Ponencia presentada en Seminario Derechos Humanos en el Centro Cultural de la Memoria Haroldo Conti, Buenos Aires.
- Chartier, R. (1992). *El mundo como representación. Estudios sobre historia cultural*. Buenos Aires: Gedisa.
- Chartier, R. (1996). *Escribir las prácticas. Foucault, De Certeau, Marin*. Buenos Aires: Manantial.
- Cosse, I. (2014). *Mafalda: historia social y política*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Falabella, M. (2010). Anteojitos y Billikines, contrato de lectura (1964-1983) en *La Trama de la Comunicación*, 14, 203-220.
- Guitelman, P. (2006). *La infancia en dictadura: modernidad y conservadurismo en el mundo de Billiken*. Buenos Aires: Prometeo.
- Invernizzi, H. & Gociol, J. (2002) *Un golpe a los libros. Represión a la cultura durante la última dictadura militar*. Buenos Aires: EUDEBA.
- Jackson, E. (2018). A Community of Invisible Little Friends. Technology and Power in Children's Radio Programs. En Lionetti, L., Cosse, I. & Zapiola, M. C. (Comp.). *La*

- historia de las infancias en América Latina*. 141-176. Tandil: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.
- Kaufmann, C. (Comp) (2006). *Dictadura y Educación. Los textos escolares en la historia argentina reciente*. Buenos Aires: Miño Dávila.
- Lionetti, L., Cosse, I. & Zapiola, M. C. (Comp.). (2018). *La historia de las infancias en América Latina*. Tandil: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.
- Lobato, M. Z. (2019). *Infancias argentinas*. Buenos Aires: Edhasa.
- Marin, L. (2009). Poder, representación, imagen. *Prismas. Revista de historia cultural*, 13, 135-153.
- Oloixarac, P. (2008). *Las teorías salvajes*. Buenos Aires: Literatura Random House.
- Ortiz, F. (2006). *Literatura infantil, teatro y medios en los 70: el humor y el experimentalismo en dos experiencias cordobesas*. Ponencia presentada en I Congreso Internacional de Literatura para Niños: Producción, Edición y Circulación.
- Osuna, M. F. (2017). “El hombre del año 2000”. Actores, discursos y políticas hacia la infancia durante la dictadura (1976-1980). *Sociohistórica*, 40, Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Centro de Investigaciones Socio Históricas.
- Román, C. (2017). *Prensa, política y cultura visual. El Mosquito (Buenos Aires, 1863- 1893)*. Buenos Aires: Ampersand.
- Sheikman, L. (2017). Dulces consumidores. La construcción publicitaria del consumo femenino e infantil de golosinas en las primeras décadas del siglo XX en la Argentina. *Meridional Revista Chilena de Estudios Latinoamericanos*, 9, 145-190.
- Sosenski, S (2018). Diversiones malsanas: El cine y la infancia en la ciudad de México en la década de 1920. En Lionetti, L., Cosse, I. y Zapiola, M. C. (Comp.). *La historia de las infancias en América Latina*. Tandil:

- Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. 113-132.
- Stagno, L. (2011). El descubrimiento de la infancia, un proceso que aún continúa. En S. Finocchio & N. Romero (Comp.) *Saberes y prácticas escolares*. Rosario: Homo Sapiens.
- Szir, Sandra (2006). *Infancia y cultura visual. Los periódicos ilustrados para niños (1880-1910)*, Buenos Aires: Miño y Dávila.
- Varela, M. (1994). *Los hombres ilustres de Billiken. Héroes en los medios y en la escuela*. Buenos Aires: Colihue.
- Vazquez, L. V. (2014). Imágenes de la niñez en Antejito y Billiken: héroes, saberes y blancas palomitas. *Revista de Historia Bonaerense*. 21, 38-46.
- Verón, E. (1985). El análisis del 'contrato de lectura'. Un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los medios. *Les Medias: Experiencias, recherches actuelles, applications*. 109-160. Paris: IREP.
- Villalta, C. (2006). *Entregas y secuestros: La apropiación de "menores" por parte del Estado*. Tesis para optar por el título de Doctora en Antropología, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.

Lazos de familia: los vínculos estéticos y económicos trasnacionales entre la historieta argentina, chilena y mexicana (1945-1968)

AMADEO GANDOLFO

El objetivo de este trabajo consiste en desplegar las redes que unieron a la historieta humorística argentina, chilena y mexicana a lo largo de dos décadas, centrándonos en el análisis de cuatro publicaciones de importancia: *Rico Tipo* (argentina), *Pobre Diablo* (chilena-argentina), *El Pingüino* (chilena) y *Los Supermachos* (mexicana). La hipótesis que manejamos es que la circulación de imágenes, personas e ideas vinculadas a la historieta contó, históricamente, con un carácter marcadamente trasnacional. El campo del cómic y el humor gráfico tendió a la diseminación de sus imágenes y de sus artistas a lo largo de las diversas industrias nacionales¹ antes que al encierro de su producción tras sus fronteras.

Buscamos profundizar las primeras constataciones de este proceso que fueron consignadas en diversas historias de la historieta, ya clásicas, en Latinoamérica. Si bien libros como *La Historieta en el Mundo Moderno* de Oscar Masotta (1970), *El Humor Gráfico* de Trillo y Bróccoli (1972), la *Historia de la Historieta Argentina* de Trillo y Saccomano (1980), a *História da História em Quadrinhos* de Alvaro de Moya (1986) y la *Historia de los Comics* editada por Javier Coma (1982) hacen referencia

¹ Al menos en Occidente, ya que el manga japonés, si bien actualmente participa de estos intercambios, tuvo un proceso de integración más lento.

a la aparición de la historieta en los Estados Unidos, y al ejemplo del humor gráfico y la caricatura europea como influencias necesarias para el desarrollo de sus contrapartes latinoamericanas. Estos autores establecen una relación de influencia directa marcada por la imitación en un primer momento y de separación casi completa luego, contemplando cada espacio nacional mayormente aislado de otros. Por su parte, el clásico de Ariel Dorfman y Armand Mattelart (2007), *Para Leer al Pato Donald*, escrito prestando particular atención a la situación chilena, establece una correlación férrea y unívoca: la influencia de las historietas norteamericanas en Latinoamérica es siempre negativa.

En la última década, una nueva corriente de trabajos producidos desde América Latina han enriquecido el análisis de las relaciones tanto entre las “metrópolis” de producción gráfica secuencial y el subcontinente latinoamericano, como entre países latinoamericanos entre sí (Gandolfo y Turnes, 2019; Lima Gomes, 2018; Rojas Flores, 2016; Vázquez, 2010). Es dentro de esta corriente que se inserta este trabajo. Para comprender de qué hablamos cuando hablamos de relaciones transnacionales entre las industrias de la historieta y el humor gráfico tomaré dos ideas de Arjun Appadurai (1996), vinculadas a su visión optimista y pluralista de la discriminación cultural: “el consumo de medios masivos a lo largo del mundo a menudo provoca resistencia, ironía, selectividad y, en general, agencia” (p.7). Esto quiere decir que los intercambios nunca son transparentes ni mucho menos unidireccionales, y que existe una pluralidad de relaciones que se pueden establecer entre los productos culturales de diversos países del mundo que van mucho más allá de la mera copia o la imposición de estilos. Asimismo, seguiré a Paul Jay (2010) en su declaración de que “No podemos separar los bienes económicos de los culturales: cuando las mercancías

viajan, la cultura viaja, y cuando la cultura viaja, las mercancías viajan” (p.3).

Finalmente, en cuanto a los vínculos transnacionales específicamente en el campo de la historieta y el humor gráfico, me retraeré a la clasificación operada por Daniel Stein, Lukas Etter y Michael Chaney (2018), quienes los clasifican en tres categorías: los creadores de historieta como agentes transnacionales (autores que publican en diversos contextos nacionales, autores cuya obra puede ser entendida como perteneciente a diversas tradiciones de historieta), las representaciones de transnacionalismo en los cómics (por ejemplo: la exploración de las relaciones entre los Estados Unidos y Centroamérica presente en *Border* de Brian Vaughan y Marcos Martin), y títulos y personajes transnacionales (por ejemplo, Buster Brown adaptado como Chiquinho en *O Tico Tico* de Brasil).

Antes de pasar al análisis de las revistas, se imponen una serie de aclaraciones acerca del origen de este trabajo. Este trabajo surge como consecuencia de una beca brindada por el Instituto Iberoamericano de Berlín para el trabajo de las transferencias en un contexto latinoamericano. La selección del material responde a la disponibilidad de material en el archivo, pero también a los vínculos tradicionalmente fuertes y estrechos entre los países seleccionados. Argentina y Chile por su cercanía geográfica, que hizo que muchos de sus autores publicasen a ambos lados de la cordillera. Argentina y México por su relación de competencia (pero también de mutua influencia) en el panorama de los bienes culturales latinoamericanos. Asimismo, en las cuatro publicaciones se pueden encontrar vínculos en cuanto al estilo de dibujo y a los temas: todas son publicaciones que hacen de la vida urbana y los tipos sociales la temática de su humor, lo cual se replica en el público al que se apunta: la creciente clase media profesional, comercial y empleada en el estado. Todas privilegian un estilo de dibujo de

líneas claras, mayormente esquemático. Esto no quiere decir que el estilo de dibujo se mantenga exactamente igual a lo largo de las dos décadas, sino que se puede intuir una matriz común.

Este trabajo solo representa una primera aproximación. En una segunda etapa, ya en curso, se busca enriquecer esta perspectiva transnacional con ejemplos tomados de una multiplicidad de países latinoamericanos y así reconstruir una red transnacional formada por dibujantes, publicaciones y organizaciones.

Finalmente, los límites temporales del trabajo se encuentran dados por dos hitos: el inicio de la publicación de *Rico Tipo*, revista que sirve como modelo, y la renuncia de Rius a *Los Supermachos* por motivos de propiedad autoral. En un extremo tenemos la fundación de una revista concebida como imperio comercial, en el otro la defensa del “autorismo” por parte de uno de los más destacados dibujantes del continente. Entre uno y otro evento se resume buena parte del arco evolutivo de la historieta y el humor gráfico latinoamericano, entre el oficio y la independencia creativa. Me pregunto: ¿Es posible hablar de un campo común del humor gráfico latinoamericano, unificado a través de vínculos económicos e influencias estéticas? Y, en segundo lugar: ¿Hasta qué punto la producción humorística Argentina fue, durante los años cuarenta y cincuenta, un modelo gráfico para otros países?

Rico Tipo: genio y figura

Rico Tipo comenzó a publicarse en noviembre de 1944. La revista comportaba varias novedades en el panorama periodístico y humorístico de la época. En primer lugar, lucía formato *comic book* (26 x 17 cm., abrochada con ganchos en el lomo), lo cual era una diferencia bastante

importante con *Patoruzú*, apaisada. En segundo lugar, era un magazín paródico que proveyó la imagen de una sociedad en la cual la clase media se consolidaba como el centro de la vida nacional y la clase trabajadora era incorporada como fuerza política activa gracias a los gobiernos peronistas. Un momento, como menciona Ezequiel Adamovsky (2015), en el cual “muchos argentinos (...) comenzaron a concebirse a sí mismos y a su país como ‘clase media’” (p. 244). Sin embargo, esta fama se torna más ambigua si uno se dedica a revisar las revistas en sí mismas. He aquí una descripción por Jorge B. Rivera (1985, p. 115):

Si la trayectoria de un costumbrista neto como Calé es una suerte de obsesivo merodeo en torno de los personajes y las menudas epopeyas barriales de los años 40, un mismo autor – como ocurre con Divito – puede pasar de la gracia más o menos atemporal y ecuménica de sus Chicas a paisajes, tipos y situaciones inseparables del contexto porteño, como lo demuestra en algunas de las tapas de la época de oro de *Rico Tipo*.

Para Rivera, *Rico Tipo* realiza una doble operación: por un lado “universaliza los tipos”, plasmados en personajes que repiten eternamente un rasgo. Por otro lado, ilustra y registra ciertas facetas de la vida cotidiana en el Buenos Aires de los años 1940 y 1950. Cuál de estas facetas está más presente depende del dibujante y del dibujo que observemos. Y, también, en esos personajes esquemáticos y repetitivos se cuelan detalles del mundo porteño de la época: la obsesión con el juego y las apuestas, la emigración a Mar del Plata cada verano, las idas al Hipódromo, el galanteo en la calle Corrientes o Florida.



Imagen 1. Tapa de Rico Tipo, 97.

La revista proponía una opción de entretenimiento completa. Contaba con una gran cantidad de humor gráfico, en un número normal la proporción de este era del 30% al 40% de su contenido. Pero también concedía enorme importancia al material escrito a cargo de destacados humoristas y escritores costumbristas de la época: Rodolfo M. Taboada, Conrado Nalé Roxlo, Miguel Ángel Bavio Esquiú (quién escribía con el seudónimo Juan Mon-diola), Carlos Warnes (César Bruto), Luis Alberto Reilly, Billy Kerosene. Es en muchas de estas columnas donde se encuentra buena parte de la descripción de las costumbres del habitante de Buenos Aires. Por ejemplo, en la serie “De

la Fauna Porteña” realizada por Taboada. O en las columnas “Pichuca y Yo”, en donde se sigue una relación de los años cuarenta caracterizada por los padres omnipresentes, el cortejo prolongado, el interés de parte de los progenitores en que su hija se “case bien”, con un hombre de buena posición social.

Asimismo, también contaba con secciones de cine, deportes y radio. Estas ocupan alrededor del 20% del contenido y no son secundarias, sino que forman parte de la imbricación entre vida y lectura que propone la empresa de Guillermo Divito: se esperaba que una persona obtuviese de *Rico Tipo* entretenimiento y recomendaciones para durarle “toda la semana”. Como otras revistas de variedades previas a la prevalencia de la televisión, se proponía como el principal medio de vinculación de sus lectores con lo social y los acontecimientos. Era central para la revista quiénes estaban triunfando en el tango o el teatro, qué equipo de fútbol iba primero en la tabla, qué radioteatro era exitoso. Con una excepción: la política no tenía lugar en sus páginas.²

² Exceptuando un breve período de 1950, momento en el cuál la revista comienza a publicar una serie de notas publicitarias exaltando los logros del gobierno peronista. Algunos títulos: “Se entregaron las casas del Barrio Juan Perón” (*Rico Tipo*, 271, 1950, marzo 8, p. 3); “Amplio apoyo brinda el gobierno a los trabajadores del campo” (*Rico Tipo*, 272, 1950, marzo 15, pp. 4-5); “Grandes beneficios produce el gasoducto ‘Presidente Perón’” (*Rico Tipo*, 276, 1950, abril 12, pp. 4-5). Asimismo, comenzó a publicar una serie de artículos que, bajo nombres diversos (“Ayer y Hoy”, “Los Muchachos de Antes no Usaban Gomina Pero...”) denunciaban distintas instancias de explotación del ciudadano que habían sido resueltas por el gobierno. Una explicación posible para estas inclusiones, que iban en contra del espíritu de la publicación, es el accionar de la Comisión presidida por José Emilio Visca. La comisión había sido fundada con el objetivo de investigar los usos de la tortura en los presos políticos, pero terminó funcionando como un órgano de presión y censura a la prensa. 1950 se había denominado “Año del Libertador General San Martín” y con diversos pretextos relacionados con el irrespeto al prócer, la comisión cerró o presionó a diarios tan diversos como *La Hora* (comunista), *La Nueva Provincia* de Bahía Blanca y *Los Andes* de Mendoza. Además, mediante el manejo de la provisión de papel obligó a otros diarios como *La Nación* y *Clarín* a reducir el número de sus páginas (Luna, 2001, pp. 18-19). *Rico Tipo* casi no sufrió modificaciones durante este año, lo cual nos lleva a arriesgar que Divito intercambió, pragmáticamente, algunas

Luego, es de destacar lo compacto del equipo editorial. Si bien la cantidad de colaboradores se amplía a medida que pasan los años (los primeros números están dibujados casi enteramente por Divito), se mantienen bastante estables, y es muy paulatina la incorporación de nuevos. En la faz gráfica contamos con Divito, Toño Gallo, Ianiro, Mazzone, Oski (Oscar Conti), Gius (Augusto Giustozzi), Cotta (Juan Ángel Cotta), Fantasio (Juan Gálvez Elorza, quien era chileno) y Pedro Seguí. Era más común la partida de un autor de la revista que la incorporación desmedida de nuevos escritores o dibujantes. Muy lejos está el espíritu de la revista de aquel potpurri propuesto por publicaciones posteriores como la *Tía Vicenta* de Landrú. De hecho, una de las cosas que mayormente sorprende es la estabilidad en el diseño y diagramación. A lo largo de una década la división en secciones se mantiene casi sin modificaciones.

Para finalizar esta breve descripción de la revista quiero concentrarme en dos elementos que creo hablan mucho de esa “imagen de Buenos Aires” que Divito supo construir, visión que influyó en sus competidores e imitadores. La primera es la idea de la avivada, un mecanismo del humor que se encuentra singularmente presente. Un personaje se aprovecha o arruina una iniciativa o proyecto de otro. Varias teorías del humor insisten en que la potencia del mismo procede de su posibilidad de “oponerse al orden, a la lógica, a lo ejemplar” (Álvarez Junco, 2016, p. 33), o que la comicidad procede de un mecanismo que encuentra incongruencia en el accionar de un sujeto o cosa (Bergson, 2003). En este caso el humor de *Rico Tipo* se encuentra compuesto por lo que Freud denominaba “bromas tendenciosas”: que contienen hostilidad o lujuria (Freud y Strachey, 1989). Este tipo de chistes, en donde un personaje entorpece o se burla o directamente arruina algo que otro personaje desea o por lo cual había trabajado, engloban el primer aspecto de las bromas tendenciosas de Freud: la hostilidad. Lo que llama la

páginas de su publicación por la promesa de libertad en el resto de la revista.

atención es la enorme proliferación de este tipo de broma, que permea inclusive a personajes enteros, como Fallutelli y “Un amigo”. Se trata de la imagen de una Buenos Aires en la cual todo el mundo es un trepador que está buscando la ventaja de manera continua, y, también, de personas en perpetua competencia, donde el placer de unos depende del fracaso de otros. Una sociedad fragmentada en donde el lazo social es piramidal y se sostiene en la competencia y en la envidia.

El segundo detalle es las *Chicas* de Divito. Estos chistes de un solo panel fueron la marca registrada de la revista, en gran medida por las ilustraciones de mujeres de Divito: hiper estilizadas, con grandes pechos y pequeñas caderas, narices casi inexistentes y peinados a la moda, dejaron sin aliento a la mayoría de los hombres de la época. En estos chistes existe una desconexión entre lo ilustrado y la fuente del humor. Divito dibuja a las mujeres en diversas situaciones y contextos, pero el chiste emerge de un breve texto que se reproduce en la parte inferior del dibujo. El formato recuerda a las viñetas que aparecían en las revistas ilustradas de principios de siglo XX, sin empleo de globos de diálogo.

La visión cáustica de Divito se impone, también, en estas viñetas: la inmensa mayoría de ellas consisten en retruécanos ácidos y mal intencionados de una amiga a otra. Las chicas Divito son muy viperinas, y no cuentan con nada de sororidad. Se filtra en estos chistes la imagen que las mujeres le merecen a Divito: envidiosas, hipócritas, entregadas a la indolencia (la mayoría van al club, a la playa, al baile, pero jamás trabajan, y cuando trabajan lo hacen como bailarinas o actrices de teatro), incapaces de colaborar, todo el tiempo robándose maridos y novios. Una vez más: una imagen del lazo social sostenida en la competencia, jamás en la cooperación.

Esto pone en primer plano un dato sobre la audiencia: *Rico Tipo* puede haber pasado a la historia como una revista “para toda la familia”, pero cuando recorremos sus páginas,

ese “toda la familia” era el ala masculina de la misma. Los padres, que consumían la picaresca, las noticias de deportes y parte del humor gráfico, y los niños varones, que consumían el resto. En cuanto a las mujeres, en el año 1948, Divito expandió su imperio editorial mediante la publicación de una revista que se titulaba simplemente *Chicas* y que llevaba en su interior folletines y fotonovelas, los dibujos de las *Chicas*, recomendaciones de moda y moldes para hacer prendas.

Un viaje trasandino

Este elemento sexista me permite realizar el deslizamiento hacia las dos revistas chilenas *Pobre Diablo* y *El Pingüino*. *Pobre Diablo* inició su andadura en 1946, un producto de editorial Zig Zag, que tuvo una larga y distinguida historia. En un primer momento la revista se publicaba en Chile solamente, pero al poco tiempo abrió una filial en Argentina, que de hecho duró más tiempo que el original chileno. Los ejemplares que analizaré aquí provienen de la versión argentina.³ Desde *Rico Tipo* no se tomaron con mucha alegría la aparición de la competencia. En el número 89, publicado el 25 de julio de 1946 escribían:

Usted habrá oído hablar mil veces de la famosa ética profesional. Y no ignorará, por cierto, que esa ética impera y ha imperado siempre en el ambiente periodístico.

Hasta ahora, que yo sepa, no se había dado nunca el caso de que apareciera una publicación imitando descaradamente a otra, con el evidente propósito de medrar a su sombra. Eso no se había hecho nunca porque la ética profesional es, simplemente, un término filosófico para nombrar a la

³ Agradezco a Moisés Hasson Camhi y a Claudio Aguilera, investigadores chilenos, varios de los datos que reproduciré a continuación.

dignidad. ¶Pero está visto que de todo hemos de ver en este pícaro mundo!

Anda por ahí una revista nueva, que calca desaforadamente a otra que lleva ya cerca de dos años de éxito, imitándole desde el título hasta los dibujos y la tipografía.

Entiendo que para estos casos de imitación no existe jurisprudencia sentada. Pero supongo que cuando los códigos se ocupen de ello y bauticen este delito, le llamarán ‘plagio con premeditación y alevosía’.

La revista de marras no es argentina. Y uno no sabe si alegrarse de que no sea argentina... o lamentarse de que se publique en un país hermano.

Estas duras palabras dan la pauta de que veían a *Pobre Diablo* como la competencia. Y lo que es peor, una competencia carente de originalidad, que había copiado el estilo, que para ellos estaba expresado en cuestiones como “el título, los dibujos y la tipografía”.

Pobre Diablo, por su parte, había publicado preventivamente, en su tercer número de noviembre de 1945, un anuncio en donde remarcaba que “Todos los chistes publicados en *Pobre Diablo* [...] son exclusivamente originales del personal de la revista [...] Cualquier semejanza con chistes de otras publicaciones se deberá a pura coincidencia. Y como no hay nada nuevo bajo el sol” (*Pobre Diablo*, 3, 1945, noviembre, p. 3). A pesar de esta esgrima verbal, es notorio que muy rápidamente en la *Pobre Diablo* chilena comenzaron a aparecer artistas argentinos, muchos de los cuales publicaban al mismo tiempo en *Rico Tipo* como Fantasio, Oski, Toño Gallo y Calé (Alejandro del Prado). Con lo cual era obvio que la revista chilena, más allá de un intento de emulación, tenía con su par argentina una relación de admiración e influencia. Y más allá de eso, una relación económica con sus dibujantes, quienes enviaban sus dibujos a Chile para ser republicados allí.

Esto se reproducía también en la versión argentina. El primer número de *Pobre Diablo* relevado (el nº 80, de 1947) no cuenta con dibujantes argentinos. Pero en el número

siguiente con el que contamos (el nº 208, de finales de 1949) ya casi el 50% de la plantilla de ilustradores es argentina, con algunas apariciones interesantes: Dobal, Landrú, Héctor Torino y Jorge Palacio. Significativamente, ninguno de los artistas pertenece a lo que podríamos llamar “la escudería Divito”. Muchos proceden del estudio de Lino Palacio, tradicional “competidor”, aunque con mucha menos fortuna en el negocio editorial. O son independientes, como Landrú, que comenzaría a publicar en *Rico Tipo* recién en 1951, o Héctor Torino, quién tenía su propia línea editorial. Recién hacia 1954 aparecen firmas como las de Gius, Pedro Seguí o Liotta, que habían participado del magazine porteño.

Otra manera de comparar a *Rico Tipo* y *Pobre Diablo* es mediante el estilo de humor y el estilo de dibujo. En cuanto al humor, la comparación es clara: ambas favorecen un humor repetitivo y basado en el personaje esquemático. *Rico Tipo* tenía a Fúlmine, Falluteli, Piantadino o El Otro Yo del Dr. Merengue, mientras que *Pobre Diablo* contaba con Toribio el naufrago, El Señor y su Valet (un millonario reducido a la mendicidad que intenta mantener su estilo de vida), Egoisto (un sujeto que siempre hace el mal a todos los que lo rodean) y Don Rodrigo, una de las primeras creaciones de Pepo (René Rodolfo Ríos Boettiger), el creador de *Condorito*, una armadura medieval animada que habita una casa de la clase alta. Pepo además dibuja una serie llamada *Viborita*, protagonizada por el personaje homónimo, que reproduce fielmente el estilo de las *Chicas*, con un cuadro dibujado en estilo *pin up*, y un chiste basado en la supuesta falta de solidaridad entre mujeres.

En cuanto al estilo de dibujo, se encuentran grandes similitudes entre los dibujantes de ambas publicaciones, un grafismo basado en redondeces y curvas, en el cual la expresión facial de los personajes es fundamental para transmitir el chiste y en donde los fondos, mayormente, son reducidos a su mínima expresión o empleados para contextualizar de la forma más rudimentaria al personaje. Los cuerpos humanos se construyen sobre la figura omnipresente del “mono

humorístico”, el conjunto bocetado de formas geométricas que se emplean para sistematizar y simplificar la práctica y enseñanza del dibujo. Muy probablemente este proceda de la industria animada, especialmente de la estandarización a la que los estudios Disney sometieron a los procedimientos de dibujo con el objetivo de obtener una animación de calidad homogénea.

En general, el mono está basado en círculos que se superponen para componer un cuerpo. A diferencia del aprendizaje del estilo de dibujo realista o “de aventuras”, el estilo “monero” (volveremos a esta palabra más adelante) se caracteriza por emplear la exageración, deuda que el humor gráfico tiene con el mecanismo de la caricatura, para producir cuerpos que no son armoniosos, sino cuyas extremidades son exageradas. Como menciona uno de los manuales más famosos de Argentina, el *Curso de los 12 Famosos Artistas* de la Escuela Panamericana de Arte (1955, p. 124):

el mono clásico tiene como base de su dibujo al círculo, que se repite en todas sus formas. La clave del movimiento consiste en la pérdida del equilibrio y en los giros constantes de la cabeza. [...] Las formas ‘vanguardistas’ del mono se basan en la búsqueda de formas geométricas, y la armonía entre los cuerpos y las líneas curvas y rectas.

Este aprendizaje, reconstruido por Laura Vazquez en *El Oficio de las Viñetas* (2010), se realizaba de distintos modos: por un lado, observando los dibujos de “los grandes maestros” y las prácticas de animación de los estudios de los Estados Unidos, por otro lado, empleándose como aprendiz en el estudio de algún consagrado. Una tercera opción, muy popular, era enrolarse en una academia de dibujo, cuyas publicidades eran prolíficas en las páginas de estas revistas humorísticas. Academias Zier, por dar un ejemplo, publicitaba tanto en *Rico Tipo* como en *Pobre Diablo*. El hecho de que muchos de estos cursos fuesen por correspondencia, además, vuelve factible la hipótesis de que los materiales y, sobre todo, el conocimiento, viajasen trasandinamente.

Hay otro factor que emparenta a *Pobre Diablo* con *Rico Tipo* y es en su presentación del cuerpo femenino. Pero lo que en *Rico Tipo* estaba mediado por la pluma de Divito, que convirtió su habilidad para dibujar mujeres en todo un imperio comercial, en su par chileno directamente se hacía de manera directa: se republicaban fotos de mujeres. Lo que en *Rico Tipo* era estilización, en *Pobre Diablo* era exhibición, y las fotos de mujeres aparecían distribuidas en sus páginas de manera aleatoria, a la forma de recortes que completaban sus páginas. Es en esto donde aparece la “picaresca”, que tan bien ha caracterizado Moisés Hassón (2015). La aparición de imágenes femeninas con sugerencias eróticas en revistas de humor gráfico es algo que caracteriza a las revistas chilenas de humor gráfico.

Asimismo, es interesante notar la caída de la calidad de la revista en sus últimos tiempos: menos páginas, chistes repetidos de número a número (lo cual es una indicación de que no contaban con el presupuesto necesario para pagar nuevas contribuciones), una tendencia creciente a apoyarse en imágenes de mujeres tomadas de revistas estadounidenses. La edición chilena concluyó su publicación con el número 373, la argentina duró hasta el número 553, de octubre de 1956.

En cuanto a *El Pingüino*, esta parece una continuación de *Pobre Diablo*. Y probablemente lo sea, ya que la plantilla de dibujantes, muchos de los personajes, y la editorial (Zig Zag) son idénticas. El primer número sale en agosto de 1956, y se mantiene como revista mensual hasta octubre de ese mismo año (el mes de cierre de *Pobre Diablo* en Argentina), momento en que adopta el formato quincenal que conservará hasta mitades de 1957, cuando se torna semanal. Quizás los primeros números fueron un experimento hasta ver si el formato funcionaba, momento en que la editorial decidió cancelar su filial argentina para concentrar sus esfuerzos en el nuevo producto apuntado directamente al mercado chileno. El formato es idéntico sólo que *El Pingüino* lleva la fragmentación de la propuesta a

Rico Tipo, con lo que se estaba produciendo en Argentina en ese momento. La revista más popular y novedosa era *Tía Vicenta*, fundada y dirigida por Landrú (Juan Carlos Colombres). Esta había prescindido por completo de los personajes repetitivos, de la picaresca femenina y de las secciones fijas, su régimen de colaboradores era absolutamente abierto, y había recuperado la política. Asimismo, *Tía Vicenta* se proponía como una revista de “humor absurdo”, en donde los chistes y el mecanismo del humor procedían de la rotura de lo verosímil y de la aparición de elementos inesperados, más que de una lógica férrea que se repetía chiste a chiste. Finalmente, se enorgullecía de publicar a dibujantes amateurs o cuyo estilo de dibujo no se construía sobre el antes mencionado “mono”, sino que más bien era un desafío a la representación tradicional fundada en formas circulares, privilegiando el trazo libre o las líneas rectas. Por ejemplo: Copi (Raúl Damonte Botana), Faruk (Jorge Palacios), Nowens (Yaco Nowens) o Kalondi (Héctor Compaired). Mientras tanto, *El Pingüino* ofrecía sus páginas a autores más tradicionales de Argentina como Adolfo Mazzone, Pedro Seguí, Rafael Martínez y Alfonso Urtiaga.

En definitiva, Argentina impulsaba una renovación en el humor gráfico que tendría profundas implicaciones a lo largo de las siguientes décadas, a medida que se moviese de las formas claras y distintas promulgadas por un tipo de dibujo deudor de la animación hacia nuevos experimentos gráficos. *El Pingüino*, mientras tanto, se mantuvo como una revista muy exitosa en Chile hasta el año 1969, cuando cerró.

El norte también existe

Llegamos a la última de nuestras publicaciones, *Los Supermachos* de Eduardo del Río (Rius). Esta publicación

tiene importantes diferencias con aquellas tratadas hasta aquí. En primer lugar, es una revista de autor único: su único dibujante es Rius, y no tiene la cualidad de collage o el formato antológico de *Rico Tipo* o *El Pingüino*. En segundo lugar, debemos considerar que su autor siempre fue transparente en cuanto a su inclinación política: miembro del Partido Comunista Mexicano, Rius defendió al socialismo y al comunismo, y muchos de sus dibujos e historias cuentan con un cariz abiertamente político y de denuncia. En tercer lugar, *Los Supermachos* es una historieta. No es una revista de humor gráfico, no está compuesta por tiras o por *gags* de un solo cuadrito realizados por diversos autores. Cada número presenta un conflicto que es resuelto a lo largo de 32 páginas, dibujada exclusivamente por Rius. Esto sin dudas representa un cambio en cuanto a las publicaciones analizadas previamente. Sin embargo, el objetivo de este artículo no es solamente consignar aquello que se mantuvo idéntico sino también observar, en un proceso diacrónico (por ello la periodización extendida), las modificaciones en el estilo humorístico y gráfico, las cuales creo que son genealógicas. Asimismo, es en el estilo y los temas desplegados por Rius donde podemos encontrar un diálogo con lo analizado previamente, aunque con características propias del autor, del país de publicación y de la época. Finalmente, si bien la revista de Rius presenta historietas y no paneles de humor gráfico, no deja de ser una revista humorística.

Los Supermachos cuenta las peripecias de los habitantes de San Garabato de las Tunas, un pequeño pueblo del interior de México, que busca ser una representación en diminuto de los problemas políticos y sociales del México real. Es a través de estos personajes que podemos continuar relevando un humor de tipos, continuando lo visto en *Rico Tipo*, pero en este caso los tipos son sociales, concentran en sí mismos las características de una clase u oficio, más que personajes esquemáticos

obsesionados con una sola faceta de la realidad o incapaces de actuar de manera contraria a sus características primarias. El protagonista es Juan Calzónzin, indígena contestatario e irónico que es, de alguna manera, el avatar del autor en la historieta. Alrededor de él gira el resto de los personajes como Don Perpetuo del Rosal, el Presidente Municipal y una parodia al PRI, y los políticos corruptos del México post-revolucionario; Arsenio, el policía, siempre presto a la represión y dibujado con una fisonomía que recuerda a Adolf Hitler; Don Lucas Estornino, el boticario, la clase media ilustrada y profesional.

Mientras que en *Rico Tipo* se yuxtaponían personajes privados de contexto social y político con columnas y dibujos que reflejaban la Buenos Aires del momento, en un paquete en el cual los diversos elementos de la revista se complementaban, en *Los Supermachos* los caracteres sociales se encuentran puestos al servicio de la narrativa. Coexisten y dialogan, se enfrentan y se cuestionan, el humor procede de la tensión existente entre una imagen caricaturesca y su contraparte real en la sociedad mexicana. Rius, en última instancia, está hablando de las tensiones de poder en una sociedad desigual.



Imagen 3. Tapa de Los Supermachos, 2.

Otro rasgo diferencial es que Rius emplea su revista como “tribuna de doctrina” con una función netamente pedagógica. A partir del número nº 25, de julio de 1966, en donde se reconstruye “la verdadera historia de Adán y Eva (según Calzónzin)”, Rius dedica ejemplares monográficos a diversos temas de actualidad, como los *hippies* o la Guerra de Vietnam. Esta corriente se continuaría en una serie de libros “para principiantes”: *Cuba Para Principiantes*, de 1966, y *Marx Para Principiantes*, de 1972.



Imagen 4. Páginas de Los Supermachos, 65.

A pesar de estas significativas diferencias, podemos encontrar una variedad de conexiones entre *Los Supermachos* y revistas como *Rico Tipo*. En primer lugar, porque el mismo Rius (1995) admitió en la primera de sus autobiografías, *Rius para Principiantes* que:

La única revista de humor que se podía conseguir en México –en español, claro– por esos años era la argentina *Rico Tipo* donde colaboraban Divito, Lino Palacios (sic), César Bruto y Oski, entre otros [...] Oski apareció en el horizonte del humor gráfico armado de un desenfado carcajeante y un dibujo infantil que nos hacía factible dibujar a quienes no sabíamos hacerlo.

Este “dibujo infantil”, además, tenía una raíz común: Saul Steinberg. Tanto Oski como Rius y muchos otros dibujantes de la época (Carlos Garaycochea, Lino Palacio, Landrú, por nombrar solo a unos pocos) reconocen su admiración por el dibujante húngaro. Es el estilo “metahu-

morístico” y cuasi abstracto de Steinberg el que funciona, a partir de los años cincuenta, como horizonte de posibilidad y de liberación del trazo del mono humorístico repetitivo. Esto se entronca con una noción de estilo en donde lo que importa ya no es tanto seguir los preceptos del “buen dibujo” sino tener un estilo único e individual.

Esta relación de admiración se trocaría en amistad a principios de los sesenta. Ya en 1960, cuando Rius llevaba alrededor de cinco años de oficio, la revista mexicana *Claridad* lo contrató para que realice una entrevista al autor argentino. En ella Rius más que entrevistar lo redacta un texto donde recupera algunas de las impresiones del encuentro, y lo acompaña con un dibujo de su propia mano del autor argentino. En esta admiración podemos leer, también, el impacto de la producción cultural argentina en México a lo largo de las décadas del cuarenta y cincuenta, antes de que la industria editorial y cinematográfica mexicana reemplazasen de manera exitosa a la argentina como la más próspera del continente.

El estilo historietístico de Rius también puede leerse en diálogo con el ejemplo de Oski. Ambos comparten, en parte de su producción, una idea pedagógica común, aunque en el caso de Rius su labor divulgativa-informativa es mucho más transparente que en el de Oski, quién solía privilegiar la creación y la experimentación. La mayoría de las tiras de Rius buscan explicar, exponer, sintetizar procesos históricos, políticos y estéticos complejos de manera tal de convertirse en consumo popular. Oski, mientras tanto, empleaba como inspiración materiales diversos, provenientes de la historia del arte y también de las revistas ilustradas del siglo XIX, para llamar la atención sobre el absurdo de las creencias pasadas de los hombres y, también, proponer una síntesis estética e histórica en donde su trazo funcionaba como un igualador y un divulgador.

Sin embargo, el estilo del humor de Rius es mucho más escrito que gráfico. Sus personajes se enredan en largas discusiones acerca de la vida en San Garabato y su dibujo es

sintético, casi a mano alzada, prescindiendo mayormente de fondos, que son suplantados por masas de color uniforme. En esto se puede vincular a Rius con un autor que nos retrotrae a Argentina: su combinación de diálogo y dibujo recuerda mucho a Roberto Fontanarrosa, quién en un texto notable publicado en 1992 y titulado “Cocinando un Inodoro” admitía que:

Nunca compartí la tesitura de algunas viejas páginas humorísticas de jugar todo el efecto de la historia al chiste del último recuadro. [...] Con ese sistema, el remate debía ser formidable para justificar la página. [...] Aprendí, entonces, de los colegas contadores de cuentos: Landriscina, el Sapo Cativa, el Gordo Oviedo, que pueden narrar un chiste muy largo con final discreto, pero este final viene ayudado, aderezado, respaldado, por un montón de pequeños chistes intermedios, dichos, detalles, consideraciones, que van calentando la risa y le evitan al remate cargar con la responsabilidad del fracaso o del éxito del relato. Entonces, hoy por hoy, procuro meter, al menos, un chistecito, una ocurrencia por cuadrado, siempre que no desvíe la atención.

El humor que despliega Rius tiene estas mismas características y esto, probablemente, tenga que ver con la extensión. Mientras que las tiras de *Rico Tipo*, *Pobre Diablo* o *El Pingüino* eran justamente eso, tiras o viñetas, con un espacio muy reducido para “hacer su gracia”, Rius y Fontanarrosa contaban con una longitud más prolongada, en el primer caso una revista entera, en el segundo un par de páginas. Esto les permitía experimentar con la dosificación del humor. Pero, también, habla de la progresiva liberación del humor latinoamericano de la tiranía de la tira, formato que seguirá existiendo pero que perderá centralidad a partir de los años sesenta en revistas de humor gráfico para dar paso a otras estructuras en donde la asociación libre, los juegos de palabras, la exploración sociológica y el componente político se despliegan de forma más prolongada.

Para concluir, se pudo observar la aparición de material argentino en las revistas chilenas, y también la participación de artistas chilenos en *Rico Tipo*. Esto apunta a un mercado bastante integrado entre estos países vecinos, en donde las revistas de humor gráfico competían por los lectores y por los autores. Esto también se comprueba en las iracundas palabras que *Rico Tipo* le dedicó a *Pobre Diablo*, su par chilena.

En cuanto a Rius y sus *Supermachos*, la conexión se estableció a través del reconocimiento del autor acerca de la influencia de los dibujantes de *Rico Tipo* en su estilo, especialmente Oski. Esto también apunta a la exitosa exportación de material gráfico por parte de la industria editorial argentina en general y de la empresa de Divito en particular, que contaba con distribución en toda América Latina. También considero que los estereotipos humorísticos que Rius desplegaba en su revista funcionaban como una versión más compleja, incorporando lo social y lo político, de los personajes esquemáticos aparecidos en *Rico Tipo*, *Pobre Diablo* y *El Pingüino*.

La difusión de un determinado tipo de dibujo se observa a través de la gran cantidad de academias y talleres que publicitaban en *Rico Tipo*, invitando a los lectores a sumarse a la lucrativa profesión de dibujante. En los manuales y materiales de enseñanza del dibujo que recuperé se privilegiaba el dibujo humorístico a partir de “monos”, personajes esquematizados y contruidos en base a formas geométricas. Estos manuales contraponían el “mono” tradicional, basado en círculos, con el “mono” moderno, contruido sobre formas triangulares o rectangulares de líneas rectas. Este estilo de dibujo comenzaría a eclipsarse a partir de la segunda mitad de los años 1950s debido, en parte, a la influencia de Saul Steinberg.

Por último, las temáticas se comprueban similares, a lo largo de los años cincuenta en las revistas argentinas y chilenas: la ciudad, la clase media, el transporte, las mujeres, los personajes esquemáticos y repetitivos. Yuxtaponiendo

esto a Rius y sus *Supermachos*, en esta serie algunas de estas temáticas se entremezclan con nuevos contenidos políticos y sociales que tienen su antecedente en Argentina con la aparición de revistas como *Tía Vicenta* a finales de la misma década.

En definitiva, en este primer trabajo trazando la red del humor gráfico latinoamericano logré establecer algunos vínculos estéticos, temáticos y económicos entre tres países latinoamericanos, tomando a Argentina como punto nodal. Sin embargo, aún queda mucho por hacer: es menester un trabajo que trace el origen y diseminación del mono humorístico en mayor profundidad; esta misma operación debería ser emprendida con algunos estereotipos sociales presentes de forma continua en el humor gráfico latinoamericano. Asimismo, es preciso incorporar una mayor variedad de países para constatar que estos fenómenos tenían un carácter verdaderamente continental. Sin embargo, esta primera aproximación parecería señalar no sólo los latinoamericanos hemos compartido los motivos y tropos que nos hacen reír sino también que los dibujantes han tendido a la construcción de redes sobre la base de lazos profesionales, pero también sobre la amistad y la admiración mutua.

Bibliografía

- Adamovsky, E. (2015). *Historia de la clase media argentina: Apogeo y decadencia de una ilusión, 1919-2003*. Buenos Aires: Planeta.
- Álvarez Junco, M. (2016). *El humor gráfico y su mecanismo transgresor*. Madrid: Machado Grupo de Distribución.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

- Bergson, H. (2003). *Laughter: An Essay on the Meaning of the Comic*. Project Gutenberg. Disponible en: <http://www.gutenberg.org/ebooks/4352>.
- Coma, J. (Ed.). (1982). *Historia de los comics*. Barcelona: Toutain.
- Dorfman, A., & Mattelart, A. (2007). *Para leer al pato Donald*. México D.F.: Siglo XXI.
- Fontanarrosa, R. (1992, junio 11). Cocinando un Inodoro. *Clarín*.
- Freud, S., & Strachey, J. (1989). *Jokes and their relation to the unconscious*. Nueva York: Norton.
- Gandolfo, A. & Turnes, P. (2019). Fresh off the Boat and Off to the Presses: The Origins of Argentine Comics between the United States and Europe (1907–1945). *European Comic Art*, 12(2), 45–76. Disponible en: <https://doi.org/10.3167/eca.2019.120204>.
- Hassón, M. (2015). *Pin-Up: Comics Picarescos en Chile*. Santiago: NautaColecciones.
- Jay, P. (2010). *Global matters: The transnational turn in literary studies*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Lima Gomes, I. (2018). *Os novos homens do amanhã: Projetos e disputa em torno dos quadrinhos na América Latina (Brasil e Chile, anos 1960-1970)*. Curitiba: Prismas.
- Luna, F. (5-2001). La razzia de Visca. *Todo es Historia*, 406, 18-19.
- Masotta, O. (1970). *La historieta en el mundo moderno*. Buenos Aires: Paidós.
- Moya, A. de (1986). *História da história em quadrinhos*. Porto Alegre: L&PM Ediciones.
- Rius (1995). Rius para principiantes: 40 años de monigotes. México D.F.: Grijalbo.
- Rivera, J. B. (1985). Historia del humor gráfico argentino. En Ford, A.; Rivera, J. B. & Romano, E. (Eds.). *Medios de Comunicación y Cultura Popular* (pp. 106-140). Buenos Aires: Legasa.
- Rojas Flores, J. (2016). *Las historietas en Chile 1962-1982: Industria, ideología y prácticas sociales*. Santiago: LOM.

- Stein, D., Etter, L., & Chaney, M. (2018). Transnational Graphic Narrative. A Special Symposium. *International Journal of Comic Art*, 20(1), 4–16.
- Trillo, C., & Bróccoli, A. (1972). *El Humor Gráfico*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Trillo, C., & Saccomanno, G. (1980). *Historia de la historieta argentina*. Buenos Aires: Ediciones Record.
- Varios. (1955). *12 Famosos Artistas*. Buenos Aires: Escuela Panamericana de Arte.
- Vazquez, L. (2010). *El Oficio de las Viñetas. La industria de la historia argentina*. Buenos Aires: Paidós.

Los autores

Aíta, Lucía

Profesora en Ciencias Antropológicas por la Universidad de Buenos Aires (UBA). Becaria doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Candidata a Doctora en Ciencias Sociales, Facultad de Ciencias Sociales (FSOC, UBA). Investigadora del Grupo de Estudios de Cultura, Medios y Sociedad de América Latina (GECUMESAL). Autora del artículo “Innovación y formación democrática en la revista infantil HUMÍ (Argentina, 1982-1984)” en *Dibujos que hablan. Textos 2017-2018* (Universidad de Santiago de Chile, 2019).

Alonso, Paul

Doctor en Periodismo por la Universidad de Texas. Magíster en Periodismo y Estudios Latinoamericanos por la Universidad de Texas, licenciado en Literatura y Lingüística en la Pontificia Universidad Católica de Perú. Profesor asociado en la Escuela de Lenguas en Georgia Tech, Estados Unidos. Autor de *Satiric TV in the Americas: Critical Metacommentary as Negotiated Dissent* (Oxford University Press, 2018).

Aragão, Octavio Carvalho

Diseñador Gráfico por la Universidad Federal de Río de Janeiro (UFRJ). Profesor del Programa de Posgraduación em Medios Creativos y Professor Adjunto en la Escuela de Comunicación, UFRJ.

Avilano, Mariana

Profesora y licenciada en Letras por la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (UNLZ) y Master of Arts in Crossways in Cultural Narratives por la Universidad de Santiago de Compostela, Universidad de San Andrés y Université de Perpignan Via Domitia.

Burkart, Mara

Socióloga. Doctora en Ciencias Sociales por la UBA, magíster en Sociología de la Cultura y Análisis cultural por el Instituto de Altos Estudios Sociales, Universidad Nacional de San Martín (IDAES-UNSAM). Investigadora del CONICET. Coordinadora del GECUMESAL. Profesora de Historia Social Latinoamericana (FSOC, UBA). Autora de *De Satiricón a HUM(R): Risa, cultura y política en los años setenta* (Miño & Dávila, 2017).

Carlón, Mario

Doctor en Ciencias Sociales (UBA) y licenciado en Historia del Arte por la Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Profesor Titular de Semiótica de Redes (UBA), fue presidente de la Asociación de Estudios de Cine y Audiovisual (ASAECA). Entre otros libros ha publicado *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* (junto a Carlos A. Scolari), *O fim da televisão* (junto a Yvana Fachine), *Las políticas de los internautas* (junto a Antônio Fausto Neto) y *Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada* (2020).

Casanova, Florencia

Especialista en Enseñanza de la Lengua y la Literatura por la Universidad Pedagógica Nacional (UNIPE), y licenciada y profesora en Letras por la Universidad de Buenos Aires. Se desempeña como profesora en institutos de formación

docente y ha participado de proyectos de investigación vinculados al humor y la comicidad en el Instituto de Artes del Espectáculo, Facultad de Filosofía y Letras (FFyL-UBA) y en la UNIPE. Sus principales trabajos publicados son: “Animal literario. Las huellas de la literatura en la revista *4 patas*” (2017) y “Claroscuro del humor: las colaboraciones de Rodolfo Walsh en el suplemento *Gregorio*” (2018).

Cilento, Laura

Doctora en Letras (UBA) y profesora en Letras (UNLZ). Dicta Teoría y Crítica literaria I y II en el Profesorado Universitario en Letras (UNSAM) y Problemas de historia literaria y cultural, Estéticas de la imagen y de la performance y Literaturas marginalizadas en la carrera de Letras (UNIPE). Es investigadora del Instituto de Artes del Espectáculo (FFyL, UBA), donde coordina el Programa de Investigación en Historia de las Ciencias de las Artes del Espectáculo. Co-dirige junto a Oscar Conde la colección Autor/Fecha en UNIPE: editorial.

Consuegra Sanfiel, Alberto

Licenciado en Historia y Máster en Historia Contemporánea por la Universidad de La Habana, Cuba, Doctor en Historia (UBA). Becario Posdoctoral en el Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (IdIHCS), UNLP-Conicet; investigador del Grupo de Estudios sobre Centroamérica, Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe (UBA).

Fidanza, Fabio

Licenciado y Profesor en Artes con orientación en Artes Combinadas (UBA). Publicó artículos en libros y revistas especializadas. Actualmente es docente de nivel medio y becario doctoral de la UBA.

Fraticelli, Damián

Doctor en Ciencias Sociales y licenciado en Ciencias de la Comunicación (FSOC-UBA). Profesor de Semiótica de Redes en la carrera de Ciencias de la Comunicación (FSOC-UBA), Semiótica General y Semiótica y Teorías de la Comunicación en las carreras de Crítica, Curaduría y Artes de la Escritura en la Universidad Nacional de Artes (UNA). Autor de *El ocaso triunfal de los programas cómicos. De Viendo a Biondi a Peter Capusotto y sus videos* (2019, Teseo).

Gandolfo, Amadeo

Licenciado en Historia por la Universidad Nacional de Tucumán (UNT) y doctor en Ciencias Sociales (UBA). Docente de la carrera de sociología (UBA) y en el nivel medio. Editor de la revista digital de crítica de comic *Kamandi* (www.revistakamandi.com).

Gómez, Diana

Magíster en Análisis del Discurso por la UBA e historiadora por la Universidad Nacional de Colombia. Becaria doctoral CONICET. Docente del Taller de Lectura y Escritura y del Taller de Escritura y Argumentación en la Universidad Nacional de José C. Paz. Coordinadora de *Trenzar Memorias, Red de Memoria y Cultura en América Latina y el Caribe* e integra el GECUMESAL. Coautora con Ana Pedrazzini de “La construcción de un ethos satírico compuesto y dinámico en la figura presidencial Álvaro Uribe Vélez en la caricatura de Matador” (*Anagramas*, 17 (34), 2019).

Hernández Riquelme, Lilian

Periodista, licenciada en Comunicación Social, Universidad de La Frontera, Temuca, Chile. Ayudante de Electivo de Formación General *Humor en Equipo* a cargo de la Docente

Karina Santos Lara. Encargada de comunicaciones Fundación jaÜja Centro de Estudios Humorísticos, Temuco Chile.

Kirchheimer, Mónica

Doctora en Ciencias Sociales (UBA), licenciada en Ciencias de la Comunicación (FSOC, UBA). Profesora de Semiótica en la carrera de Ciencias de la Comunicación (UBA) y en las carreras de Crítica, Curaduría y Artes de la Escritura en la UNA. Dicta seminarios de posgrado en la UNSAM y en la UNA. Su área de investigación es la narrativa audiovisual, en particular la animada. Ha compilado *Animación. Encuentros de lenguajes, géneros, figuras* (Imago Mundi, Buenos Aires).

Palacios, Cristián

Doctor en Lingüística, licenciado y profesor en Letras (FFyL-UBA), investigador del Instituto de Lingüística de la UBA e investigador del CONICET. Ha publicado *El discurso humorístico. Aproximaciones al estudio del humor y lo cómico* y fue compilador *Discurso, memoria, identidad. Intervenciones sobre el fenómeno de la Violencia* junto a Pablo Von Stecher. Autor de *Hacia una teoría del Teatro para Niños. Sobre los hombros de gigantes* (2017) por el cual recibió los premios a los libros de investigación de ATINA y la fundación ALIJA-IBBY.

Pires, Maria Conceição Francisca

Doctora en Historia, proferosa del Programa de posgrado y del Departamento de Historia de la Universidad Federal del Estado de Río de Janeiro (UNIRIO). Coordinadora del Proyecto Mujeres humoristas en el Brasil: humor gráfico y protagonismo femenino (UNIRIO). Autora del libro *Cultura e política entre Fradins, Zeferinos, Graúnas e Orelanas* (Annablume, 2010).

Samaja, Juan Alfonso

Especialista en Metodología de la Investigación Científica, Universidad Nacional de Lanús (UNLa). Licenciado en Artes (FFyL, UBA). Investigador en el campo de la Semiótica Narrativa en el Centro de Proyecto, Diseño y Desarrollo, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, UBA. Profesor en nivel de posgrado de Metodología de la Investigación en la Universidad Nacional del Norte de Buenos Aires, Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMdP), Universidad Nacional de Misiones; profesor de grado de Introducción al Pensamiento Científico, Epistemología, Historia del Arte e Historia de los Medios (UBA, Universidad Nacional de Rosario, Universidad de Belgrano, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales). Autor de *La estructura subversiva de la comedia. Análisis de los componentes formales del género cinematográfico pre-institucional (1902-1916)* (2010, Centro de Estudios sobre Cinematografía, SAI).

Santos Lara, Karina

Candidata a Doctora en Ciencias Humanas mención Discurso y Cultura, Universidad Austral de Chile, becaria de la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica. Magíster en Ciencias de la Comunicación. Docente (de electivos de humor) en Universidad de La Frontera, Temuco, Chile. Fundadora y Directora Ejecutiva de Fundación jaÜja, Centro de Estudios Humorísticos. Secretaria Ejecutiva de la Sociedad Internacional de Estudios del Humor Luso-Hispano. Cofundadora y coordinadora Ejecutiva de la Red de Investigación y Estudios del Humor, RIEH, Chile.

Steimberg, Oscar

Profesor emérito por la Universidad de Buenos Aires. Presidió la Asociación Argentina de Semiótica. Miembro de honor de la Asociación Mexicana de Semiótica Visual. Director de Posgrado en el Área Transdepartamental de

Crítica de Artes de la UNA. Fue vicepresidente de la Asociación Internacional de Semiótica Visual. Integra la comisión de postdoctorado de la Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Entre sus libros de ensayo e investigación se cuentan *Estilo de época y comunicación mediática*, *El volver de las imágenes* (con Oscar Traversa y Marita Soto), *El pretexto del sueño*, *Semióticas: Las semióticas de los géneros, de los estilos, de la transposición y Leyendo historietas Textos sobre relatos visuales y humor gráfico*.

Suárez, Bernardo

Magister en Análisis del Discurso por FFyL, UBA. Profesor en las asignaturas Semiología (CBC-UBA) y Semiótica de los Medios II (FSOC, UBA). Dicta el seminario Análisis del Discurso humorístico en la Maestría en Análisis del Discurso (FFyL, UBA). Realiza actividades de investigación en el Instituto de Artes del Espectáculo (FFyL, UBA) sobre temáticas vinculadas con el humor y lo cómico. Autor de *Discurso humorístico. Una mirada desde la Polifonía enunciativa a los textos de Les Luthiers* (EUDEBA, 2013).

Várnagy, Tomás

Doctor en Ciencias Sociales (UBA), profesor titular de Teoría Política I y II de la carrera de Ciencia Política (FSOC, UBA). Publicaciones relacionadas: (1) *Trumpismos: dichos y caricaturas de Donald Trump*. Edición bilingüe: *Trumpisms: Quotes and Cartoons of Donald Trump*. 2018, puede verse en <https://tomasvarnagy.wordpress.com/> (2) *“Proletarios de todos los países... ¡Perdonadnos!” o sobre el humor político clandestino en los regímenes de tipo soviético y el papel deslegitimador del chiste en Europa central y oriental (1917-1991)* (EUDEBA, 2016); también editado en Madrid: Clave Intelectual. (3) *Caricaturas, afiches y humor político* (Saarbrücken, Alemania: Lap Lambert/Editorial Académica Española, 2011).

Vicente, Martín Alejandro

Doctor en Ciencias Sociales por FSOC, UBA, magister en Ciencia Política por el IDAES (UNSAM), licenciado en Comunicación Social por la Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social, Universidad del Salvador. Investigador del CONICET con sede en el Instituto de Geografía, Historia y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires y docente en la Facultad de Humanidades de la UNMdP. Coordina la Red de Estudios Interdisciplinarios sobre Derechas (REIDER). Autor de *De la refundación al ocaso. Los intelectuales liberal-conservadores durante la última dictadura* (UNLP-UNGS-UNaM, 2015).

