



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Los inicios de la revista Satiricón (noviembre de 1972 - abril de 1973): reflexiones acerca de las relaciones entre el humor gráfico y la cultura cómica popular

Autores (en el caso de tesis y directores):

Emilio Andrés Pérez

Laura Vanesa Vázquez, tutora

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2012

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR





UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TESINA DE GRADO

LOS INICIOS DE LA REVISTA SATIRICÓN
(NOVIEMBRE DE 1972 - ABRIL DE 1973)

REFLEXIONES ACERCA DE LAS RELACIONES ENTRE EL
HUMOR GRÁFICO Y LA CULTURA CÓMICA POPULAR

ALUMNO: EMILIO ANDRÉS PÉREZ (DNI: 28.168.343 –
emi_a_perez@hotmail.com)

TUTORA: DRA. LAURA VANESA VAZQUEZ

ÍNDICE

1 – INTRODUCCIÓN

1.1 - RASGOS COMUNES ENTRE ‘HUMOR’, ‘COMEDIA’ Y ‘HUMOR GRÁFICO’

1.2 - REVISTAS DE HUMOR GRÁFICO ARGENTINAS ANTECEDENTES DE SATIRICÓN

1.3 – HIPÓTESIS: RELACIONES ENTRE EL HUMOR GRÁFICO Y LA CULTURA CÓMICA POPULAR

1.4 – DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CONTENIDO DE *SATIRICÓN* Y PROYECTO DE DESARROLLO DE LA HIPÓTESIS

2 - EL HUMORISTA EN LA REVISTA *SATIRICÓN*

2.1 - SECCIONES SUMARIO Y STAFF

2.2 – LA PRESENTACIÓN DE LOS AUTORES

2.3 - LA MÁSCARA DE LA CULTURA CÓMICA POPULAR Y EL USO DE SEUDÓNIMOS E IMÁGENES DE LOS HUMORISTAS EN *SATIRICÓN*

2.4 – AUTOREFERENCIAS HUMORÍSTICAS

3 - LENGUAJES UTILIZADOS EN LAS INTERVENCIONES HUMORÍSTICAS

3.1 – LA ESCRITURA Y LA IMAGEN

3.2 – REPRESENTACIONES DE ORALIDADES POPULARES Y AJENAS

3.2.1 - EL CASO DE CÉSAR BRUTO

3.2.2 - OTRAS VOCES “OTRAS”

3.2.3 - VOCES Y GESTOS POPULARES NO IDENTIFICABLES

3.3 – USO DEL LENGUAJE PUBLICITARIO EN EL HUMOR DE *SATIRICÓN*

4 – CRÍTICAS A LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

4.1 - PROGRAMAS DE ENTREVISTAS Y PERIODÍSTICOS

4.2 – TELENOVLEAS

4.3 – STAR SYSTEM

4.4 - COSTUMBRES QUE RIGEN A LA EMISIÓN Y RECEPCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES

4.5 –LEGITIMACIÓN DE LA CULTURA DE MASAS

5 – EL DISCURSO DE LA MODERNIZACIÓN

6 - REPRESENTACIONES DEL CUERPO Y DE ACCIONES DE LA CORPORALIDAD

6.1 – EL CUERPO FEMENINO

6.2 – EL CUERPO MASCULINO

6.3 – SEXUALIDAD Y NECESIDADES FISIOLÓGICAS

6.4 – LA ANIMALIDAD Y CUERPOS TRANSMUTADOS

6.5 – EL DISCIPLINAMIENTO DEL CUERPO

7 - REPRESENTACIONES DE FIGURAS DE AUTORIDAD Y SUCESOS CONSIDERADOS SERIOS

7.1 – REPRESENTACIONES DEL SISTEMA POLÍTICO DEMOCRÁTICO

7.2 – REPRESENTACIONES DE LA CONFLICTIVIDAD SOCIAL

7.3 – REPRESENTACIONES DE LÍDERES POLÍTICOS Y SUS PROPUESTAS ELECTORALES

7.4 – REPRESENTACIONES DE LA FIGURA DE PERÓN

8 – A MODO DE CONCLUSIÓN

9 – BIBLIOGRAFÍA

1 - INTRODUCCIÓN:

El presente trabajo tratará sobre el humor gráfico tomando como referencia los seis primeros números de la revista *Satiricón* (de noviembre de 1972 a abril de 1973). A partir del análisis de los primeros números de esa publicación, nos preguntaremos acerca de su proyecto editorial, sus características y sus objetivos más importantes. Consideramos que, por su extensión, el recorte de dicho objeto de estudio es el adecuado para esta instancia de investigación. Además, la selección del objeto que analizaremos resulta pertinente porque en el período en que aparecieron estos números ocurrieron sucesos trascendentes para la historia nacional.

Consideramos que el humor gráfico es un género de entretenimiento que se concreta en diversos productos de la industria cultural, cuyo consumo consistió en una de las prácticas de diversión masiva propias del s. XX. En este trabajo se intentará buscar puntos en común y diferencias entre el humor gráfico y las prácticas de diversión más antiguas de la cultura cómica de las clases populares. Se entenderá a esas formas de diversión no como una mera práctica ociosa, sino como una manera de construir y reafirmar una identidad social y de resistir a los embates culturales que propician las clases dominantes.

Entendemos que a partir de la industrialización de la cultura, algunas tradiciones antiguas de diversión popular perdieron gran parte de sus características y sus fines anteriores y se plasmaron en productos comerciales insertos en el mercado editorial y en el contexto económico, social y político del s. XX. En ese sentido, se establecerán puntos de semejanza y diferencia entre el humor gráfico y las manifestaciones de la cultura cómica popular antigua, al modo que la describió Bajtin. Dicho autor sostiene que los ritos y espectáculos cómicos de la antigüedad, entre ellos el del carnaval, “ofrecían una versión del

mundo, del hombre y de las relaciones humanas totalmente diferente, deliberadamente no-oficial, exterior a la Iglesia y al Estado; parecían haber construido al lado del mundo oficial, un segundo mundo y una segunda vida a la que los hombres de la Edad Media pertenecían en una proporción mayor o menor y en la que vivían en fechas determinadas. Esto creaba una especie de dualidad del mundo” (Bajtin, 1987: 11). Siguiendo a Bajtin, se puede entender al humor gráfico de la actualidad como una forma de diversión masiva que brinda al lector un regocijo de tipo carnavalesco limitado, que encarna la idea del carnaval en una forma menos plena y menos pura, pero en el que aún subsiste la idea de la huida provisional de los moldes de la vida ordinaria.

También, a través del caso de la revista *Satiricón*, analizaremos el papel que el humor gráfico argentino jugó durante el proceso histórico que se produce en el período de referencia, considerando que no es casual que la aparición de una revista de humor como *Satiricón* suceda en un período al que puede caracterizarse como de transición entre el fin de la dictadura autodenominada “Revolución Argentina” y la reapertura democrático-electoral, sin la proscripción total del peronismo a nivel nacional.

En este trabajo también intentaremos aportar a la reconstrucción de las circunstancias históricas del período, concentrándonos en la manera en que estuvo comprometida con él la revista *Satiricón*, en tanto actor social y político. Articulando los contenidos de la revista con los contextos y tramas culturales en las que estuvo inserta durante el período de referencia, procuraremos verificar cuál fue la forma en que la publicación se posicionó frente a las formas de control que intentó aplicar la “Revolución Argentina”.

El corpus analizado en este trabajo está compuesto por un total de 668 fotografías digitales, que fueron tomadas de la colección de la Hemeroteca de la Biblioteca Nacional,

lugar que he visitado en varias oportunidades a lo largo de este proceso de investigación. Los contenidos de dichas imágenes fueron luego descriptos de manera minuciosa tratando de abarcar la mayor cantidad de aspectos que sean útiles para el análisis. Para su total comprensión, la lectura de esta tesina requiere la visualización en paralelo de las imágenes contenidas en el CD que se entrega como anexo. En dicho disco se encontrarán seis carpetas, cuyos contenidos son las fotos completas de cada uno de los números analizados. Por razones de espacio, se han insertado en el escrito solamente algunas de las imágenes que se mencionan. Las mismas se encuentran recortadas, pero pueden ser re-contextualizadas por el lector hallándolas en las publicaciones que se hallan en el anexo. Para ello se han incluido en el texto referencias que detallan el número de ejemplar y nombre de la foto que corresponde a los contenidos de la revista que no pudieron ser incorporados como imagen.

1.1 - RASGOS COMUNES ENTRE ‘HUMOR’, ‘COMEDIA’ Y ‘HUMOR GRÁFICO’

Antes de iniciar el desarrollo del tema que trata esta tesina, consideramos necesario realizar una definición de ‘humor gráfico’, la cual creemos que puede construirse a partir de dos términos: “humor” y “comedia”.

Para definir a estos dos términos usaremos como fuentes a las escasas teorizaciones desarrolladas por Aristóteles acerca de la ‘comedia’ en su obra *La Poética* (s.f.); y para el concepto de ‘humor’ usaremos los argumentos vertidos por Freud en sus artículos *El chiste y su relación con el inconsciente* (1905) y *El humor* (1927).

Aristóteles sitúa a la comedia como una de las prácticas de diversión popular más antiguas, que al igual que la tragedia nació de las fiestas dionisiacas. La comedia consiste en una “representación de una acción de enredo con desenlace festivo y placentero, cuyo

objetivo puede identificarse con el de corregir las costumbres mostrando los vicios extravagancias o errores del hombre.” El término ‘comedia’ proviene ‘comoe’, que significa ‘aldea’. Según Aristóteles, los comediantes extrajeron su nombre del traslado permanente de aldea en aldea, ya que estaban constreñidos a deambular por fuera de la ciudad porque solían carecer del aprecio de las autoridades (s.f. : 26).

En *La Poética* Aristóteles hace referencia a la comedia de manera muy escueta, perfila el carácter inferior del género y lo vincula a las prácticas populares y poco elevadas. Dice que las etapas primigenias de la comedia son desconocidas y que no se sabe quién le asignó los elementos formales que la caracterizan. Entre los datos que se recogen en la obra de Aristóteles sobre la comedia, por contraste con la tragedia, figura que la comedia muestra acciones de seres inferiores, recortados a la medida del hombre común.

Aristóteles desarrolla a propósito de la tragedia una teoría de la catarsis. Este fenómeno, que la tragedia lograba producir en el espectador, es definido como la “purificación de las pasiones” o “purgación de las afecciones”. El autor emplea el término ‘catarsis’ en sentido fisiológico, lo relaciona con los humores pecantes, de los que se creía que provocaban la enfermedad y cuya eliminación se producía a través del arte o la naturaleza. Mediante la catarsis, la tragedia permitía desterrar del alma del espectador ciertos estados de ánimo. Puede especularse que la comedia también se orientaba hacia fines similares a través de medios distintos.

La Poética caracteriza a la comedia por su tendencia a representar a sus agentes como peores de los que son sus referentes reales, o como exageración de sus defectos hasta el punto de ridiculizar al hombre; los personajes de parodias se hallaban en un nivel inferior con respecto a los personajes más elevados de la tragedia y también con respecto al público

espectador. Eso permitiría un distanciamiento con respecto a lo representado y en ello se fundaría el goce producido por la comedia (s.f. : 32).

En el capítulo IV de esta obra se afirma que los poetas de carácter elevado son los que representan acciones nobles y los de espíritu inferior representaron las acciones viles. Éstos producían invectivas, discursos violentos contra personas o cosas. Aristóteles también define a lo ridículo como un error o deformidad que no produce dolor ni daño a otros, esas características las encuentra en un elemento utilizado en las representaciones cómicas, la máscara, que provoca risa y es algo feo o distorsionado pero que no causa dolor (s.f. : 28).

Según Freud, el chiste y lo cómico tienen rasgos liberadores. Hacer un chiste sobre una situación problemática es una manera de no dejarse afectar por ella. Quien toma la actitud humorística se vuelve invulnerable frente a la realidad y quien contempla dicha actitud disfruta del placer que genera ese estado de invulnerabilidad. Para el humorista cualquier realidad se puede considerar como una fuente de placer. El humorista despierta su rebeldía contra las posibilidades de sufrimiento provocadas por las circunstancias adversas y considera como menores a los problemas que la realidad presenta (Freud, 1927: 2998) y quien lo contempla disfruta de esa manera ambivalente de descubrir al mundo que le es presentada. Freud entiende al humor como una forma digna de búsqueda de placer, en cambio, afirma que el chiste basa su búsqueda de placer en la agresión. El autor destaca que el elemento principal del humor es la intensión de llevar al yo a un lugar de superioridad e invulnerabilidad (1927: 3000).

Según nuestra perspectiva, el lector de las revistas de humor gráfico es partícipe del placer que ella le causa. La actitud humorística, plasmada en sus producciones proporciona placer tanto a quien la adopta como a quien la contempla sin participar de ella. El lector de una publicación de humor gráfico espera que el material contenido en su interior produzca

en él algún efecto, que se producirá a partir de las situaciones y acciones mostradas y narradas, pero que él debe evocar en sí mismo. En este sentido, el efecto humorístico es construido mutuamente por el autor y el lector.

La principal técnica expresiva del chiste consiste en la abreviación, es decir la expresión de más de una idea en una misma palabra. También Freud ha llamado a este proceso ‘condensación’. Esta abreviación puede dar lugar a un uso ambiguo de las palabras que se vuelve comprensible en el contexto en que se las ubica (Freud, 1905: 21). El chiste no tiene pretensiones de verdad, no se preocupa por comunicar un contenido correcto, sino que establece una relación cómoda entre dos o más términos debido a su afinidad fónica, lingüística o gráfica. Lo que produce el efecto humorístico es la inserción de la palabra en un contexto nuevo, que inmediatamente cobra un sentido comprensible. El goce que experimenta quien contempla la situación humorística surge de darse cuenta de ese significado nuevo y de compartirlo con quien lo produjo.

Las características de la “comedia” y el “humor” que se detallaron anteriormente se pueden encontrar en contenidos incluidos en los seis primeros números de la revista *Satiricón*. Estas características comunes son:

- la mostración de acciones de enredo protagonizadas por seres inferiores, o por seres jerarquizados dentro de la sociedad pero caracterizados a la medida del hombre común;
- el desenlace festivo y placentero de dichas acciones, aunque en algunos casos también puede ser reflexivo o ser la demostración de una carencia o error;
- la finalidad de la obra, que puede identificarse con el de corregir ciertas costumbres o mostrar situaciones cuestionables o injustas;
- la falta de aprecio de parte de las autoridades hacia quienes ejecutaban acciones humorísticas a través de este medio gráfico;

- el carácter inferior del género con respecto a otro tipo de publicaciones;
- la representación de personajes con características que son peores que las de sus referentes reales, mediante la exageración de sus defectos hasta el punto de ridiculizarlos;
- el distanciamiento con respecto a lo representado, que funcionaría como fundamento del goce producido en el lector;
- la presencia de invectivas o discursos violentos contra personas o cosas, pero también la presencia de lo ridículo, la deformidad y lo distorsionado pero que no produce dolor ni daño a otros;
- la intención liberadora o la pretensión de adquirir cierta invulnerabilidad frente a situaciones problemáticas de la realidad y la consideración de una gran diversidad de temáticas como fuentes de placer;
- la presencia de procesos de ‘condensación’ mediante el uso ambiguo de las palabras y de diversos signos visuales,
- la no pretensión de verdad o de comunicar un contenido correcto u objetivo.

Consideramos que estas son las características generales que el humor gráfico comparte con otras formas de humor, tanto las de la cultura cómica de la antigüedad como las manifestaciones de humor de la modernidad, ya sean estas mediáticas, artísticas o cotidianas. A lo largo del presente trabajo indagaremos en los aspectos específicos del humor gráfico en los primeros seis números de la revista *Satiricón*.

1.2 - REVISTAS DE HUMOR GRÁFICO ARGENTINAS ANTECEDENTES DE SATIRICÓN

En principio, es pertinente detallar que el género humor gráfico se materializa en la actualidad en una gran variedad de dispositivos. Sin embargo, el formato que nos interesa indagar en este trabajo es el de revista de publicación periódica. Durante el siglo XX surgieron una gran cantidad de revistas específicamente humorísticas o bien otras que incluían intervenciones humorísticas entre distintos tipos de contenidos. A continuación detallaremos cuáles fueron las publicaciones más importantes que antecedieron a *Satiricón* y las que convivieron con ella durante la época que nos toca analizar.

Don Quijote, *El Mosquito* y *Caras y Caretas* fueron las primeras revistas que impulsaron la inclusión del humor en el periodismo argentino mediante sus caricaturas políticas (Matallana, 1999: 42 y 56). El período de máximo éxito de las publicaciones de humor gráfico transcurrió entre 1940 y 1950 y las revistas referentes de esa época de esplendor fueron *Patoruzú*, *Rayo Rojo*, *Rico Tipo* y *Avivato*.

Desde la caída de su gobierno en el año 1955 y con el aval de las nuevas autoridades militares, Perón se convirtió en el referente favorito para la producción de humoristas y caricaturistas. El comentario político, sobre todo contrario al régimen anterior, resurgió en las publicaciones humorísticas ya existentes como *Popurrí* y *Avivato*, pero también poco tiempo después del golpe surgieron nuevas publicaciones como *Pocholandia* (cuyo nombre era una burla al presidente depuesto) y *Fígaro* (Siulnas, 1987).

La decadencia del género que siguió a ese período se debió a varios factores, sobre todo a la aparición de la televisión en los años '60 como medio central de la industria del entretenimiento, y a la importación de revistas de historietas provenientes de México, que tenían mayor calidad de impresión y menor costo que las nacionales. La TV modificó las pretensiones de los lectores, así surgieron ediciones que incluían aventuras cómicas completas, las cuales eran un negocio más rentable, como las de la Editorial Dante Qinterno

(*Las grandes andanzas del indio Paturuzú, Locuras de Isidoro y Correrías de un pequeño gran cacique –Patoruzito-*), las de Editorial Mazzone o Ediciones Torino, entre otras.

Una de las figuras más trascendentes del humorismo gráfico de la época fue Juan Carlos Colombres, conocido como Landrú, quien se popularizó como dibujante y escritor humorístico en la revista *Vea y Lea*. El 13 de agosto de 1957 apareció su propia revista, *Tía Vicenta*, la cual se transformaría en el máximo referente del humorismo gráfico durante la década del '60. Landrú entendía al humor no como una militancia política sino como una actividad cuyo fin exclusivo era hacer reír. *Tía Vicenta* se caracterizaba por un humor absurdo, crítico y bastante ácido, también solía reírse de otros medios de comunicación al parodiar las características gráficas de distintas ediciones periodísticas serias de la época. La relación de *Tía Vicenta* con la política tuvo varios episodios accidentados. En abril de 1960 un grupo de colaboradores se alejó de ella por diferencias ideológicas y políticas generadas a partir de la posición que Landrú adoptó frente a la Revolución Cubana. Sus trabajadores lo acusaron de pro yanqui y anticastrista. La política retomó un lugar central para el humor gráfico a partir de las elecciones para gobernadores y legisladores provinciales del año 1962, debido a que el triunfo del justicialismo desató una crisis institucional que llevó al derrocamiento del presidente Frondizi. El siguiente presidente argentino electo bajo la restricción del peronismo fue Arturo Illia, quien era satirizado en *Tía Vicenta* y en otros medios mediante la figura de una tortuga por su supuesta lentitud para tomar decisiones. Tras un nuevo derrocamiento de un presidente constitucional, en el año 1966, *Tía Vicenta* fue clausurada por Juan Carlos Onganía debido al mal humor que le generó que Landrú lo caricaturizara como una morsa por el bigote que usaba. El recurso de la animalización para ejercer una crítica rediculizante de la autoridad, que era habitual en la historia del humor gráfico argentino, nunca había tenido una consecuencia tan drástica. Al

momento de ser prohibida, *Tía Vicenta* se editaba como suplemento humorístico del diario *El Mundo*. Su editor la reemplazó por *María Belén*, nombre proveniente de uno de los personajes de una de las secciones más exitosas de su revista prohibida.

Otro suceso importante para la historia del humor gráfico argentino durante esta época fue la invención, en el año 1962, por parte del dibujante Quino, del personaje Mafalda. Las tiras que hicieron exitoso a nivel mundial a este personaje, que fue creado con el objeto de publicitar a una marca de electrodomésticos, se comenzaron a editar en el año 1964 en la revista *Primera Plana*. También a mediados de los años '60 empezaron a publicarse otras historietas protagonizadas por niños pero destinadas al público infantil escolar como *Anteojito* y *Antifaz*. En esos años también el diario *Crónica* contaba con un suplemento humorístico: *La Revista Dislocada*. Por su parte, Divito inició la edición de dos nuevas revistas humorísticas: *Telecómicos*, basada en el éxito televisivo y radial homónimo, y *Tipete* (JetHumor), de formato más pequeño y con chistes gráficos más sofisticados y con connotaciones eróticas. También se editaba la revista *Adán*, que apelaba a un público de un poder adquisitivo más elevado (Rivera, 1976).

En mayo de 1967 apareció la revista *La Hipotenusa*, que incluía un suplemento de humor dirigido por Miguel Brascó. En junio de 1968, nuevamente Landrú intentó hacer humor durante la presidencia de Onganía, esta vez mediante la revista *Tío Landrú*, que fue publicada por la editorial Primera Plana. Esa revista llegó a editar 47 números y en el último de ellos realizó un descargo contra la censura ejercida por el gobierno de entonces, en el que aludía a las “pocas excepciones a la libertad de prensa”: “clausura de medios como *Tía Vicenta*, *Prensa Confidencial*, *Azul y Blanco*, el programa de TV de Francisco Manrique, disposiciones radiales y televisivas, unificación de noticias en Telam, adjudicación de todas las radios privadas a militares, encarcelamiento a periodistas del

interior del país que han comentado algún acto de un gobernador o intendente y una que otra nimiedad más...” (Siulnas, 1987: 374).

El profesor Rivera calificó del siguiente modo a los emprendimientos humorísticos de los primeros años de la década del '70: “Se lanzan por entonces algunos proyectos alternativos independientes como los de la revista *Top* y las humorísticas *Hortensia*, *Satiricón*, *Chaupinela* y *Mengano*, pensadas para un nuevo perfil de lector y cuyo éxito supone más bien un análisis desde el campo específico del humor gráfico y escrito, sin olvidar, por cierto, que cobijaron algunas tentativas historietísticas de interés experimental y exploratorio.” (Rivera, 1992: 58). Dentro de este grupo podría sumarse también a publicaciones como *Humor Cuadrado* y *Doña Robustina*.

Una de las revistas de humor más importantes contemporáneas a *Satiricón* fue *Hortensia*. Apareció en agosto de 1971 en la ciudad de Córdoba, dirigida y creada por Alberto Cognigni. Se trató de una revista de humor gráfico cuyo tiraje llegó hasta cien mil ejemplares y competía con las de Capital Federal. Su formato era tabloide y su diagramación se caracterizaba por su agilidad. Los avisos publicitarios eran elaborados por el staff de la revista siguiendo la misma línea de humor que el resto de la publicación. La revista era una prolongación de las peñas, el mercado o la cancha de fútbol; su vocabulario imitaba al que se escuchaba en la calle. En esta revista, Roberto Fontanarrosa publicó por primera vez su tira Inodoro Pereyra, así como Boogie el Aceitoso. *Hortensia* perduró hasta principios de la década del 80 a pesar de no contar con el sustento de una gran empresa editorial. Funcionaba como una cooperativa en la que llegaron a trabajar cincuenta personas (Maldonado y Zanelli, 1999).

Por otra parte, debe destacarse que antes de la aparición de *Satiricón* tuvieron lugar dos importantes acontecimientos relacionados con el ámbito del humor gráfico y la

historieta. El Primer Salón Internacional “El humor y la historieta que leyó el argentino”, se desarrolló en el museo Genaro Pérez de la ciudad de Córdoba entre el 11 y el 30 de agosto de 1972 (Rugnone, 2010). Anteriormente, en el año 1968, en el Instituto Di Tella de la ciudad de Buenos Aires, se había celebrado la Bienal Internacional de la Historieta. Según Laura Vazquez, aquella exposición puso de manifiesto el afán de encuentro entre vanguardia e historieta, y “puede entenderse como la expresión más acabada del encuentro entre arte y cultura de masas”. “En esta coyuntura un sector de la intelectualidad argentina encuentra en la historieta un objeto de investigación estética e intervención teórica” (Vazquez, 2010: 41). Estos años dan lugar al inicio de la producción teórica sobre la historieta mediante su fundación semiológica, hacia 1968-1970, con los textos iniciales de Oscar Masotta y Oscar Steimberg. Pero en el año 1973 la relación de los intelectuales con el humor gráfico y la historieta alcanzó repercusión en el contexto académico formal, cuando Eduardo Romano y Jorge Rivera incorporaron a la historieta en la currícula de la Cátedra de Literatura Argentina “Proyectos políticos culturales”, en la Facultad de Filosofía y Letras (Vazquez, 2011).

El 10 de noviembre de 1972 apareció *Satiricón*. Esta revista convivió con el resurgimiento de la revista *Telecómicos*, también en estos años surgieron las publicaciones *El Cañazo* y *La Jeringa*. En Córdoba, pero con distribución también en Capital Federal, se destacó la revista *María Bizca* y continuó publicándose *Hortensia*. En noviembre de 1973 apareció el mensuario de humor rosarino *La Cebra a Lunares*. También en 1973 se editó por primera vez la revista *Humorón*, la cual realiza una propuesta distinta a la de *Satiricón*, basándose en un estilo más tradicional y “sano”, según su editor Siulnas (1987: 399). En este período la discusión política se hace muy presente en las revistas de humor gráfico ante la cercanía de las elecciones presidenciales.

Laura Vazquez analiza la historia de la historieta argentina dentro del período 1968-1984, podemos ubicar a la aparición de *Satiricón* dentro de los primeros años del bloque temporal considerado por dicha autora que caracteriza a esta primera etapa como “un momento de aceleración histórica, (pero que) supone un punto de “suspensión” en la industria de la historieta” tras su consolidación previa al año ‘68 (2010: 18). Es decir que nuestro objeto de análisis surge luego de finalizar de la “edad dorada” de la historieta, cuando empieza a nacer en historietistas y críticos el deseo de perpetuar esa “experiencia gloriosa” del pasado (Vazquez, 2010, 20). A su vez, en los primeros años de la década del setenta se vive un relativo momento de esplendor del mercado editorial y un “segundo momento de crecimiento” del campo de la historieta, que alcanza su pico máximo en el año 1974 (Vazquez, 2010, 206).

Satiricón se editó de manera mensual durante distintas etapas de publicación: sus primeros veintidós números salieron a la calle de manera consecutiva, siendo el último el correspondiente al mes de septiembre de 1974, cuando ya vendía 280.000 ejemplares. El primer acto de censura sufrido por esta publicación se plasmó en diciembre de 1972, cuando la municipalidad de Buenos Aires la decretó de exhibición limitada. Luego, en abril de 1973, el mismo municipio secuestró el sexto número de la revista. Durante la presidencia de María Estela Martínez de Perón, a través del artículo primero de decreto presidencial nº 866/74, se "prohíbe la impresión, edición, publicación, distribución y circulación de la revista titulada *Satiricón*, de todos sus suplementos y de toda publicación que pretenda sustituirla en violación del decreto". Su segunda etapa de publicación se inicia en diciembre de 1975, tras levantarse la clausura el 13 de junio de 1975, y culmina con un nuevo acto de censura con el golpe militar de marzo de 1976, esta vez ejecutado mediante las amenazas de los capitanes Corti y Carpintero dirigidas a los editores y colaboradores de la revista. Una

nueva reaparición de *Satiricón* sucedió en noviembre del año 1983, que se extendió hasta octubre de 1986 cuando los editores la discontinúan por decisión propia. Finalmente, *Satiricón* inició una cuarta etapa en diciembre de 2004, que se limitó a la edición de un “Libro de oro”, dedicado a reconstruir la historia de la publicación y que también incluyó contenidos nuevos.

Satiricón se inició en el momento previo a la “transformación general de las condiciones de producción, circulación y consumo del mercado de historietas” (Vazquez, 2010: 307), que tuvo lugar a mediados de los ’70 y fue ocasionada por factores como: el exilio y la desaparición forzada de profesionales del campo, la censura y la crisis económica del mercado editorial, que coincidió con un cambio en el modo de producción a partir de entonces regido por las estrategias derivadas de la globalización del mercado.

1.3 – HIPÓTESIS: RELACIONES ENTRE EL HUMOR GRÁFICO Y LA CULTURA CÓMICA POPULAR

La concepción de la cultura cómica popular es infinita y heterogénea. Este trabajo intentará ayudar a revelar si la naturaleza ideológica profunda de esta cultura, es decir su concepción del mundo y su valor estético, se encuentran presentes en alguna medida en la publicación de humor gráfico que nos toca analizar. Valiéndonos de las producciones humorísticas de los seis primeros números de *Satiricón*, intentaremos encontrar continuidades y rupturas respecto a lo descrito por Bajtin sobre la cultura cómica popular antigua.

Según Bajtin, dicho humor carnavalesco era festivo y no una reacción individual ante un hecho singular aislado. La risa carnavalesca era patrimonio del pueblo, general y universal, es decir que contenía a todas las cosas y la gente (incluso a las que participaban

del carnaval). En dicha fiesta el mundo entero era considerado en su aspecto jocoso, en su alegre relativismo. También esta risa era ambivalente: alegre pero, al mismo tiempo, burlona y sarcástica, negaba y afirmaba a la vez. Así también la risa de la fiesta popular antigua escarnecía a los mismos burladores. El pueblo no se excluía del mundo en evolución, sino que también se consideraba incompleto a sí mismo. Bajtín diferencia a este tipo de humor del que es negativo, que se caracteriza por colocar al burlador fuera del objeto aludido y en oposición a éste, lo cual destruye la integridad del aspecto cómico del mundo. Por el contrario, la risa popular ambivalente expresaba una opinión sobre un mundo en plena evolución en el que estaban incluidos los que ríen (Bajtín, 1987: 17).

Según la hipótesis que pretendemos demostrar, los personajes y mecanismos que se utilizan en el humor gráfico están ligados a las fuentes populares y algunos de los aspectos que caracterizaron a la cultura popular a lo largo de su evolución milenaria pueden encontrarse en las producciones humorísticas gráficas. Podemos arriesgarnos a decir que el humor gráfico funciona como una especie de portavoz de algunos rasgos de la cultura cómica popular, según como la ha definido Bajtín. Si bien el humor gráfico no es portador de los aspectos más definitorios y profundos de esa cultura, pueden identificarse en sus producciones ciertas características residuales de aquella.

El humor gráfico comparte rasgos con las prácticas de la cultura cómica popular, pero se diferencia de ella porque no está sujeto a la necesidad de improvisación en su producción. De hecho las revistas de humor gráfico, a diferencia de las manifestaciones de diversión popular más antiguas, se distanciaron e independizaron de las reacciones inmediatas del público. En la actualidad éste sólo expresa su aprobación o rechazo hacia las revistas mediante el acto de compra. Sin embargo, las mediaciones de las prácticas humorísticas de la cultura popular que realizan los medios de comunicación de humor

gráfico como *Satiricón*, no suponen necesariamente una ruptura tajante con la tradición de la que ellas provienen. Los medios explotaron el repertorio temático y retórico de la tradición oral y, en parte, la cultura popular humorística pudo ser conservada y difundida gracias a que estos medios de comunicación la retomaron.

En la Edad Media y el Renacimiento las formas y manifestaciones de la risa se oponían a la cultura oficial y al tono serio. Las formas heterogéneas que adquirían las manifestaciones de la risa estaban relacionadas porque reflejaban el aspecto cómico del mundo. La risa acompañaba a las ceremonias y ritos civiles de la vida cotidiana, los bufones y los “tontos” asistían siempre a las funciones de ceremonial serio y parodiaban sus actos (Bajtín, 1987: 11). En los medios gráficos de la actualidad también las noticias serias, que cuentan las acciones de los poderosos o personas consideradas importantes, suelen acompañarse de un cuadro humorístico o caricatura. Aunque el tipo de humor sea distinto, persiste cierta costumbre de mirar los sucesos de la realidad desde un punto de vista ambiguo, desde lo serio y lo humorístico a la vez. Si bien en cada publicación periodística los espacios dedicados al humor son distintos, lo que responde a diversos estilos y preferencias del público, en ellos existen cuadros de humor que ofrecen una mirada subrepticia sobre la narración de los hechos serios.

Así como los ritos y ceremonias serias antiguas reafirmaban las diferencias y las normas sociales vigentes, las notas informativas dan cuenta de relaciones de poder y las jerarquías establecidas entre los diversos actores de la información. Así como los ritos y espectáculos cómicos antiguos ofrecían una visión del hombre y de las relaciones humanas totalmente diferentes (Bajtín, 1987: 11), el humor gráfico de la actualidad hace aparecer un mundo ideal en el que se cruzan y conviven personajes dispares que en la realidad se mantienen absolutamente distanciados. De este modo, según nuestra hipótesis, el humor

gráfico construiría un mundo paralelo y segundo al de la información seria; imaginario e ideal, este género establecería una dualidad con el mundo de referencia de la noticia seria que funciona en base al principio de objetividad.

Las caricaturas de humor gráfico presentan a personajes que funcionan como antihéroes y personas carentes de toda grandeza. Las imágenes no tratan de brindarle un consuelo estético al lector, no intentan acercarse a lo sublime, sino que se proponen brindar una mirada lúcida, parodiar a las actitudes y las ideologías políticas de las autoridades, así como a la censura, el militarismo, la burocracia, la injusticia y la corrupción.

En la antigüedad, el carnaval, que era el núcleo de la cultura cómica popular, era una etapa de la vida en la que la realidad se presentaba con los elementos del juego. El carnaval no era un espectáculo al que se asistía, sino del que se participaba y se lo vivía (Bajtín, 1987: 12). El humor gráfico comparte con el carnaval la característica de desvirtuar la representación objetiva de la realidad y de interpretarla en clave humorística y de juego. El humor gráfico readapta o acomoda la realidad con el fin de crear un mensaje restaurativo o regenerativo. Los fines del carnaval de la antigüedad eran, en este sentido, concordantes con los que cumple en la actualidad el humor gráfico, a pesar que en el humor gráfico no haya una participación directa entre los individuos que ofician de emisor y receptor, y que son implicados por la realidad humorística que se construye.

Si queremos diferenciar al carnaval del humor gráfico, podemos decir que en el primero se da una indistinción entre el actor y el espectador y los roles de ambos son reversibles, mientras que en las revistas de humor gráfico el mensaje es emitido por un autor identificado y el receptor es un conjunto de individuos anónimos; entre ambos no se da una relación directa ni corporal como la que ocurría entre los participantes del carnaval.

Sin embargo, al igual que en el carnaval de la Edad Media y el Renacimiento donde, según lo descrito por Bajtin, se percibía la realidad de acuerdo a unas leyes distintas a las que solía aplicar en otras etapas de la vida (1987: 15), también las leyes aplicadas en el humor gráfico para referirse a una situación, ya sea cotidiana o particular, posibilitan una mayor libertad interpretativa que la que aparece en los espacios periodísticos informativos serios.

Puede concluirse que el humor gráfico le ofrece al lector un regocijo carnavalesco de tenor limitado. Subsiste en él un resto de la idea carnavalesca de renovación universal, pero se la concibe como una huida provisional de los moldes a partir de los que se suele interpretar y comunicar en la vida ordinaria. El humor gráfico no analiza la realidad a partir de sus condiciones objetivas, sino que las subvierte para causar un efecto cómico.

1.4 –DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CONTENIDO DE *SATIRICÓN* Y PROYECTO DE DESARROLLO DE LA HIPÓTESIS

Consideramos a *Satiricón* como perteneciente al tipo de revistas de humor gráfico, al que podríamos incluir dentro de un tipo más amplio denominado de ‘entretenimiento’. No por ello desconocemos que las intervenciones de los humoristas y dibujantes también cumplen la función de análisis crítico de la realidad social y política, siendo que algunos autores las consideran como parte de los géneros periodísticos de opinión, emparentando a las viñetas con los artículos de prestigiosos columnistas en los diarios y restándole prominencia a la función humorística de dichas intervenciones (Tejeiro y Gross, 2009: 3).

Desde nuestra perspectiva, debido a que la revista *Satiricón* incluye una gran diversidad de temáticas sobre las que ejerce el humor (tales como política, deportes, costumbres, moda, medios de comunicación, espectáculos, mujer, etc.), no podemos

considerar que pertenezca a algún género periodístico o informativo específico. El carácter de revista de entretenimiento de *Satiricón* está dado porque las temáticas tratadas son de tipo general y se las enfoca desde la óptica del humor, lo que demanda inexorablemente una gran cuota de reflexión y crítica sobre los fenómenos a los que se refiere.

Nuestra unidad mínima de análisis será la “intervención”, a la que definimos como un contenido tanto gráfico como escrito, que se vale de algunos de los “dispositivos productivos del humor gráfico” (Steimberg, 2001: 1), que se encuentra ubicado dentro del espacio de la revista, con un principio y un fin identificables, y cuyo autor puede ser identificado o anónimo. A su vez, entre estas intervenciones hay algunas que tienen fines humorísticos y otras que no.

Los dispositivos productivos utilizados para generar contenidos de tipo humorísticos que encontramos en nuestro corpus son:

- las caricaturas de tapa;
- cuadros humorísticos únicos o cartoons (a veces acompañados de textos introductorios);
- composiciones formadas por más de un cuadro humorístico que no forman una secuencia narrativa pero relacionados entre sí por un tema particular;
- falsas biografías humorísticas ilustradas;
- historietas humorísticas que forman secuencias narrativas;
- columnas y notas humorísticas con o sin ilustraciones;
- frases de pie y cabeza de página;
- entrevistas humorísticas acompañadas de chistes gráficos;
- galerías fotográficas con epígrafes humorísticos;
- composiciones gráficas humorísticas que se basan en el lenguaje publicitario;

- adaptaciones humorísticas de poesías y de contenidos de programas de televisión acompañadas por ilustraciones;
- y un juego de mesa formado por instrucciones y tablero con ilustraciones humorísticas.

Estos recursos conforman los dispositivos productivos del humor gráfico utilizados en *Satiricón* para generar contenidos de tipo humorísticos.

Por otra parte también hallamos dispositivos productivos que dan lugar a contenidos de tipo no humorístico, estos son:

- entrevistas a personalidades populares del ámbito de la televisión o el deporte (ilustradas con fotografías de pose, algunas de ellas de gran impacto visual);
- notas editoriales;
- columnas de opinión sobre deportes o personalidades de los medios de comunicación (acompañadas por caricaturas e ilustraciones humorísticas o conceptuales);
- un anuario o resumen de sucesos políticos destacados del año '72 (acompañado de ilustraciones conceptuales);
- textos publicitarios ajenos a los espacios comerciales explícitos;
- cuentos breves (a veces acompañados de ilustraciones de estilo humorístico o conceptual);
- una nota de análisis o con pretensiones historiográficas sobre el humor político argentino;
- comentarios o críticas sobre películas que no habrían llegado al país y pasibles de ser censuradas, cartas de lectores y juegos de ingenio.

La mayor cantidad de dibujos incluidos en las páginas de *Satiricón* responden al estilo humorístico, salvo algunos pocos que podrían inscribirse en un estilo más testimonial y conceptual.

En el presente trabajo no desconocemos a las diversas especificidades que, según Steimberg, componen en general al conjunto de lo ‘cómico’, entendido como “aposición de sentidos divergentes con quiebra de previsibilidad” (Steimberg, 2001: 2). Este conjunto se compone de categorías empíricas tales como:

- ‘humor’: forma de comicidad que implica un compromiso del sujeto emisor en su propia humorada;
- ‘parodia’: forma de comicidad basada en la exageración de rasgos que lleva a ridiculizar y reivindicar a la vez al referente, puede ser enfocada en un género discursivo, en un producto cultural de resonancia popular, o bien, puede caricaturizar algún aspecto de la actualidad sociocultural;
- ‘ironía’: forma de la comicidad que implica de parte del autor un movimiento reflexivo intrínseco de menosprecio y la mostración de una contradicción entre una proposición y su contexto;
- ‘sátira’ o ‘chiste’: forma de comicidad basada en una operación de descalificación o agresión a un tercero;
- ‘pastiche’: forma de comicidad que prioriza lo lúdico sobre la crítica y la confrontación.

Si bien a lo largo de los seis números que elegimos analizar se podrían identificar ejemplos de estas categorías y sus cruzamientos, no asumimos como un objetivo propio de esta investigación el abundar en estas definiciones e identificar la presencia o ausencia de las mismas. Consideramos que se puede incluir a los contenidos humorísticos de *Satiricón* bajo el “concepto genérico de humor e ironía” que, según Steimberg, “coincide con el de Freud en una de sus proposiciones fundamentales: el señalamiento de la tensión entre la

exposición de la caída del yo herido (¹) y la de su salvación por un recurso de distanciamiento y juego.” (Steimberg, 2001: 4).

En nuestra opinión, el estilo humorístico de *Satiricón* puede caracterizarse de manera similar a como lo hizo Jorge Rivera al referirse a las producciones humorísticas surgidas a partir de 1950. En ellas predominarían “diversas versiones de lo absurdo y lo negro, a las que podemos englobar como otras tantas expresiones de cierto “desencanto” antirromántico, cuyas raíces parecen tener que ver con la crisis general del racionalismo y con la frustración de la ideología global del liberalismo democrático (...) Si de algo parece alejarse activamente el nuevo humor –tamizado a través de los cernidores del psicoanálisis, la revolución sexual, los medios masivos, el surrealismo, la liberación de las costumbres y las nuevas ideas filosóficas- es de la ingenuidad y del sentido conformista” (1981: 609).

A lo largo de este trabajo realizaremos descripciones y análisis de ciertos aspectos de los contenidos de *Satiricón* que nos aproximarán a demostrar la hipótesis propuesta.

Estos aspectos son:

- el papel del humorista o autor;
- el uso asignado a los diversos tipos de lenguajes utilizados;
- las representaciones del cuerpo y de acciones de la corporalidad,
- las representaciones de figuras de autoridad y sucesos considerados serios.

¹ NA: valdría aquí agregar también la exposición de cualquier otra situación conflictiva que afecte a los participantes de la situación humorística o a terceros.

2 - EL HUMORISTA EN LA REVISTA SATIRICÓN

El plantel de la revista *Satiricón* en sus seis primeros números estuvo compuesto por unos pocos integrantes fijos, quienes ocupaban cargos directivos y también intervenían en la redacción de la revista, y una mayoría de colaboradores, casi todos dibujantes humoristas y algunos columnistas o guionistas, que no varían demasiado a lo largo de los seis números que nos toca analizar.

Siguiendo los planteos que realizamos anteriormente, puede perfilarse a la figura del humorista como la de aquel que consagra su tarea profesional a representar la realidad basándose en el principio de la risa y a vehiculizar una forma de ver el mundo distinta a la que se intenta sostener en los medios periodísticos considerados serios. En el presente capítulo se intentará determinar cuál era el tratamiento que la revista *Satiricón* daba a sus autores.

Oscar Steimberg afirma que en comparación con la escena dialógica que tiene lugar en una situación humorística interindividual, en el humor gráfico la imagen del autor aparece despersonalizada. Esto se debería a cuatro razones:

- a su condición no presencial;
- a que su mensaje interactúa con otros textos incluidos en la misma publicación;
- al carácter institucional que rige a la publicación o “contexto-soporte”;
- al rol social del “enunciador-operador” definido por el “emplazamiento del género del dibujo de humor impreso” (Steimberg, 2001: 5).

Steimberg sostiene que el enunciador del humor gráfico se manifiesta como un “autor social” (2001: 5), es decir, no individualizado. Además, se encontraría impedido de mostrarse como “una *individualidad triunfante pese a todo*, como sí puede hacerlo el humorista oral”, debido a encontrarse “subsumido en una enunciación mediática

institucional” y por ser el portador de un “mandato social” (2001: 5). Es decir que, según Steimberg, el género del humor gráfico dejaría poco espacio para el humor entendido como “la reversión de la comicidad sobre el sujeto del discurso”, que sí permite una situación humorística interindividual. En cambio el humor gráfico daría mayor lugar al chiste, entendido como “comicidad depositada sobre un tercero”. El citado autor afirma que para que haya humor en un espacio de comunicación no conversacional, como el del humor gráfico, es necesario que el autor asuma una imagen que se confunda, enunciativamente, con un segmento sociocultural definido, “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” (Steimberg, 2001: 6).

En los contenidos de *Satiricón* que describiremos a continuación hallamos algunos aspectos que no niegan pero que pueden llegar a relativizar al tipo de despersonalización descrita anteriormente. Nos referimos a las operaciones que se producen mediante la inclusión de referencias a la personalidad y a la vida privada de los autores, mediante los calificativos que se les asignan en varios de los títulos y de los textos que introducen a sus intervenciones, también mediante las imágenes en las que se los muestra realizando acciones cómicas o en ámbitos privados. A nuestro entender, estas referencias e imágenes que aparecen en *Satiricón* dan lugar a algún tipo de reversión de la comicidad, de juego y de exposición del sujeto enunciador, que generaría instancias de humor.

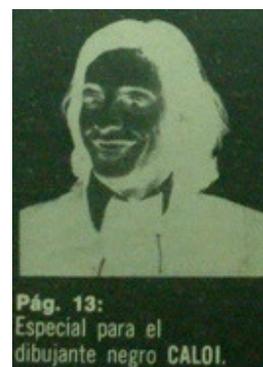
2.1 - SECCIONES SUMARIO Y STAFF

La revista *Satiricón* cuenta con secciones fijas destinadas a consignar los nombres de las personas que intervienen en su producción y los contenidos elaborados por ellos.

Estas secciones son “Sumario” y “Staff”. Ambas están compuestas mediante inversión de tonos, es decir sobre fondo negro y con letras blancas, lo que las diferencia del resto de los contenidos. Las dos secciones utilizan imágenes de los autores y consignan sus nombres, además de hacer referencias humorísticas hacia sus personalidades y hacia los contenidos que ellos elaboran.

La sección “Sumario” ocupa siempre la totalidad de la página tres de la revista y es el segundo contenido con el que se encuentra el lector, luego de la tapa. Hace referencia a cada uno de los contenidos en orden de aparición y destaca a algunos de ellos mediante la inclusión de ilustraciones, fotos-retratos de los autores o fotos que los muestran realizando acciones graciosas, o bien mediante comentarios cómicos sobre los temas que tratan los contenidos o sobre la personalidad de los autores.

A modo de ejemplo puede citarse una referencia al humorista Caloi aparecida en el Sumario del primer número. En ella Caloi es llamado “el dibujante negro” y es representado con una fotografía en negativo que lo muestra en color blanco. En el mismo Sumario también Landrú y Garaycochea aparecen en fotografías humorísticas: a Landrú se lo ve acostado en una especie de camilla



y cruzado de brazos, la foto está tomada en picada desde la cabeza, lo que le da un aspecto cadavérico. A Garaycochea se lo ve posando de perfil al lado de un cuadro de Snoopy, ambos aparecen de perfil fumando pipa. (Ver N° 1, foto: p 1 a).

También el Sumario es utilizado para hacer referencias a características de la personalidad o a la ideología de algunos autores. Por ejemplo, al columnista de deportes Dante Panzeri se lo describe como malhumorado y se lo muestra en fotografías serias, al redactor Pugliese se lo califica como “el gorila”, al dibujante Crist como “un muchachito

del interior” y a Carlos Ulanovsky se lo llama “diablillo”. También en el Sumario se hace referencia al público al anunciar las cartas de lectores, dice que “los lectores se hacen los graciosos”. Además, la sección “Sumario” cuenta con recursos humorísticos propios, son cuadros humorísticos y breves tiras cómicas (en su mayoría elaboradas por Viutti y de carácter costumbrista). Otros recursos humorísticos autónomos que son incluidos en el Sumario son ilustraciones de la mascota de *Satiricón*.

En varios de los números que analizamos, el título de la sección se compone por la frase: “Fue levantado el secreto del: SUMARIO”. Esta referencia a los procesos judiciales o investigaciones policiales da cuenta de la presencia cotidiana y generalizada que tenían las fuerzas de seguridad, así como el temor y lo secreto, en la sociedad de aquellos años. En esta sección también aparece una dedicatoria del número a algún personaje famoso o institución que lo amerite, el motivo es siempre de tipo negativo (por ejemplo, el primer número es dedicado irónicamente al conductor televisivo Roberto Galán “por su amor y respeto al prójimo”).

Por su parte, la sección “Satiricón Staff” aparece en la página diez de cada número y ocupa dos columnas. Esta sección es utilizada para indicar las jerarquías entre los integrantes y también es aprovechada para hacer humor. Por ejemplo, bajo la denominación de “editor responsable” se lo ubica a “Dios” y como “editor irresponsable” a Oskar Blotta (h). También figuran otras denominaciones humorísticas hacia integrantes de áreas complementarias a la producción de la revista, entre las cuales se destaca la de “Reclamos y quejas” porque en ella supuestamente trabajan el boxeador Ringo Bonavena y el luchador de catch La Momia. Los primeros en



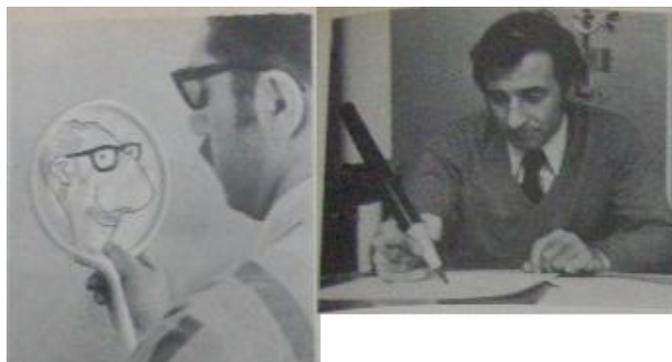
aparecer mencionados en el Staff son los integrantes fijos del equipo, de quienes se publican fotografías con referencias numéricas para que el lector pueda identificarlos. Estas fotografías, además de ser utilizadas como un recurso de jerarquización, también tienen un fin humorístico: algunos retratados aparecen con caras extrañas o realizando acciones graciosas, como Blotta (h) que en el tercer número aparece apuntándose en la sien con un secador de pelo enchufado a su nariz. También en el número cinco Blotta y Cascioli aparecen sonriendo con una lupa delante de sus bocas.

A estas secciones Sumario y Staff, que en tanto género deberían ser las de mayor codificación en cuanto a su función y a su forma específica, la revista *Satiricón* les aplica el principio de risa generalizada, lo que provoca un rompimiento de los códigos que suelen regir a este tipo de espacios en otras publicaciones, en las que funcionan dentro de un marco de formalidad destinado a informar de manera certera. Sin embargo, a pesar de la inclusión de estos recursos humorísticos, la información del Staff y el Sumario de *Satiricón* resulta comprensible, por lo cual puede afirmarse que dichos recursos no interfieren con su funcionalidad específica. Por el contrario, a raíz de estos aportes, esos espacios son reformulados y adquieren un segundo sentido y una función más amplia que la que tienen en otro tipo de publicaciones.

2.2 – LA PRESENTACIÓN DE LOS AUTORES

La inclusión de fotografías-retrato de los autores, como un recurso de jerarquización, visibilización o promoción de los mismos, pero también como un recurso humorístico adicional, se registra además en algunas de las colaboraciones y columnas que integran el contenido. Por ejemplo, la intervención de Siulnas aparecida en el segundo número incluye una pequeña fotografía en la que se ve al autor de espaldas mirándose en un

espejo, cuyo reflejo muestra una caricatura de su propio rostro. También en el número dos, se muestra a Garaycochea de medio cuerpo, en posición sentado y dibujando con un lápiz desproporcionadamente grande. (Ver N° 2, foto: p15a y p 31 a).

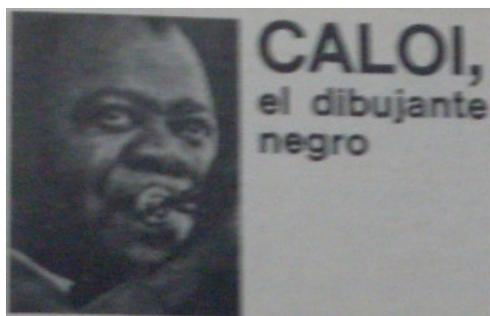


En el primer número, la presentación del humorista Amengual está ilustrada con un retrato del autor dibujado por su propia hija y en la intervención de Oskar Blotta (h) titulada “Los bichos”, publicada a colores en el cuarto número, figura una foto del autor que lo muestra revisando libros en la biblioteca de su casa, se lo ve en cuclillas, mirando al frente y sonriendo, está vestido con camisa y en pantalones cortos. También la intervención de Kalondi en el primer número incluye una fotografía de mediano tamaño que muestra al autor sentado en el suelo junto a su hijo. Además, dicha fotografía es contextualizada por la transcripción de un supuesto diálogo que denota una confrontación entre el autor y el director de la revista a partir de la publicación de la foto. La figura del autor es degradada porque la dirección de *Satiricón* da a entender que la inclusión de la imagen del colaborador estropea la foto. (Ver N° 1, foto: p 41 a).

Muchos de los calificativos sobre los autores que se incluyen en los textos introductorios que acompañan a las intervenciones humorísticas y también en los títulos, cumplen la misma función de visibilización del autor. Por ejemplo, una intervención de Fontanarrosa en el segundo número es titulada “*Roberto Fontanarrosa: “El rosarino”*”. El

texto introductorio de esta intervención alude de forma cómica a distintos momentos de la vida del autor. Se refiere a su nacimiento como “el día que conocí a la mujer que hoy es mi madre”; se refiere a su niñez como “un mundo no sólo onírico sino orínico, pues me orinaba en la cama”, además se alude a su profesión de humorista: “trabajo con humor político, especialidad que puede beneficiarme para el resto de mis días o bien, para mis días de arresto”. También se refiere a su posible muerte como un deceso muy lamentado por no haberse producido aún. (Ver N° 2, foto: p 4 a).

También en el segundo número, nuevamente se denomina a Caloi como “el dibujante negro”. La fotografía que se incluye en dicha intervención puede ser considerada como una metáfora humorística del autor, ya que no es él a quien se muestra, sino que la imagen corresponde al trompetista Louis Amstrong. A modo de introducción de esta intervención de Caloi, figura un texto subtítulo “Diálogos de Redacción”: se trata de supuestos comentarios realizados por integrantes de la redacción en los que se bromea acerca de la condición de peronista y liberal del autor, acerca de su costumbre de dormir hasta tarde y también se destaca la “genialidad” del dibujante. (Ver N° 2, foto: p 12 a).



El mismo recurso denominado “Diálogos de Redacción” se utiliza en las intervenciones de los humoristas Crist y Viutti. De Crist, se comenta sobre su obra, sobre su persona y su origen cordobés; también sobre su colaboración en la revista *Hortensia* (de la cual se afirma que “cayó en desgracia desde que “Gente” la elogia”). De Viutti, se incluyen valoraciones negativas sobre su obra, también se comenta sobre su actividad laboral de bancario, se le atribuye una personalidad enferma por el dinero y se especula

sobre si el autor se psicoanaliza. Además, en el caso de Viutti, lo dicho mediante esta columna de “Diálogos” aparece reforzado por una ilustración que por su estilo no parece haber sido realizada por él. Esta ilustración muestra una alcancía con forma de chanco de cuya ranura asoman dos lápices, un plumín y un pincel. (Ver N° 2, foto p 44 a).

Otros autores también utilizan supuestas anécdotas personales para introducir los temas que tratan. En una intervención sobre la moda femenina de usar zuecos, el dibujante Broccolli dice que su madre usaba ese tipo de zapatos para baldear la vereda y ahora se transformaron en la última moda. También el autor afirma que la novia de su primo, al enterarse de la moda de los zuecos, lo dejó diciéndole “me las pico con Bergman”. (Ver N° 2, foto: p 20 a). Por su parte, el dibujante Garaycochea se refiere a su demasiada ocupación y a sus costumbres insólitas, tales como bañarse con medias o ir a pescar sin carnada ni anzuelo. (Ver N° 2, foto: p 31 a).

Otro rasgo de presencia de los autores es la inclusión de la firma realizada con su propio trazo, tanto al pie de sus cuadros humorísticos como al finalizar los textos que introducen a sus intervenciones. Esta simulación de una firma auténtica puede ser considerada como un signo de supuestos rasgos indiciales que generaría un efecto de presencia física o cercanía entre el autor y el lector.

El primer número de *Satiricón* dedica especial atención a la presentación de sus integrantes. Antes de las columnas y de cada una de las intervenciones humorísticas gráficas se presenta un breve “currículum” de su autor. Esta introducción es libre y diversa en su estilo: en algunos casos es graciosa, en otros tiene la pretensión de no dejar nada en claro sobre el autor, otras se apegan más al género de presentación personal y también utilizan ese espacio para verter opiniones personales. En la mayoría de los casos el estilo y el tema que el autor le da a esa breve presentación coincide con el de la nota que a ella

acompaña. Por ejemplo, la presentación personal del personaje-narrador César Bruto en el primer número de *Satiricón* aparece como un texto apartado del texto principal de su columna y tiene como subtítulo “Solo se que no se quien soy” (sic). El supuesto autor aborta su presentación personal tras reflexionar acerca de las múltiples miradas que se pueden realizar sobre una misma persona, según las distintas funciones que cumple y desde la perspectiva de quienes se relacionan con ella. Cesar Bruto afirma: “¡Yo no soy un tipo solamente, sino muchos tipos metidos en un solo cuerpo!” (Ver N° 1, foto: p 3 a).

Continuando con esta idea de desdoblamiento de la personalidad, puede citarse a la intervención del humorista Garaycochea en el primer número de *Satiricón*, cuyo título es “*Aychocarega... o qué?*”. En su texto de presentación el autor informa que el título está compuesto por las letras de su apellido pero puestas en forma desordenada, lo cual se asemeja a su estado de “bochinche” en el momento actual. Dice que usó su apellido al derecho sólo hasta los seis meses, momento en que empezó a hacer caso a los grandes y a tomar conciencia del mundo. (Ver N° 1; foto: p 26 a).

En la presentación que acompaña la intervención de Amengual, el autor también juega con su nombre “Lorenzo”. Se compara con el político y mecenas florentino Lorenzo de Médici. El autor hace un contrapunto entre la personalidad y los logros del personaje histórico y los suyos mostrándose como su antítesis. (Ver N° 1, foto: p 16 a).

Aldo Rivero en su presentación alterna el uso de la tercera y la primera persona del singular. La misma se inicia con una calificación negativa, que lo caracteriza como una persona de pensamiento cerrado, que se guía por sus instintos primitivos, resistente a todo tipo de educación y de rasgos casi animales. Para ello recurre a la deformación de una frase sarmientina que invierte el significado de la original: “los instintos no se matan”. Luego el

autor reflexiona sobre la crudeza de su semblanza pero afirma que es un fiel retrato de su subconsciente. (Ver N° 1, foto: p 33 a).

En el caso del dibujante Caloi, el texto de presentación del primer número está escrito en tercera persona y ejerce una degradación de su persona. Narra que, dada su incapacidad, un redactor de la revista tuvo que ayudarlo a armar su propio currículum. También menciona la adhesión de Caloi a la ideología peronista destacando una de sus frases habituales: “¡Viva Perón!”. Finalmente, la revista, en una actitud regenerativa, se declara orgullosa de “incluir a este precario dibujante local” y lo propone como uno de los jóvenes destacados del año. (Ver N° 1, foto: p 10 a).

El texto de presentación del humorista Kalondi se caracteriza por ser absurdo y desvariante. El autor afirma que su nombre verdadero es Francisco Heidegger Maidana y que Kalondi es el nombre de un personaje de cuento africano caracterizado por ser mentiroso. Luego aclara que, debido al origen de su apodo, todo lo que él diga “debería tomarse con pinzas”, incluso su propio nombre. (Ver N° 1, foto: p 40 a).

Otros autores utilizan su presentación personal para reflexionar sobre el oficio de dibujante y las problemáticas que dicho trabajo implica. Viuti muestra preferencia por su puesto de bancario y califica a su vocación de dibujante como una “dolencia”, como “necesidad de garabatear cosas”. El autor agradece a la intervención de “personas influyentes” que clausuraron las publicaciones en las que él colaboraba y lograron hacerlo recapacitar. Pero, igualmente, afirma que su médico le recetó publicar “para mantener su equilibrio orgánico”. (Ver N° 1, foto: p 38 a).

Por su parte, Siulnas cuenta lo difícil que le resulta vivir del humor y describe la cantidad de chistes que necesita producir para cubrir los gastos del mes, su reflexión

concluye en que el pago de impuestos es algo “le quita el buen humor a cualquiera”. (Ver N° 1, foto: p 2 a).

El humorista Miguel Brascó justifica la elección de su profesión “por reacción contra las convenciones (...), contra la solemnidad y el engolamiento, contra los protocolos ridículos que caracterizan al establishment”. Define al “establishment” como “las estructuras establecidas en todos los órdenes” y menciona como ejemplo de ellas al “obsoleto régimen de matrimonio civil”, que no daba lugar al divorcio. También menciona al establishment literario, al que define como los “mil equívocos y compromisos” gracias a los cuales algunos aficionados a las letras “han llega a transformarse en los Escritores Famosos de la Patria”. Finalmente menciona al “establishment del anti-establishment” compuesto por quienes predicán la guerrilla en bares y luego se codean “con funcionarios de la diplomacia occidental y cristiana”. El autor afirma que escribir seriamente sobre todas esas incongruencias lo ha llevado a constituirse en humorista. (Ver N° 1, foto: p 44 a).

Teniendo en cuenta las descripciones realizadas anteriormente, podemos afirmar que la inclusión de imágenes y de textos de presentación personal de los autores no responde solamente a la necesidad de dar promoción a las figuras que intervenían en la revista o a la necesidad de contar con un recurso humorístico más; sino que, además, dichos elementos poseen una significación profunda que está dada por sus características propias. Solamente podríamos afirmar lo contrario si entendemos a las presentaciones de los autores como bosquejos biográficos que tienen como objetivo el darlos a conocer. En cambio, las características de dichas imágenes y presentaciones, y las razones por las cuales son incluidas, es decir, el cómo y el por qué de las mismas, dan cuenta de la real significación de estos espacios.

La mostración de rasgos de la subjetividad y de la identidad de los autores; la inclusión de anécdotas (a pesar de que muchas de ellas sean ficticias) y de sus opiniones personales sobre diversas circunstancias; las narraciones en primera persona del singular, que dan lugar a un “yo” enunciador, y otras contadas por terceros; los textos dirigidos al lector mediante el uso de la segunda persona, que interpela y da entidad explícita al interlocutor; la inclusión de fotografías de los autores en distintos contextos de sus vidas privadas; las referencias al origen de los autores y a sus ideologías; la mención de características de la personalidad o habilidades e ineptitudes que los degradan; la presencia de facsímiles de sus firmas, pero también la puesta en duda o bien la afirmación de la relatividad de la propia personalidad; y, finalmente, las reflexiones acerca del oficio de humorista y sus problemáticas; son operaciones que permiten afirmar que el humor gráfico de *Satiricón* buscaba lograr un tipo de comunicación caracterizada por un tono diferente al que caracteriza a los medios informativos serios. De esta manera, la relación entre los autores y el lector se carga de marcas de afecto que generan una atmósfera de liberación de las restricciones propias de otros medios y géneros de comunicación masiva. Debido al estilo de los textos, más franco y directo, el humor gráfico establece una relación menos esquematizada y rígida, o menos mediada por restricciones entre el lector y los autores. De este modo, la comunicación propuesta a través de la revista *Satiricón* se caracteriza por una menor distancia entre los individuos que intervienen en ella, debido a una reducción de las constricciones y de las reglas de comportamiento y de uso del lenguaje que se presentan en otros géneros.

A diferencia de lo que ocurría con los participantes en el Carnaval de la antigüedad, a partir de la lectura de una revista de humor gráfico como *Satiricón*, el lector no puede tener una participación directa en el acto humorístico ya que este se realiza mediante un

soporte que impide que haya reversibilidad de los papeles que cumplen los actores de la situación humorística. Sin embargo, el humor gráfico da lugar a una especie de carnaval que el sujeto consume en privado. Debido a esta manera particular de interpelación que hemos descrito, la experiencia emocional obtenida por el lector durante el consumo de las producciones de humor gráfico estaría marcada por un tipo de participación más integradora y distinta a la que ocurriría en el consumo de otros productos de la industria cultural.

La nota “Editorial” del segundo número de *Satiricón* brinda un ejemplo cabal de este tipo de interpelación, que también sirve para formar una comunidad que marca un sector de inclusión y de exclusión. Se dirige directamente al lector del siguiente modo: “Esta revista –**espejo en la que vos te podés mirar** - (...) es fundamentalmente una aventura en el sentido más infantil y alegre.” La revista brinda como ejemplo de ‘aventureros’ a personajes consagrados, pero inmediatamente también desacraliza ese lugar al mostrarlo como posiblemente próximo a cualquier lector. Así, menciona como aventureros a “Walt Whitman, Guillermo Brown, Batman, Newbery, Bob Dylan, Gardel, tu tía, la que un día se fue y dejó a toda la familia hablando.” Pero al adoptar una postura la revista también señala a sus antagonistas: “los sentados eternos, los **expertos**, los **comprometidos** en cualquier cosa, los mediocres y los tristes están siempre dispuestos a practicar un deporte nacional: la envidia.”². El grado máximo de este tipo de interpelación se plasma en la siguiente frase de esta editorial: “Estamos absolutamente contentos, como lo estás vos, (...) que recibiste el viento que somos y desde ahora sos.” Finalmente, la *Satiricón* se define a sí y a su público enunciando un ideal de acuerdo común entre ambos: “**Satiricón** es un asunto para argentinos inteligentes y vanidosos.” (Ver N° 2, foto: p 11 b).

² NA: destacados tal como aparecen en el original.

Podemos concluir que *Satiricón* intenta dirigirse al lector de manera directa y libre. Igualmente, esa relación de supuesta intimidad propuesta por el autor encubre la imposibilidad de lograr una comunión total con el lector y una relación utópica y profunda como la que se producía entre los participantes del carnaval antiguo. En el caso de las publicaciones de humor gráfico el contacto entre emisor y receptor es posibilitado por un dispositivo que, a su vez, también funciona como barrera para lograr esa antigua intimidad y el intercambio fluido que se daba entre los participantes del carnaval a través del diálogo.

2.3 - LA MÁSCARA DE LA CULTURA CÓMICA POPULAR Y EL USO DE SEUDÓNIMOS E IMÁGENES DE LOS HUMORISTAS

Más allá de su obra y su estilo de dibujo, el dibujante humorista suele hacerse conocido por su nombre, diminutivo, seudónimo o bien por el uso de su apellido desvinculado del nombre propio. Estas denominaciones suelen tener características específicas. Muchas de ellas son palabras cortas o monosílabas de sonido alegre. Por ejemplo, entre los autores publicados en los primeros seis números de *Satiricón*, encontramos nombres como Landrú, Flax, Oski, Kalondi, Siulnas, Faruk, Crist, Viuti, Broccoli, Koblo, Limura, Caloi, Amengual, Sanzol, Blotta, etc. Otros autores usan apellidos más extensos y de pronunciación más compleja. Por ejemplo, Garaycochea, Heredia, Fontanarrosa, Grondona White, Fernández Branca, Izquierdo Brown, Uranga, Basurto, etc. Finalmente, existe un tercer grupo de autores que parecen utilizar sus nombres originales de manera completa, es el caso de Walter Canevaro, Aldo Rivero, Andrés Cascioli, Carlos Trillo, etc.

La extensión y la composición de dichas denominaciones pueden responder a la necesidad de hacerse conocer por el público de una manera fácil y efectiva, pero también es

un recurso que le brinda al autor una segunda identidad, que le aporta un carácter público y lúdico distinto al que lograría mediante el uso de su nombre real o completo. A la conformación de dicha identidad también aportan las imágenes y las presentaciones de los autores que se publican junto a sus intervenciones, cuyas características ya se mencionaron anteriormente.

El escritor cordobés Jorge Vocos Lescano afirma que el endilgar apodos consiste en un tipo de gracia específica. “Los apodos son, como sabemos, una fotografía cruel y amable de las personas, y su menor o mayor acierto y vida están en relación directa al sentido de la captación y también de la inteligencia de quienes los inventa. En cierto modo, poner apodos es afirmarse, comprobar el propio ser.” Dicho autor afirma que los apodos hacen trascender y liberan de su propia identidad a quienes los portan y permiten una mayor perduración en el recuerdo de los otros porque en sí tienen la gracia de lo universal y están tocados por el aire de lo imperecedero (Vocos Lescano, 1959: 93).

Se puede pensar que existen coincidencias entre dicha identidad del humorista gráfico (construida a partir del uso de seudónimos o apodos), y las máscaras que usaban los artistas populares cómicos de la antigüedad. Según Bajtín, en la cultura cómica popular antigua la máscara era un elemento muy importante, expresaba la alegría, la sucesión, la relatividad, la negación de la identidad y del sentido único, la negación de la coincidencia del individuo consigo mismo; expresaba el cambio y la metamorfosis, así como la posibilidad de ocupar roles diferentes (Bajtín, 1987: 42). La máscara era utilizada por los artistas en escena como el elemento que les permitía transformarse en los personajes que debían encarnar y su presencia indicaba que la vida era interpretada bajo el principio del juego.

Tanto la máscara del artista de la cultura cómica popular antigua como los seudónimos e imágenes de los humoristas, son elementos utilizados por quienes salen a la escena pública para transformar a la realidad en un objeto de risa. El humorista y el artista popular mediante estos elementos no ocultan su verdadera identidad, sino que las máscaras, seudónimos e imágenes humorísticas, funcionan como elementos que permiten tener una visión transformada de la realidad y comunicarla a quienes viven en ella. El dibujante-humorista debe realizar creaciones gráficas que motiven la alegría, la risa y que transformen el sentido de los hechos corrientes. Las máscaras de los cómicos de la antigüedad y las que se usaban en los carnavales de la Edad Media, así como el seudónimo que usa el humorista gráfico moderno, son instrumentos rituales que permiten que se lleve a cabo la ceremonia humorística.

En el humor gráfico, los elementos que se asemejan a las máscaras de la antigüedad, como los seudónimos de los dibujantes, las características de la identidad que ellos crean o se les endilgan, y las caricaturas con rasgos grotescos que ellos realizan, cumplen una función afín a la que cumplían las máscaras en la cultura cómica popular antigua: la de expresar alegría y que la realidad es interpretada bajo el principio del juego.

2.4 – AUTOREFERENCIAS HUMORÍSTICAS

Retomando el desarrollo de los puntos anteriores podemos concluir que tanto los contenidos de la revista *Satiricón* como sus autores son considerados también como objetos de referencia para provocar risa, lo que daría lugar a un proceso al que podríamos llamar “metahumorístico”. Esto quiere decir que el objeto de la realidad utilizado para provocar risa no es externo a la revista, sino que es un contenido o un integrante de la misma. El efecto de sentido generado a partir de este proceso de autoreferencia humorística, es el de

dualidad, desdoblamiento o reversibilidad entre el objeto de risa y quien ejerce la función de humorista. Además, este proceso metahumorístico genera la sensación de que la totalidad de la realidad puede ser afectada por el principio humorístico, del que ni siquiera escapan los propios humoristas ni los redactores que intervienen en la elaboración de la revista. Por otra parte, también la mostración de ciertas características personales de los autores da lugar a un vínculo de intimidad, o de menor distanciamiento, que se establece entre estos y el lector, lo que genera, a su vez, un tipo de comunicación menos estructurada y basada en el uso de un lenguaje más abierto.

Podemos establecer una comparación entre el humorista gráfico y los bufones y payasos que, según Bajtín, eran los personajes característicos de la cultura cómica de la Edad Media y los vehículos permanentes del principio carnavalesco en la vida cotidiana. Bajtín afirma que éstos no eran actores que desempeñaban un papel, sino que “seguían siendo bufones y payasos en todas las circunstancias de su vida” (1987: 13) y, por eso, los sitúa en la frontera entre la vida y el arte. El autor de humor gráfico, al igual que esos bufones y payasos, es también quien vehiculiza la idea de la huida provisional de los moldes de la vida ordinaria. Si bien los autores publicados en *Satiricón* no consagran todas las circunstancias de sus vidas a ser humoristas, en sus presentaciones personales se valen de hechos de sus vidas privadas o bien los inventan para provocar risa. De ese modo, la obra del humorista gráfico de la actualidad no se limita sólo a sus intervenciones gráficas, guiones o columnas. Es decir que su arte de algún modo sigue vinculado a su vida diaria y de algún modo el sujeto humorista ve a su vida involucrada en su propia humorada.

3- LENGUAJES UTILIZADOS EN LAS INTERVENCIONES HUMORÍSTICAS

El humor gráfico contempla el uso de un lenguaje atrevido y de imágenes que rompen con los códigos habituales de la información y la estética objetiva. A diferencia de las imágenes de información que se encuentran altamente pre-codificadas, las del humor gráfico no requieren ser interpretadas de una única manera, lo que da lugar a posibles lecturas que se desvíen del sentido que el autor intentó asignarles. La noticia periodística posee una caducidad muy rápida que no la tiene el cuadro humorístico, gracias a que las convenciones gráficas son perdurables el dibujo resulta entendible y atractivo, aún en un contexto histórico distinto al que lo hizo aparecer.

A lo largo de la historia, se establecieron diversos conflictos entre las instituciones representantes de la cultura oficial, que privilegian el uso de la palabra como medio de representación, y la cultura popular, que se vale de las imágenes como medio de expresión. Desde el punto de vista de la cultura oficial, el uso de las imágenes de invención, sobre todo las no realistas, entre las que podrían incluirse las caricaturas del humor gráfico, siempre estuvo ligado a la superstición y a la lascivia. El profesor Jorge Rivera en su ficha de clases teóricas sobre “Relaciones entre palabra / imagen / escritura”, da cuenta de diversos conflictos religiosos, filosóficos y estéticos entre la palabra y la imagen que tuvieron lugar a lo largo de los siglos. En estos conflictos se enfrentaban dos tendencias opuestas. Una de ellas era la iconoclasta, que proponían la destrucción de las imágenes y la proliferación de un lenguaje fuertemente codificado o de carácter simbólico, relacionada con la austeridad y el ascetismo. Mientras que en oposición a la anterior se encontraba aquella tendencia que privilegiaba una comunicación basada en elementos materiales tales como los monumentos y las imágenes antropomórficas, relacionadas con la adoración. Esta confrontación establece una separación entre la cultura oficial, que adopta los principios de

la tendencia iconoclasta y no figurativa, y la cultura popular, marcada por una actitud fuertemente representacional y basada en la percepción sensible como herramienta de conocimiento y en la imagen como instrumento didáctico. Así, desde un principio la cultura popular se valió de las imágenes como una herramienta de oposición y resistencia al propósito de organización de la sociedad que el Estado pretendía imponer a través de la difusión de la cultura oficial.

La revista *Satiricón* asigna un gran valor al componente visual, tanto dibujos como fotografías. En ella el espacio asignado a los elementos visuales es equivalente al que se destina a los textos escritos. En el presente trabajo no entendemos al uso casi predominante de imágenes que realizan algunos medios de comunicación en términos negativos de brevedad y esquematismo, no compartimos la perspectiva que descalifica a priori a dichas operaciones de sentido como “recursos de simplificación, de facilismo, que remitirían en últimas a las presiones de los formatos tecnológicos y a las estrategias comerciales.” (Barbero, 1983: 59). Al contrario, consideramos al uso privilegiado de las imágenes desde una postura opuesta a la anterior: entendemos que las producciones de la industria cultural se valen de “operaciones mediante las cuales lo masivo recupera y se apoya sobre lo popular” y que evidencian “la presencia en la cultura masiva de códigos populares de percepción y reconocimiento, de elementos de su memoria narrativa e iconográfica.” (Barbero, 1983: 61).

Los medios de comunicación de la modernidad se valieron de las formas de comunicación y de conocimiento de las tradiciones orales y visuales, que no eran tenidas en cuenta o eran despreciadas por la cultura institucionalizada. Aníbal Ford afirma que “la cultura de los medios “populares y baratos”, nace, en gran medida, marcada y enancada en las tradiciones, los géneros, los saberes y las necesidades cognitivas existentes en las clases

populares” (Ford, 1994: 149). Los medios establecieron un diálogo con las culturas populares y con las formas que ellas adquirieron en el contexto de la ciudad industrial. Así, explotaron zonas constitutivas de la cultura popular que intentaban ser superadas por la cultura oficial. Algunas de estas zonas de la cultura popular que fueron adaptadas a las producciones de la industria cultural y que se relacionan con el objeto de nuestra investigación son el humor, la irrespetuosidad, lo oral, lo no-verbal, la cotidianidad, el juego, la fiesta y la simulación.

Barbero se expresa en el mismo sentido que Ford al afirmar que, respecto a la cultura popular, “lo masivo no es algo completamente exterior, algo que venga a invadir y corromper lo popular desde fuera, sino el desarrollo de ciertas virtualidades ya inscritas en la cultura popular (...) Lo masivo se ha gestado lentamente desde lo popular.” (1983: 60). Barbero también sostiene que en la masificación de la cultura de las clases populares tuvieron lugar procesos de activación de ciertas señas de identidad de dicha cultura, pero también de neutralización o deformación de aquellos sentidos que presentaban la conflictividad social a través de la cual las clases populares construyen su identidad, los cuales impidieron la emergencia de una cultura *de clase* y dieron lugar a una cultura *de masa*, caracterizada por la presencia de dispositivos de despolitización, control y desmovilización (1983: 61).

En relación directa con este debate acerca de la cultura popular y masiva, en la nota “Editorial” del tercer número, la revista de *Satiricón* establece una confrontación con un sector del universo mediático de su época a partir de la cuestión de las imágenes y la idolatría. *Satiricón* afirma que el negocio editorial para subsistir “produjo una necesidad-sostén: la de inventar ídolos” o “figuras populares”, e identifica con esta práctica principalmente a las revistas de espectáculos y deportes que descartan a todas las

personalidades que “no fueron tocados por la varita del exitismo”. La revista se desliga de ese tipo de prácticas periodísticas y se autoadjudica el mote de “iconoclasta: del griego **eikón** (imagen) y **klaizein** (romper). Miembro de una secta que prohibía el culto a las imágenes.” De esta manera la revista justifica la inclusión de contenidos en los que se critica y burla a figuras populares del deporte, la política y el espectáculo; y en las que se desacraliza a prácticas tales como el sexo, las votaciones y la moda (ver N° 3, foto: p 11 a).

A partir de esta “Editorial”, *Satiricón* se declaraba en contra del uso que realiza el mercado y la cultura de masas de las costumbres idolátricas de las clases populares, y se proponía romper con ese modelo de adoración exitista hacia ciertas figuras mediáticas generadas por (y generadoras de) un tipo de consumo cultural particular. En el uso del término “iconoclasta” que realizaba la citada nota editorial, se plasma el conflicto entre la cultura de masas, la cultura culta y la cultura popular. La revista se posicionaba en el lugar del intelectual crítico y anti-populista para criticar a la cultura de masas, en la que ella misma estaba inserta, y al consumo que ciertas clases sociales hacen de sus producciones. El uso del término “iconoclasta” implica asumir una antigua reivindicación utilizada por la cultura culta en sus intentos de dominar a la cultura popular. De esta manera la revista *Satiricón* parecía asumir una postura elitista y desconocer en los “ídolos populares” de la modernidad todo tipo de significación reivindicativa y de rasgos de identidad de las clases populares. En el contexto de la mercantilización de la cultura, el editorialista de *Satiricón* encontraba en los “ídolos populares” sólo meros productos comerciales inventados por técnicos del comercio cultural y consumidos por individuos carentes de conciencia de clase.

No podemos afirmar que la visión recientemente detallada a partir de la nota “Editorial” del tercer número, se despliegue a lo largo de todos los contenidos de la revista. Tampoco podemos comprender a *Satiricón* como un ‘órgano de las clases populares’ que

operaba en resistencia a los embates culturales que las clases altas les propicia. Pero sí podemos considerar que el privilegio que la revista le asignaba a los recursos visuales en detrimento de las disertaciones extensas y razonadas, en parte, ejercía una perversión de la decencia que implica el texto escrito, que es la forma de expresión privilegiada de la cultura erudita. Al igual que otras producciones mediáticas, el humor gráfico reivindica cierto uso de lo visual como elemento significante, desterrando de su lugar cultural privilegiado a la palabra escrita y de ese modo produce una revalorización de lo gestual y lo no verbal en los proceso de construcción del sentido.

3.1 – LA ESCRITURA Y LA IMAGEN

Oscar Masotta trata el tema de la relación entre texto escrito e imagen dibujada para el caso de la historieta humorística o de aventura al clasificarlas como “literatura dibujada”: “las palabras escritas siempre terminan por reducir la ambigüedad de las imágenes. Y al revés, en la historieta la imagen nunca deja de “ilustrar”, siempre en algún sentido, a la palabra escrita, o para el caso de las historietas “silenciosas”, de ilustrar casualmente la ausencia de texto escrito. Dicho de otra manera: la historieta nos cuenta siempre una historia concreta, una significación terminada.” (Masotta, 1982: 10).

Guillermo Saccomano debate con esta idea de “reducción de la ambigüedad” o de una “significación terminada”. Dicho autor se pregunta qué tiene mayor importancia en una historieta, si su argumento o su realización gráfica. Afirma que esa pregunta “esconde una crítica de antigua filiación maniquea” que establece una “división polarizadora” o contradicción que “en la antigüedad se emblemizaba entre cuerpos y almas” y “no hacía sino anclar, encubiertamente, una lucha entre privilegios” en la que el espíritu representa a la singularidad, a la palabra y a la razón; y la carne remite a la imagen, a la materia y a lo

pecaminoso. El autor plantea que optar por la importancia de la palabra o el dibujo, es una elección fragmentaria. Para Saccomano, las historietas “nada serían sin palabra y sin imagen. La palabra desemboca en la imagen y la imagen en la palabra.” De esta manera se despega de las posiciones extremas y, en lo que parece una alusión directa a la categoría masottiana de “literatura dibujada”, afirma que “quienes toman parte por el argumento, la *novela ilustrada* (antes *novela* que *ilustrada*), lo quieran o no, enfatizan un aspecto del asunto ligado al pudor que provoca consumir un género masivo”. Pero también afirma que “el dibujo, por sí mismo, aislado, no significa sino una plasticidad hueca” y requiere estar unido a un “lineamiento de acción”. Para Saccomano la relación entre texto e imagen es “ventajosa”. Porque el dibujo cierra o abre el universo de las palabras enriqueciendo al texto y explorando las limitaciones de las palabras, formando una “unidad indisoluble (...) sin que nada sean el uno sin el otro” (Saccomano, 1979: 25).

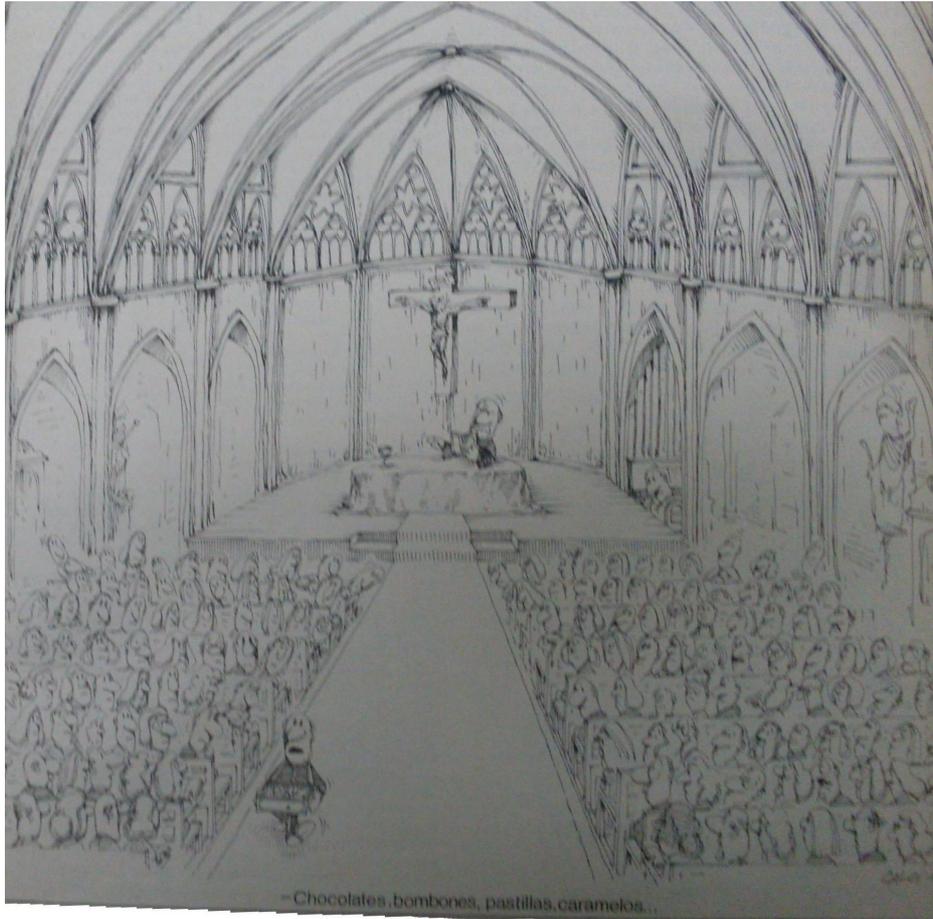
Partiendo de este debate, podemos clasificar a las intervenciones aparecidas en la revista *Satiricón* en tres categorías, según los lenguajes que en ellas son utilizados:

- 1) Aquellas que se componen solamente por imágenes.
- 2) Aquellas que se componen solamente por texto.
- 3) Aquellas que incluyen a ambos en distintas proporciones.

En su gran mayoría las intervenciones combinan imágenes y textos. En estos casos se registran tres tipos de interacción entre los elementos de estos dos lenguajes. Estas interacciones se determinan a partir de la cantidad de espacio que se le asigna a cada elemento, siendo el que ocupa mayor cantidad de espacio el que adquiere mayor relevancia. También el valor que adquieren los elementos escritos y los visuales se determina a partir del lugar dentro de la página que le es asignado y a partir de la función que le toca cumplir a cada uno.

El primer tipo de interacción que detallaremos es aquel en el que el elemento visual cobra predominancia sobre el escrito, transformándose el texto en una mera referencia contextualizadora de la imagen. De esa manera la imagen casi ‘habla por sí sola’ y aún si se prescindiera del texto, no perdería su comprensibilidad. En estos casos, debido a la casi inexistencia del texto y a la economía de recursos gráficos, la idea que encarna el dibujo parece más clara y específica, por lo cual pareciera existir un mayor mérito del autor que en aquellos cuadros acompañados por una mayor cantidad de texto. Así el género de humor gráfico parece expresarse de manera más acabada debido a que la imagen materializa, o hace aparecer de manera condensada y práctica, a las reglas y elementos que lo rigen. Es decir, nos encontramos ante la presencia de un relato que no necesita apoyarse demasiado en palabras para ser reconstruido por el lector, quien hará presente a esas palabras omitidas en la intervención del humorista. De esa manera, también el autor brinda a su lector la satisfacción de encontrar que posee significaciones en común con quien enuncia la situación mostrada.

Podemos citar como ejemplo de este tipo de casos a la intervención del humorista Caloi en el segundo número de *Satiricón*. El chiste se compone solamente por un cuadro de gran tamaño. Muestra una escena que sucede en el interior de una iglesia, los bancos se encuentran repletos de asistentes y, mientras el cura da misa, todos se dan vuelta y se miran entre sí al ver pasar a un vendedor de golosinas, tal como si se tratara de una función de cine o algún espectáculo popular. El único texto que incluye este cuadro es el pregón del chocolatinero: “-Chocolates, bombones, pastillas caramelos...” (ver N° 2, foto: p 12 b).



También podemos ejemplificar a este primer tipo de interacción entre imagen y texto con una intervención de Landrú, compuesta por un sólo cuadro, aparecida en el tercer número de *Satiricón*. La misma se titula “Secuestros” y muestra a un hombre de barba y pelo largo, quien corre cargando sobre su espalda a una mujer que grita en medio de una escena nocturna y urbana. La mujer luce un gorro frigio, por lo que sería una representación de la Nación o de la libertad. El único texto que se incluye al pie del cuadro es la exclamación “¡Socorro!”, dicha por la mujer raptada. (Ver N° 3, foto: p 7 b).

El segundo tipo de relación entre imagen y texto es aquella en la que adquiere superioridad el texto y la imagen pasa a ser ilustrativa de lo escrito. En estos casos pareciera que la imagen fue pensada con posterioridad al texto y lo visual establece una

redundancia con respecto a lo escrito. Sin embargo, no por eso la ilustración pierde originalidad. Al contrario, la imagen no solamente reafirma lo dicho por el texto, sino que, al encarnar lo verbal, le agrega ciertas características que no alcanzan a ser descritas por lo dicho. En este caso, el dibujo ejerce una lectura del texto, muestra lo que el ilustrador se imaginó o interpretó de manera subjetiva a partir de lo escrito.

Podemos citar como ejemplo de este segundo tipo de relación a cualquiera de las intervenciones de César Bruto ilustradas por Oski. En dichas intervenciones es similar la cantidad de espacio destinado a textos e ilustraciones, pero en la mayoría de los casos los dibujos se encuentran ubicados al final del párrafo al que corresponden, estableciéndose así una relación de contigüidad entre texto e ilustración. En un pasaje de su intervención en el primer número, César Bruto habla sobre los apodos de los políticos, nombra a algunas personalidades a las que se las vinculaba con animales y les aconseja a los futuros gobernantes no enojarse por ello. La ilustración correspondiente muestra a un mono con cara humana que luce banda presidencial, gorra militar y bastón de mando. (ver N° 1, foto: p 4 b).



Bruto en el quinto número también recomienda alejar al gobierno de quienes quieren hacerlo caer, creando consulados donde no existan para alojar a los opositores, entre los que destaca a los de formación militar. La ilustración muestra a un funcionario que llega a una pequeña isla, donde el único habitante es un gran pájaro que mira al hombre de forma amenazante, sobre el terreno de la pequeña isla se observan restos humanos y de animales que fueron devorados por el ave. (ver N° 5, foto: p 8 a).

La misma relación entre texto e imagen se encuentra en las ilustraciones de Pérez D'Elías, Tomás Sanz e Izquierdo Brown que acompañan las columnas deportivas de Dante Panzari. Las temáticas de estas notas se ligan a la degradación del deporte, las inmoralidades y los intentos de tecnificación del mismo. Entre las imágenes que aparecen en sus columnas se incluyen caricaturas de personajes que son realzados y otros que son degradados por el autor en los textos. Por ejemplo, en el primer número el autor habla sobre personajes que se benefician con el negocio deportivo y especula sobre cuál sería la profesión a la que tendrían que dedicarse en caso de que dicho negocio se terminara. Las ilustraciones en este caso muestran, entre otros, al relator José María Muñoz como profesor de lengua española; al futbolista Pastoriza, considerado caudillo, se lo ve dedicado a la política (está vestido como pistolero y muestra un arma en su cintura); también se lo muestra al remero Demiddi tomando una copa y descansando (de éste se dice que recibe subvención estatal). (Ver N° 1, foto: p 12 b). En el inicio de su columna del tercer número, Panzeri habla de la inmoralidad utilizando ejemplos ajenos al mundo del deporte, así critica al escritor Pablo Neruda por sus contradicciones al apoyar al stalinismo y luego aceptar recibir el capitalista premio Nobel. Dicho comentario aparece ilustrado: se muestra a un busto de Stalin que mira de reojo a Pablo Neruda, éste cuenta dinero con una corona de laureles sobre su cabeza y a espaldas del gobernante soviético. Por otra parte, en el quinto número Panzeri realiza lo que denomina “ensayo de DICCIONARIO DE GANSADAS DE ANTOLOGÍA”. Transcribe y comenta declaraciones de deportistas, dirigentes y periodistas en las que se justifican actitudes indecorosas con la obtención de éxitos deportivos. La ilustración de esta columna abarca la mitad de una página, en ella aparecen caricaturizados y con cuerpos de gansos algunos de los personajes citados: Alberto J. Armando (presidente

de Boca Juniors), Onganía, Manrique y Osvaldo Zubeldía (entrenador). (Ver N° 5, foto: p 13 b).



Existe una tercera variante de interacción entre imagen y texto: es aquella en la que el vínculo entre el texto y a la imagen se torna menos claro. En este último caso, el dibujo se vuelve más conceptual y se relativiza la referencia hacia lo escrito. Esto hace que el texto y la imagen funcionen de una manera relativamente autónoma. Pero, si bien el significado de ambas unidades adquiere mayor independencia, aún el texto y la imagen forman una unidad establecida por una relación de contigüidad, en la cual ambos se acompañan sin que haya una determinación conceptual completa entre ambos. En este caso la imagen no es un adorno ni una transcripción plástica de lo dicho por el texto; tampoco el texto es una explicación del dibujo ni aporta datos que complementan lo que éste expresa. Son espacios en los que confluyen lo artístico libre y el discurso conceptual o de opinión, y que deben ser

leídos como una totalidad. No es extraño que este tipo de ilustraciones más abstractas aparezcan en espacios de la revista donde se explicitan posiciones ideológicas acerca de un tema, como en las notas editoriales. Además, en estas intervenciones no hay una relación jerárquica entre texto e imagen, en cuanto a la cantidad de espacio ocupada por cada uno y en cuanto a la posición dentro de la página que se les asigna. En los primeros seis números de *Satiricón*, estas ilustraciones son realizadas en su mayoría por Andrés Cascioli (director) y Walter Canevaro, aunque la autoría del dibujo no es un aspecto que se destaque en estas páginas.

El primer texto “Editorial” califica a la situación nacional como “falta de sol y de risa”, y propone recuperar la alegría y el ser “gracioso” y “grotesco” de los argentinos. Bromea acerca de los fines lucrativos de la revista diciendo que la salida de la publicación se debe a una investigación de mercado que detectó “cierto hambre de burla” en la sociedad. La nota posiciona a la revista en el lugar de la crítica inteligente, el escepticismo optimista y la falta de respeto por lo que es demasiado respetado; también define su postura política en términos contradictorios: “reaccionarismo de izquierda”, “existencialismo de derecha” y “anarcoconservadorismo”. La revista califica a la ideología como una enfermedad y destaca que el extremismo ideológico lleva a la pérdida del sentido del humor. Finalmente señala que *Satiricón* está inspirada en el proyecto que había sido llevado a cabo por Arkadi Temofeievich Averchenko, editor de *Satirikon*, una revista rusa que fue perseguida tanto por el zarismo como por el bolcheviquismo. La editorial despega a la revista de toda ideología y la declara “de libre cabeza y corazón, abierta a la gracia de la vida”. La ilustración que acompaña a esta nota muestra al mencionado autor ruso destacando sus manos de gran tamaño. La mano izquierda tiene los dedos en alto y sobre uno de ellos se posa un animal extraño, similar a la mascota de *Satiricón* pero de aspecto

agresivo. El cuerpo del autor se compone por una especie de manto o bandera a rayas de distintos tonos grises. (Ver N° 1, foto: p 9 b).

En el caso de la tercera “Editorial”, que refiere a la resistencia de *Satiricón* a reproducir la práctica del mercado editorial de crear “figuras populares” a las que se idolatra, no se encuentra relación entre la ilustración y el texto. El dibujo se divide en dos campos: uno superior, de tamaño menor, con forma de tira y subdividido en seis pequeñas imágenes. El campo inferior es de mayor tamaño y muestra triplicada la imagen de una especie de payaso de aspecto decadente. (Ver N° 3, foto: p 11 b).



Podemos concluir que a lo largo de los seis números que nos toca analizar no se registra una predominancia entre los elementos escritos y los visuales, sino que los diversos espacios contenidos en la publicación utilizan estos recursos adaptándolos a sus necesidades expresivas sin desmerecerlos ni sobrevaluarlos, lo que resulta en un equilibrio entre ambos componentes.

3.2 – REPRESENTACIONES DE ORALIDADES POPULARES Y AJENAS

En las representaciones de la oralidad halladas en los seis primeros números de *Satiricón* podemos encontrar expresadas las ideas que sus humoristas, dibujantes y guionistas (integrantes de una fracción subalterna dentro de la cultura letrada) tenían acerca de las “otras culturas”, aquellas que ocupan una posición distinta, casi siempre inferior, dentro de las relaciones sociales de dominación. Los códigos que se supone son compartidos por el universo de lectores, habilitarían a los autores a realizar críticas a los códigos y prácticas de otros grupos culturales que en algunos casos poseen pretensiones humorísticas, pero en otros rayan el desprecio, el fastidio y la discriminación.

3.2.1 - EL CASO DE CÉSAR BRUTO

César Bruto es más que uno de los seudónimos del autor Carlos Warnes, adquiere un carácter de “personaje-autor”. Se transforma en algo más que un enunciador al tomar una fisonomía propia mediante las ilustraciones de Oski y al hacer uso de la palabra en primera persona. En la intervención de César Bruto del primer número de *Satiricón*, una ilustración muestra al personaje-autor de cuerpo entero: se lo ve parado, sosteniendo una máquina de escribir y alzando el dedo índice. Su cara es redonda, está despeinado, tiene los ojos grandes y juntos, y las cejas tupidas; se ríe de costado, está vestido con camisa blanca y luce un moño a lunares. Sus extremidades son flacas y desproporcionadas con respecto al ancho de su panza. También en cada una de sus intervenciones en los demás números sus aspectos físicos se presentan mediante un retrato de la cara del personaje-autor. (Ver N° 1, foto p 3 b).



Carlos Warnes es el inventor de la criatura César Bruto, que en un momento se le volvió en su contra o lo devoró. El autor, en el prólogo al libro de César Bruto *El Secretario Epistolárico* (1955), confiesa: “En un día cualquiera de 1942 encontré por ahí a César Bruto, y en mala hora se me ocurrió llevarlo a mi casa, prestarle mi máquina de escribir y presentarlo en las redacciones. Y digo ‘mala hora’ porque desde entonces él ha publicado cuatro libros y centenares de colaboraciones, y yo soy un simple empleado suyo, un oscuro corrector de sus pruebas, el encargado de entregar y cobrar las colaboraciones suyas...” (citado en Rivera, 1981: 607).

César Bruto no da cuenta de una filiación política en particular en ninguna de sus intervenciones. De su escritura puede deducirse que se trata de un personaje que posee ciertos estudios básicos inconclusos, por lo cual su nivel socioeconómico sería bajo. Si bien son escasas sus referencias hacia su pasado laboral, César Bruto asume su función de escritor como un trabajo similar a cualquier otro. Sin embargo, el personaje tampoco parece responder a los rasgos de un trabajador contemporáneo al momento en que escribe, sino que se asemeja más a un personaje popular de los años en que Carlos Warnes dice haberlo encontrado. En esta percepción influye el estilo de dibujo de Oski, que caracteriza a sus personajes con gestos y vestimentas propias de los años ‘40. En conclusión, podemos caracterizar a César Bruto como un personaje popular de la etapa pre-peronista, movilizado políticamente pero aún no organizado.

Antes de colaborar con *Satiricón*, este personaje autor ya se había consagrado con sus participaciones en otras publicaciones humorísticas tales como *Rico Tipo*, *Tía Vicenta* y *Cuatro Patas*, había editado varios libros y también escrito guiones de televisión para Tato Bores entre 1960 y 1970 (Rivera, 2000).

Podemos encontrar en las intervenciones de César Bruto semejanzas y diferencias con el género gauchesco. Este género es definido por Josefina Ludmer como “un uso letrado de la cultura popular” (1989, 11). A diferencia de la voz del gaucho que es sujeta a las convenciones métricas y rítmicas de la poesía, la voz de Bruto nos habla en prosa; igualmente ambas son voces hipercodificadas. En el caso de César Bruto, el autor Carlos Warnes hace uso del lenguaje coloquial, imita con su escritura a la oralidad del hablante popular y urbano, incluyendo errores de sintaxis y ortografía. Por ejemplo, se escriben unidas palabras imitando a su pronunciación, como “sacarse densima” o “tencontrás”. Bruto incurre en el mal uso de las mayúsculas y también utiliza lugares comunes como “hacer de tripa corazón”. El personaje autor en sus relatos también hace uso de anécdotas personales o de terceros, y se refiere a situaciones en ámbitos cotidianos como las milongas, fiestas o el boxeo, además utiliza cuentos populares, fábulas y referencias históricas falsas.

El autor Carlos Warnes se apropia de la cultura popular urbana para caracterizar al personaje César Bruto. Éste encarna la visión que tiene el autor letrado acerca de las costumbres, creencias, ritos, reglas, refranes, dichos y los modos verbales de esa cultura. El autor Carlos Warnes habla en primera persona a través del personaje César Bruto, al que construye a partir de los estereotipos acerca de las clases populares urbanas que forman parte del sistema conceptual de la cultura letrada que él posee incorporado.

César Bruto, personaje popular urbano, se diferencia de los protagonistas de la gauchesca porque forma parte de un sistema distinto al que pertenecían aquellos. Este nuevo exponente de la “otra cultura” ya se encuentra en cierta forma atravesado por la educación oficial, posee una escritura propia, aunque más vinculada a la oralidad que a lo que la academia considera un uso correcto del lenguaje. Bruto escribe las palabras del

modo en que le suenan y transcribe continuidades sonoras de léxicos propios del análisis político.

La voz de César Bruto no es una voz oída y luego transcrita, sino que es un discurso escrito y directo. A diferencia de la gauchesca, las intervenciones de Bruto no se tratan de una reproducción escrita ficticia de la palabra oral del otro, sino que es el ‘otro’ (Bruto) quien escribe usando las formas de su oralidad. Dicho de otro modo: en los textos publicados bajo la autoría de César Bruto no se evidencia la presencia de otra voz que enmarque a sus consejos, que los sitúe o le permita al personaje popular urbano la entrada al mundo literario o periodístico. Por eso el ‘personaje-autor’ necesita justificar y legitimar su presencia en un ámbito que le es ajeno. Así, en el primer número de *Satiricón*, Bruto prevé que el lector cuestionará su “pretensión de dar consejos para gobernar” debido a su falta de cultura, pero reivindica su derecho a opinar al afirmar que “cada ciudadano tiene derecho a pretender cualquier cosa” y se compara con el personaje “sanchO panzA”, quien a pesar de su falta de cultura “supo gobernar la ínsula mucho mejor que el propio duque”. Bruto afirma que para hacer un buen gobierno es más importante tener buenas intenciones antes que “tener la cabeza llena de teorías” (ver N° 1, foto: p 3 a).

También en relación a la legitimidad de su voz, en el número dos aparece un texto referido a datos biográficos del ‘personaje-autor’ que se titula “Algo más con mi identikit personal”. En este caso Bruto critica a quienes dicen haberse hecho a partir de sus propios esfuerzos y descarta que las habilidades de las personas, como la de escribir, sean producto de una invención individual y las compara con las conductas animales: “Yo no puedo desir, por egenplo, que un día inventé el metabolismO de ponerme a escribir, y que a fuerza de pasiensia y costansia llegué a ser un escritor de hondo prestigio... ¡Eso seria lo mismo que si un gatO dijera que él inventó el arte de casar ratoneS”, (ver N° 2, foto: p 5 a).

A diferencia del gaucho, César Bruto no es un representante de la ilegalidad. Es un integrante de las clases populares, un semianalfabeto y desposeído pero no un delincuente ni un vago, sino un trabajador sujeto a las obligaciones y controles por parte de las clases dominantes. Al igual que en la gauchesca, en los relatos de Bruto se da cuenta de la existencia de un doble sistema de justicia: el que beneficia a los poderosos y que rige a la vida del pueblo, es la ley escrita; mientras que el que inspira a las “recomendaciones” emitidas por el personaje es un código consuetudinario y tradicional, es la ley de “los que tienen calle”. Igualmente, esta ley tampoco implica una superioridad moral sobre las normas oficiales. Bruto no demuestra ser dueño de una ética intachable; al contrario, algunos de sus consejos parecieran demostrar la existencia de una moral popular corrompida o incurrirían en la trasgresión de la ley escrita. Por ejemplo, bajo el título de “El arte de distraer”, Bruto brinda una anécdota de un amigo “quera intendente de un pueblo”, que sirve para afrontar “problemas difísiles de resolver” generando problemas mayores. El consejo se enuncia en la frase: “siempre sencuentra un problema mas grande para que la jente se distraiga de un problema mas chico” (ver N° 5, foto: p 5 a). Luego, en el consejo titulado “Para no ser derrocado”, el autor aporta una anécdota sobre un amigo empresario quien tenía un empleado inútil al que no podía despedir porque faltaba siempre a trabajar. Bruto aconseja: “¡cuando seas presidente andá lo menos posible a la casa de gobiernO, y si podes no vayás nunca!”. El autor imagina una situación en la cual un militar “se presenta con el tanquE en la plasA de mayO” y le anuncia a un granadero que viene a derrocar al presidente, pero no puede hacerlo porque éste “muy rara vez viene a gobernar”. (Ver N° 5, foto; p 5 a).

Debido a que las intervenciones del personaje César Bruto poseen pretensiones humorísticas, las mismas no se caracterizan por ser realistas. Es explícito que el autor

Carlos Warnes construye una ficción sin pretender lograr un efecto de verosimilitud, en eso se basa el efecto humorístico y también es lo que lo diferencia del género gauchesco. Además, mientras la gauchesca fue inventada con el fin de integrar a los gauchos a la ley “civilizada”, los escritos de César Bruto tienen un propósito inverso que les brinda un carácter paródico. Bruto es un personaje popular pero “civilizado” que intenta instruir a los poderosos para que se comporten de manera conveniente al sistema de poder que ellos mismos detentan.

Bruto también se diferencia de los personajes de la gauchesca porque él es parte de un ámbito regido por la ley y actúa en un contexto político en el que pretende intervenir dando consejos a quienes gobiernan. Su intervención en política se debe a que él, a diferencia del gaucho, ya posee incorporada la distinción entre la vida pública y privada. En un contexto electoral particular, al que suele referirse en términos bélicos como el de ‘contienda’ o ‘batalla’ (más aún si consideramos que se trata de un momento de transición entre un gobierno militar de facto y un gobierno constitucional de raigambre popular), podría pensarse que el personaje César Bruto es usado de un modo similar, aunque paródico, al modo en que eran utilizados los personajes gauchos en el momento de la guerra de la Independencia y la formación del Estado argentino. En contextos históricos distintos pero relacionados por ser etapas de transición y estar marcados por la violencia, la voz y el cuerpo de Bruto y la de los gauchos son apropiados para una causa que apunta a lograr cierta “unificación” o “pacificación” nacional.

En ese sentido, puede citarse como ejemplo una opinión de Bruto en su intervención en el cuarto número de *Satiricón*, que lleva el subtítulo de “¡O todos o nadie!”. El autor recuerda que se le solicitó aportar datos de su biografía al lector y se enoja porque lo obligan a contar su vida: ...“yo tengo que desnudarme ante la opinión pública, mientras

que la opinión pública ni siquiera se baja una media”, y propone: “¡o todos mostramos nuestra autobiografía (...), o nunca se producirá el tan ansiado encuentro entre todos los argentinos!” (ver Nº 4, foto: p 10 a). También, en el consejo titulado “Pueblos y gobernantes”, se queja de quienes dicen que hacen falta buenos gobernantes, según Bruto “...lo que hacen falta son buenos pueblos! O sea que habiendo un buen pueblo, al gobernante no le queda más remedio que ser bueno o largar el mando.” (Ver Nº 4, foto: p 10 b).

Así como resulta inverosímil que un gaucho en el contexto anterior a 1880 hubiera podido hablar de “independencia”, “libertad”, “patria” o “nación”; también suena extraño que un personaje de las clases populares urbanas casi iletrado pueda dar consejos acerca de cómo debe gobernarse el país, más aún durante los años en que las tecnoburocracias ocuparon puestos de mando en el sector estatal. La pretensión realista de la literatura gauchesca se diferencia del fin humorístico de las intervenciones de César Bruto. Puede decirse que, en cierto sentido, César Bruto invierte el género gauchesco. En dicha literatura un autor letrado usa una voz popular con el fin de civilizar a los elementos que eran conflictivos para el proyecto de dominación social que se intentaba instituir. Ese proyecto civilizador alcanza su máxima expresión en los consejos brindados en *La vuelta de Martín Fierro*. En cambio, en el caso de las intervenciones de César Bruto nos encontramos ante una sociedad capitalista ya instituida y en un momento histórico en que se intentó neutralizar de manera represiva al proyecto político peronista, que no cuestionaba de manera cabal al status quo, sino que contribuía a mantenerlo impulsando algunos avances hacia una mayor justicia social. En ese sentido, si bien César Bruto y Martín Fierro se parecen por el hecho de dar consejos, se diferencian por quiénes son los destinatarios de su

prédica: en el caso de Martín Fierro son sus pares, en el caso de Bruto son quienes detentan el poder, es decir, sus soberanos.

En el segundo número de *Satiricón*, Bruto adopta como interlocutor a un imaginario “aspirante a la presidencia”. El consejo cuyo título es “Tu primer decreto”, se inicia con una crítica a los mecanismos electorales. El autor le pide al lector que suponga que “te presentas a elecciones (...) y supónete que a pesar de haber sido elegido a vos te dan el gobierno...” Este acceso al gobierno “a pesar de haber sido elegido” es una mención de la por entonces habitual debilidad de los mecanismos institucionales frente a otros intereses particulares que se le imponen. César Bruto aconseja que el primer decreto de un gobernante sea declarar el “estado de sitio”, al que califica como “una de las cosas históricas que nos vienen de más atrás” y “pertenece a nuestro folklore”, tan asumido por el pueblo que nadie lo nota. (Ver Nº 2, foto: p 5 a).

Los consejos de César Bruto y los de Martín Fierro se diferencian también por sus efectos: es sabido que las enseñanzas de Martín Fierro adquirieron arraigo popular al pasar de ser un texto escrito a constituirse en un mito de transmisión oral; en cambio es absurdo imaginar que alguno de los interlocutores de Bruto haya tomado en serio o incorporado sus enseñanzas. Es en el lugar del absurdo donde se hace evidente la presencia de un autor letrado oculto tras la parodia de una voz popular para ejercer una crítica a quienes detentaban el poder y a la clase política en general.

3.2.2 - OTRAS VOCES “OTRAS”

También podemos encontrar en *Satiricón* intervenciones en las que se alude a otras culturas distintas a la del lector promedio y a la de los autores ejerciendo desvalorizaciones

explícitas respecto al objeto al que se refiere. También estas intervenciones, serias o humorísticas, se valen de los modos de hablar para aludir a su objeto.

Una nota del periodista Mario Mactas, aparecida en el primer número y titulada “El argentine look”, utiliza a una voz proveniente de una cultura más alta para ejercer una burla degradante de los hábitos de vestir de los argentinos. Se trata de una nota humorística que relata el origen de un supuesto informe sobre el modo de vestir de los argentinos encomendado por el Foreign Office a un espía secreto ante la amenaza que sufriría el prestigio del estilo británico frente a los rumores de que los argentinos “son los seres humanos más elegantes del mundo”. En este caso se utiliza la voz de un representante de la cultura británica, cuya supuesta superioridad se manifestaría en el modo de vestir. El informe narrado por el espía inglés menciona una serie de supuestos malos hábitos en el vestir de los argentinos, los cuales son ejemplificados con personajes de la política y de la televisión, a los que también se los califica de manera despectiva. Por ejemplo, se refiere a “Ricardo Balbín, una curiosa mezcla de orador ciceroniano e indígena” y menciona a Arturo Jauretche como “especie de bromista muy simpático, gordo y que imita a la perfección el tono de los jinetes pampeanos”. El autor, a través de la voz del personaje inglés, se refiere a cuestiones raciales que explicarían el mal gusto argentino: se refiere al uso de la gomina “en el pelo, para aplanarlo y disimular, probablemente, su origen negroide”; habla de los hippies argentinos a los que califica como “chicuelos de barrio, más bien de tez oscura”; y de la belleza de la mujer argentina, a la que caracteriza como “señoritas de aspecto aindiado cubiertas por camisas con leyendas en inglés”. La descalificación de las costumbres argentinas se manifiesta en la conclusión del supuesto informe secreto, llevándolas al lugar de una ‘no cultura’: “el ARGENTINE LOOK no

existe, o, en todo caso, es sólo Look, sólo apariencia, sólo exterior, sólo cáscaras sin relación unas con otras.” (Ver N° 1, fotos: p 21 a – p 23 b).

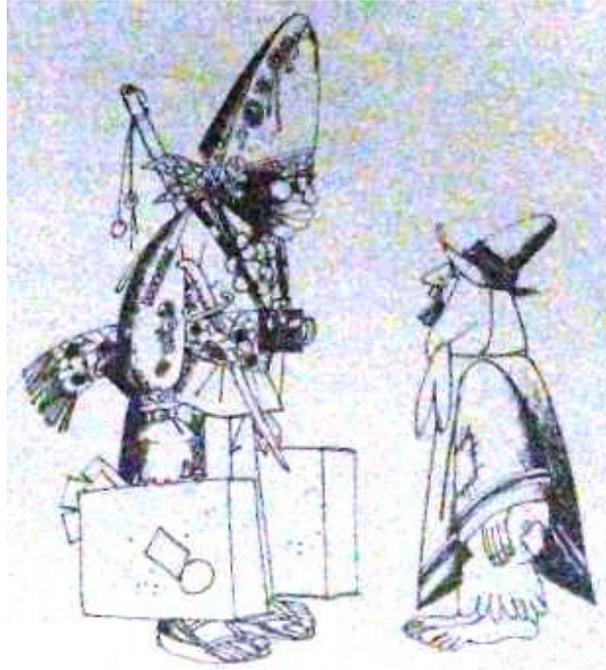
La nota a la que hicimos mención se encuentra complementada por una intervención humorística de dos páginas dibujada por Oskar Blotta (h), cuyo título es “Argentina look”. Este espacio está editado a colores, ubicado en la doble página central e impreso en papel de mejor calidad que el resto de la revista, lo que le da una mayor jerarquía respecto al resto de los contenidos. Está compuesto por dieciséis cuadros que ilustran lo narrado en el informe anterior, e incluye fragmentos de dicho texto. Se muestran algunos estereotipos argentinos mencionados por el supuesto detective inglés: el gaucho, el hippie, la modelo, el futbolista, el militante de izquierda y el linyera; también aparecen personalidades como Perón, Ringo Bonavena y Pipo Mancera. Es destacable que en la intervención de Blotta, cuyo objetivo es traducir de manera gráfica lo dicho en la nota anterior, no se detecta el nivel de burla agresiva que denota el texto escrito por Mactas. Dos lenguajes distintos como el dibujo humorístico y la escritura, puestos a decir lo mismo generan un efecto de lectura distinto. Podemos arriesgar que la diferencia entre ambos radica en que el lenguaje escrito tiende a generar proposiciones generales o a establecer opiniones que pretenden ser verdades absolutas, mientras que el dibujo parece referirse de una manera simpática a casos particulares, que, si bien reúnen características estereotipadas, jamás podrían establecer una conclusiones generales. (Ver N° 1, fotos p 24 a – p 25 b).



Otra nota de Mario Mactas, aparecida en el quinto número, titulada “Geopolítica: Las invasiones brasileñas” e ilustrada por Leopoldo Durañona, también se refiere a una cultura distinta a la del lector y del autor. En este caso el objetivo de la burla son los turistas brasileros que arribaban a Buenos Aires atraídos por los beneficios que les proporcionaba el tipo de cambio de entonces. La única ilustración de la nota ocupa tres cuartas partes de la

primera página: muestra a un gaicho brasilero que se enfrenta a otro argentino. El hombre de raza negra, vestido con un traje y adornos típicos, lleva un sable y un rifle, tiene colgada una cámara de fotos y sostiene dos valijas de las que desbordan billetes, mientras que su par argentino es de menor estatura, lleva sus ropas típicas remendadas y se encuentra descalzo.

Todo el texto está colmado de calificativos injuriosos hacia los turistas brasileros y hacia su país de procedencia, así como también habla con desconfianza y crítica abusiva de sus políticas de desarrollo económico. Los calificativos más destacables son: “invasores”, “yanquis del subdesarrollo”, “nuevos ricos de la miseria”, “catinga”, “imperialistas de la miseria” y “sucios”. El autor destaca con desprecio que los brasileros “arrastren las sandalias por Florida o Corrientes” y que sean “los brasileños de clase media baja los que asolan Buenos Aires”. También critica la actitud de “reverencia” que tienen los argentinos hacia ellos y dice que los brasileros compran perfumes baratos en Argentina para tapan el “el fuerte y viejo olor africano”. El autor se vale de citas textuales de comerciantes que igualan en su nivel de injuria al discurso del periodista. El autor menciona las pretensiones de ser potencia mundial que impulsa el presidente dictatorial Emilio Garrastazu Médici, a quien nombra como “Garrastazú Das Mortes”. Destaca “la política de desarrollar a toda costa sobre la base de la superexplotación” y asegura que cuarenta millones de brasileros “comen aire” y que en el país hay “5.000 presos políticos”. Menciona supuestos planes de Brasil para apoderarse de recursos naturales, la venta de la Amazonía, el exterminio indígena, la censura cultural, la explotación sexual y la corrupción política y militar en ese país. Finalmente, el autor imagina un posible desenlace en el que los 40 millones de brasileros hambrientos “nos devoren a mordiscos feroces el culo”. (Ver N° 5, fotos: p 32).



En el sexto número de *Satiricón*, en el espacio titulado “Lectores”, cuatro de las cinco cartas que se incluyen se refieren al artículo que comentamos, y por esa razón es Mario Mactas quien las responde. Uno de los lectores se queja del tono “racista” de los comentarios del autor y de sus “injurias”. Otro afirma que Mactas sufre “arterosclerosis izquierdista”, lo acusa de transformar “la Libertad de Prensa permitida en esta dictadura tan mezclada por ustedes con libertinaje”. Otro lector destaca la falta de información y de fundamento que posee la nota y lo critica por “esquemmatizar con una óptica de un subido tono totalitario”. También se publica una carta escrita en portugués enviada desde Río de Janeiro en la que se califica al autor de “frustrado”. En sus aclaraciones Mario Mactas se muestra feliz de que su artículo haya provocado comentarios, a quienes lo acusan de racista les contesta que ellos “temen al grano de racismo propio que han de tener en un rincón del corazón”. Finalmente, sin pedir disculpas, cierra el debate con un dicho popular: “No hay que dar por el chanco más de lo que el chanco vale”. (Ver N° 6, foto: p 4 a).

Mara Burkart analiza un caso similar, aunque posterior al que nos estamos refiriendo, en el que tampoco hubo coincidencia o cohesión entre cierto grupo de lectores y los autores. Burkart toma una serie de siete chistes de Catón publicados en el número 21 de la revista *HUMO*®, bajo el título “Holocausto I”, en los que se bromea acerca de las situaciones de sometimiento, tortura y muerte sufridas por los judíos durante el nazismo (Burkart, 2009: 5). Coincidimos con dicha autora porque tanto los chistes de Catón sobre el holocausto como la nota de Mactas, pusieron en cuestión los límites de la representación humorística y generaron una tensión entre ética y estética que dio lugar a que dichos contenidos tuvieron respuestas negativas de parte de lectores pertenecientes a las comunidades ofendidas. Tanto en *HUMO*® como anteriormente en *Satiricón*, se intentó aplicar recursos humorísticos sobre cuestiones consideradas sagradas para cualquier pueblo, tales como el respeto a la vida, a la soberanía y a la identidad cultural. Dichas humoradas o comentarios con el supuesto fin de realizar denuncias encubiertas o de aportar una mirada crítica del mal (en el caso de *HUMO*®, acerca del holocausto nazi, y en el caso de *Satiricón*, acerca de las consecuencias socioeconómicas de la dictadura brasilera), resultaron en lecturas que, lejos de comprender dicho objetivo, se apropiaron de esos contenidos como expresiones que naturalizaban o banalizaban a la violencia.

Por último, una nota aparecida en el sexto número de *Satiricón*, publicada sin firma y titulada “El lunfardo del rock criollo”, también parece establecer una diferenciación entre los códigos culturales que unirían a los integrantes de la comunidad de lectores y autores de la revista y los códigos propios de una comunidad ajena, la que formarían el público y los músicos de rock de aquella época. La ilustración de gran tamaño de Alfredo Grondona White que sirve como apertura a la nota establece de forma gráfica dicha diferenciación. En ella se observa a un conjunto de músicos de rock tocando. El estilo del dibujo coincide con

el de la música que representa: provoca una sensación de ‘aturdimiento’ por estar recargado de detalles y de figuras desproporcionadas y superpuestas. Se observa a siete músicos que cantan con expresión de estar gritando. El dibujo destaca la presencia de lo eléctrico, incluyendo una gran cantidad de cables, micrófonos, sostenes metálicos, amplificadores y una gran consola de sonido llena de enchufes, perillas y palancas. Detrás del conjunto parece haber una pared desmoronándose por la amplitud del sonido. A la izquierda del conjunto se observa a un hombre sentado en el piso, está descalzo y mira llorando hacia una pequeña radio portátil, sobre su cabeza caen las piedras (rock) que se derrumban.



El texto califica al rock argentino como una “subcultura en la que abundan músicos deplorables y músicos excelentes”. También divide al público entre quienes “buscan buena música” y el “cirquero”, “que sólo quiere apretarse con los demás, encontrar a los demás,

sentirse navegando en un universo apolítico, antisocial pero no alegre sino angustiado”. Afirma que el cerrado lenguaje del rock sirve para “que los que no pertenecen al ámbito no comprendan, no perturben, no violen y hagan peligrar estructuras que tienen a la marihuana como pilar”. Finalmente acepta que este lenguaje es un “sistema de comunicación que es, también, parte del país”. La nota desarrolla una serie de diferenciaciones binarias entre buenos y malos músicos y públicos, y señala el incremento de los aspectos más decadentes de ambos. Afirma que el público suele “confundir violencia con revolución y marihuana con evolución” y se lamenta porque “son pocos los que entienden que puede haber un oculto sentido revolucionario en un movimiento apolítico y antisocial”. Finalmente, se incluyen definiciones de términos usados por los integrantes del ambiente del rock, quienes son calificados de “adictos-cirqueros, pusilánimes, solos, buscadores de buena música”. Muchos de esos vocablos se refieren a la práctica de consumo de marihuana y otras drogas. La intervención culmina con dos cuadros humorísticos que redundan sobre la supuesta vaciedad de contenido y violencia propia del rock. (Ver N° 6, foto: p 23 a).

3.2.3 - VOCES Y GESTOS POPULARES NO IDENTIFICABLES

También encontramos en la revista *Satiricón* algunas intervenciones humorísticas sobre costumbres que refieren al uso del lenguaje oral y escrito, algunas de ellas se vinculan también a la cuestión de la corporalidad.

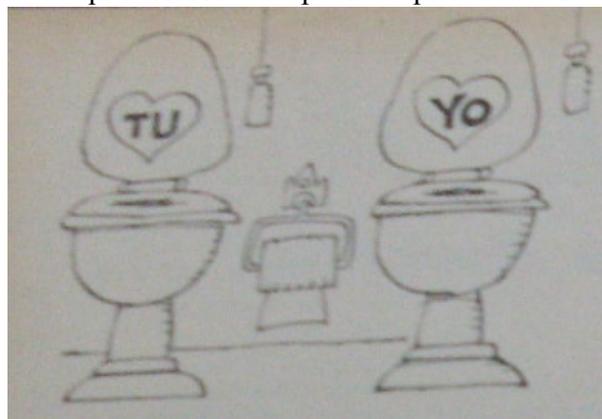
En el primer número de *Satiricón* el dibujante Broccoli realiza una intervención humorística titulada “Los porteños y sus maneras de proceder en una confitería, bar o café”. En los seis cuadros que la componen, se trata sobre las distintas maneras en que un hombre puede pedir ser atendido en un bar. El dibujo acentúa los distintos gestos y actitudes que un “tipo” adopta para realizar una misma acción según por quién se encuentre acompañado. En

esta intervención, a diferencia de las anteriormente descritas, el autor se vale de un código corporal instituido cuya procedencia no se le puede atribuir a algún grupo cultural ajeno, sino que parece pertenecer al código compartido por el lector y el autor. (Ver N° 1, foto: p 27 a).

A partir del segundo número de *Satiricón* comienza a publicarse una serie de notas humorísticas sobre costumbres realizadas en coautoría por Carlos Trillo y Alejandro Dolina, y acompañadas de ilustraciones de diversos dibujantes. Una de ellas, titulada “Graffiti, o los poetas del fondo a la derecha”, refiere y revaloriza de modo humorístico a un tipo de uso del lenguaje vinculado al bandalismo y a la creatividad popular. El texto realiza un cuestionamiento al uso académico o sacralizado de las letras y degrada al lenguaje a su uso más funcional y cotidiano. A la vez, revaloriza las demostraciones de creatividad de los hablantes comunes, a quienes se les atribuye un uso poético de la lengua, es decir, un tipo de lenguaje que la cultura letrada atribuiría de manera casi exclusiva a escritores profesionales o consagrados.

La nota se inicia con una definición de ‘escritura’ que la iguala a una costumbre. Se afirma que “exponer las cosas por escrito es una vieja costumbre de los hombres” y que después de aprender a escribir algunos se hacen escritores, pero los que no, se consuelan escribiendo en las paredes. Según los autores, en los baños afloran “las explosiones literarias del hombre común”, producto de la intimidad que ese lugar mantiene. Los autores son calificados como “hombres de agudo talento y tormentosa vida intestinal” y se afirma que detectaron “distintas orientaciones en los temas poemáticos del excusado”. Bajo el subtítulo “La censura no va al baño”, afirman que el sesenta por ciento de las manifestaciones políticas son favorables al peronismo y que sólo en un baño se registró una manifestación de apoyo a la Nueva Fuerza. Al nombre de este partido de ideología liberal

se lo vincula con la “libertad de vientres”. Otro subtítulo, “Entre suspiros”, remarca la importancia de los escritos referidos al sexo y al amor. Los autores usan la expresión “delicado lirismo” para calificar a la habilidad de quienes escriben poesías que hablan de accidentes o complicaciones que suelen ocurrir en los baños públicos. El texto culmina con un ejemplo que, según los autores, es “una auténtica definición de los graffiti”: “Qué mirás imbécil, no ves que soy un letrero”. (Ver N° 2, foto: p 49 a).



En un tono similar al anterior y en relación a los usos populares del lenguaje oral, en el tercer número de la revista, la dupla Dolina – Trillo publica una “investigación” titulada “Los lugares comunes ya no vienen como antes”. Los autores plantean que el uso de estas frases está regido por “un código estricto e implacable del que nadie puede apartarse”, un código no escrito “que se va repitiendo de generación en generación”. La “investigación” se propone explicitar “las leyes inmutables y eternas del lugar común”, al que agrupa en categorías como: climáticos, amorosos, políticos, patrióticos, navideños, metafísicos y otros. Se afirma que los lugares comunes son utilizados hasta por los espíritus más selectos y que la política es el lugar más propicio para el uso de estas frases. (Ver N° 3, foto: p 51 a).

3.3 – USO DEL LENGUAJE PUBLICITARIO EN EL HUMOR DE *SATIRICÓN*

El humor gráfico argentino se relacionó con el mundo de la publicidad comercial desde sus orígenes. Según Jorge Rivera, “desde sus comienzos *Caras y Caretas* y *PBT* utilizan los recursos del humor dibujado para hacer publicidad. Abunda, sugestivamente, la relación entre publicidad, figuras políticas y humor. (...) En la primera etapa de la historieta

nacional el mecanismo de enlace entre publicidad y humor se robustece”, utilizando personajes populares de historietas humorísticas para promocionar productos o bien creándolos con fines meramente publicitarios (Rivera, 1992: 62).³

Satiricón era una revista con fines comerciales, quienes la idearon eran profesionales del campo de la publicidad y su redacción funcionaba en la agencia Blotta y Asociados. La revista contaba entre sus páginas con algunos anuncios publicitarios que eran contruidos con recursos humorísticos y elaborados por los colaboradores de la publicación. La mayoría de estos avisos son publicidades oficiales que promocionan obras de infraestructura llevadas a adelante por el gobierno militar. Por otra parte, existían algunos espacios de la revista destinadas a promocionar de manera subrepticia productos y servicios presentándolos como informaciones objetivas, como la sección “La vida de los demás”. Otra sección con fines publicitarios se titulaba “Los escalones de la pirámide”, aunque su función comercial se veía trastocada con la inclusión de chistes gráficos y reflexiones humorísticas acerca del consumo. También, a partir del quinto número, se incluye la sección “Piolas y pioladas (empresariales)” en la que se adopta una postura ambigua frente al consumo. Se califica a la sección como “venal” y para “darle manija a los amigos”, y afirma que es la página en que la revista “muestra la hilacha”. Los productos promocionados por *Satiricón* en estas secciones son de alto costo y se caracterizan por ser fuentes de prestigio para sus usuarios, también algunos de ellos son servicios destinados exclusivamente a empresas. Jorge Rivera, en referencia a la publicación *Tía Vicenta* afirma que cumplía con el propósito de “promocionar ambiguamente modas y hábitos lingüísticos

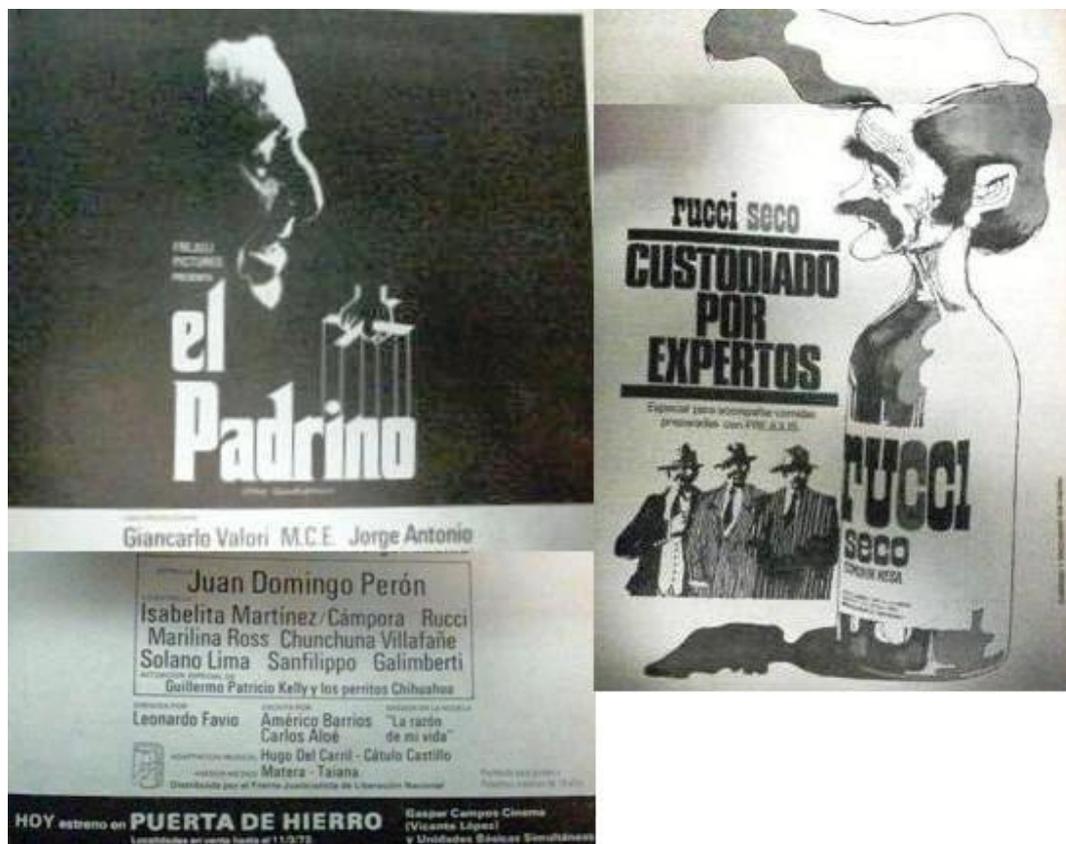
³ Uno de estos personajes inventados con fines publicitarios fue Mafalda, creado por Quino en 1962, aunque nunca cumplió dichos fines y luego adquirió trascendencia mundial como personaje humorístico.

a los que se supone emparentados con el estilo de vida de la burguesía *chic*” (Rivera, 1981: 611). Dicha caracterización se asemeja al propósito que cumple *Satiricón* en estas páginas.

También encontramos en el primer número de *Satiricón* una intervención humorística que realiza una crítica hacia el lenguaje publicitario y las fórmulas aplicadas para promocionar productos. Se titula “Publicidad y felicidad. Insospechada adhesión provoca una campaña de publicidad”, y trata sobre la estrategia publicitaria de asociar al consumo con el logro de la felicidad. La nota se construye sobre una supuesta campaña armada en torno al slogan “Sonríe, Dios te ama”, aplicado primero a un banco y luego extrapolado a otras entidades (como la Asociación de Funerarias, una empresa alimentos sintéticos y la Policía Federal). Por ser *Satiricón* una revista editada por publicistas, esta intervención adquiere carácter de reflexión sobre la profesión y “guiño” hacia quienes integran ese ámbito. (Ver N° 1, foto: p 13 a).

Por otra parte, encontramos algunas intervenciones humorísticas construidas con recursos del lenguaje publicitarios, que pueden calificarse como de humor político. Si bien nos ocuparemos en el séptimo capítulo de ese tipo de humor, nos interesa destacar aquí la originalidad que adquieren estas intervenciones por construirse a partir del cruzamiento entre un producto de consumo y una figura política. Estas intervenciones realizan un cruzamiento de los códigos publicitarios y humorísticos y adquieren un estatuto enunciativo distinto debido a que son enmarcadas bajo la lógica de presentación que rige a los avisos comerciales. Es decir, no se le da aviso al lector mediante marcas específicas (tales como el título, el nombre o imagen del autor o un texto introductorio) de que se encuentra ante un contenido humorístico de elaboración propia de la revista. Esto genera que el lector deba aplicar mayores competencias para decodificar el mensaje en la clave correcta. Estas intervenciones refieren a la figura de Perón y a su entorno, y se logran por cruzar a dichas

figuras con la película *El Padrino* y un vino de mesa, para asignarles un carácter mafioso (Burkart, 2011: 4). (Ver N° 4, foto: p 7 a; y N° 6, foto: p 47 a).



A lo largo del presente capítulo pudimos dar cuenta de los lenguajes, y de los usos de esos lenguajes, que la revista *Satiricón* ponía en juego en sus intervenciones humorísticas y serias. Además, pudimos identificar ciertas valoraciones opuestas acerca de los diversos lenguajes que circulan socialmente, las cuales también son definiciones de identidades que buscan diferenciar a unos grupos de otros.

A pesar de todas las diferencias que existen entre las producciones de humor gráfico incluidas en *Satiricón* y las prácticas y elementos propios de la cultura cómica popular y carnavalesca de la antigüedad, pudimos encontrar en estas producciones de humor gráfico ciertos rasgos del lenguaje, las formas, los símbolos y las virtualidades contenidas en

aquella cultura. Los rasgos característicos de dicho código son: la presencia de diferencias en el tono del discurso (casi siempre franco y directo, el cual llega a adquirir las características de ciertas oralidades populares), el uso de la segunda persona, la presencia de marcas de afecto dirigidas al lector y el uso de epítetos injuriosos y de expresiones que serían inconvenientes en otros contextos, como en el informativo. También se evidencia en el tratamiento de algunas temáticas groseras o de otras que serían consideradas de poca relevancia en los ámbitos serios de la cultura. Este código y sus términos se vuelven propios e identificatorios de la publicación humorística que analizamos.

La ambivalencia, que implica una intención de degradación y regeneración a la vez en el uso de las groserías y de injurias, se encuentra presente en aquellos contenidos que cumplen la función de reconciliación con el referente sobre el que se escribe (podemos identificar a dichos referentes con los modos de expresión considerados inferiores por la cultura establecida y dominante). Algunas de las intervenciones que detallamos cumplen esa doble función, mientras que otras parecen priorizar la finalidad de ridiculizar y anular a su referente. A partir de lo analizado, podemos afirmar que gracias a las características del lenguaje del humor gráfico presentes en la revista *Satiricón* se genera una atmósfera de liberación de ciertas restricciones de la cotidianeidad que habilita a expresiones verbales que serían prohibidas en otros contextos mediáticos.

4 – CRÍTICAS A LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

El momento de aparición de *Satiricón* coincidió, en la historia de la televisión argentina, con la etapa en que los canales privados (9, 11 y 13) quedaron bajo la dirección de empresarios argentinos luego que las cadenas norteamericanas de radiodifusión CBS, NBC y ABC comenzaron a desprenderse de sus acciones en las empresas productoras que habían operado durante los años sesenta para burlar la prohibición a los capitales extranjeros de participar en el negocio de la televisión nacional, impuesta por la ley vigente en ese momento (Bulla, 2005: 138).

Hacia el momento en que comenzó a publicarse *Satiricón*, la televisión desafiaba la hegemonía que anteriormente habían tenido la radio y la gráfica en cuanto al nivel de inserción en la sociedad, obligándolas a adaptar sus rutinas de trabajo y sus formatos. La cantidad de intervenciones humorísticas y serias publicadas en *Satiricón* acerca de la televisión podría justificarse con los siguientes datos que brinda Heriberto Muraro acerca de la inserción de dicho medio de comunicación al año 1973: “en el área de la Capital Federal y los partidos suburbanos se ha calculado que tienen receptores de televisión el 99 % de los hogares de nivel alto, el 97 % de los de nivel medio y el 91 % de los de nivel bajo” (Muraro, 1974).

En los años sesenta la ampliación de la programación televisiva hizo que su consumo se transformara en un hábito cotidiano, también se consolidó un *star system* conformado por locutores, actores, conductores, cantantes y modelos. Antonio Costa, quien se dedicó a estudiar el nacimiento de la industria cinematográfica hollywoodense, realiza una definición del término “*star system*” que podría trasladarse al ámbito de la industria cultural argentina. Dicho autor afirma que el *star system* es uno de los factores sobre los que se basa la producción de la industria cultural por ser un instrumento de promoción para

el consumo de sus productos. Estos integrantes del estrellato estarían relacionados con determinados géneros y papeles que son reiterados como fórmulas cuando éstos consiguen el favor del público (Costa, 1992: 76).

Al llegar la década del setenta el hábito de mirar televisión ya se había instituido en la sociedad, aunque sus producciones continuaron marcados por la imposibilidad económica para acceder a la modernización técnica. La televisión pasó a ser el medio central de la industria cultural, además de ejercer un papel pedagógico cuyo fin era impulsar la modernización y lograr la convivencia pacífica entre clases (Varela, 2005: 147 y 149). Los acontecimientos públicos más notables eran planificados en función de su transmisión televisiva, lo que los transformaba en un espectáculo y les daba una proyección nacional de manera casi instantánea (Varela, 2005: 228). La televisión se constituyó en un medio de simbolización de los hechos, es decir que les asignaba un sentido social compartido (Varela, 2005: 241).

La televisión funcionó como un ícono de modernidad pero muchos intelectuales y hombres de la cultura adoptaron un discurso crítico hacia ella. Las intervenciones aparecidas en *Satiricón* acerca de la televisión coinciden con dicha línea de opinión que destacaba sus supuestos “efectos nocivos” y la tomaban como símbolo de un consumo banal y estupidizante. Además, se concebía que la TV vinculaba al público con una cultura extranjera y no auténtica, que modificaba las relaciones familiares e invadía la intimidad (Varela, 2005: 197). El autor Eduardo Romano afirma que estos “primeros intentos argentinos de reflexionar críticamente sobre este medio no fueron comprensivos al respecto” y daban cuenta de “una metodología que descuenta la identificación del crítico con los valores de la cultura letrada” (Romano, 1997: 325).

El conocimiento acerca de las propiedades de las imágenes y de los objetos comunicacionales de consumo popular y cotidiano, se constituyó en una parte importante del campo de estudio de las ciencias sociales hacia finales de la década del sesenta y principios del setenta. Ese interés teórico por la cultura de masas coincidió con diversas reflexiones humorísticas que aparecieron en las páginas de *Satiricón*. Dicha reflexión, la mayoría de las veces, apuntó a descalificar a esos objetos culturales o a señalar sus aspectos más perjudiciales, encontrando en la televisión su blanco predilecto. Sin embargo, *Satiricón* no podía desconocer que “el vínculo vida cotidiana, técnica y arte venía así a dar cuenta de la decadencia del Arte con mayúscula y del borramiento de las fronteras al interior del campo artístico” (Vazquez, 2010: 56), por eso incurría también en el tratamiento serio de algunos productos culturales masivos que habían ingresado en la órbita de mayor legitimación intelectual, principalmente el cine de autor, algunos actores consagrados, el ‘under’ o aquellas expresiones culturales que fueran pasibles de censura por parte del gobierno militar en ejercicio.

La utilización del humor para referirse a fenómenos tales como la televisión, la radio y los integrantes del star system local, habilitaba a *Satiricón* a ejercer una crítica degradante y desjerarquizante hacia las formas de diversión masivas de su época. Pero, a la vez, ese mismo recurso, por ser humorístico, también eximía a la revista de presentarse como un medio de posición aristocratizante que rechazaba, por prejuicio estético o intelectual, a los productos de la cultura de masas. Dicho rechazo hubiera significado para la revista estar en desacuerdo con la sensibilidad de sus lectores y con el interés que los productos de los medios masivos despertaba en distintas instituciones académicas, que habían adoptado a esos lenguajes como objetos de investigación y como factores de modernización social.

Podemos clasificar a las intervenciones aparecidas en *Satiricón* que tratan sobre los medios de comunicación, según el objeto al cual se refieren para generar risa o para ejercer la crítica. Existen intervenciones humorísticas que se refieren a ciertos géneros televisivos y otras que tratan sobre ciertos programas específicos, también algunas se refieren a los integrantes del star system local y otras versan sobre las costumbres que rigen la relación entre los emisores, los receptores y el medio.

4.1 - PROGRAMAS DE ENTREVISTAS Y PERIODÍSTICOS

Uno de los géneros televisivos más aludidos en *Satiricón* son los periodísticos y, en particular, los programas de debates con paneles. En las diversas intervenciones humorísticas que aluden a este género de programas televisivos en vivo, con invitados que son acosados por panelistas y presentadores ávidos de declaraciones exitistas, se critica al uso del impacto y del escándalo. En el primer número de *Satiricón*, el autor Carlos Duelo, en una nota sin ilustración y titulada “Los Panelistas”, describe a los conductores de este tipo de programas con el mismo estilo que se usa para caracterizar a los mafiosos o malhechores en las crónicas o novelas policiales. Entre las temáticas que se tratan en este tipo de programas el autor identifica como principales al “sexo, las drogas, la política, el yoga, la sociedad de consumo y otras intoxicaciones”. Según Duelo, el objetivo principal de estos programas es “hurgar en la vida privada del invitado de turno sacando a relucir espantosas lacras, vicios vergonzosos, aberrantes inclinaciones”, lo que es justificado por la democrática libertad de expresión. En el final del texto el autor califica a la esencia de este estilo de programas como una “veda a los prejuicios idiotas y el pudor burgués”. (Ver Nº 1, foto: p 9 a).

Los conductores de estos programas son también blanco de las críticas de la revista. Entre ellos se encuentra la conductora Paloma Efron, más conocida como Blackie, a quien en el cuarto número de *Satiricón* se le dedica una nota de perfil y un reportaje. La nota de perfil, escrita por Carlos Ulanovsky, se titula “¡Volá, Paloma!”. Cuenta con una ilustración realizada por Izquierdo Brown que funciona como adelanto de la posición que la revista adopta frente al personaje: muestra a la mascota de *Satiricón* asomada a una ventana y disparando una gomera hacia la figura caricaturizada de la protagonista, quien tiene cuerpo de paloma. La nota caracteriza al personaje como una persona normal que ante la cámara se transforma en Blackie: mujer audaz, autosuficiente y autoritaria, que dice saber de todo y opina de todo. El autor enuncia algunos rasgos positivos de Blackie como sus dotes de cantante de jazz, su maleabilidad como conductora y el de ser una adelantada al feminismo por provenir de una familia tradicional y haber alcanzado ser empresaria y productora en un medio dominado por hombres. Pero también dice que Blackie es una “eficaz representante de la ideología de la televisión, una intermediadora que le ofrece pseudo información y pseudo cultura (modos de vida, modelos de aspiración, estructuras que se definen a partir del bien y del mal) a las señoras de su casa”.



(Ver N°4, foto: p 43 a).

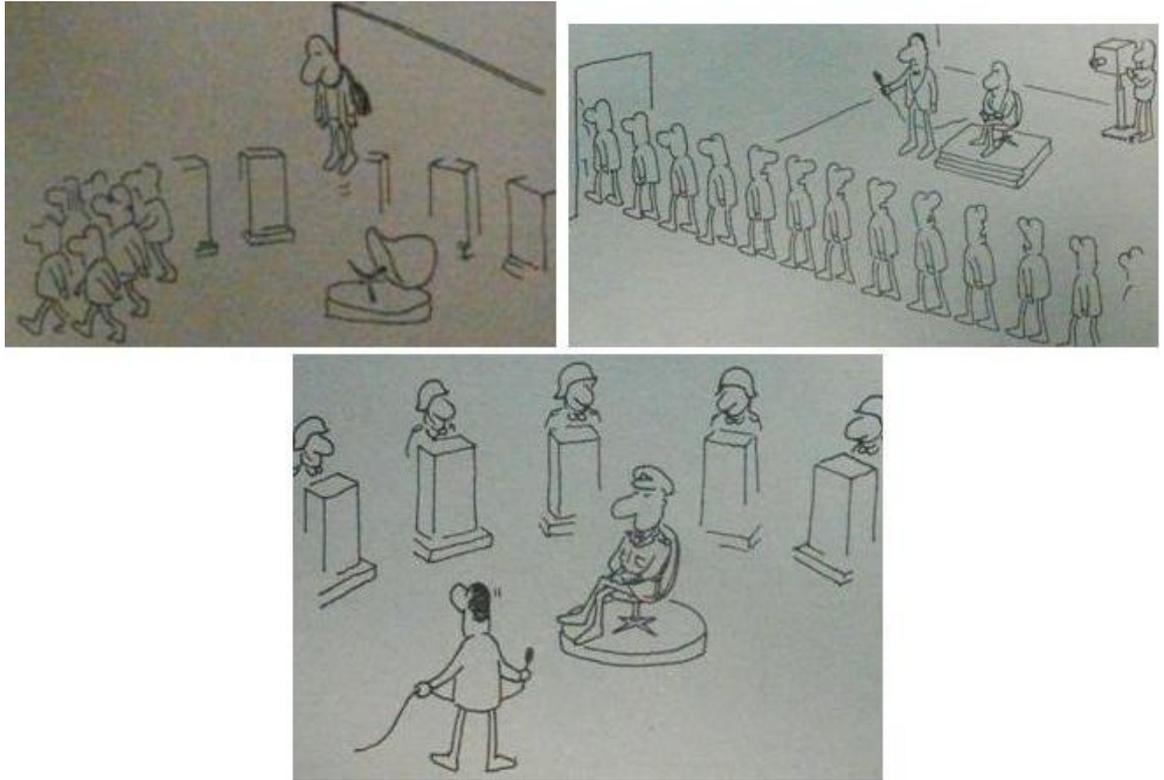
En la entrevista, realizada por Alicia Galliotti bajo el título “El día que Blackie se levantó con la réplica torcida”⁴, la conductora reconoce que la televisión tiene reglas propias y que es “un ente comercial”, que en TV no se puede hacer cultura y que cualquier programa que lo intente sería sustituido de inmediato. También califica al medio de alienante por la velocidad con la que opera y por la autocensura, que rige en ella de modo mecánico. (Ver N° 4, foto p 45 a).

También en el cuarto número de *Satiricón*, el humorista Brócoli dedica a la temática de los programas televisivos de debates una intervención titulada “Los canales están inundados”. El texto que la introduce tiene la forma de una carta que el autor dirige al director de la revista y en la que se cuestiona la existencia de la “opinión pública”. El autor se pregunta y se responde acerca de quiénes son los panelistas (a los que califica como “agresivos” y “amenazadores”), los políticos (señores “con cara seria pero optimistas”, que tratan de justificarse y no contradecirse), los moderadores (quienes gritan para que otros no griten, dan la palabra y administran el tiempo). De todos ellos se afirma que son “representantes de la opinión pública”, el mismo autor también se adjudica ser su representante y comenta lo conforme que debe estar la opinión pública de estar tan representada. Los cuatro cuadros humorísticos muestran situaciones en las que se destacan las respuestas evasivas de los invitados, los agravios injustificados y las preguntas de temática banal en dichos programas. (Ver N° 4, foto: p 48 a).

⁴ En referencia al programa de radio que conducía Blackie, llamado “Derecho a réplica”.



El dibujante Viuti reincide en la misma temática en el quinto número de *Satiricón* mediante una extensa intervención titulada “Paneles y panelistas”. Viuti se pregunta si los dibujantes “están resentidos porque los panelistas de los programas políticos de TV son mejores cómicos que ellos”. Entre las caracterizaciones que el autor realiza de este tipo de producciones televisivas se destacan: la extrema brutalidad y violencia, las confrontaciones ficticias (un cuadro muestra a dos personas miran pacíficamente un programa en el cual ellas discuten de forma aguerrida), los debates fraguadas, la similitud del formato con el interrogatorio policial (se muestra a un invitado que es acusado por un panel de haber cometido crímenes e inmoralidades, y cuando se retira lo espera un camión policial) y la función catártica que estos programas cumplen para el público. (Ver N° 5, foto: p 48 a).



Otro género periodístico de televisión contra el que se descarga la crítica de *Satiricón* es el de los noticieros. En el tercer número Carlos Ulanovsky y Tomás Sanz componen una intervención titulada “El día en que los noticieros pasaron de la etapa oral a la etapa anal”. El texto introductorio de la nota alude a la desmesura de la continuidad informativa reproduciendo de forma sucesiva las frases o muletillas usadas por los periodistas para presentar o clausurar sus apariciones en los noticieros, dichas frases vacías (que se pueden identificar con la función fática del lenguaje, es decir la que se refiere al canal de comunicación) destacan los esfuerzos que demandan las coberturas televisivas, el deber de informar, la importancia de la primicia, la reiteración y el mal uso del lenguaje. En la nota se define al género noticioso como “show, espectáculo de varieté o teleteatro que se ocupa de brindar noticias que no informan”, además afirma que los noticieros se inspiran en la realidad para luego ignorarla. Critica a los ejecutivos televisivos por poseer una idea

“lamentable” acerca del público, al que principalmente identifica con las amas de casa, y por difundir “la idea de que la información es poder”, porque desvaloriza al verdadero entendimiento de los acontecimientos. El autor realiza un paralelismo entre los telenoticieros y “los telenovelones” porque tanto los conductores como los actores se hacen famosos por sus romances, además porque ambos géneros cuentan historias apelando a la emoción del espectador y se valen de estereotipos sociales exagerados. También se refiere al uso de las imágenes y la música que dan una idea de actualidad-vorágine en la que se mezclan frivolidades con acontecimientos trascendentes. La opinión del autor se explicita en la siguiente frase: “Los noticieros de TV y sus protagonistas son una máquina de furciar, de exagerar, de distorsionar (...) Confunden eficacia con celeridad, profundidad con rapidez, confunden, confunden, confunden.” (Ver N° 3, foto: p 21 a).

En otra nota de Ulanovsky, publicada en el quinto número de *Satiricón* y titulada “Los bajísimos golpes bajos de la televisión”, se afirma que “la televisión basa totalmente su sistema de producción en los golpes bajos”, que sirven para “garantizar el predominio del sentimiento



permanente en detrimento del entendimiento” y “son un brazo de la ideología más abiertamente reaccionaria”. Para ejemplificar menciona a un casamiento de enanos organizado por Roberto Galán, los llantos de mujeres frente a cámara y las transmisiones sobre actualidad política en general. Menciona como exponentes del “golpe bajo televisivo” a Pipo Mancera, “Lucho” Avilés, Roberto Galán y Blackie. La ilustración, realizada por Tomás Sanz, que ocupa media página, muestra caricaturas de estos conductores ubicadas

detrás de un aparato de TV de cuya pantalla emerge un guante de box que aplasta a un grupo de televidentes, representados en menor tamaño que los presentadores. La nota culmina con una expresión abiertamente quejosa: “¡Qué porquería la televisión, señor, qué porquería!” (Ver N° 5, foto: p 20 a).

En otras notas también se critica a la TV por su reiteración de fórmulas y su falta de creatividad, por la prioridad que le asigna al negocio por sobre el producto, por los furcios y las contradicciones cometidas por los periodistas. También se reflexiona sobre la función de servicio a la comunidad que escasamente cumple el medio y sobre cómo se explotan las tragedias humanas individuales para obtener réditos y luego se las abandona. En ese sentido *Satiricón* hace referencia al caso de Fabiana López, una mujer pobre quien denunció públicamente haber sido abandonada por su marido luego de que éste se convirtió en el primer ganador del PRODE. Ella acudió a la televisión para solicitar ayuda y el canal 11 le asignó durante dos meses un papel secundario en la tira “Los Campanelli” y luego se deshizo de ella. (Ver N° 2, foto: p 43 a).

4.2 – TELENOVLEAS

Otro género televisivo aludido en las intervenciones humorísticas y en las notas de *Satiricón* es el de las telenovelas. En el primer número, Carlos Ulanovsky dedica una extensa nota titulada “Un conocido tango intitolado Rolando Rivas”, acompañada por las ilustraciones de Tomás Sanz. En ella se fantasea sobre la posible muerte del personaje Rolando Rivas a manos de un colectivero durante una pelea. El deceso se narra mediante extractos de crónicas periodísticas falsas y luego utilizando un estilo subjetivo, con mayor descripción de los hechos y comentarios sobre la personalidad del personaje y su sacrificada vida de actor y taxista. A lo largo del texto se encuentran guiños que dan cuenta

de cierta aprobación o simpatía hacia el personaje, se lo pinta como un trabajador, simple, paternal, tradicionalista, respetuoso, con códigos de barrio y que muere por una causa injusta. En sintonía con el texto, una de las ilustraciones que emparenta a Rivas con Jesucristo, lo muestra crucificado y haciendo la señal de victoria. En el texto también se incluyen de manera indirecta algunas críticas de carácter político. Se dice que algunos medios periodísticos condenaron al ataque como un acto del “extremismo”. Sobre la complicidad de los diarios más importantes con la dictadura, se afirma que “ADEPA (Asociación de Empresarios de Prensa)

refirmó que en el país hay libertad de expresión.” En alusión a la grave situación económica, se afirma que “como protesta por la incalificable eliminación del ídolo popular, el gobierno acaba de autorizar aumentos en todos los servicios públicos esenciales”. (Ver N° 1, foto: p 28 a).



También *Satiricón* aludía a otras telenovelas como “Malevo” y al programa de lucha libre “Titanes en el Ring” para narrar en clave humorística a las conflictividades políticas del entonces, que tenían como mayores protagonistas a Lanusse y Perón. Los autores realizaban un cruzamiento entre dichas situaciones de confrontación y los argumentos y códigos del género televisivo, del que resultaba una parodia a dichos formatos que a su vez degradaba a la disputa por el poder asimilándola a un problema del ámbito de lo privado.

4.3 – STAR SYSTEM

La crítica y la burla hacia los integrantes del star system local se presenta en todos los números de *Satiricón* que nos toca analizar. De hecho, algunas secciones fijas como “El último cola de perro” y “Estamos podridos de...”, ambas ubicadas en la última página de la revista, se dedicaron a esa función específica.

Mediante la alusión a las figuras del espectáculo, *Satiricón* dirigía su mirada hacia todo el medio televisivo. También la revista dedicaba amplios reportajes a estas figuras, en los que, según se establece en la nota Editorial del tercer número (ver capítulo 3), se las trataba desde una perspectiva “iconoclasta”. Es decir, estableciendo una confrontación y desacralizando a esas figuras populares mediante la crítica y la burla.

La sección “El último cola de perro” focalizaba en un personaje al que se criticaba por sus contradicciones o complicidades. El texto estaba acompañado por una caricatura del personaje aludido. En el primer número, se dedica a “Hugo Tomás Adelmario Tiburcio de Ávila Guerrero Marthineitz”. Se comenta sobre su regreso a la radiodifusión luego de criticar y pelearse con “el sistema de poder que la TV representa”. *Satiricón* expresa apoyo a su regreso pero lo ve como incoherente aunque justificado en nombre de la incoherencia general del mundo actual. Afirma que su “severo enojo con la TV y con quienes la manejan se ha transformado en romance y espíritu de colaboración”. La ilustración muestra al locutor que con un brazo en alto parece estar haciendo una señal radial, pero en verdad hace un gesto grosero. (Ver N° 1, foto: p 49 a).

El protagonista de la sección “El último cola de perro” en el segundo número es el boxeador Carlos Mozón. De quien se afirma que su “campea sirve, de tanto en tanto, para poner groggy a ciertas inquietudes de la población”, dando a entender que sus peleas son planificadas como una maniobra de distracción de los conflictos políticos del país. Se lo

califica como “deportista oficial de la Revolución Argentina” y “Ministro de Piñas de la Nación (...) ideal para una época de mano dura”. Destaca que el Estado construye con él una “metáfora boxística” de una Argentina fuerte y triunfante. La ilustración de Tomás Sanz muestra al deportista con el guante derecho puesto sobre una Biblia, simulando la jura de un funcionario, detrás se ve Lanusse sonriente. (Ver N° 2, foto: p 56 a).

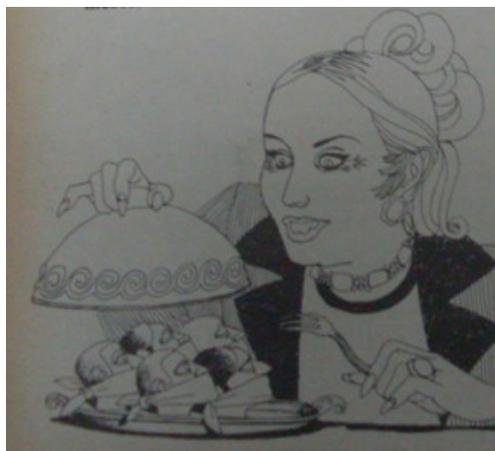
En el tercer número, el relator de fútbol José María Muñoz es acusado de generar un “permanente y sospechoso estado de confusión, por su sentido dañino de la exageración y de la distorsión”. Destaca su torpeza y sus fursios, y plantea que no responde de manera “noble y responsable” a la popularidad que despierta. Dice que el locutor adquirió un poder enorme en el ambiente del fútbol y lo califica como obediente a lo establecido, oficialista y carente de sentido crítico. Describe a su estilo como gritón y promotor de una “euforia persuasiva y narcotizante”. (Ver N° 3, foto: p 55 a).

En el cuarto número se critica a de Roberto Galán. La sección niega que sus programas brinden un servicio a la comunidad y encuentra en ellos la exposición sádica de las miserias humanas y la ridiculización pública de los participantes, a quienes califica de “seres desgraciados, gordas, desafinadas, desalentados, desdentados, mellisitas y ancianas”. Afirma que en *Si lo sabe cante* hizo cantar al país con métodos similares a los de la tortura y dice que el programa funcionó como tranquilizador social porque mostraba la degradación de todo el grupo social en casos particulares. La nota reivindica una medida oficial de censura dictada por el gobierno de facto que prohibió a partir del 1 de febrero de 1973 los programas del estilo de *Yo me quiero casar*. (Ver N° 4, foto: p 56 a).

Por su parte, la sección “Estamos podridos de...” constituía el espacio final de la revista. Se autodefinía como una “terrible sección de protesta, el rinconcito más radicalizado de la revista”, calificación que se puede leer como una alusión velada a la

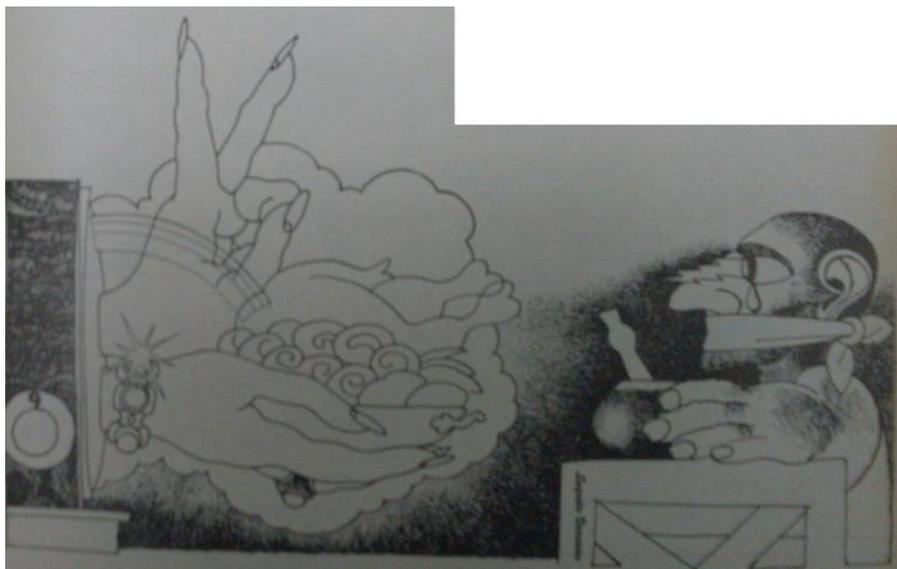
violencia política que en esa época era ejercida por grupos armados de izquierda y derecha a los que se los llamaba “radicalizados”. La sección, compuesta sólo por una columna, se refería a las situaciones cotidianas que molestan al hombre común y proponía la participación de los lectores mediante el envío de comentarios sobre las cosas de las cuales quejarse. En esta columna, además de cuestiones de la cotidianeidad, situaciones establecidas y mitos argentinos, se incluía entre los objetos de protesta al mundo del espectáculo y la farándula.

Mirtha Legrand y su programa de almuerzos son destinatarios también de una extensa nota crítica de Carlos Ulanovsky en el segundo número de *Satiricón*. Legrand es asimilada al estilo de mujer argentina de las décadas del '40 y del '50, “implacablemente ingenua, simple, práctica, conservadora y



conversadora”. Caracteriza a su participación en televisión como vacía de contenido y superficial, como peligrosa por tratar la información de manera desautorizada, por su forma estúpida de opinar, por sus furcios y su desinformación. En ese sentido, una ilustración de Leopoldo Durañona muestra a Legrand con un tenedor en la mano, con la boca abierta y destapando una bandeja en la que hay servidas cabezas de personas comunes amordazadas. El texto critica al programa por evadir el conflicto y por ostentar un estilo de vida inaccesible para sus televidentes. El autor arriesga que el propósito de los almuerzos es “verla a ella y a los conocidos que la visitaban, espiarlos como por el ojo de una cerradura, imaginar de ese falaz modo que se estaba penetrando en la intimidad de un mundo muy poco al alcance.” Durañona también ilustra este pasaje del texto mediante el dibujo de un

televisor sintonizado en canal nueve, de cuya pantalla emergen las manos de la actriz ostentando comidas lujosas y joyas. Frente a la pantalla hay un televidente pobre, de sus ojos brota una lágrima y sale una especie de rayo (símbolo de su bronca), está amordazado y su mano gruesa de trabajador sostiene un mate que está apoyado sobre un cajón.



4.4 - COSTUMBRES QUE RIGEN A LA EMISIÓN Y RECEPCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES

A lo largo de los números de *Satiricón* que analizamos, hallamos una serie de intervenciones humorísticas que versan sobre los usos y costumbres de quienes consumen la programación de televisión y de radio. El denominador común de estos cuadros y textos es una concepción un tanto esquemática del proceso de comunicación social, en la cual los receptores se verían afectados de manera casi directa por las emisiones mediáticas. Dicha determinación se manifiesta principalmente en el uso del lenguaje y en la modificación de los hábitos y prácticas más cotidianas de los televidentes, que son representadas en los cuadros humorísticos. Otras imágenes anteriormente comentadas, a modo de metáfora

acerca de la incidencia nociva que el medio ejercería sobre sus audiencias, muestran a los televidentes recibiendo golpes de puño que emergen de las pantallas o siendo devorados por personajes de la farándula. Podemos observar en estas intervenciones cierta tendencia a asignar a la televisión un poder persuasivo y de modificación, siempre en un sentido perjudicial, de la vida de los receptores, que es coincidente con cierta línea de teorías comunicacionales críticas, investigaciones y debates sobre las audiencias en la Argentina que fueron anteriores y contemporáneas a las primeras publicaciones de la revista *Satiricón* (Grimson y Varela, 1999).

Un recurso utilizado por los humoristas para hacer reír es la exageración de los discursos teóricos sobre la recepción mediática, sobre las condiciones en que circulan los discursos sociales y sobre la producción de sentido en los sectores populares. Pero también esas intervenciones humorísticas sobre la TV dan cuenta de la presencia en el imaginario social de la idea de perniciosidad de los medios de comunicación masiva de la época. En el “Sumario” del cuarto número de *Satiricón*, se incluye una ilustración de Sanzol que resume la concepción del medio televisivo que se desarrolla a lo largo del corpus que analizamos.

La imagen muestra a un vampiro cuyo cuerpo está formado por una pantalla de televisión. (Ver N° 4, foto: p 1 a).



También el dibujante Aldo Rivero, en el quinto número de *Satiricón*, confecciona imágenes sobre el medio televisivo y la relación que los espectadores entablan con él, que son elocuentes de una concepción exageradamente crítica y pesimista respecto del medio. (Ver N° 5, foto: p 35 a).



En el primer número de *Satiricón*, el humorista Sanzol elabora un cuadro que trata sobre la supuesta incidencia de la televisión en la conformación de la identidad. En un consultorio psicoanalítico, un paciente relata su vida a partir de nombres de programas de televisión, de productos promocionados por ese medio y de personajes que aparecen en él. El dibujo muestra al paciente acostado en el diván, vestido con un traje similar al de un preso y con un brazo encadenado a un aparato de TV. (Ver N° 1, foto: p 34 a).

El tercer número de *Satiricón* coincidió con el inicio de la temporada de vacaciones de verano de 1973 y el dibujante Sanzol, con una intervención humorística titulada “En vivo y en directo desde la playa”, se refirió al habitual trabajo de la televisión en dicha etapa del año y al modo en que esos contenidos son recibidos por la audiencia. En un amplio globo de diálogo se muestra el relato de un cronista televisivo desde una playa marplatense, en el que se intercalan descripciones del clima, entrevistas a personajes de la farándula y anuncios comerciales. Al despedirse el conductor destaca la posibilidad que la televisión le brinda al receptor de disfrutar desde su casa. El dibujo muestra como protagonista de la escena a un hombre adulto que mira la TV, al que se ve rodeado de elementos que intentan suplir su imposibilidad de vacacionar. (Ver N° 3, foto: p 35 a).



Estas intervenciones que dan cuenta sobre el momento de la decodificación pueden ser interpretadas de manera ambigua, es decir, como representaciones exageradas del supuesto fenómeno de determinación que los mensajes de los medios masivos ejercerían sobre los comportamientos de los receptores, o bien como humoradas acerca de cómo dichos mensajes son ‘recodificados’ en la instancia de recepción, acerca de cómo son apropiados y transformados por los televidentes para cubrir ciertas carencias afectivas, simbólicas y materiales.

En ese sentido, también Sanzol en el cuarto número realiza una intervención titulada “El calavera no chilla”, en la que se ocupa de la manera en que cambiaron las costumbres nocturnas desde que “la televisión creció y ya la dejan salir de noche”. Trata sobre las modificaciones en los hábitos de sueño y la



supuesta extinción de la lectura y de las relaciones maritales debido a las emisiones nocturnas de televisión. Los cuadros muestran que los sectores más desvalidos de la población, como los niños y ancianos, se apropiaron de la TV como un acompañante nocturno. Se muestra a un bebé que para dormirse escucha un concierto por TV, también a

una pareja mayor, en la que el marido sueña que Frankenstein ahorca a su mujer mientras ella grita siguiendo un programa musical. También una mujer anciana y fea se acuesta abrazada a su televisor. (Ver N° 4, foto: p 22 a).

De este modo, en algunas intervenciones realizadas por los humoristas de *Satiricón* también se reconocen algunas barreras a los efectos de los medios y a su supuesto carácter omnipotente, lo que relativiza la idea de una actitud pasiva de los receptores y los muestra como productores de sentidos particulares a partir del contexto concreto en el cual les toca consumir los mensajes de los medios masivos. Estas representaciones humorísticas acerca de los procesos de recepción mediática recuperan en cierto modo el conflicto simbólico, político y cultural que dicho proceso implica.

En el segundo número, Sanzol continúa con su preocupación acerca de la influencia de la TV en las prácticas habituales de las audiencias. En esta intervención, titulada “El amor también se consume”, se trata sobre las peleas de pareja en relación a los mensajes televisivos. La intervención tiene el formato de viñetas y hacen referencias a nombres de personajes o de programas de televisión, a *slogans* y a productos promocionados por TV. La historieta imita al lenguaje y al modo de mostrar de las telenovelas mediante el uso de planos cortos y detalles de los personajes. (Ver N° 2, foto: p 26 a).



La intromisión de la televisión en las relaciones de pareja es tratada también por Limura en una intervención titulada “El Amor”, aparecida en el cuarto número de la revista. Consiste en una secuencia de seis cuadros en los que una pareja mira una escena de amor en la TV y luego se dirigen abrazados al dormitorio. El último cuadro los muestra acostados en la cama y mirando el mismo programa, cuando todo hacía suponer que la pareja iba a mantener algún tipo de intimidad. La TV en este caso parece funcionar como una especie de inhibidor y sustituto de las relaciones amorosas. (Ver Nº 4, foto: p 17 b).

También en el primer número, el locutor y conductor de TV Julio Lagos escribe una nota en la que reflexiona sobre su rutina de trabajo y sobre la función social del medio. El autor afirma que establece una “identidad compartida” con el público al que se dirige, y se muestra como “un tipo así de normal”. El texto relata la actividad cotidiana del autor e incluye reflexiones sobre las condiciones de su trabajo. El autor enuncia el conflicto que le genera la contradicción entre su deseo de lo que debería ser la televisión y lo que en realidad es, o lo que le dicta hacer su “responsabilidad profesional”, y formula la oposición entre el “optimismo fingido” de la televisión real y el “diálogo verdaderamente humanizado que él quería tener con la gente.” (Ver Nº 1, foto: p 42 a).

En el tercer número el dibujante Bróccoli también se refiere a “Los locutores de radio”. De ellos destaca su función de ser una voz que rompe la pasividad mediante sus anuncios noticiosos o comerciales intrascendentes. Afirma que “los locutores penetran impunemente en nuestras vidas y nos bombardean”, pero se los sigue escuchando debido al “masoquismo de los argentinos”. Los cuadros representan diversos tipos de locutor. Al “locutor periodista” se lo ve realizando un discurso grandilocuente para presentar a un entrevistado. La risa de las locutoras es representada con una gallina que pone huevos. Un cuadro refiere a la “Locutora nocturna” destacando sus habituales excesos de sensualidad.

También en se refiere a la molestia que generan las publicidades radiales, a la “Informalidad” en el lenguaje de las emisiones destinadas al público joven y al exceso de formalidad y seriedad de los medios oficiales. (Ver N° 3, foto: p 23 a).

4.5 –LEGITIMACIÓN DE LA CULTURA DE MASAS

Además de la reflexión humorística y seria que señalaba los aspectos más perjudiciales de los representantes y los productos de la cultura masiva, encontramos en *Satiricón* un conjunto de contenidos que se referían a manifestaciones culturales y a miembros del ámbito del espectáculo los cuales eran legitimados a partir del tratamiento que les brinda la revista. Las intervenciones que se describirán en el presente apartado dan cuenta de que la línea editorial de *Satiricón* no desconocía ni asumía una postura de rechazo ante el cuestionamiento del canon clásico del arte, del borramiento de las fronteras al interior del campo artístico y de su hibridación con las producciones de los medios masivos de comunicación.

Es destacable que a estos productos y miembros de la cultura legitimados se les daba un tratamiento serio o, en menor medida humorístico, pero nunca señalándolos como perniciosos para sus espectadores. Estos elementos y agentes culturales que según *Satiricón* han ingresado en una órbita de mayor nivel intelectual pertenecen al ámbito del cine de autor o ‘under’, son actores cómicos consagrados o recientes que parodian a los mensajes e integrantes de los medios masivos. De ellos, el único que recibe un tratamiento humorístico pero no degradante pertenece al ámbito de la fotografía.

El hecho de dar aprobación a ciertos productos culturales y a sus realizadores implica que *Satiricón* asumía frente a sus lectores una actitud didáctica, mostrándose actualizada y orientando a sus lectores en cuanto a consumos culturales de acceso

restringido para la mayoría de la población. La restricción del acceso a dichos bienes culturales se debía a cuestiones ligadas con la censura aplicada por el gobierno militar o bien a la imposibilidad de que todos los lectores de la revista pertenezcan al campo intelectual y artístico en el que circulaban dichas obras y agentes. Este rasgo del discurso de *Satiricón* se vincula a un tipo de contrato de lectura que excepcionalmente establecía con su público para estas ocasiones y, además, implica la adhesión de la revista a un canon cultural particular.

Según Eliseo Verón, la relación entre los receptores y el discurso de un medio de comunicación consiste en la práctica social de la lectura, que reposa sobre el ‘contrato de lectura’ propuesto por el medio (Verón, 1985). La estructura enunciativa o estrategia redaccional (es decir, la construcción de la imagen de quien habla -el enunciador-, la de aquel a quien se le habla -el destinatario-, y el nexo entre ambos), realizada por el redactor de *Satiricón* en estas notas coincide con las características que Verón detalla para la modalidad denominada ‘enunciador pedagógico’. Si bien en estas intervenciones no se explicita la construcción entre un “nos” y un “ustedes”, es evidente la existencia de un nexo entre dos partes desiguales, una que aconseja e informa porque sabe o tiene acceso a cierta información, y otra que es receptiva a dicho saber. Esta modalidad de ‘enunciador pedagógico’, que *Satiricón* establecía principalmente para sus columnas de crítica o reseña cinematográfica, caracteriza a un tipo de contrato que implica cierta distancia entre el enunciador y el destinatario. Dicha modalidad enunciativa contrasta con la estrategia redaccional que se establece mayoritariamente en el resto de los contenidos de *Satiricón*, que es aquella que intenta establecer diferentes grados de complicidad con lector.

Un rasgo común de muchos de los objetos de referencia de las intervenciones que describiremos (actores, artistas u obras cinematográficas), es que los mismos son

calificados como pasibles de censura por parte del gobierno militar en ejercicio. En ese sentido, *Satiricón* acudía a ‘rescatar’ a los agentes y producciones culturales censurables, y consideraba que la posibilidad de que fueran prohibidas era un mérito en sí mismo de dichas obras.

El lugar que ocupa cierto tipo de cine dentro del canon cultural al que adhería la revista *Satiricón*, da cuenta de que su línea editorial sostenía una valoración diversa respecto a los distintos medios de comunicación audiovisual de la época. Lo que podría graficarse mediante una escala en la que el cine ocuparía el lugar de valoración más positivo; la radio, un lugar intermedio; y la TV, el lugar de valoración más negativa.

Hacia principios de los años setenta, el cine, y en especial el estilo de producciones que son consideradas de forma positiva por los redactores de *Satiricón*, se erigía ya no tanto como un medio de comunicación masiva, como lo había sido en décadas anteriores, sino como una expresión artística que se había ganado un lugar dentro de lo que se consideraba como la ‘alta cultura’. La valoración del cine como un medio de expresión artística realizada por *Satiricón*, hubiera sido impensable en las décadas del cuarenta y del cincuenta cuando, por ejemplo, un analista cultural como Ezequiel Martínez Estrada consideraba que los públicos de dicho medio se reducía a “mucamas y porteros” (citado por Grimson y Varela, 1999, 44). Llama la atención la similitud que existe entre la valoración que hace Martínez Estrada del público de cine en los años cuarenta y la que realiza *Satiricón* acerca del público de televisión en los años setenta. También encontramos coincidencias entre los planteos de *Satiricón* que describimos en el apartado anterior y lo que se expresa en el número de la revista *Sur* de noviembre-diciembre de 1955, acerca del funcionamiento de las masas consumidoras de la propaganda peronista. En dicha revista, un artículo de Guillermo de Torre sostenía que existe en los medios de comunicación una “metodología

de captación”, una “hipnotización política” y la generación de un efecto de “insensibilidad y enajenamiento” en el público “suprimiendo toda libertad de opción”, que daría lugar al ejercicio de una “violencia psíquica” (citado por Grimson y Varela, 1999, 45).

Entre las intervenciones o columnas sobre películas que encontramos en los seis primeros números de *Satiricón*, se encuentra una referencia al film *Todo lo que usted siempre quiso saber acerca del sexo y nunca se atrevió a preguntar*. Dicha nota, realizada por Mario Mactas, posee rasgos de crítica cinematográfica y también incluye algunos datos de la biografía y la filmografía de su director y actor, Woody Allen; lo que indica que el personaje de referencia aún no es tan conocido entre los lectores, frente a los que el enunciador asume una postura de facilitador de conocimientos o experiencias. El texto también identifica a dicho film, cuyo estreno en Argentina se planificaba para comienzos de 1973, como posible de ser prohibido: “la censura —es casi seguro- se lanzará a la agresión despiadada”. Mactas destaca del film la presencia de contenidos sexuales perversos, humorísticos e irreverencias, y asocia al estilo de Allen con el de los hermanos Marx, Dalí y el diablo. Otra operación realizada por el autor de la nota para brindar legitimidad a esta obra consiste en referirse a la influencia del psicoanálisis, que, según el redactor, alimenta a “más de la mitad de las escenas que componen la obra de Allen”, lo que le permitiría realizar “la parodia de los tics, de las maneras de ser que todo el mundo observa y de algún modo conoce pero que nadie “descubre”, desnuda como él.” (Ver N° 2, foto: p 32 a).

En el quinto número, *Satiricón* brinda similar tratamiento al film *El lamento de Portnoy*, trasposición de una novela exitosa de Philip Roth que fue editada en EEUU en 1969 pero en Argentina circuló gracias a una edición clandestina. Siguiendo una posición didáctica la nota establece semejanzas entre el protagonista de la novela y el autor, y recorre su bibliografía. La nota aclara que la película dura 101 minutos y pide al lector

“recordar este minutaje para verificar si la censura argentina aplica sus tijeras sobre la pieza”. También destaca la presencia de temática psicoanalítica en esta película y le asigna el objetivo de realizar un análisis psicopatológico de la culpa, el temor y de las relaciones familiares. (Ver N° 5, foto: p 36 a).

También, bajo el título “Una película argentina que jamás se verá”, *Satiricón* incluye en el sexto número una crítica sobre el film *Repita con nosotros el siguiente ejercicio* del director Edgardo Kleiman. La obra es incluida entre las expresiones cinematográficas censuradas de la época a las que se catalogaba como “cine underground”. La nota incluye fotografías de gran tamaño que muestran el set de filmación con los actores desnudos en escena. El texto sirve como facilitador de experiencias al narrar en tercera persona la exhibición de la película, a la que califica como “ceremonia secreta y especial”, proyectada en la moviola de un laboratorio, del que no se da ubicación específica. Luego instruye sobre las características centrales del género “underground”, entre las que se menciona la falta de exhibición pública o de explotación comercial, la clandestinidad, el alejamiento de los sistemas de producción habituales y de “la dictadura del estrellato”, y el cuestionamiento del orden establecido. También vincula la película de Kleiman a un listado de films que comparten esas mismas determinaciones. *Satiricón* justifica el espacio que le brinda al film “porque su propuesta básica es desmitificadora” y dice que la película funciona como un documento sociopolítico que pretende “investigar a la represión sexual como parte de la represión total del sistema”. (Ver N° 6, foto: p 48 a).

Además del cine, otra de las artes que se relacionan con los medios de comunicación masiva y que es incluida dentro del canon de aprobación construido por *Satiricón* es la fotografía. En el tercer número de la revista se publica una intervención titulada “Raota, el mejor fotógrafo de la plaza”, que puede caracterizarse como una especie

de 'galería fotográfica'. Un breve texto destaca que el autor de las imágenes ha sido premiado en diversas oportunidades y lo considera como “un profesional inteligente” que trabaja con “enorme gracia, oportunidad y cursilería”. Las fotos incluidas son denominadas “chistes fotográficos” y cada una tiene un número de referencia que la vincula con una lista de títulos con sentido humorístico inventados por la revista. (Ver N° 3, foto: p 25 a).

Satiricón también incluía en sus páginas reportajes a figuras del espectáculo y famosos de su época. Algunos de estos reportajes destacaban de sus entrevistados ciertos rasgos que los constituían en referentes positivos de la cultura masiva. Estos rasgos eran la trayectoria, la vinculación con el ambiente intelectual y el parodiar al lenguaje de los medios de comunicación.

Una de las integrantes del star system local rescatadas de la frivolidad mediática es la actriz Libertad Leblanc, a la que en el título de la entrevista realizada por Alicia Gallioti se la califica “la gran esperanza blanca”. La nota se centra en la actualidad del personaje y no tiene pretensiones humorísticas ni de crítica. Una de las operaciones realizadas para atribuir legitimidad al entrevistado es mencionar su vinculación con grupos hippies, artistas conceptuales e intelectuales. También, en varios pasajes la actriz se refiere a conceptos o usa términos de disciplinas científicas como el psicoanálisis, se define como “el otro yo de las amas de casa”. En otro pasaje Leblanc afirma que está caracterizada por una estética denominada “camp”, a la que define acudiendo a una cita del “crítico de arte yanqui Harold Rosenberg” incluida en el libro *Hapening* de Oscar Masotta. La entrevistada también brinda su opinión política manifestando desconfianza hacia las elecciones convocadas por el gobierno militar para marzo del '73. (Ver N° 1, foto: p 7 a).

En el tercer número aparece una entrevista titulada “Nini Marshall, la humorista más copiada de la Argentina”. El autor Carlos Ulanovsky también realiza diversas

operaciones que apuntan a legitimar al personaje entrevistado. Entre ellas, se menciona que el Instituto de Filología de la Universidad de La Plata grabó y estudió el léxico de cuatro personajes de Niní, y destaca su sentido de la observación y su especialidad en humor costumbrista y crítico. Se califica a Marshall como una “institución de la historia de la comicidad argentina”, y a su obra como “no muy refinada, no excesivamente novedosa pero singularmente eficaz.” Vincula al esplendor de la actriz con la época de auge de la radio y del cine argentino, y destaca como su mayor mérito a su carácter intuitivo, lo que permite que sus personajes sean “sutiles síntesis de prototipos reales”. El máximo nivel de aprobación que la revista le atribuye a Marshall se manifiesta cuando le asigna el calificativo de “colega”. (Ver N° 3, foto: p 32 a).

También *Satiricón* brinda un tratamiento reivindicativo hacia quien se dedica a parodiar a los mensajes de la televisión. Es el caso de una entrevista realizada por Alicia Gallotti para el sexto número y titulada “LA CHONA eructa toda su vida”. La entrevistada es la actriz cómica Haydée Padilla, quien protagonizaba un ciclo televisivo llamado *Almorfando con la Chona*, que parodiaba al programa de Mirtha Legrand. La actriz es legitimada mediante una frase que antecede al título y la ubica entre los “Grandes humoristas de occidente”. El texto describe al personaje como una verdadera anfitriona y destaca sus modales vulgares y la rusticidad de sus muebles, vajilla y menú. Afirma que La Chona “canaliza, con talento y ferocidad, la reverberación colectiva contra los almuerzos culturosos”. (Ver N° 6, foto: p 41 a).

5 – EL DISCURSO DE LA MODERNIZACIÓN

La revista *Satiricón* heredó algunas de las características que adquirió el lenguaje periodístico tras su renovación ocurrida alrededor de la década del sesenta. El máximo exponente e impulsor de dichas transformaciones fue el semanario *Primera Plana* -creado por Jacobo Timerman en 1962 y publicado hasta 1969-, que tuvo continuidad en otras publicaciones como *Confirmado* y *Panorama* (Bernetti, 1997). Dichos cambios en el lenguaje del periodismo tuvieron como fin el dar impulso a las transformaciones sociales y económicas ocurridas tras el derrocamiento de Perón en el año '55 y arrastraron también a un proceso de modernización cultural.

Diez años después de la aparición del semanario *Primera Plana*, cuando éste ya no existía, se publicó el primer número de *Satiricón*. Encontramos entre aquella revista innovadora y los primeros seis números de este mensual humorístico algunas similitudes en cuanto al sector social al que se intentaban dirigir, en cuanto a los saberes que consideraban legítimos y en cuanto al mensaje modernizador que intentaban transmitir.⁵

Como consecuencia de las políticas de bienestar social aplicadas durante el peronismo, había surgido en la clase media un sector que pudo acceder a niveles de instrucción superiores. Ellos conformaron un público lector caracterizado por su permeabilidad a los discursos que tuvieran la marca de la modernidad, principalmente los de disciplinas como la psicología y la sociología. Estos saberes novedosos, que constituían nuevas carreras universitarias a las que accedían esas clases sociales, también aportaron sus terminologías para la transformación del discurso periodístico (Alvarado y Rocco-Cuzzi, 1984, 28).

⁵ También pueden hallarse grandes diferencias entre la concepción que ambas revistas sostenían acerca de diversos fenómenos, por ejemplo en cuanto a la concepción mostrada sobre los medios de comunicación modernos y en cuanto a su posicionamiento frente al peronismo.

En contraposición al discurso sobre los medios de comunicación masiva, a los que *Satiricón* acusa de no contribuir al verdadero entendimiento de los acontecimientos de la realidad, encontramos algunas referencias a distintos campos del saber científico a los que se le otorga el lugar de conocimiento legítimo. En su mayoría, las disciplinas a las que se alude en las notas e intervenciones humorísticas provienen de las ciencias humanísticas, siendo los términos del psicoanálisis, la semiología y la sociología los que mayor cantidad de apariciones y referencias contabilizan. Hacia la fecha en que comienza a publicarse *Satiricón*, dichos saberes habían provocado cambios en los paradigmas científicos que regían en el campo del conocimiento humanístico, habían redefinido el modo en que se entendía a la sociedad y eran símbolos de modernidad⁶.

Algunas de las voces aparecidas en *Satiricón* usan terminologías de estas disciplinas científicas. Puede citarse como ejemplo de ello a la entrevista, anteriormente comentada, a la actriz Libertad Leblanc, quien acude a definiciones de un crítico de arte estadounidense y cita a un libro del semiólogo Oscar Masotta. En el segundo número, el dibujante Viuti realiza una intervención titulada “Psicoanálisis”, compuesta por cinco chistes gráficos que refieren a la relación entre el psicoanalista y su paciente, mediante la cual el autor da cuenta de la legitimidad que tiene la práctica psicoanalítica entre el público al que pretende dirigirse *Satiricón*. (Ver N° 2, foto: p 45 a). También la nota “El día en que los noticieros

⁶ También para aquella época la historieta, tanto humorística como de aventuras, suscitó interés “como un espacio propicio para el análisis sociológico y la reflexión semiótica”. Laura Vazquez destaca que “de manera pionera, a partir de la segunda mitad de la década del sesenta, (Oscar) Masotta incorpora a la historieta como objeto para estudiar la cultura de masas. Su interés forma parte de tensiones más amplias. La accesibilidad y popularidad de la historieta fue traducida en términos de “modernidad”, acreditando el ocaso de la legitimidad artística sustentada en la fruición estética” (Vazquez, 2010: 96). La misma autora también señala a la Bienal Internacional de Historieta, realizada en el Instituto Di Tella en el año '68, como parte de la impronta internacionalista y el programa modernizador que llevaba a cabo dicho instituto: “la experiencia se propuso posicionar a la historieta como campo de interpelación semiológica. Una tradición ligada a disciplinas como la sociología, el estructuralismo, la psicología y la crítica literaria, encontró en el medio un inusitado interés.” (Vazquez, 2010: 88).

pasaron de la etapa oral a la etapa anal”, se vale de conceptos de la teoría psicoanalítica. Además en varias intervenciones humorísticas se incluyen menciones a herramientas de investigación sociológica como fuentes de conocimiento verdadero; por ejemplo, en relación al público televisivo se afirma que las encuestas demuestran que los noticieros son una importante fuente de información para los argentinos, en especial para las mujeres; en la nota que narra la muerte Rolando Rivas se comenta acerca de una encuesta “para verificar si, como se sospecha, los taxistas son resentidos, reaccionarios y poco solidarios”; también en el segundo número de *Satiricón*, en una nota dedicada a la temática de los piropos afirma que para su elaboración se valió de una encuesta a 2700 casos de mujeres (Ver N° 2, foto: p 46 a); la técnica de “asociación libre” es utilizada para indagar acerca de la virginidad femenina (Ver N° 3, foto: p 9 a); y las notas que refieren a películas de autores valorados por la revista hacen mención a la influencia del psicoanálisis sobre sus creaciones y a sus pretensiones de investigar acerca de las represiones que rigen al sistema social.

Si bien en las páginas de *Satiricón* el saber científico aparece legitimado, no siempre su aplicación a ciertos ámbitos de la realidad cotidiana goza de aprobación. Es el caso de las columnas sobre deportes escritas por Dante Panzeri, quien reiteradamente expresa su enojo frente a la pretensión de cientifización y burocratización del deporte. En su columna del primer número de *Satiricón*, se refiere al “léxico de los neologismos de gran moda entre los tilingos” y cuestiona la idea que liga al fracaso deportivo con el subdesarrollo del país, en cambio lo relaciona con su profesionalización e industrialización. Panzeri contrapone los casos del deporte y la ciencia como actividades subvencionadas, y concluye que es menos lo que se le aporta a Leloir para su investigación que a Demiddi para su práctica de remo. El autor reniega del apoyo y de las facilidades “buro-tecno-

culturocrático” al deporte porque “priva de la espontaneidad y la autenticidad al deportista”. (Ver N° 1, foto: p 11 a).

En el segundo número, Panzeri asemeja a la habilidad futbolística con la sabiduría y la califica como un don natural; también expresa descreimiento hacia el psicoanálisis mediante una referencia al caso del brasilero Garrincha, a quien califica como genio futbolístico a pesar de “la calificación de subdesarrollado mental que le dieron sus psicoanalistas”. El autor también critica a “la extravagancia lingüística de los presuntos hombres cultos” apoyándose en la siguiente cita de Bergson: “El medio más corriente de hacer caer una profesión dentro de lo cómico es confinarla en su lenguaje técnico”. Panzeri caracteriza al fútbol actual como una especie de trabajo que ha reemplazado al juego, que gracias a la injerencia de la “tecnoburocracia”, de “los sonsos y los sinvergüenza”, pasó de ser un arte a ser una “ciencia para idiotas”. (Ver N° 2, foto: p 13 a).

6 - REPRESENTACIONES DEL CUERPO Y DE ACCIONES DE LA CORPORALIDAD

En sus primeros seis números la revista *Satiricón* cuenta con una serie contenidos que hacen referencia a la temática de la corporalidad. Son reportajes a personajes populares dedicados a actividades en las que el cuerpo juega un papel fundamental. Además encontramos intervenciones humorísticas de temática costumbrista que tratan sobre la sexualidad, los roles sociales asignados a cada sexo y los modos de disciplinamiento del cuerpo. Creemos que esta fuerte presencia del cuerpo en los contenidos de una revista de humor gráfico como *Satiricón* es un rasgo heredado del sistema de imágenes de la cultura cómica popular antigua, donde las referencias a lo material y corporal ocupaban un lugar central y eran consideradas como profundamente positivas; donde el cuerpo y lo material aparecían ligados a lo universal y popular, y opuestos al aislamiento y al individualismo (Bajtín, 1987: 24).

Siguiendo lo planteado por nuestra hipótesis, podemos suponer que hallaremos en estas producciones de humor gráfico, en tanto forma de diversión popular moderna, referencias a la temática de la corporalidad que establezcan alguna forma de continuidad con respecto al lugar relevante que la cultura cómica popular antigua le asignaba al cuerpo. Dicho de otro modo, suponemos que en las expresiones de humor gráfico de la revista *Satiricón* encontraremos un tratamiento acerca de la temática de la corporalidad diferente al que se le asigna en otros medios de comunicación considerados “serios”.

Entre los contenidos de la revista se incluyen imágenes referidas al cuerpo, a las etapas de su evolución y a la satisfacción de las necesidades fisiológicas y sexuales. Algunas de estas imágenes son exageradas, hipertrofiadas y caricaturescas. En el presente apartado intentaremos brindar ejemplos e identificar cuáles son las semejanzas y diferencias que esas imágenes de la vida corporal y material incluidas en *Satiricón*

mantienen con la concepción estética proveniente de la cultura cómica popular antigua, identificada por Bajtín como el realismo grotesco (1987: 23).

Dicho autor afirma que la imagen grotesca nunca ha seguido un conjunto de reglas conscientemente establecidas, sino que su naturaleza es anticanónica. Se puede hablar de canon grotesco solo en el sentido de tendencia dinámica y en proceso de desarrollo, nunca estática ni inmutable (1987: 33). Los motivos grotescos se caracterizan por un juego insólito, fantástico y libre de las formas que nunca son acabadas, perfectas ni estables, sino que muestran una metamorfosis y la imperfección eterna de la existencia. Las figuras grotescas muestran un caos sonriente, poseen rasgos caricaturescos y tienden a provocar risa. Aproximan lo que está alejado, unen cosas que se excluyen y violan las normas habituales. No son sólo expresiones ingeniosas y divertidas, sino que demuestran una concepción de la vida caracterizada por la idea de ciclo regenerativo. Las composiciones grotescas no son imágenes claras del mundo de los objetos, sino que se caracterizan por la violación de las proporciones establecidas por la concepción clásica (este es su carácter hiperbólico). Un rasgo fundamental del cuerpo grotesco es su no aislamiento con respecto al resto del mundo. Por eso en sus representaciones se pone énfasis en las partes con las que éste se abre al exterior o penetra en él: orificios o protuberancias.

Bajtin describe también la etapa romántica del grotesco, en la cual esta estética adquirió un sentido subjetivo, individual e ideal, claramente diferenciada de la visión popular y carnavalesca de la antigüedad (1987: 40). En este apartado también intentaremos ver si en algún sentido puede relacionarse al humor gráfico de *Satiricón* con esa forma de grotesco romántico, en el que las imágenes corporales expresan lo que se considera una vida inferior y se presentan como algo ajeno al individuo.

6.1 – EL CUERPO FEMENINO

La conformación de un nuevo modelo de mujer que se proponía escandalizar al pudor burgués y la instalación de la sexualidad como temática acerca de la cual se hablaba de manera explícita, eran rasgos originados en la etapa de renovación del periodismo durante la década del sesenta (Alvarado y Roco-Cuzzi, 1984: 28). Dichas cuestiones ya no eran novedosas en los medios de comunicación para la época en que apareció *Satiricón*.

En sintonía con lo anterior, Laura Vazquez afirma que “aunque en la década del sesenta el ideal femenino sufrió una inflexión imponiendo como nuevo modelo el de la joven “liberada”, no será hasta la década siguiente cuando las revistas de historietas acompañen ese giro renovador en oposición a lo doméstico” (2010: 136).

Históricamente, el humor gráfico y la historieta argentina parecen haber sido un universo de predominancia masculina. Laura Vazquez brinda varios ejemplos de ello. En referencia a *El Eternauta* (1957) y a varias series de Oesterheld, dice que sus historietas construyen una imagen de mujer sumisa, “adoptando de ese modo un papel dependiente y subsidiario”, y también “manifiesta un juicio conservador del matrimonio y la familia”. En cambio, la autora afirma que la versión de *El Eternauta* de 1969 altera dicho modelo argumental “cuando una mujer pasa a la acción directa reemplazando a uno de los personajes centrales”. También Vazquez, citando a Isabella Cosse (2010), menciona al personaje de *Mafalda* como “una “mujer” moderna e intelectualmente emancipada”, pero que contradecía al modelo de mujer mostrado por las revistas tradicionales de historietas contemporáneas a su publicación en el semanario *Primera Plana* (Vazquez, 2010: 136).

En otro tramo de su obra, Laura Vazquez se pregunta por el modelo ideológico que proponían las historietas publicadas en las revistas de la editorial Columba. La autora le atribuye a esas publicaciones “una ideología fundada en el “deber ser”, con valores

conservadores y maniqueos” (2010: 261). Para arribar a dicha conclusión, entre otras temáticas, se fija en el rol que se le asigna a la mujer en dichas historietas. Así destaca a la revista *Intervalo*, dirigida al público femenino: “En la publicación el lugar asignado a las mujeres es el de la debilidad en relación a los hombres. En todos los casos funcionan como un significante dentro de un circuito de intercambio donde los valores que se intercambian son masculinos” (2010: 243). Vazquez destaca el carácter estereotipado de los personajes femeninos de las historietas de editorial Columba: “Arquetipos sociales de mujeres “rubias, jóvenes y bellas” y hombres “fuertes, rudos y seguros” constituyen un foco identificación para quienes buscaban en las páginas no sólo distracción por entregas, sino un espacio de compensación simbólica (...) Los dibujos son erotizados pero en un fuerte sentido sexista y homofóbico. Los cuerpos no se muestran, sólo se sugieren. (...) Se juzga a la mujer por su comportamiento moral y esto la llevará a la “felicidad legítima” o a la “desgracia merecida”” (2010: 262).

El modelo corporal planteado por Columba presenta similitudes con el que encontramos en la revista *Satiricón*, en cuanto a su aislamiento con respecto al resto del mundo. A su vez, creemos que esta concepción de lo corporal que poseen estas revistas de historietas y de humor gráfico es parte de un modelo ideológico originado a partir de la separación de las formas de diversión popular respecto de las líneas directrices de la concepción original del cuerpo que caracterizaban al realismo grotesco de la Edad Media y el Renacimiento. Sobre dicha escisión Bajtín sostiene que “en la vida cotidiana de los individuos aislados las imágenes de lo “inferior” corporal sólo conservan su valor negativo, y pierden casi totalmente su fuerza positiva; su relación con la tierra y el cosmos se rompe y las imágenes de lo “inferior” corporal quedan reducidas a las imágenes del erotismo banal” (Bajtín, 1987: 27).

Los números de la revista *Satiricón* que analizamos en el presente trabajo tienen diversos espacios dedicados a tratar la temática de la mujer. Se trata de reportajes a personalidades famosas de la televisión, secciones fijas como “Señoritas...” o “Filosofía del tocador”, y diversos espacios humorísticos, cartoons y notas humorísticas.

En el reportaje a Libertad Leblanc, la periodista Alicia Gallioti destaca a la actriz como “el mayor señuelo sexual producido al sur del Río Grande” y destaca “sus pieles, sus joyas, sus protuberancias y mohínes”. Una secuencia fotográfica incluida en esta intervención muestra a la actriz en plano medio, se destaca su similitud con la de la actriz estadounidense Marilyn Monroe, lo que es reforzado por la nota de pie de página que dice: “Libertad Leblanc es la Marylin Monroe del subdesarrollo”. (Ver N° 1, foto: p 7 a).

Similar carácter de ‘mujer-objeto’ se construye en la entrevista titulada “Isabel Sarli: las dos grandes razones de su carrera”, aparecida en el cuarto número de *Satiricón*. Todas las fotos incluidas muestran a la “Coca” con el torso desnudo y sosteniéndose los pechos. A diferencia de Leblanc, que es más intelectualizada, a Isabel Sarli se la presenta como una mujer vulgar cuyo único mérito es su “descomunal par de senos”, se la califica de mala actriz y con problemas de dicción, la reportera la sentencia como un “objeto sexual del subdesarrollo mental”. Ello se refuerza durante la entrevista cuando en el diálogo interfieren las voces de Paco Jamandreu (modisto de la actriz) y de Armando Bo (director de las películas de Sarli y compañero suyo), que hacen aparecer a la actriz como una persona manejada y necesitada de protección. Sarli se declara vergonzosa y la periodista le cuestiona por qué en sus películas no se muestra más discreta, a lo que responde que sus productores dicen que lo que interesa al público son sus senos, que a ella le incomodan pero le han dado grandes satisfacciones. Además, afirma que su imagen es algo prefabricado por

Armando Bó, algo que ella no buscó y de lo cual no sabe qué se piensa al respecto. (Ver N° 4, foto: p 24 a).



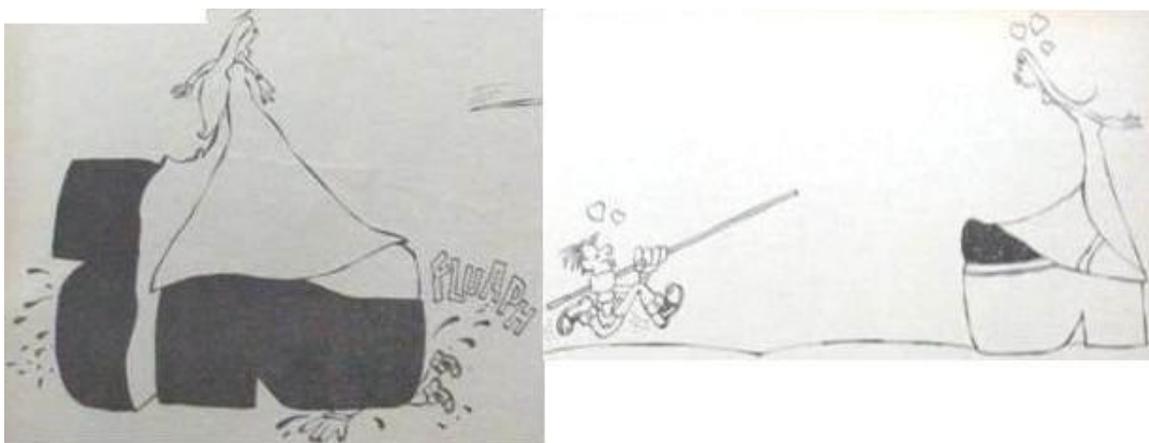
Satiricón parece construir dos modelos de mujer en oposición. En la sección “Señoritas” del primer número, se constituye un modelo de “la mujer joven argentina” en contraposición al del ama de casa tradicional. En una breve introducción parece asentarse la posición editorial sobre el tema tratado: “Lo peor que tienen las mujeres es que están obstinadas en ser ellas mismas”. De esta frase, que luego es calificada como “recalcitrante comentario”, se afirma que sirve para definir a buena parte de las mujeres jóvenes argentinas, quienes ya no sólo aspiran a ser “monas” sino que impulsan la “lucha por la liberación, la independencia, la propia realización”. La nota presenta a tres mujeres veinteañeras, a las que se les brinda tratamiento mayormente a partir de la fotografía. Los cuerpos que se muestran siguen los cánones de belleza preferidos por los hombres. Se las ve posando y realizando actividades que las muestran sexys, serias y divertidas. Los escasos textos incluidos en la intervención son descriptivos y tratan sobre sus opiniones, valores y actividades. Los atributos físicos también aparecen resaltados en los textos: “piernas larguísimas” y “ojos húmedos, ingenuos”. Las entrevistadas se describen como

trabajadoras, profesionales y estudiantes, y opinan que las mujeres son prejuiciosas, dependientes, resignadas a ser objetos, poco activas, “medio estúpidas” y aisladas de la realidad por las tareas domésticas. Los aspectos femeninos destacados por ellas como positivos son la astucia, la sensibilidad y la feminidad. Una de ellas afirma que “las mujeres deben tener los mismos derechos que los hombres” y que “deben participar de manera activa en política”. La nota se complementa con intervenciones humorísticas gráficas que, si bien están separadas del resto de la nota, mantienen una clara continuidad temática con ella. Una de éstas es una secuencia que destaca el rol de la mujer como trabajadora doméstica y el del hombre como proveedor de recursos. El hombre, luego de regalarle a su mujer diversos electrodomésticos, lleva a su casa una figura mecánica masculina para que la acompañe mientras él descansa en una hamaca paraguaya colgada en el baño. (Ver N° 1, foto: p 39 a).

Un modelo igualmente estereotipado como el anterior, pero radicalmente opuesto y ante el cual *Satiricón* toma partido en contra, se construye en una entrevista a Doña Petrona C. de Gandulfo, realizada por Alicia Gallioti e ilustrada por Walter Canevaro, en el segundo número de la revista. El texto introductorio de la nota parece enunciado por un editorialista anónimo e identifica a la entrevistada como “un síntoma del país en que vivimos” y como “representante de una ideología que repudiamos: (...) la del “nene comé” (...) la de la comida como actividad fundamental de la vida y, también, la de un tiempo que ya pasó”. Dicha introducción concluye que Doña Petrona y su libro de recetas “son –hoy por hoy- un producto reaccionario.” El autor contrapone la delgadez del cuerpo de la reportera con la gordura de la entrevistada, y asocia a su cuerpo a la forma de “cualquiera de sus barrocos modelos reposteriles”. La reportera intenta discutir con la entrevistada al plantearle temas y conceptos que se contraponen a su ideología, a los que ella responde

con evasivas. Se le pide a doña Petrona que adapte sus recetas a las ollas populares y a las mesas obreras, que brinde su posición ante las luchas feministas y que recomiende un menú erótico. La entrevistada sintetiza su objetivo como el de “ayudar a la mujer a hacer economía y cocinar bien”. La postura de la entrevistada sobre el rol de la mujer queda especificado en la siguiente frase: “Somos el sexo débil pero debemos realizar las tareas más pesadas y hacerlo nos es imprescindible porque ése es el rol de una buena esposa”. Doña Petrona reconoce a “las necesidades de la vida moderna” sólo como requerimientos de mayor celeridad a la hora de cocinar, para lo que recomienda “menús nueva ola”⁷. (Ver N° 2, foto: p 9 a).

Los ámbitos sociales en los que *Satiricón* le asigna un lugar predominante a la mujer son escasos y tradicionales, uno de éstos es el de la moda. El humorista Bróccoli, en el segundo número de *Satiricón*, se dedica al hábito femenino de usar suecos. El dibujo apela a la exageración del tamaño del los zuecos y ubica al hombre en un lugar inferior y de sometimiento. (Ver N° 2, foto: p 20 a).



⁷ Mirta Varela realiza una descripción acabada de la inserción de Doña Petrona C. de Gandulfo en la televisión argentina desde los años sesenta, de los valores tradicionales que ella representaba y la función pedagógica y autoritaria que cumplía, así como de su intento contradictorio de unificar el discurso modernizador y con el rol tradicional de la mujer (Varela, 2005: 152).

En el segundo número de *Satiricón*, la sección “Señoritas...” simula ser un estudio serio sobre el estilo de piropo de los argentinos. La nota describe al acercamiento entre el hombre y la mujer en la calle como una “situación complicada”, y eso explica que el piropo sea “la representación de la impotencia, de la distancia”. Se detalla la torpeza del hombre al piropo cayendo en el insulto y la grosería, y destaca que las mujeres “continúan en la línea de recato, pudores y estrecheces” a pesar del “auge del feminismo”. El espacio destinado a la nota se ocupa mayormente por fotos de las secretarias del conductor de televisión Orlando Marconi posando en traje de baño, quienes brindan testimonio sobre la temática. La intervención incluye también un chiste gráfico realizado por Brócoli que, en sintonía con el texto, hace una clara referencias bíblica al caracterizar a la mujer como instrumento usado por el demonio para tentar al hombre. (Ver N° 2, foto: p 46 a).



La relación entre hombres y mujeres también es tratada por Carlos Ulanovski y Mario Mactas en una nota aparecida en el cuarto número de *Satiricón* bajo el título “Las parejas modernas”, e ilustrada por Oskar Blotta (h). Este tipo de parejas son diferenciadas de otras formas de relación amorosa y asociadas a la contemporaneidad. Los autores las caracterizan de poseer un idioma propio, por su manera de ver las cosas y por su relación con el psicoanálisis. Afirman que las personas se mantienen en pareja para no caer en la

desdicha y la vergüenza, y que las parejas son una forma de salvación frente a la indiferencia e inhumanidad social. La nota se constituye por supuestos fragmentos de conversaciones captadas por las calles acerca de conflictos de parejas y familiares, de los que se brindan explicaciones en clave psicoanalítica.

También son mencionados los consumos culturales y materiales de este sector social, y se hace referencia al uso de drogas como la marihuana y a la aceptación de la homosexualidad y la sensibilidad masculina. Las ilustraciones muestran a parejas en las cuales se destaca el tamaño de la mujer por sobre el del hombre y muestran a éste en una posición infantil con respecto a ella. (Ver N° 4, foto: p 20 a).



También cabe preguntarse si las funciones asumidas por las referentes femeninas del staff de la revista, el rol social que se asigna al sexo femenino y el modelo de mujer que se construye en *Satiricón*, significan una genuina innovación y avance en la participación femenina en la elaboración de significaciones, o bien, si refuerzan los criterios predominantemente masculinos que regían a la producción de humor gráfico en general.

Como destacamos en un apartado anterior, el conjunto de colaboradores y redactores fijos de la revista *Satiricón* estaba compuesto mayoritariamente por personas de sexo masculino. Sin embargo, a una de las integrantes del staff, Alicia Galliotti, se le brindaba un mayor espacio de visibilidad, siendo la encargada de realizar las principales entrevistas que aparecieron en los seis primeros números que analizamos y a la que en la sección “Staff” se le asigna la tarea de “búsqueda periodística”.

La otra integrante femenina del equipo es Viviana Gómez Tiepelmann, quien ocupaba el cargo fijo de “secretaria general”. A esta colaboradora también se la menciona en diversas intervenciones humorísticas como “Viviana Gómez Torpe, encargada de la sección robos y hurtos”. Dicho seudónimo responde a la construcción de un estereotipo femenino, con rasgos detectivescos, de sensualidad, viveza y agilidad, puestos al servicio de la obtención de supuestos documentos que funcionarían como insumo para la elaboración de intervenciones humorísticas que implican a personajes de la farándula y la política.

Podemos arriesgar que en *Satiricón* la mayoría de las imágenes no humorísticas de mujeres, que son principalmente imágenes fotográficas, se diferencian completamente de las imágenes grotescas. Se caracterizan por ser imágenes de cuerpos con rasgos pre-establecidos y perfectos, que cumplen con el punto de vista estético “clásico”. Muestran cuerpos perfectamente constituidos, escultóricos y en plena madurez, equidistantes respecto del nacimiento y de la muerte. Los actos corporales mostrados mediante esas imágenes fotográficas excluyen a las acciones relacionadas con el crecimiento, la intimidad, la transformación, la multiplicación y la imperfección del cuerpo. De esa manera, la revista constituye una faceta del cuerpo femenino que es habilitada para ser contemplada y admirada, aquella que lo muestra como una unidad autónoma y acabada, separada del mundo y de las relaciones intercorporales.

En ese sentido, en el quinto número de *Satiricón* aparece una nota de tono humorístico, anónima y cuyo título es “El Código de Minería”. Se trata de una serie extractos del Código de Minería de la “segunda edición actualizada de 1969 de Abeledo Perrot, Buenos Aires”. El copete de la nota establece la relación entre el uso coloquial del término “mina” como “mujer”, y su uso oficial como “yacimientos de minerales”. Dicha

relación es la base del efecto humorístico de la nota, que se vale del doble sentido de expresiones como “explotar o perforar una mina”, “minas abandonadas o derrumbadas”, “desagüe o ventilación de las minas”, “aprovechamiento común de una mina”. En las dos páginas que ocupa la nota aparecen varias fotos de mujeres atractivas posando para lucir su cuerpo. (Ver N° 5, foto: p 45 a).



Satiricón también incurre en la temática de la inserción laboral de la mujer. Alicia Gallioti escribe sobre las profesiones de modelo publicitaria y periodista, que parecían ser las más pretendidas por las mujeres jóvenes de aquella época. En el cuarto número se califica a las modelos como una especie de enfermedad derivada de la sociedad de consumo y las describe como mujeres con pensamientos básicos y deseos estereotipados, que construyen una imagen ideal de sí mismas y que son vulneradas en sus derechos y utilizadas como objetos. Por su parte, en el sexto número se describe al fenómeno de “las aspirantes a periodistas (que), a nivel de epidemia, asuelan las redacciones”. La autora construye el estereotipo de ‘estudiante de periodismo’: persona de sexo femenino, adolescente, de instrucción básica y desorientada. Afirma que este tipo personas no suele conseguir trabajo de periodistas y que las redacciones están ocupadas por personas “de una

extracción universitaria” y de vocación literaria. El espacio destinado a estas notas también está ocupado en gran parte por fotografías que muestran a delgadas mujeres posando, algunas de ellas semidesnudas. (Ver N° 4, foto: p 50 a; y N° 6, foto: p 34 a).

Por lo visto, podemos deducir que la revista *Satiricón* tomaba a la temática de la mujer como objeto de debate público e instalaba estereotipos femeninos con los cuales confrontaba y comulgaba, el del ama de casa y el de la mujer “liberada” respectivamente. Los avances en la emancipación femenina más destacados por la revista son los ligados a la sexualidad, construyendo una especie de mito de mujer que ejerce su sexualidad de manera despreocupada; puede entenderse que estos avances ocupaban mayor espacio en *Satiricón* por ser los de mayor interés para el público de género masculino. Por su parte, el tratamiento de las cuestiones ligadas a la participación política de las mujeres y sus reivindicaciones específicas quedaba reducido al lugar de una mención pasajera. El tema del trabajo femenino también es tratado desde una perspectiva casi excluyente, en la que el único espacio laboral innovador que se le asigna a la mujer es el de aspirante a realizar un trabajo intelectual prácticamente inalcanzable para el nivel de formación del común denominador de ellas, o bien, es el lugar de aspirante a realizar una carrera artística que las terminará degradando y constituyendo en objetos de consumo.

6.2 – EL CUERPO MASCULINO

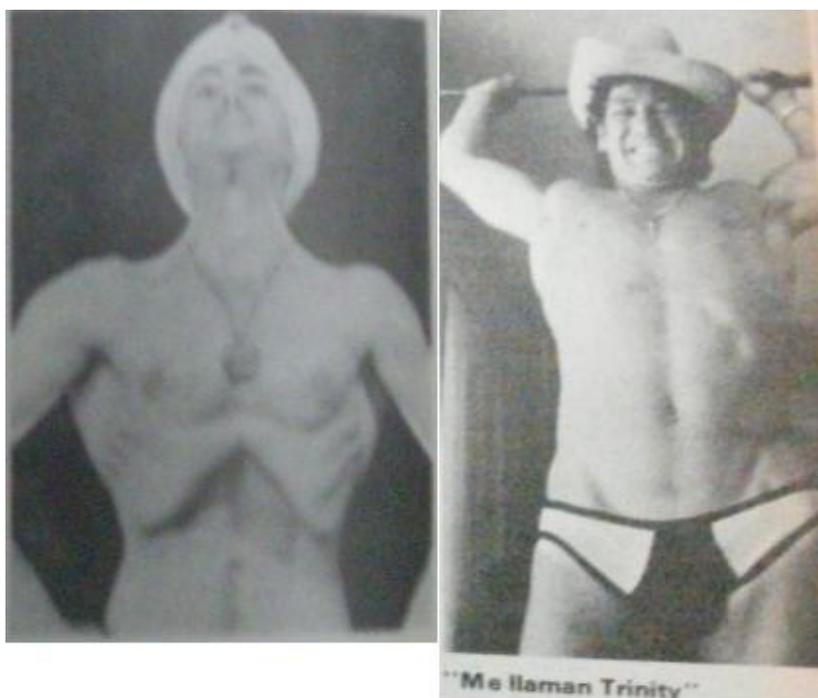
Las entrevistas a hombres famosos incluidas en *Satiricón* también construyen modelos de cuerpo masculino estereotipados y en otro caso excepcionales, en el sentido de ‘rarezas’. Además, en los contenidos de la revista aparecen referencias a la homosexualidad que construyen un modelo masculino al que se diferencia del resto a partir de la burla liviana.

El modelo de cuerpo masculino estereotipado corresponde al reportaje a Ringo Bonavena titulado “El gran macho argentino”, aparecido en el tercer número de *Satiricón*. El boxeador es calificado de narcisista y como un caso condensador de los “prejuicios, lugares comunes, inseguridad, aberraciones, confesiones y curiosas mitologías sexuales” de los argentinos. El entrevistado se considera a sí mismo “una representación” del “macho argentino por excelencia”, modelo que se constituye a partir de la confrontación hacia los “chichipíos”, “vivos” y “trepadores”; exaltando habilidades sexuales y el amor hacia la madre; aprobando el rigor hacia la mujer para demostrar “quién tiene los pantalones en la casa”; rechazando la posibilidad de una relación homosexual; dividiendo a las mujeres entre las que son para casarse y las que son para divertirse; y reivindicando a las que se mantienen vírgenes hasta el casamiento. También el boxeador opina que las mujeres modernas e independientes se contradicen al querer ser igual a los hombres y declara que su ideal es “la que cuida la casa, tiene hijos, satisface al marido y también ella está contenta”. (Ver N° 3, foto: p 39 a).

Otra entrevista, titulada “Vida y milagros de Tu-Sam, ese ser maravilloso”, incluida en el segundo número de *Satiricón*, construye un modelo de cuerpo masculino menos convencional a partir de la mención de las habilidades excéntricas del personaje. Tu-Sam se autocalifica como ser “extrasensitivo”, con “predisposición al dominio orgánico” y con “poco bloqueo entre el consciente y la mente instintiva”, pero no se asume como sobrenatural sino como estudioso y perseverante. Lo excéntrico es nombrado en la nota mediante el término “maravilloso” y el entrevistado es objeto de burlas que degradan a la seriedad que él asigna a su actividad profesional. El entrevistado también realiza algunas críticas al entorno social al calificarlo como destructor de los instintos y “cargado de

ansiedad y temor”, que imposibilita a las personas alcanzar un estado de tranquilidad y placer. (Ver Nº 2, foto: p 35 a).

También en el caso de entrevistas a figuras masculinas es fuerte el uso que la revista hace de la fotografías. A Bonavena se lo muestra posando en slip, luciendo su cuerpo en distintas poses, portando un rifle y usando sombrero. Por su parte, la nota sobre Tu-Sam está acompañada por una serie de fotografías que muestran al personaje realizando contorsiones con su espalda, abdomen y cuello. En ambos casos las fotos tienen epígrafes humorísticos que subvierten el sentido referencial de las mismas⁸.



La revista *Satiricón* también hace tratamiento de la homosexualidad masculina tomándola como objeto de risa, pero sin condenarla desde un discurso moralista ni incurriendo en actos discriminatorios o agravantes. Las intervenciones humorísticas que tocan esa temática realizan un señalamiento hacia la homosexualidad como un tipo de

⁸ Epígrafe a la foto de Tu-Sam: ““Tragarse un placard no es fácil, aunque se le agregue chimichurri, mi condimento favorito.” Y frente a los ojos de SATIRICÓN se tragó un placard de nogal, casi sin chimichurri. Él es así”.

masculinidad distinto que aparece escondida en ámbitos cotidianos como el de la moda, el deporte y el de los ídolos populares.

En ese sentido, en el quinto número de *Satiricón*, Bróccoli realiza una intervención humorística titulada “Los argentinos y la carterita”. En el texto, el autor dice que las carteras masculinas pasaron de ser un producto artesanal usado por un reducido grupo a ser un producto industrial de consumo masivo, por moda y utilidad. Afirma que el machismo argentino al principio las resistió y los cuadros hacen referencia a los prejuicios que genera en la sociedad que un hombre use un artículo que culturalmente se encuentra asociado con la feminidad y a los ardides en los que incurren los usuarios para justificarse.



(Ver N° 5, foto: p 14 a).

En el quinto número de *Satiricón* aparece una galería compuesta por diez fotografías, algunas comentadas con epígrafes y breves textos explicativos. El tema que trata es la homosexualidad entre los integrantes de equipos de fútbol. Las imágenes muestran festejos de goles y saludos entre deportistas. La más llamativa de ellas posee remisiones hacia la represión: muestra a un jugador que alza a otro quien lo abraza, en segundo plano se ve que los mira un policía y tiene una mano puesta en el mango de su cachiporra como si estuviera a punto de reprimirlos. El texto explicativo dice que el fútbol más que una pasión es “casi amor” entre los protagonistas de los equipos que “cultivan y exaltan la amistad viril”. (Ver N° 5, foto: p 16 a).



Por su parte, Mario Mactas escribe una nota humorística e ilustrada, titulada “La vida sexual de Patoruzú”, también en el sexto número de la revista. El contenido intenta desmitificar la figura de este héroe de historietas atribuyéndole una serie de vicios y prácticas inmorales. En la introducción a la nota se indican las excelentes cualidades morales y físicas del héroe, destaca su riqueza y su convivencia con “su hermano mogólico –Upa-” y “su padrino Isidoro Cañones”. En el texto, dividido en varios subtítulos, se ahonda sobre cómo el personaje adquirió su riqueza a cambio de colaborar con el exterminio indígena en la Patagonia. También se afirma que en dichas campañas nació una relación homosexual entre el indio y el coronel Cañones; y se habla de la pertenencia de Patoruzú a la “secta de los pervertirastas”, una “antiquísima sociedad secreta que se propone eliminar de la tierra a las mujeres, para estructurar una sociedad masculina y feliz en la que la división de las cosas se haga sobre dos pilares: los activos y los pasivos”. Las ilustraciones que componen esta intervención son anónimas⁹ y muestran a Patoruzú en distintas situaciones, desnudo, mirando de manera sensual y afeminado, e inyectándose una

⁹ Posiblemente hayan sido realizadas por Oskar Blotta (h), quien trabajó con Dante Quitero –creador de Patoruzú e Isidoro Cañones- en el film “Upa en apuros”, el primer largometraje de animación argentino (Bernárdez y Rottman, 1997).

gran jeringa. También se ilustra la supuesta relación homosexual entre el indio y Cañones.
(Ver N° 6, foto: p 31 a).



La inserción laboral masculina también es tratada por *Satiricón*. En comparación con lo dicho acerca del trabajo femenino, vinculado a lo artístico o a lo intelectual, al modelo de hombre construido en la revista le toca realizar un trabajo productivo pero inespecífico, que no da lugar a la realización personal, meramente burocrático y sin finalidad social aparente. La nota a la que nos referimos se publicó en el quinto número, fue escrita por Carlos Trillo y Alejandro Dolina (a quienes se los identifica como “oficinistas”) e ilustrada por Oskar Blotta. El texto contabiliza la cantidad de horas que un oficinista trascurre en su trabajo durante su vida y los daños que le provoca en su cuerpo y espíritu. Los autores dicen que los empleados deben respetar un “decálogo no escrito, pero que tiene más vigencia que la Constitución Nacional”, se trata de una adaptación de los Diez Mandamientos del Antiguo Testamento a la vida corriente del oficinista. También se realiza una caracterización de los distintos “personajes de la oficina”, detallando sus costumbres y

terminologías típicas, y describe situaciones conflictivas cotidianas entre los oficinistas y sus jefes. En un apartado sobre “Sexología de la oficina” se califica a la vida sexual de la oficina como “toda suposición y fantasía”. Para finalizar, en una nueva subversión bíblica, se describe un “lejano apocalipsis oficinero” en el que los integrantes de las oficinas son sometidos por monstruos infernales. (Ver N° 5, foto: p 43 a).



Los personajes y las temáticas masculinas incluidas en estos seis primeros números dan cuenta que el hombre solamente puede constituirse en tema de interés para *Satiricón* a partir de sus desvíos. Es decir que, a diferencia del género femenino acerca del que se habla ampliamente y sobre su generalidad, el hombre solamente recibe tratamiento en la revista si configura un caso “extraño”. De ello da cuenta la inclusión de reportajes a un personaje que encarna a la exageración del machismo y fuertemente ligado a la materialidad, a otro que encarna la excentricidad y un uso poco habitual del cuerpo, y también la inclusión de un conjunto de intervenciones humorísticas que refieren a la homosexualidad. Estos tipos de hombre parecen ser diferentes al perfil del público masculino al que parece dirigirse *Satiricón*, el cual en estos textos parece construirse más por lo que no se dice que por lo que

se explicita de ellos. Finalmente, la cuestión laboral masculina en *Satiricón* parece estar completamente definida y diferenciada de la situación femenina, en la que las “aspirantes” realizaban intentos infructuosos por trascender. La función laboral del hombre parece cumplir con los criterios de productividad y eficiencia, aunque genere un alto grado de alienación y carezca de relevancia social.

6.3 – SEXUALIDAD Y NECESIDADES FISIOLÓGICAS

Algunas de las intervenciones humorísticas presentes en *Satiricón* se vinculan a la degradación, es decir que acercan al lector a la vida de la parte inferior del cuerpo. Son representaciones de actos tales como el coito y la satisfacción de las necesidades naturales. En el presente apartado intentaremos determinar si esas representaciones se le asigna a dichos actos un valor negativo o positivo y regenerador, tal como ocurría en el realismo grotesco (Bajtín, 1987: 25).

Si bien, como ya dijimos, la presencia del cuerpo es una constante a lo largo de los números de *Satiricón* que componen nuestro corpus de análisis, encontramos hacia los tres últimos un incremento en el tratamiento de la temática de la sexualidad. De la diversidad de las cuestiones sexuales, *Satiricón* prioriza como objeto de debate a aquellas ligadas a la mujer, en menor cantidad a las que incumben a las relaciones de pareja y casi en ninguna medida se ocupa de las específicamente masculinas. El debate acerca de la mujer parece realizarse entre hombres e interpelar a ellos, dando poco espacio a las opiniones femeninas sobre el tema y constituyendo a sus cuerpos como un espacio sobre el que se debe intervenir.

Que el cuerpo femenino sea el principal tema a debatir en relación a las cuestiones de la sexualidad, es un rasgo que puede relacionarse a un aspecto de la época: el de las

luchas del feminismo por lograr una emancipación con respecto a la sociedad patriarcal en diversos aspectos, entre ellos el de la sexualidad. Sin embargo, no podemos suponer que *Satiricón* haya dado tratamiento a estas cuestiones desde una perspectiva emancipadora. Más bien, a partir del tipo de imágenes utilizadas en estas intervenciones y de sus textos podemos deducir que la revista alude a estas cuestiones para asumir una perspectiva que se propone escandalizar al pudor burgués y a las buenas costumbres. De hecho, cuando la revista trata una temática ligada a la sexualidad parece hacerlo como pretexto que justifique la exhibición de cuerpos de mujeres jóvenes, bonitas y, en algunos casos, famosas. De todos modos es innegable que la revista al incluir estas temáticas cumple una función habilitadora con respecto al debate de las cuestiones ligadas al cuerpo y muestra cierta comunión con la vida de la parte inferior del cuerpo.

La cuestión de la virginidad femenina es tratada en dos oportunidades durante los seis números que analizamos. Una de ellas es una entrevista a las vedettes Norma y Mimi Pons en el tercer número. En la introducción a la nota se hace referencia a la virginidad como costumbre antigua, al punto que se afirma que hablar de ella consiste en “practicar un poco de arqueología” y se estima que el significado del término ‘virginidad’ “resultará ininteligible para las generaciones actuales”. La entrevistada Mimí Pons sostiene que las mujeres son estigmatizadas por mantener la virginidad como por perderla. Por su parte, Norma opina que los hombres “se ríen de las mujeres castas” y afirma que la virginidad es algo sublime pero que no debe censurarse a quien la haya perdido entre los 15 y los 30, igualmente sostiene que desea no tener hijas mujeres para evitar inconvenientes. La entrevistada también opina que “los movimientos feministas no tienen razón de ser” y que “antes que plantearnos la situación de la mujer, debemos plantearnos la situación de todos en esta sociedad maldita”. En esta nota es similar la cantidad de espacio dedicado al texto y

a las fotografías. Éstas muestran a las vedettes exhibiendo su figura, con ropas provocativas y en traje de baño. (Ver N° 3, foto: p 9 a).

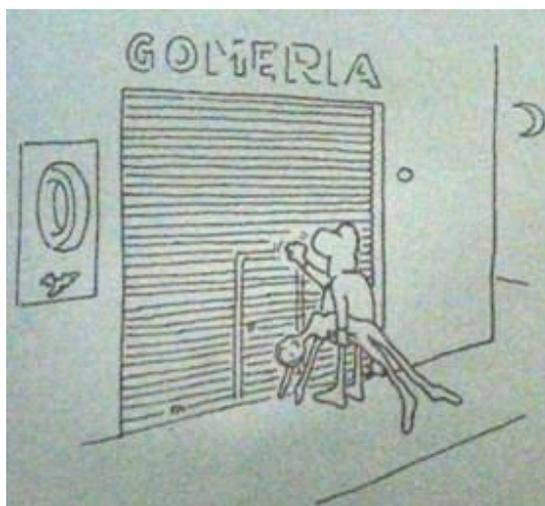
La misma temática es tratada de manera humorística por Escaleno en el sexto número de *Satiricón* en la sección titulada “Filosofía del tocador”. En este caso la intervención está compuesta sólo por texto. El autor presenta una posición a favor de la libertad sexual y también trata a la preservación de la virginidad femenina como un mito del pasado. Afirma que lo que sí continúa vigente es la idea de que la mujer casada sólo debe mantener relaciones matrimoniales. En una actitud ambigua, el autor se declara a favor de la poligamia pero en contra de las relaciones prematrimoniales y expone relatos graciosos, supuestamente reales, sobre dichas relaciones. Destaca que la psicología considera beneficiosa a “esta evolución de la genitalidad” pero se preocupa por la iniciación sexual de las mujeres a temprana edad y los embarazos no deseados, sobre los cuales el autor se atribuye responsabilidad. Finalmente formula un cuestionario que guiaría a una mujer para decidir si está preparada para tener una relación sexual, las preguntas son respondidas por el autor y todas llevan a la decisión afirmativa. (Ver N° 6, foto: p 37 a).

Otra temática referida a la sexualidad femenina tratada por *Satiricón* es el de la anticoncepción. La cuestión de los “Diafragmas” aparece en el quinto número, también en la sección “Filosofía del tocador”. El tema es calificado como “actual, quemante y moderno” y el fin que se propone la nota es ambiguo: “esclarecer a la opinión pública y, tal vez, también, de oscurecerla”. El contenido principal de la nota es un punteo de dichos populares o lugares comunes adaptados a la temática de los diafragmas, que generan efecto humorístico. (Ver N° 5, foto: p 24 a).

El sexto número de *Satiricón* cuenta con tres importantes intervenciones humorísticas sobre sexo. Fontanarrosa publica cuatro chistes cuyas temáticas aluden al

temor a la castración masculina (un escultor tiene su cincel apoyado en los genitales de una estatua de un hombre mientras tres masculinos miran aterrados), a la supuesta vinculación entre libertad sexual e ideas de izquierda (una señora observa escandalizada a dos parejas jóvenes en una cama que le comentan que “la idea original era formar un grupo para estudiar marxismo-leninismo”) y al falso pudor de las personas adultas (un hombre mayor le dice a una joven que tiene intenciones serias mientras le pone su mano en el pecho izquierdo). (Ver N° 6, foto: p 17 a).

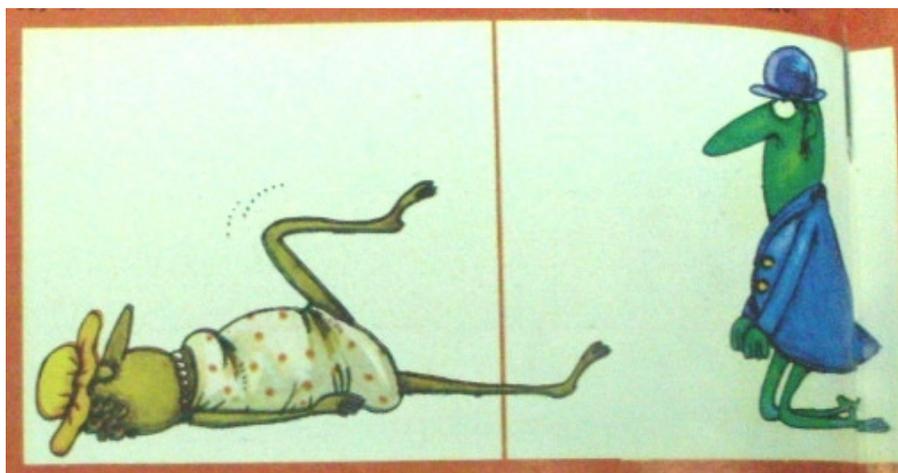
Por su parte, Viuti titula a su intervención “Humor ~~porno~~gráfico”. Las situaciones humorísticas presentadas por el autor tratan sobre la autosatisfacción sexual, la prostitución, los rituales amorosos, la apertura a costumbres sexuales exóticas, el celibato, entre otros. (Ver N° 6, foto: p 44 a).



También en el sexto número Oski inicia la publicación de su “Curso libre de divulgación sexual”. Se trata de una intervención humorística a color, con mayor predominancia de dibujos que de texto. En una breve introducción se señala que la nota brindará “todo lo que el hombre moderno debe saber para no ser un pazguato en el amor”. Las ilustraciones muestran distintas poses sexuales que se encuentran explicadas a modo de

instrucción en breves epígrafes. Es de destacar que los dibujos no muestran cuerpos desnudos, sino a una pareja adulta, ambos vestidos a la antigua. Se puede deducir que el autor intenta lograr el efecto humorístico al darle a su producción un estilo de manual de instrucciones o de cierta científicidad. Entre ambos cuerpos siempre media una distancia significativa y demarcada por una línea divisoria. La intervención también cuenta con un “Diccionario erótico” que incluye distintas definiciones y giros idiomáticos referidos al

término “culo” o que incluyen dicha palabra para dar un significado figurado. (Ver N° 6, foto: p 28 a).



En referencia a las necesidades fisiológicas, en el segundo número, Carlos Trillo y Alejandro Dolina, en la nota “Grafitti, o los poetas del fondo a la derecha”, comentada en un apartado anterior, relacionan a dichos actos corporales con la necesidad de libertad de expresión. Los autores señalan: “De ahí que el baño, lugar íntimo por antonomasia, refugio inviolable donde se oficia un rito cotidiano y secreto, sea el depositario de las explosiones literarias del hombre común”. Destacan la importancia de los escritos en baños públicos referidos a ideologías prohibidas, al sexo y de poesías que hablan de accidentes que suelen ocurrir en los baños públicos.



Una nota humorística similar a la anterior y de los mismos autores, con gran cantidad de ilustraciones, aparece en el sexto número de la revista y se titula “Argentinos: sus vicios más secretos”. La nota da por hecho que hasta los hombres honrados tienen vicios, a los que relaciona con ciertas manías corporales inconfesables. Se califica al baño como lugar “propicio para el pecado” donde “los libertinos dan rienda suelta a sus más bajos instintos”. Entre las actividades indecentes se mencionan: intentar frente al espejo la sonrisa de Gardel, practicar declaraciones de amor, orinar en la bañera y “jugar voluptuosamente con el chorro del bidet”. Bajo el subtítulo “Usos malsanos del propio cuerpo”, los autores distinguen modos de “hurgarse la nariz” que representarían la procedencia social de las personas. También se destacan otras zonas de la cara propicias para las perversiones como las orejas y la boca; y señalan que todo “el cuerpo humano proporciona también un mayúsculo placer: el de rascarse”. También se califica al mirar como al uso pecaminoso más habitual que puede cometerse sobre un cuerpo ajeno. Se ilustran distintas situaciones de ese tipo, que son protagonizadas por personajes masculinos que comparten rasgos como tener la lengua afuera y los ojos sobresalidos. Éstos aprovechan actitudes imprudentes de parte de personajes femeninos para observar pechos, glúteos o piernas. (Ver N° 6, foto: p 38 a).



En el cuarto número de *Satiricón*, una nota anónima titulada “La antropofagia bien entendida” e ilustrada por Andrés Cascioli, trata sobre la tragedia aérea y la supervivencia de un grupo uruguayos en la cordillera. La nota cuenta del vuelco hacia la angustia que dio el tratamiento del caso y la pérdida de su heroísmo, ante el dato de que los sobrevivientes habían comido carne humana. Ante la situación angustiante, dice que la reacción de la sociedad argentina fue defenderse a través del humor negro dotado del sentido de lo trágico, como un arma para acceder a lo incomprensible. (Ver N° 4, foto: p 49 a).

También hallamos en *Satiricón* una nota vinculada a la muerte que nos da cuenta de una concepción humorística acerca de la evolución corporal que subvierte la posición que adoptan los medios de comunicación frente al fallecimiento de personas relevantes. En el segundo número, Carlos Duelo titula “Cuando más se esperaba” a una nota crítica hacia los obituarios. Se inicia con una cita del poeta alemán Hebbel que cuestiona la costumbre de los clérigos de resaltar las virtudes de los extintos durante los funerales en vez de hablar de sus defectos. Carlos Duelo propone reemplazar la “prosa semielaborada” que compone a los obituarios por elementos humorísticos. También plantea dudas sobre ciertas afirmaciones habituales de las notas necrológicas, tales como: lo prematuro de la muerte, el afecto que se tiene por quien muere y las buenas obras realizadas en vida. También afirma que mencionar aspectos negativos no siempre menoscaba a la personalidad del fallecido y critica el uso de fotografías que suelen mostrar al fallecido con un aspecto que no coincide con el real al momento de morir o sonriente y “ajeno a la congoja que acaba de desatar”. Podemos entender que esta nota concibe a la muerte como opuesta a la vida y no tanto como una fase necesaria para la renovación y el rejuvenecimiento permanente, como sucedía en las imágenes carnavalescas que se referían a ella (Bajtín, 1987: 50); sin embargo, el texto de Duelo no infunde temor, al contrario, se vale de elementos cómicos, lo que le

brinda un aspecto recreativo y tranquilizador antes que triste y sentencioso. (Ver N° 2, foto: p 44 a).

6.4 – LA ANIMALIDAD Y CUERPOS TRANSMUTADOS

A lo largo de los números de *Satiricón* que nos toca analizar encontramos un conjunto de intervenciones humorísticas y serias que tratan sobre formas animales y humanas que se confunden y se transforman entre sí. Creemos que dichas conjunciones pueden ser consideradas como un rasgo que el humor gráfico heredó de la concepción estética del realismo grotesco antiguo. Dicha estética es descripta por Bajtín como un “juego insólito” en el que “no se distinguían las fronteras claras e inertes que dividen esos “reinos naturales” en el ámbito habitual del mundo” (Bajtín, 1987, 35).

En el primer número de *Satiricón* encontramos una nota con perfil ensayístico realizada por Carlos Trillo, titulada “El humor político de los argentinos o la enciclopedia de los animales”. El autor realiza un recorrido histórico desde la época colonial hasta fines de 1972 mencionando a los políticos y militares que fueron animalizados por humoristas y publicaciones. Parte de la representación del Virrey Sobremonte en forma de burro que hizo el obispo Castañeda cuando aquel huyó a Córdoba durante las Invasiones Inglesas, animalización que dio inicio al humor político en el Río de la Plata. Otros políticos argentinos animalizados de finales de siglo XIX y principios del XX mencionados por el autor son el zorro Roca, el burro Juárez Celmann, el peludo Irigoyen y el pato Alvear. También menciona la caracterización realizada de las masas peronistas como lobos o cuervos, así como la de los antiperonistas representados como gorilas. Del contexto político más cercano a la nota, nombra a la vaca Aramburu, el avestruz Frondizi, el cerdo

Alzogaray, la morsa Onganía y al “ave trepadora” Jorge Daniel Paladino¹⁰. En este primer número, *Satiricón* también incurrió en la animalización, al asimilar a Juan Domingo Perón con la paloma de la paz.¹¹

También en relación con los animales, pero desvinculado del contexto político, Oskar Blotta (h.) publica en el segundo y en el cuarto número de *Satiricón* intervenciones humorísticas tituladas “Los bichos”. Expone situaciones entre distintos tipos de animales, cuyas especies son híbridas o mutantes, que resultan paradójicas porque invierten la ‘ley del más fuerte’ que supuestamente rige al orden natural. En la introducción el autor afirma que en esas situaciones “es posible recordar la lucha diaria, la animalidad cotidiana, nuestra humana condición de bichos”. El dibujo destaca el valor de la sorpresa, la rapidez y el uso del ingenio frente al uso de la fuerza y la agresividad. El mismo autor aparece animalizado en un dibujo de Blotta (padre) que retrata a su hijo con cuerpo de monstruo o dragón. (Ver N° 2, foto: p 50 a, y N° 4, foto: p 28 a).



En el presente apartado nos interesa también analizar como un caso de animalización la composición del personaje que es la “mascota de *Satiricón*”, al que también se llama “Sati”. Dicho personaje además de aparecer en diversos espacios de la publicación y de tener secciones propias, también funciona como una especie de ícono que identifica a la revista. La función que se proponía cumplir *Satiricón* al adoptar una

¹⁰ Delegado de Perón durante las negociaciones con Lanusse, luego reemplazado por Cámpora por favorecer al GAN.

¹¹ Mara Burkart analiza el significado que adquiere el símbolo de la paloma al aplicarlo a la figura de Perón y la variación que tuvo la representación de dicho líder político en *Satiricón* entre el año 1972 y 1974 (Burkart, 2011).

“mascota” es la de representar en una sola imagen condensadora una serie de principios que constituirían la esencia, la identidad y los propósitos de la revista.

Encontramos en la forma de Sati una conjunción de varios aspectos que pueden ser interpretados como relacionados con las imágenes que, según Bajtín, componían el acervo de la cultura cómica popular antigua y su concepción de la corporalidad y la materialidad. Sati es un referente universal de la publicación, sus apariciones se guían por un principio positivo y, por ser un dibujo de estilo humorístico y no abstracto, su carácter es alegre y festivo; pero también expresa reflexiones sobre cuestiones existenciales y quejas que degradan lo que se considera elevado. Como dijimos anteriormente, si bien posee espacios exclusivos dentro de la diagramación, también se inserta en otros, lo cual lo hace aparecer bajo una forma no egoísta, sino como la materialización de un principio que impregna a todo el universo de contenidos de la revista.

Sus rasgos fisonómicos principales son:

- su baja estatura, por lo cual estaría más cercano a la tierra, a lo bajo o a lo inferior, entendido como principio de absorción y de nacimiento y resurrección, de vida y de comienzo (Bajtín, 1987, 26);
- su vientre es abultado, lo cual también consiste en un representante corporal de lo bajo y de la propensión a la abundancia (Bajtín, 1987, 26);
- su trompa, protuberancia acentuada que termina en dos orificios similar a la que poseen los elefantes, este rasgo corporal simbolizaría la posibilidad de traspasar sus propios límites, de establecer conexión con el exterior, es lo que le permite penetrar en el mundo material y abrirse a él (Bajtín, 1987, 30);
- su especie no es definida sino ambigua, el personaje parece reunir aspectos pertenecientes a diversos animales, por lo cual encarnaría un proceso de cambio, de

metamorfosis incompleta, representaría un eslabón en la cadena de la evolución de la especie (Bajtín, 1987, 30);

- sus rasgos etarios también son duales, su aspecto es aniñado pero sus reflexiones son adultas y denotan cierta experiencia de vida, tratan sobre diversos temas que afectan a la existencia humana, como la muerte, la guerra, la angustia, la alegría, la salud y el conocimiento, entre otros. (Bajtín, 1987, 30);
- su color rojo, su rabo largo que termina en forma de punta de flecha, además de su cornamenta (en forma de gorro vikingo), emparentan al personaje con la figura del diablo, que en el realismo grotesco cobraba un valor positivo y regenerador.

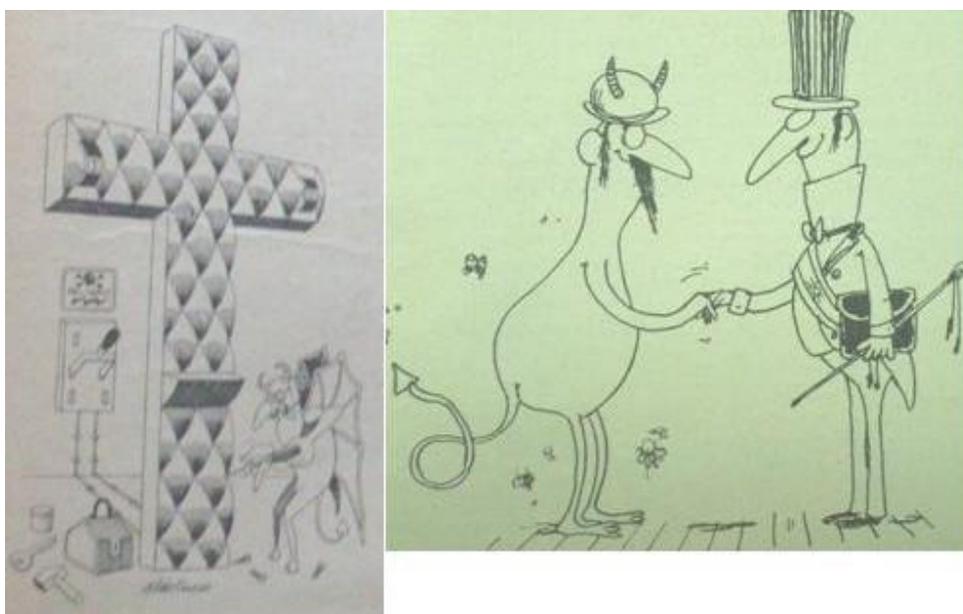
Por todos estos rasgos podríamos caracterizar a Sati del mismo modo que Bajtín describe al personaje Sancho Panza: “es un descendiente directo de los antiguos demonios barrigones de la fecundidad”, o como una imagen en la que “están aún vivas las ideas del banquete y de la fiesta” (1987: 26). El personaje que describimos se asemeja más a la concepción del diablo que poseía el grotesco popular antiguo que a la del grotesco del romanticismo; es un “despreocupado portavoz ambivalente de opiniones no oficiales, de la santidad al revés y de la expresión de lo inferior y material, etc. No tiene ningún rasgo terrorífico ni extraño” (Bajtín, 1987: 42).



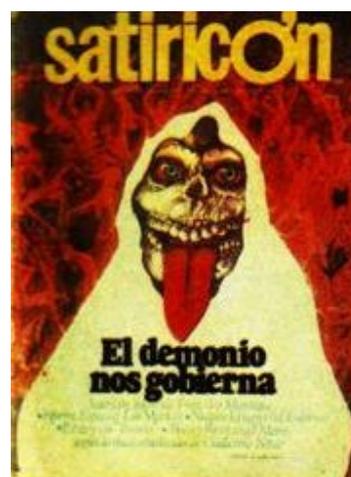
Otro personaje de historieta de la revista posee similares características a las de Sati. Se trata de “el Sátiro Virgen”, creado por Fernández Branca: ser de forma humanoide y con rasgos animales como cuernos, pies de dos pesuñas, rabo y miembros inferiores peludos, lo que le da una apariencia de diablillo o carnero. La revista identifica al personaje como un “ser mitológico repleto de lasciva” cuya mala suerte le impidió “cambiar su espantoso estado”. Por ser graciosos los hechos que le suceden al personaje, su figura diabólica se liga también con lo risueño y lo alegre. Pero, más allá de las similitudes en cuanto a la fisonomía y al nombre de ambos personajes, el Sátiro Virgen se diferencia de la mascota de *Satiricón* porque se encuentra confinado a un espacio restringido en la diagramación de la revista, su historieta se desarrolla en una página exclusiva, a la cual él jamás traspasa. Si bien en la historieta “El sátiro virgen” las imágenes de lo “inferior” corporal no son valoradas de manera negativa y el objetivo de perder la virginidad que moviliza la acción de este personaje se encuentra relacionado con lo bajo y con las necesidades naturales, la relación que el protagonista establece con su compañera de tira y sus propósitos son distintos que los de Sati, ya que adquieren el carácter de lo privado y personal. Su compañera se constituye para él en un objeto de codicia y posesión egoísta, es un obstáculo contra las aspiraciones de su ideal individual y su propósito no parece relacionarse con el de la renovación universal.

Sin embargo, también se puede considerar que en *Satiricón* la concepción alegre y cómica de la figura del diablo convive con aquella perteneciente al realismo romántico, que considera que “el diablo encarna el espanto, la melancolía, la tragedia”, en la que la risa infernal se vuelve sombría y maligna (Bajtín, 1987: 42). Dentro de los números de la revista que nos toca analizar podemos encontrar ejemplos de esta visión romántica del diablo. Ya hemos hecho referencia a algunos casos en este capítulo, como la imagen que

muestra al diablo sobrevolando la ciudad en globo aerostático con forma de senos gigantes. Por otra parte, en el primer número de *Satiricón*, también aparece la figura del diablo en contextos que permiten interpretarlo como un ser vinculado al engaño, la corrupción y la perversión, y no como un ser festivo y alegre. Así aparece en la intervención de César Bruto: se muestra a un presidente corrupto dándole la mano al diablo. También, en un chiste de Aldo Rivero se ve al diablo terminando de construir una cruz que serviría como elemento de tortura ya que está conectada a la corriente eléctrica.



Si bien se encuentra excluida del corpus que hemos construido para la presente investigación, consideramos que la ilustración de tapa del último número de la segunda etapa (Nº 26, marzo de 1976), el cual dio lugar a la clausura definitiva de la revista por parte de la Junta Militar que tomó el poder por la fuerza el 24 de marzo de 1976, es un claro ejemplo de la risa sombría y terrible, ya que posee rasgos



terroríficos y extraños. En esta imagen se destaca el tono lúgubre, terrible y espantoso

propio de la concepción del grotesco romántico, que, según Bajtín, se diferencia de la cosmovisión carnavalesca de la Edad Media y el Renacimiento cuyos elementos transforman lo terrible de la realidad en inofensivo, alegre y luminoso. Podemos deducir que el contexto histórico que surge a partir del inicio de la última dictadura militar del siglo produce que la libertad y la risa que se expresaban a través de los primeros números de *Satiricón* queden anuladas por el miedo y la seriedad unilateral.

6.5 – EL DISCIPLINAMIENTO DEL CUERPO

Los humoristas de *Satiricón* también tratan al cuerpo humano como un territorio en el que se dirime una disputa por el control social. Diversos contenidos humorísticos refieren al disciplinamiento del cuerpo logrado a través de la intervención que realizan sobre él las instituciones sociales.

Foucault atribuye a la edad clásica el descubrimiento del cuerpo como objeto y blanco de poder. Desde entonces el cuerpo se manipula, se le da forma, se lo educa para obedecer, para volverlo hábil y para multiplicar sus fuerzas. Según Foucault, el Hombre-máquina se constituyó sobre dos registros: el anátomo-metafísico, que trataba de explicar su funcionamiento, y el técnico-político, integrado por un conjunto de reglamentos militares, escolares, hospitalarios y procedimientos empíricos y reflexivos para controlar y corregir operaciones del cuerpo. Según este autor, a partir del siglo XVIII las técnicas tendientes a generar un cuerpo dócil dejaron de considerarlo como unidad indisociable sino que comenzaron a trabajarlo en sus partes, dando lugar a un poder infinitesimal sobre el cuerpo (Foucault, 1976: 140). La concepción del cuerpo como desunificado o como mecanismo que es dividido para obtener un funcionamiento más redituable y menos conflictivo gracias al control minucioso de sus operaciones, parece ser la base del método

que rige el proceso de disciplinamiento social, con ello coincide también la mirada que brindan algunos humoristas de *Satiricón*.

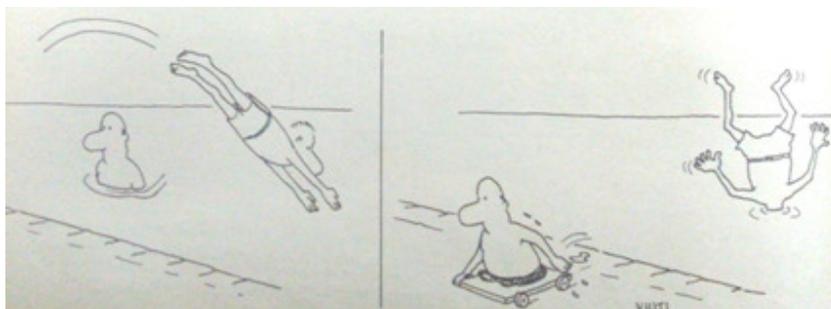
En el segundo número, Amengual realiza una intervención humorística que trata sobre las diversas formas en que suele entenderse la divisibilidad del cuerpo humano desde los ámbitos relacionados con la censura, la represión y el adoctrinamiento. El texto que introduce a la secuencia la califica como “una lección de Amengual sobre cuerpos humanos y dueños de cuerpos humanos”. Algunos personajes que aparecen en los cuadros de la secuencia refiriéndose a las diferentes formas en que se puede dividir al cuerpo son: un militar, que se refiere a las extremidades como “extremismos”; un censor cinematográfico, que dice que el cuerpo se divide en incisos; un economista, que habla del rendimiento productivo del cuerpo gracias a la división de tareas; el mismo autor, que dice que el cuerpo

se divide en distintos tipos de cuotas que él debe pagar; y una monja, que afirma que entre las extremidades del cuerpo se encuentra el diablo. El último cuadro muestra la situación más extrema de disciplinamiento: un cuerpo humano tras ser decapitado. El verdugo afirma que al separarse la cabeza del cuerpo, ésta se acerca a las extremidades cuando cae al piso y eso “trae tranquilidad a los dueños del tronco”. (Ver N° 2, foto: p 48 b).

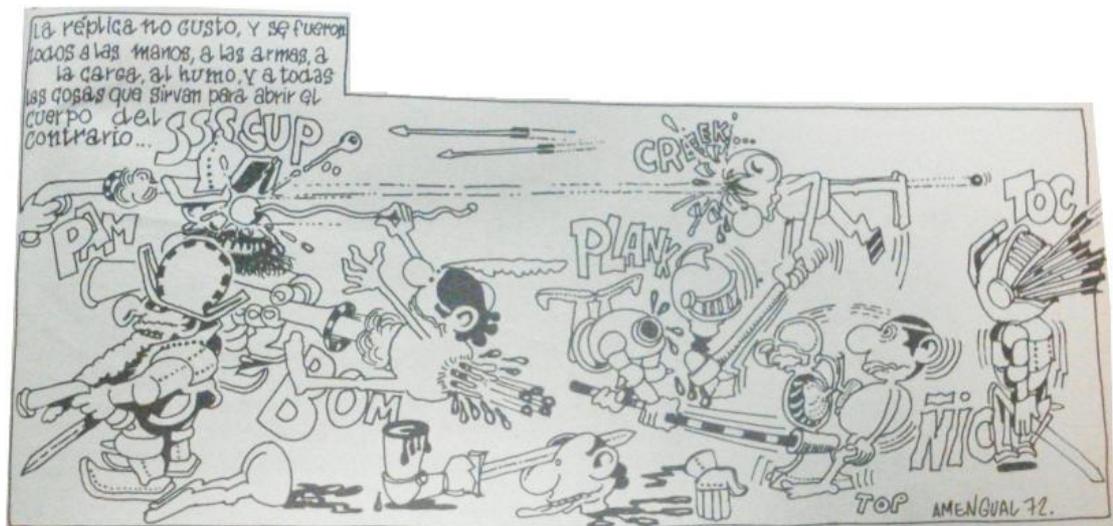


En el segundo número Viutti publica una breve secuencia en la que alude al cuerpo dividido, la resolución humorística de la situación da cuenta de los errores que se cometen

debido a la excesiva confianza que depositamos en la percepción, en las supuestas capacidades del cuerpo y en su unicidad. (Ver N° 2, foto: p 3 b).



Amengual, esta vez en el tercer número de *Satiricón*, alude nuevamente a la situación límite en la cual las cuestiones relacionadas al poder se dirimen en los cuerpos; esta vez la condena no recae sobre un ser individual sino sobre un grupo humano completo. En una historieta autoconclusiva, titulada “Crónica de fundación de Santa María de los Buenos Aires y de los hechos allí acaecidos”, se recrea en tono humorístico la historia de la primera fundación y la relación entre los conquistadores y los originarios de estas tierras. Se satiriza el discurso de la historiografía clásica que se suele destacar las buenas intenciones de los españoles y la barbarie de los indígenas. Dice que al principio la convivencia fue buena y los intercambios provechosos, pero que la primera pelea surgió a partir de que una española y una india compararon públicamente el tamaño de sus senos. Los dibujos son grotescos y exageran las características raciales de ambos bandos. En las escenas de guerra, el dibujo destaca lo sangriento de los enfrentamientos, los flechazos, trabucazos, hachazos y espadazos. Se muestran cuerpos traspasados por disparos y armas punzantes, miembros y cabezas desprendidos de sus cuerpos y vísceras esparcidas por el suelo. (Ver N° 3, foto: p 43 a).



Según Bajtín, en el realismo grotesco lo “alto” en su faz corporal estaba representado por el rostro (1987: 25). Encontramos en *Satiricón* algunas intervenciones relacionadas con el rostro que se encargan de rebajar o relativizar la importancia de dicha porción corporal considerada sublime también en la actualidad. Estas mismas intervenciones le asignan al rostro algunas de las características que adquirieron las máscaras en la etapa romántica de la estética grotesca. Estos rasgos son los del disimulo y el engaño; la máscara en el romanticismo “suele disimular un vacío horroroso, la “nada”” (Bajtín, 1987: 42).

Desde la perspectiva de la fenomenología¹² el rostro es la porción del cuerpo con la que identificamos al otro, es la manera en que se presenta el otro y también es lo que posibilita que exista una relación social. Esa manera de presentarse es inaprensible e indefinible del todo, en ella siempre hay algo que se nos escapa, es la resistencia que opone

¹² Utilizamos aquí el término “fenomenología” en el sentido en el que lo usa Alain Finkielkraut (1985: 13), como método y discurso filosófico, cuyo exponente fue Emmanuel Lévinas, difundido desde el Colegio Filosófico de París, de tipo no académico sino experimental, que incluye en el campo de la investigación filosófica temas en apariencia triviales y desprecia de los objetos de pensamiento privilegiados y de los antiguos criterios que consideraban a ciertos dominios cotidianos como indignos de la curiosidad filosófica. Dicha fenomenología no define a la realidad humana sólo por la razón, sino por el encuentro con los demás y la relación con el ser.

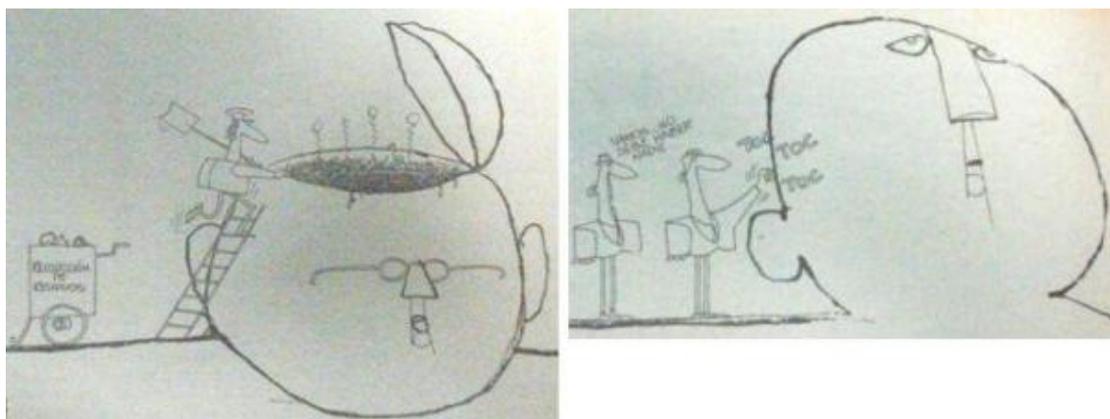
el prójimo a su propia manifestación. El rostro, es decir esta imposibilidad de asimilar al otro del todo, es también lo que permite a un individuo separarse de sí mismo, es decir que permite que ambos se reconozcan. La fenomenología reconoce que en el lenguaje corriente el término “rostro” posee dos acepciones contradictorias: designa a la vez la apariencia y la esencia, es el lugar del cuerpo en el que el alma se muestra y se disfraza. Sin embargo, afirma que antes de ser auténtico o falso, el rostro del otro es un llamamiento al reconocimiento, nos implora y nos plantea la responsabilidad de reconocerlo, de brindarle entidad, antes que de contemplarlo y evaluarlo; nos prohíbe ser indiferentes respecto de él (Finkielkraut, 1999: 21).

Garaycochea le dedica dos intervenciones humorísticas al tema del rostro. En el cuarto número, bajo el título de “Sigla”, el autor nuevamente relativiza la unicidad de su propia identidad jugando con la composición de su nombre, del que afirma que es una sigla formada por las primeras sílabas de sus apellidos verdaderos. El chiste dibujado también habla de la identidad como una conjunción y no como algo determinado: muestra a un profesor que guía una experiencia en la que se trata de conjugar en una misma imagen partes de la cara de distintos políticos. Al completarse la figura, aparece al lado del profesor un alumno de quien surge un signo de interrogación y luego estalla en llanto (Ver N° 4, foto: p 32 a).



En el sexto número, en “La otra cara de la cara”, Garaycochea trata sobre los distintos componentes anatómicos de la cara humana asignándoles funciones o características diferentes a las habituales. En cada cuadro se presenta una cabeza humana que pareciera ser inmóvil o similar a una estatua; sobre dicha cabeza intervienen las típicas

caricaturas o monos de Garaycochea reformulando sus funciones y características. Los cuadros transmiten una idea del rostro como recipiente vacío e inerte sobre el que se opera poniendo o sacando elementos, o como mecanismo que requiere mantenimiento para funcionar. (Ver N° 6, foto: p 36 a).



En este apartado pudimos identificar en los contenidos incluidos en la revista algunos rasgos similares a los que, según Bajtín, caracterizaban a las imágenes carnalescas de la antigüedad. En la mayoría de estos casos las imágenes carnalescas antiguas y los contenidos de la revista *Satiricón* comparten el hecho de referirse a temáticas ligadas a la materialidad bajo una modalidad que resulta habilitadora de la “vida inferior” del cuerpo (a la que suele inhibirse en otros ámbitos comunicacionales considerados ‘serios’). Sin embargo, en *Satiricón* no todas las referencias a la vida material dan lugar a un discurso regenerador, sino que también dan lugar a la ironía y al sarcasmo, pero nunca logran construir un discurso humorístico que logre inhibir o conducir al temor. En ese sentido, debemos destacar que los personajes de *Satiricón* que comparten estas características significantes son siempre textos o representaciones icónicas de seres humanos o fantásticos y de sus acciones. En cambio aquellas representaciones de cuerpos mediante imágenes fotográficas incluidas en la revista sólo parecen cumplir con la función

de hacer explícita a la presencia del cuerpo, es decir que son signos que no agregan conceptos que restituyan al cuerpo su papel significante más allá de su mera presencia.

Bajtín sostiene que a partir de mediados del siglo XVII se produce una “falsificación y empobrecimiento progresivo de las formas de los ritos y espectáculos carnavalescos populares” (1987: 36) al perder sus lazos con la cultura de la plaza pública y al quedar formalizados en una tradición literaria. Podemos afirmar que el humor gráfico también presenta aspectos carnavalescos ligados al grotesco, pero reducidos y empobrecidos respecto al significado profundo que esos rasgos tenían en la antigua cultura popular cómica. En el humor gráfico se ha perdido el universalismo y la participación total del mundo en el proceso cómico. Sin embargo, a pesar de encontrarse reducido y debilitado, creemos que el principio festivo popular carnavalesco ha fecundado de cierta manera a la producción de los humoristas gráficos. La degeneración de la estética grotesca, iniciada, según Bajtín, mucho tiempo atrás, continuó cuando ésta ingresó en la cultura mediática. Y, al igual que en las obras literarias del siglo XVII y XVIII que, según Bajtín, fueron nutridas por la estética de la cultura cómica popular, también en el humor gráfico las imágenes grotescas son utilizadas con fines que aún conservan la osadía y ayudan a liberarse de las ideas convencionales sobre el mundo. En cierta forma el humor gráfico, al igual que el principio festivo popular carnavalesco que regía en las fiestas de la antigüedad, “permite mirar con nuevos ojos al universo, comprender hasta qué punto lo existente es relativo, y, en consecuencia permite comprender la posibilidad de un orden distinto del mundo” (Bajtín, 1987: 37).

7 - REPRESENTACIONES DE FIGURAS DE AUTORIDAD Y SUCESOS CONSIDERADOS SERIOS

El momento en que comienza a publicarse *Satiricón* coincide con la finalización de un prolongado régimen militar de facto caracterizado por una conducción centralizada y autoritaria que se había iniciado el 28 de junio de 1966 con la autodenominada “Revolución Argentina”, en la que los militares derrocaron al presidente radical Arturo Illia, quien había sido electo bajo la proscripción del peronismo, instalada desde 1955. Durante dicho período, que culmina con la asunción de Héctor Cámpora el día 25 de mayo de 1973, se sucedieron en el poder los dictadores Juan Carlos Onganía, Roberto Marcelo Levingston y Alejandro Agustín Lanusse.

Cuando el primer número de *Satiricón* salió a la calle, Lanusse ya había convocado a elecciones presidenciales para el 11 de marzo de 1973 y había impuesto condicionamientos para su realización¹³. Días después de la elección, cuando ya se conocía el triunfo electoral de la fórmula que representaba al movimiento peronista, se publicó el sexto número de *Satiricón*, el último de los que componen el corpus de esta investigación.

En las intervenciones de humoristas y en las notas de *Satiricón* fueron representados los sucesos políticos más importantes que tuvieron lugar en ese intenso semestre. Entre ellos podemos destacar:

- El debate entre políticos civiles y militares sobre las condiciones en las que se daría participación en la elección nacional al movimiento peronista.
- El anuncio, concreción de retorno al país el 17 de noviembre de 1972, y nuevo regreso al exterior de Juan Domingo Perón, luego de su prolongado exilio.

¹³ Como estrategia para excluir a Perón, quien se encontraba exiliado en España, se dispuso que los candidatos presidenciales debían fijar residencia en el país antes del 25 de agosto de 1972.

- La conformación del Frente Justicialista de Liberación (FREJULI) como partido que representaría al movimiento peronista en las elecciones y la definición de sus candidatos.
- La realización del acto electoral el 11 de marzo de 1973, en el que se proclamó como nuevo presidente de la Nación a Héctor Cámpora, acompañado por Vicente Solano Lima como vice.

Estas circunstancias históricas se desarrollaron en un contexto de conflictividad política y social, en el cual operaban agrupaciones políticas armadas que eran reprimidas por el gobierno militar. La “Revolución Argentina” había alineado su política exterior con la de Estados Unidos y adhería a la “Doctrina de Seguridad Nacional”, ampliamente difundida en Latinoamérica y orientada a mantener el orden interno en cada país frente a la amenaza comunista.

El intervencionismo del gobierno militar en distintos ámbitos de la sociedad y la censura irritó a la clase media y desencadenó una crisis social, cultural y política. A eso se sumó la presión ejercida por los sectores perjudicados por el plan económico y político: la burguesía agraria, los trabajadores estatales, la burocracia sindical y los partidos políticos. En este contexto, en el año 1969, se produjo el Cordobazo, una de las mayores rebeliones obreras de la historia argentina. Este movimiento fue estimulado también por la caída del salario de los estratos medios, por las características del sindicalismo cordobés, menos burocratizado y más vinculado a las bases, y por un giro en la lucha de clases hacia un estado de movilización general. El Cordobazo fue un síntoma de la crisis de autoridad y del cuestionamiento al régimen. Sectores juveniles de la clase media se radicalizaron influidos por el mito del “Che” Guevara y por el “Mayo Francés”. El movimiento produjo la renuncia del ministro de Economía, Adalberto Krieger Vasena, pero no modificó el rumbo

que éste le había dado al proceso. El período económico posterior fue de mayor recesión, inflación y deterioro del poder adquisitivo de la población, lo que acrecentó aún más la movilización popular. Frente a ese panorama la “Revolución Argentina” dejó de lado parcialmente sus impopulares objetivos económicos para conseguir un consenso que diera legitimidad al gobierno.

Los militares buscaron reconciliarse con los partidos políticos, los sindicatos y toda la sociedad. Pero ante la imposibilidad de lograr el consenso político y frente a los claros signos de fracaso económico, Lanusse impulsó un plan para reconstituir las bases de su poder, al que llamó “Gran Acuerdo Nacional”. Consistió en un intento de articular un acuerdo entre las Fuerzas Armadas, la burocracia sindical y los partidos políticos que lo llevaran a la candidatura presidencial en las futuras elecciones. Esta estrategia de Lanusse fue percibida por la sociedad como una salida forzada para un proyecto político que había sido derrotado, lo que la ponía en desventaja con respecto a la propuesta de Perón. Ese líder emergió con más posibilidades de generar el consenso necesario ya que detrás suyo se alineaban los viejos partidos, los sectores de la burguesía nacional, la burocracia sindical y la juventud radicalizada.

Al regresar al país por primera vez tras dieciocho años de exilio, Perón acordó con los demás representantes políticos una convivencia partidaria basada en una democracia sin restricciones y guiada por políticas nacionales y populares. También creó el FREJULI aliándose con diversos sectores políticos. El fracaso de Lanusse para alcanzar un acuerdo que incluyera a los militares lo descalificó y lo obligó a retirarse del poder. Perón impuso la candidatura de Héctor Cámpora para las siguientes elecciones y su actitud conciliadora atrajo un gran caudal de votos.

En el presente apartado intentaremos, entre otras cuestiones, aproximarnos a explicar las razones de la aparición de una publicación de humor gráfico como *Satiricón* en un contexto de crisis social y política tan profunda. Siguiendo nuestra hipótesis, podemos suponer que el humor gráfico comparte la actitud respecto al tiempo y la evolución que era constitutiva de la concepción de la cultura cómica popular antigua. En ese sentido, dicha aparición podría explicarse con la siguiente cita de Bajtín en referencia a la fiesta popular:

Las fiestas tienen siempre una relación profunda con el tiempo. En la base de las fiestas hay siempre una concepción determinada y concreta del tiempo natural (cósmico), biológico e histórico. Además las fiestas, en todas sus fases históricas, han estado ligadas a periodos de crisis, de trastorno, en la vida de la naturaleza, de la sociedad y del hombre. La muerte y la resurrección, las sucesiones y las renovaciones constituyeron siempre los aspectos esenciales de las fiestas (1987: 14).

En el presente capítulo analizaremos las representaciones que realizaba *Satiricón* del contexto político. Tomaremos como ejes temáticos a la concepción que la revista mostraba acerca de:

- el sistema político democrático, expresado a través del acto electoral;
- la conflictividad político-social;
- los líderes políticos civiles y miembros del régimen de facto que culminaba;
- y la figura de Juan Domingo Perón.

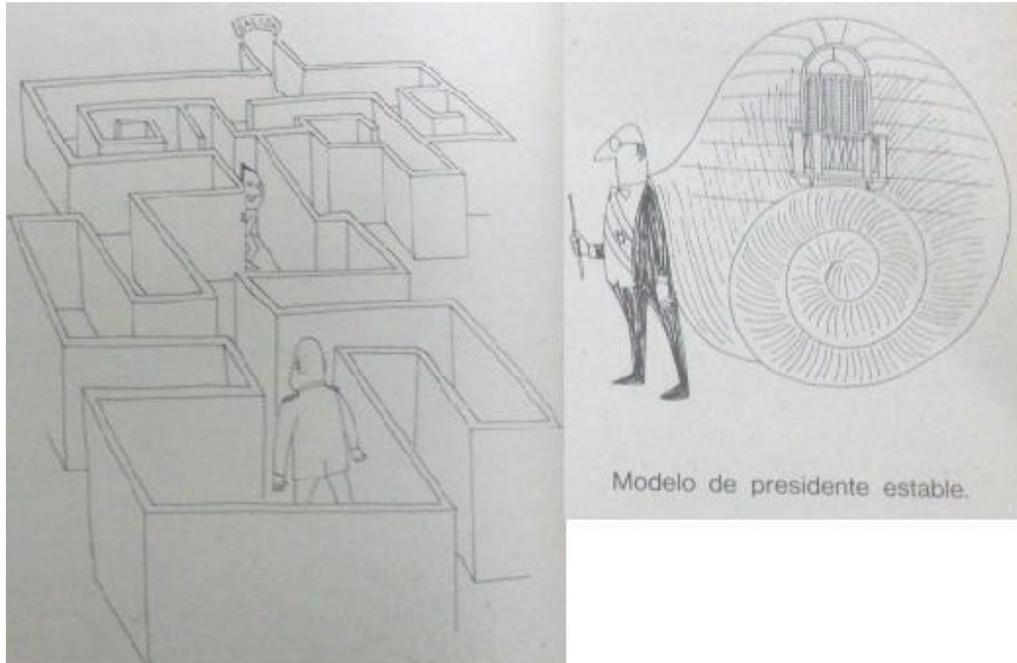
7.1 – REPRESENTACIONES DEL SISTEMA POLÍTICO DEMOCRÁTICO

Varias intervenciones humorísticas de *Satiricón* hacían referencia a las instituciones del sistema político democrático y a la participación electoral desde una visión humorística que daban cuenta del poco acostumbramiento de la sociedad a dichos mecanismos

institucionales y del clima de desconfianza social hacia la posible concreción de la elección presidencial mediante el voto popular.

Siguiendo el lineamiento de nuestra hipótesis también podemos plantear que existe una vinculación entre las intervenciones humorísticas sobre política que comentaremos y algunos de los rasgos típicos de las formas rituales y de los espectáculos de la cultura cómica popular antigua. Esas semejanzas son: su oposición a la cultura oficial y a las formas de las ceremonias del Estado, su visión diferente acerca de los líderes y de la vida política que construye una especie campo político dual o paralelo al oficial y caracterizado por un poderoso elemento de juego (Bajtín, 1987: 12), así como la abolición provisional de las relaciones jerárquicas.

En el segundo número de *Satiricón*, Siulnas publica una intervención humorística titulada “Entradas y salidas constitucionales”. Los cuadros incluidos por el autor dan cuenta de la debilidad institucional que caracterizó al sistema político democrático argentino a lo largo del siglo XX. El autor reflexiona sobre los conceptos de ‘entrada’ y ‘salida’ como las dos caras de una misma cosa. Los cuadros humorísticos son metáforas gráficas que relacionan al tema del acceso a los puestos más altos del mando político de la Nación con las distintas formas de entrada y salida a lugares públicos, como las puertas giratorias de los bancos o los molinetes del subte. También el autor relaciona a la lucha por llegar al poder con juegos infantiles como los laberintos o el baile de las sillas. Uno de los cuadros muestra a un presidente con un caparazón de caracol, con balcón presidencial incluido, al que se presenta como modelo de estabilidad institucional. (Ver N° 2, foto; p 15 a).



Faruk, en su intervención “¿Se armará el gran despelote antes de que la gente vote?”, publicada en el tercer número de *Satiricón*, da cuenta de la preocupación que le generaba a Lanusse la idea de legarle el poder a alguno de los candidatos existentes y de la posibilidad de una suspensión de las elecciones por decisión del mandatario de facto. Se trata de una secuencia en la que cada cuadro muestra a un candidato y el dibujo es acompañado por un texto en forma de rima cómica. El último muestra a Lanusse asomándose por un caño en el que figura la inscripción “Casa de Gobierno”, el texto afirma: “Pero si sigue más años... hasta él se irá a los caños.” (Ver N° 3, foto: p 16 a).

En el segundo número de *Satiricón*, el humorista Landrú reescribe la letra del tango “Cambalache” a la luz de la situación política del año 1972. La letra reformulada es cantada por un personaje quien pareciera ser un cantor de protesta que manifiesta disconformidad con gobiernos tanto democráticos como dictatoriales. Califica a la política como una sucesión de “acuerdos, pactos y revolución / comicios anulados y autoproscripción”. También hace alusión crítica a las organizaciones políticas armadas: “¡Vivimos

maldiciendo guerrilleros / y en el mismo lío vamos a sonar!”. En varios tramos también se refiere a Perón: “Que el mundo fue / y será una porquería ya lo sé / en tiempos del Manchao y en la era de Mor Roig” (...) “¡Dale no más! ¡Dale Manchao! / Que allá en Olivos nos vamos a encontrar. / No hay que volver ni retornar, / mandá a Isabel y vos quedate allá.” (Ver N° 2, foto: p 17 a).

Otra intervención del mismo número, firmada por Charles Bunsen y titulada “El Propo (Pronóstico político)”, relaciona a la política con el azar a la vez que realiza una parodia del juego del PRODE, instituido en 1971. El autor propone un juego, que consiste en una carrera de casilleros, en el que el ganador pronosticará quién será el próximo presidente electo. El entretenimiento cuenta con instrucciones y un tablero con ilustraciones a colores. En el texto introductorio el autor califica a la situación política como “el drama de la desorientación actual, que ya es un chiste”. El tablero incluye dibujos de supuestos integrantes del electorado de distintos sectores sociales y también “Accidentes de ruta”, que son casilleros en los que aparecen ilustradas situaciones que determinan que el participante se desvíe de su recorrido, tales como “Usted ya votó”, “Golpe de derecha”, una bomba con un símbolo de la paz y un triángulo con un ojo en el medio que tiene escrito en sus lados “luce / dios / vuelve”. Se destaca uno de ellos porque pareciera mostrar una situación de tortura con picanas eléctricas: se observa un cable largo enchufado a un tomacorriente cuyo extremo está inserto entre las nalgas de una persona. (Ver N° 2, foto: p 27 a).

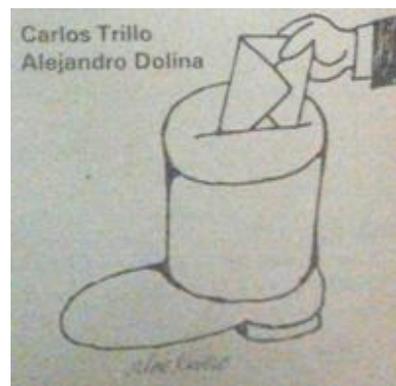
En una línea similar a la anterior, relacionando a la política con la suerte e intentando hacer una anticipación del futuro, en el tercer número, Landrú realiza un “Horóscopo político 1973” que satiriza a las predicciones astrológicas de manera absurda. El nombre del autor figura alterado para burlarse de José López Rega (por entonces asesor de Perón y profeta de creencias esotéricas): a Landrú se lo llama “Hermano Landrú

Rega”. La intervención está compuesta por doce cuadros y textos que corresponden a cada signo del zodiaco. Las temáticas sobre las que se predice son las clásicas del horóscopo - salud, amor, viajes, etc.-, pero se las relaciona con diversas figuras de la política ligadas al gobierno militar y a los partidos políticos, también se menciona a personas del espectáculo y se hace referencia a circunstancias políticas y sociales de la época como el mal funcionamiento de servicios públicos, la intromisión del FMI en la economía nacional, el posible fracaso de las elecciones, la influencia de Perón, las sospechas de corrupción en obras públicas, la ambición de los militares, la movilización de los estudiantes universitarios y la persecución al comunismo. (Ver N° 3, foto: p 53 a).

El cuarto número de *Satiricón* apareció el 5 de febrero de 1973 con una ilustración de tapa de Leopoldo Durañona titulada “Al gran queso argentino ¡Salud!”, que muestra a seis candidatos presidenciales animalizados como ratas que atacan a un queso que representa a la Nación. A un mes de las elecciones la revista intentaba orientar a sus lectores acerca del procedimiento electoral a través de dos intervenciones humorísticas. Ambas tienen en común el continuar la caracterización del electorado con la inexperiencia y cierto grado de infantilidad.

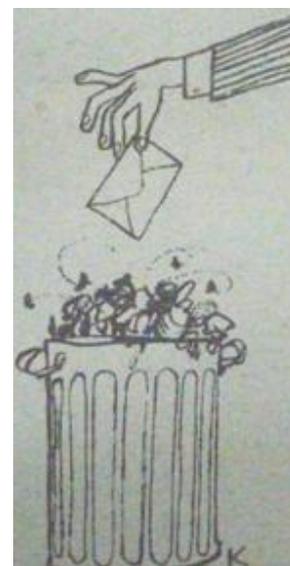
La primera de estas notas humorísticas se titula “Por quién hay que votar, mamá?”, escrita por la dupla Dolina-Trillo y con ilustraciones de Cascioli y Rivero. La nota hace una descripción humorística de los defectos y virtudes de cada uno de los candidatos a presidente y destaca que las elecciones se realizarán un día domingo de carnaval. Aparecen caricaturas realizadas por Cascioli de cada uno de los candidatos, en todas las caras se destacan las marcas de la decrepitud. El texto caracteriza a los candidatos a presidente como fracasados, demasiado moderados, viejos y cómplices entre sí, privatistas, aliados al poder militar, o demasiado mesiánicos. El único que obtiene una valoración un tanto

positiva es Cámpora por ser despreciado por el periodismo televisivo, lo que para los autores es el mejor elogio hacia su persona. La nota finaliza con un epílogo que sugiere no hacerse problema ya que existe la posibilidad de que se suspenda la elección y se siga “como estamos”. La ilustración de Aldo Rivero da cuenta de esa desconfianza.



(Ver N  4, foto: p 37 a).

La otra nota humorística de temática electoral es titulada “Curso para aprender a votar”, el autor Mario Mactas la justifica por el vacío de conocimiento en la población acerca de cómo ejercer el sufragio. Destaca como centrales de la democracia a sus aspectos más fastidiosos como jingles de campaña, las disyuntivas entre candidatos, el amor hacia dirigentes que antes habían sido detestados y la cola previa a votar. La nota hace referencia a la corrupción de la dirigencia política y sindical, a las complejidades



ideológicas y la falta de propuestas. Justifica la vuelta al ritual de la elección por el fracaso del proyecto de 1966, en el que Onganía prohibió la actividad partidaria. Destaca que no hay distinc n entre izquierda y derecha, y dice que elector no debe desconcertarse ante el hecho de que todos los candidatos se presentan como “la solución”, sino que debe “elegir una y listo”. En sintonía con el clima de desconfianza hacia las elecciones el autor desmiente temores que posiblemente acosen a los electores, tales como:

- a ser tomado preso y torturado por estar en desacuerdo con el gobierno,
- a que en el cuarto oscuro se escondan monstruos,
- a que en la urna haya una trampa que le agarre los dedos,

- a reavivar los temores infantiles por ingresar a una escuela,
- a los disparos de armas de fuego durante los comicios que son parte de la tradición democrática argentina.

Aquí también las ilustraciones dan cuenta de la valoración negativa o poca relevancia que la revista le asignaba al acto electoral. (Ver N° 4, p 39 a).

En el mismo número, Aldo Rivero realiza una representación de la Argentina mediante la figura de una señora gorda vestida con una especie de bata y con gorro frigio. La secuencia que da cuenta del pasaje entre el reclamo popular por superar la tutela militar, relacionada a lo infantil, y la euforia y desconfianza que generaba en la sociedad argentina el llamado a elecciones. (Ver N° 4, foto: p 2 a).



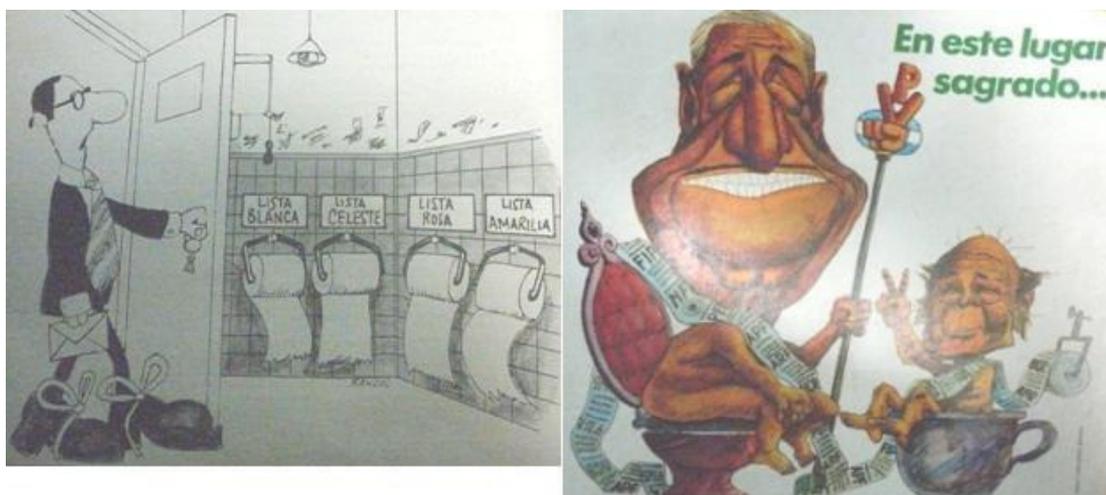
El único autor que demuestra una mirada positiva sobre el proceso electoral es Caloi. Éste representa el enfado de la sociedad con los militares en una intervención humorística que incluye una serie de cuadros referidos a las posibles elecciones, uno de ellos muestra una urna que es presentada a los jóvenes como “una nueva arma cargada de futuro”. (Ver N° 4, foto: p 13 a).



En el quinto número de *Satiricón*, que salió a la calle el 5 de marzo de 1973, a seis días de las elecciones, Tomás Sanz realiza una representación de la histórica Plaza de Mayo y la Casa de Gobierno titulada “Hoy – Remate – Hoy”. Siguiendo la misma línea sostenida anteriormente por *Satiricón* sobre el aislamiento de la sociedad respecto a la actividad política, tanto por la proscripción vigente como por la desconfianza hacia la dirigencia civil y militar, esta intervención humorística sostiene una concepción de la plaza pública opuesta a la que, según María Cristina Mata, tradicionalmente se encuentra en nuestro imaginario político nacional. Dicha autora caracteriza a la plaza pública como lugar material y simbólico de la política, “centro de reconocimiento de la política como mediación y confrontación de intereses; como la localización del actuar colectivo articulado en representaciones sociales y partidarias” (Mata, 1992: 64). En oposición a ello, el autor Tomás Sanz se vale del formato de un aviso clasificado para igualar a las elecciones con un remate “sin base y al mejor postor”. El autor desliga a la Casa Rosada de todo su valor

histórico, simbólico y público, y le asigna el carácter de lo privado, al calificarla como “regia propiedad de inmejorable ubicación”. (Ver N° 5, foto: p 5 a).

En continuidad con la degradación del acto electoral Sanzol, también en el quinto número, establece una relación entre el baño y el cuarto oscuro, entre las boletas y el papel higiénico, entre la emisión del sufragio y la satisfacción de las necesidades fisiológicas. Se puede deducir que el autor considera a la elección como una circunstancia en la que los ciudadanos pueden incurrir en un error grave, lo que vulgarmente suele relacionarse con la actividad fisiológica realizada en los baños. (Ver N° 5, foto: p 22 b).



La intervención humorística anterior tuvo continuidad temática en la ilustración de tapa del sexto número, publicado una vez conocido el resultado electoral. El título del dibujo de Izquierdo Brown es el inicio de una frase escatológica popular que suele verse escrita en los baños públicos y muestra caricaturizados a Cámpora y Solano Lima, fórmula presidencial que resultó ganadora. Ambos sonríen mientras hacen la señal de victoria y están desnudos. Ambos personajes están enredados en una cinta larga de papel higiénico en el que aparecen las listas electorales de los partidos políticos que compitieron con el FREJULI. (Ver N° 6, foto: tapa 6 b).

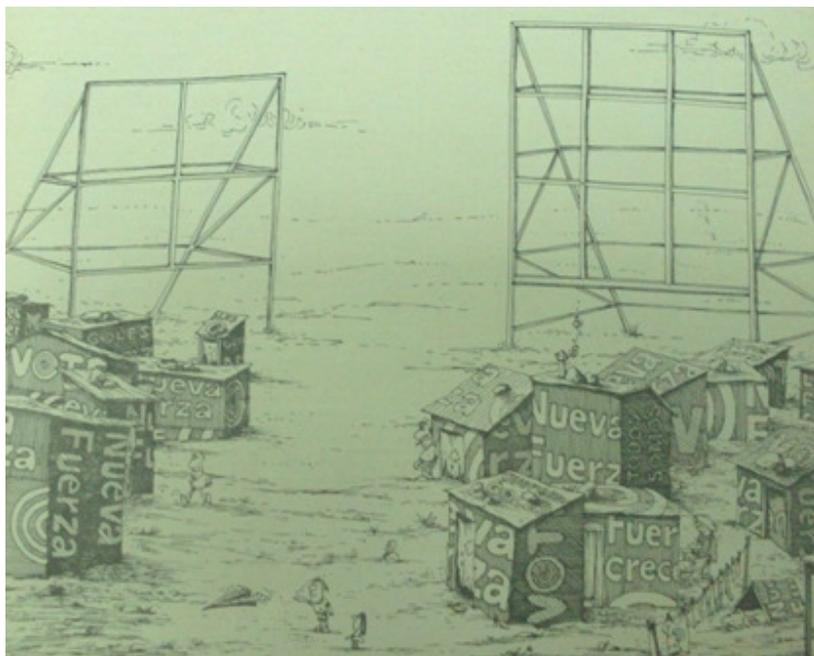
El resultado electoral fue bien recibido por algunos de los humoristas de *Satiricón* y la apatía del cuarto número parece transformarse en optimismo por la participación electoral. En el sexto número, Bróccoli publica “Algo de lo que hicimos, dijimos y escuchamos los argentinos el 12 de Marzo de 1973”. La intervención representa trece situaciones de diálogos entre votantes, en su mayoría son comentarios a favor del triunfo peronista. Sólo dos aparecen en sentido contrario y son personas que hablan solas. También aparece la burla hacia las fórmulas perdedoras que representaban a la extrema izquierda y derecha. La conformidad del autor hacia la lista ganadora, se evidencia en la última situación en la que un hombre se dirige al lector y pregunta: “¿y te convenciste?” (Ver Nº 6, foto: p 2 a).

7.2 – REPRESENTACIONES DE LA CONFLICTIVIDAD SOCIAL

En el presente apartado nos proponemos dar cuenta del modo en que *Satiricón* representaba a los aspectos más problemáticos de la realidad social del semestre que tomamos como referente. Dichas situaciones eran una innegable consecuencia de la realidad política y económica del momento.

En el primer número de *Satiricón*, Caloi representa una realidad social dividida entre un sector de alto poder adquisitivo y otro abandonado a la subsistencia. En una misma página incluye dos chistes de un cuadro cada uno. El primero muestra un edificio de oficinas en cuya marquesina puede leerse “Unión Argentina de la Industria” (inversión de la Unión Industrial Argentina). En las distintas ventanas se observan conversaciones entre hombres de negocios en las que se usan palabras en inglés como “marketing”, “okey” o “very good”. El cuadro puede entenderse como una denuncia de la extranjerización de la economía y la falta de espíritu nacional en el empresariado argentino. El segundo cuadro

humorístico muestra otra realidad social: un grupo personas pobres han fabricado viviendas precarias con carteles de la campaña electoral del partido conservador Nueva Fuerza. (Ver N° 1, foto: p 10 a).



También Aldo Rivero en el primer número realiza cuadros humorísticos vinculados con la temática de la explotación laboral y la pobreza. En uno de ellos una mujer humilde le comenta a un médico que su marido había empezado a desvariar por pretender comer bife de chorizo. En otro un empresario industrial exitoso dice sentirse orgulloso porque nuestro país tiene a los jubilados más trabajadores. (Ver N° 1, foto: p 33 a).

En *Satiricón* también aparece representada la reacción que la problemática social generaba: el reclamo popular y, en menor medida, la lucha de las organizaciones armadas para modificar dichas condiciones; así como también la represión por parte de las fuerzas de seguridad hacia esas reivindicaciones.

El humorista Crist, en el segundo y tercer número, realiza representaciones de los reclamos de justicia y contra la represión hacia la militancia política. Una secuencia de cuatro cuadros muestra la cara de un joven que se reivindica como un artista comprometido. En el último cuadro de la secuencia se amplía el plano y se ve cómo un agente de infantería lo detiene por hacer una pintada que queda inconclusa. (Ver N° 2, foto: p 42 a).



Otra intervención de Crist, titulada “El héroe”, parece establecer una referencia a los sucesos del Cordobazo. El dibujo que muestra desde una toma aérea a una manifestación obrera que está por ser reprimida. La columna comienza a replegarse cuando es enfrentada por la infantería. Sin embargo, un sólo manifestante los enfrenta, se destaca por su corpulencia y está vestido con overol, tiene una capa y se encuentra posicionado como a punto de desfundar un arma, pero en sus cartucheras tiene herramientas de trabajo. Toda la intervención pareciera también establecer una intertextualidad con la canción “The working class hero”, editada por John Lennon en 1970. (Ver N° 3, foto: p 2 a).

El tema de la represión estuvo presente en *Satiricón* desde el primer número. José Miguel Heredia, a través de su personaje Poeta de la tira “Perro Mundo”, que se publicaba en el diario *La Nación*, hace referencia a la tortura desde una perspectiva universal, desligada de los conflictos políticos armados que ocurrían en la Argentina. El personaje reflexiona sobre las distintas formas de matanza y de tortura que usaron los humanos desde las cavernas hasta la era moderna. En el último cuadro se pregunta: “¿No habrá llegado aún para el mundo el tiempo de la Edad de la Reflexión”? (Ver N° 1, foto: p 17 a).

También encontramos dentro de nuestro corpus algunas alusiones a la temática del accionar de las organizaciones políticas armadas. En el tercer número, el humorista Landrú parece querer denunciar como perjudiciales a las metodologías clandestinas con que operaban dichos grupos. Su intervención se titula “Secuestros” y la víctima parece ser una representación de la Nación o de la libertad. (Ver N° 3, foto: p 7 b).



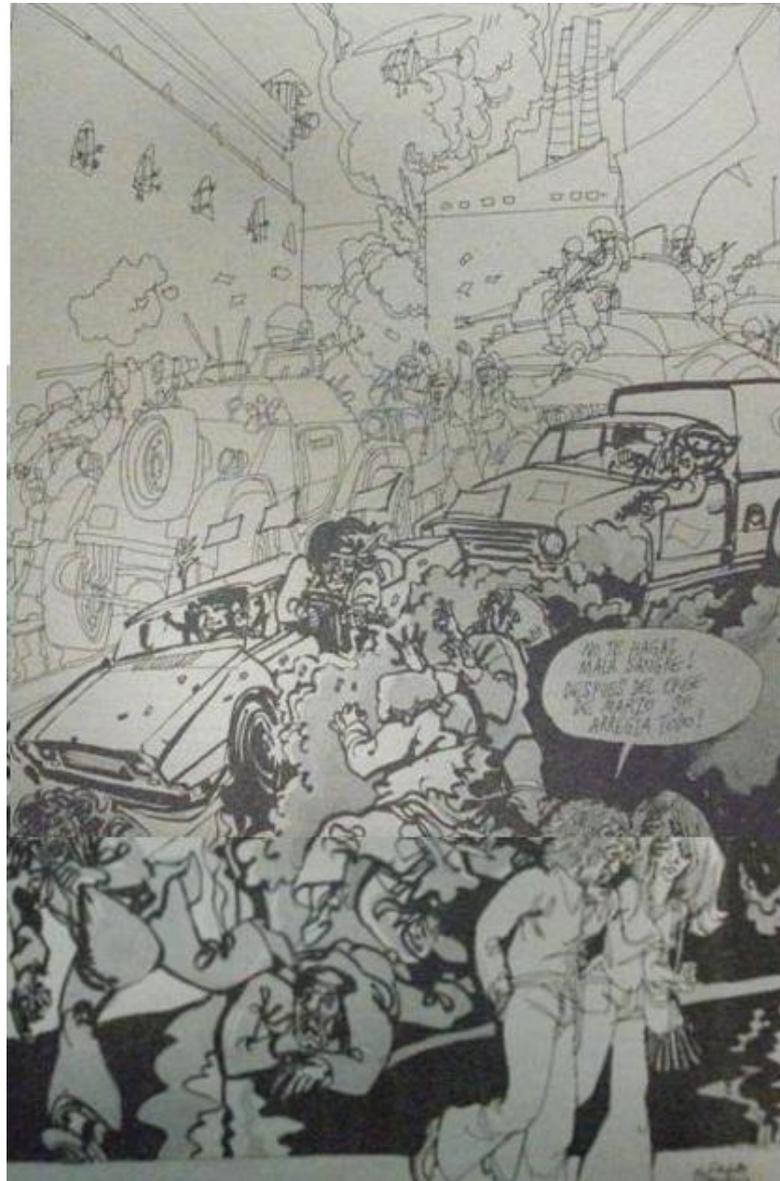
También en el número tres, publicado en el mes de enero de 1973, Enrique Pugliese (presentado como “analista político gorila”), con ilustraciones a color de Leopoldo Durañona, realizó un “Satírico resumen de 1972, año del retorno”. En dicha intervención se muestra y narra la “experiencia argentina del ‘72” como cargada de cosas buenas y malas. Los autores destacan como parte del panorama político diversos ataques atribuidos a “guerrilleros” contra militares, sindicalistas y empresarios. Por ejemplo, en el mes de abril, al mencionar acciones armadas realizadas por el Ejército Revolucionario del Pueblo (ERP) afirma que “la ley de la selva se apodera de los argentinos” y compara a la situación nacional con la de Vietnam, en guerra por entonces. La ilustración, entre otras cuestiones, muestra un enfrentamiento armado entre un grupo de personas no identificadas y un grupo de uniformados, sobre éstos figura la palabra “represión”, sobre los otros “trabajo, pan, justicia”. Más adelante también habla de torturas ejercidas en la represión y de los ataques con bombas en diversos “actos terroristas”, y para el mes de agosto de 1972 recuerda el asesinato de “16 guerrilleros” en Trelew. (Ver N° 3, foto: p 27 a).

En el mismo número se publicó dentro de la sección de espectáculos una nota titulada “El caso del dirigente justicialista Diego Muñiz Barreto”, que parece ser una denuncia velada de persecución política. La temática de la nota es confusa, cuenta con una foto que muestra una escena de la película *Juan Manuel de Rosas* (dirigida por Manuel Antin que se estrenó en marzo de 1972); el texto explica la escena en la que dos mazorqueros asesinan al gobernador Maza. Quien representa al mazorquero asesino es un dirigente justicialista, Diego Muñiz Barreto, quien es calificado como un hacendado de la provincia de Santa Fe, ex funcionario de Onganía, que en 1971 se incorporó al peronismo de la mano de Galimberti. El dato central de la denuncia aparece casi oculto: “Hace poco fue detenido luego de un acto peronista en la localidad de William Morris.” Esta nota no brinda información destacada acerca de la carrera actoral de Muñiz Barreto y tampoco realiza comentarios sobre la película, además carece de comicidad. Parece más bien una denuncia de persecución política contra el dirigente mencionado, disimulada entre datos de la película para esquivar la vista gorda que realizará la censura¹⁴. (Ver N° 3, foto: p 34 a).

Grondona White, en el quinto número de *Satiricón*, muestra a una situación de alta conflictividad y enfrentamientos armados en los que participan civiles y militares: fábricas incendiadas, cárceles desbordadas de presos políticos, tanques de guerra y soldados reprimiendo a civiles, personas que son fusilados por un grupo armado desde un auto y una camioneta. Superpuesto a ésta imagen, una pareja pasa delante de la situación diciendo

¹⁴ Este caso concluyó en abril de 2011, cuando se condenó a los represores Luis Abelardo Patti, Reynaldo Benito Bignone, Santiago Omar Riveros, Martín Rodríguez y Juan Fernando Meneghini en un juicio que unificó este caso con otros delitos de lesa humanidad cometidos durante la última dictadura militar. El entonces ex diputado Muñiz Barreto y Juan Fernández, su secretario, fueron secuestrados en Escobar en febrero de 1977, estuvo alojado en varios centros clandestinos de detención y el 5 de marzo, adormecidos con alguna sustancia, fueron arrojados dentro de un auto a un arroyo cercano a Raíces Oeste, en Entre Ríos. Muñiz Barreto murió, pero Fernández sobrevivió y antes de irse al exilio dejó su testimonio ante un escribano público. <http://www.pagina12.com.ar/imprimir/diario/elpais/1-166333-2011-04-15.html>

ingenuamente que no hay que preocuparse porque después del once de marzo se arregla todo. (Ver N° 5, foto: p 7 a).



7.3 – REPRESENTACIONES DE LÍDERES POLÍTICOS Y SUS PROPUESTAS ELECTORALES

Las representaciones de la clase dirigenal incluidas en los seis primeros números de *Satiricón* coinciden con el lineamiento de desconfianza y desacreditación hacia el sistema representativo democrático. Sus discursos y propuestas son considerados fórmulas reiterativas utilizadas para evadir las requisitorias de la ciudadanía. De ello da cuenta Garaycochea en el quinto número de *Satiricón* con una historieta humorística que muestra a un reportero que le pide a un político que declare “¿Cómo piensa su partido solucionar el problema deficitario del país?”, a lo que el político responde con un largo discurso que es sustituido por la reiteración de la onomatopeya “BLA”. Al terminar el discurso el político pide oír lo que se había registrado en grabador portátil, pero al reproducirlo del micrófono surge un chorro de tinta negra que lo empapa.



(Ver N° 5, foto: p 31 a).

El humorista Flax publicó en los primeros cuatro números una columna humorística titulada “Biografías sin biógrafo”, en la que trataba sobre los orígenes y vida de los protagonistas de la política haciendo burla de los rasgos físicos e ideológicos de éstos. Sobre Arturo Frondizi destaca su delgadez y el tamaño de su nariz, también su obsesión por el desarrollo de la industria petroquímica, caracteriza a su llegada a la presidencia como facilitada por acordar con un “agente de variedades que reside en España” (en referencia a Perón) y como forzada por los militares, quienes luego lo asediaron. (Ver N° 1, foto: p 6 a). A Francisco Manrique lo caracteriza por su fealdad, sus orejas desproporcionadas, arrugas

y ojeras, lo identifica con una personalidad trepadora y errante: aclara que “a Paco siempre le gusto andar entre dos aguas”, en referencia a sus estudios navales y a su falta de fidelidad. De su intervención en política destaca su amistad con Lanusse y haber creado el PRODE en su paso por el Ministerio de Bienestar Social durante el gobierno de facto, al que luego traicionó presentándose como candidato presidencial. (Ver N°2, foto: p8 a). La biografía humorística de Ricardo Balbín, se vale del apodo “Chino” del político para abordar los orígenes del personaje. Dice que su liderazgo dentro de la Unión Cívica Radical se originó en la escuela primaria cuando conoció el signo matemático radical. Describe su admiración por Hipólito Yrigoyen y destaca sus fracasos electorales y su nueva pretensión de ser presidente. (Ver N°3, foto: p 8 a). Acerca del presidente Lanusse destaca sus cachetes, ojeras, grandes cejas y también su pelada. Menciona su vocación por derrocar presidentes y su enfado con Perón, a quien intentó derrocar, por lo que fue encarcelado en Zapala y luego liberado por la “Libertadora”. También menciona los derrocamientos entre militares ocurridos durante la “Revolución Argentina” y a la propuesta de Lanusse de institucionalizar al país. (Ver N° 4, p 9 a).



Otro aspecto destacado en varias intervenciones humorísticas es la campaña electoral del partido de raíz conservadora y liberal Nueva Fuerza que demandó una gran inversión. Faruk, en el primer número, muestra a su creador Álvaro Alsogaray quejándose por la reiterada emisión radiofónica del jingle publicitario. Dicha campaña es satirizada también en el segundo número de *Satiricón* en una intervención humorística con ilustraciones de Pérez D'Elía, titulada “La película publicitaria que todavía no lanzó la “Nueva Fuerza””. Supone ser la revelación de un material inédito obtenido por “Viviana Gómez Torpe” al infiltrarse en una agencia publicitaria. Se afirma que los cuadros publicados son el “story board” del film. Muestran al candidato Julio Chamizo, nombrado como “Tulio Chorizo”, personificando distintos personajes (un bebé, un astronauta y Liza Minelli) y pidiendo dejar atrás a los viejos líderes. El anuncio se cerraría con la imagen de figuras de la farándula bailando un can-can y mostrando el trasero en donde tienen estampado el símbolo del partido. (Ver N° 2, foto: p 38 a).



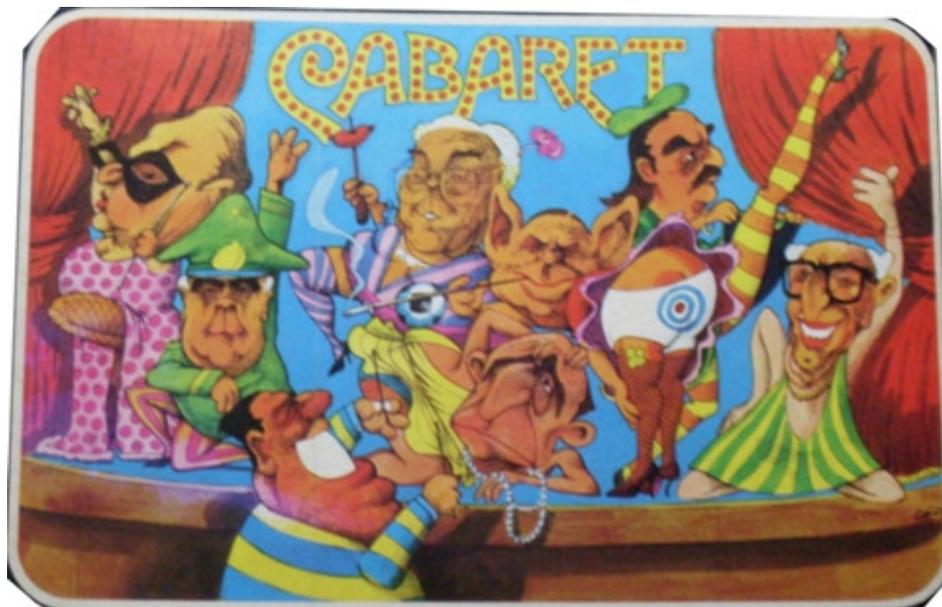
Los referentes políticos de Nueva Fuerza, Alsogaray y Chamizo, también fueron caricaturizados en la tapa del tercer número de *Satiricón*. Los muestra desnudos y recibiendo una lluvia de huevazos, tomatazos, cuchillos y flechas. Ambos están parados

delante de la insignia de su partido, una especie de escarapela formada por círculos concéntricos de color celeste y blanco con un redondel rojo en el medio que la asemeja a un tiro al blanco. Los políticos intentan esquivar las agresiones, se protegen con sus brazos y piernas. (Ver N° 3, foto: tapa a).

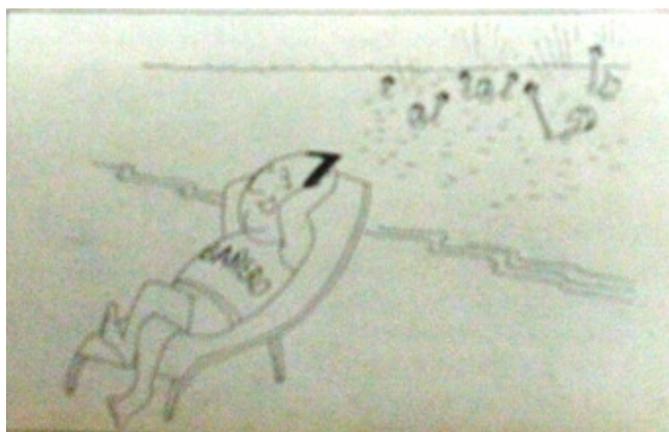


Luego del regreso de Perón a la Argentina el 17 de noviembre de 1972, aunque éste se había ido nuevamente sin haber definido a su candidato, *Satiricón* explicita su concepción de la situación preelectoral en la ilustración de tapa del segundo número. La misma es firmada por Caloi y muestra un escenario sobre el que aparecen diversos políticos y candidatos presidenciales caricaturizados y disfrazados como bailarinas de cabaret. Todos los personajes representados son hombres, sin embargo el cuerpo de cada uno de ellos es femenino de la cintura para abajo. Sobre la escenografía de fondo se imprime la palabra “Cabaret”, escrito con la tipografía utilizada por la película homónima (estrenada en 1972 y ganadora de varios premios Óscar). Sobre el escenario, de izquierda a derecha, se identifica a personajes provenientes de sectores políticos distintos al peronismo: Oscar Alende, candidato de la Alianza Popular Revolucionaria; Alejandro Agustín Lanusse, presidente de facto en ejercicio; Ricardo Balbín, candidato de la Unión Cívica Radical; Francisco Manrique, candidato de la Alianza Popular Federalista; Álvaro Alzogaray, anterior ministro de Economía en dos oportunidades; Juan Carlos Coral, candidato del Partido Socialista de los Trabajadores; Jorge Abelardo Ramos, candidato del Frente de Izquierda Popular. Debajo del escenario se encuentra parado Perón, único cuya figura no aparece feminizada,

se lo ve con una sonrisa amplia mientras dirige la obra con una batuta en cada mano. (Ver N° 2, foto: tapa a).



También Siulnas, en una intervención humorística titulada “Las vacaciones de los políticos” incluida en el tercer número de *Satiricón*, coincide en asignar a Perón un lugar privilegiado en el escenario político de la época. Ese lugar es el de salvador y único capaz de llevar a cabo un proyecto político viable. Según la mirada del autor esa capacidad le brinda al líder el poder de mantener en vilo al resto de la dirigencia política. Siulnas muestra a Perón como un bañero que descansa de espaldas al mar mientras un grupo de candidatos se ahoga y piden auxilio. (Ver N° 3, foto: p 13 a).



Una vez conocido el resultado electoral, en su sección de última página “El último cola de perro”, dedicada habitualmente a criticar a personalidades mediáticas, *Satiricón*

revisa en forma de burla los resultados obtenidos por los ocho candidatos presidenciales derrotados. Así dedica una caricatura a cada uno y una breve reseña en la que se destacan los motivos por los que fueron rechazados. Sobre Balbín destaca su renuncia al ballottage y que a su imagen en un cartel callejero le pintaron los labios, afirma que ésta puede ser la forma como “termine la historia del hombre más honesto de la Argentina”. Sobre el candidato socialista Juan Carlos Coral se bromea afirmando que Palacios le quitó la confianza y el bigote, también lo acusan de haber seducido como una niña inocente a Nora Ciappone (única mujer integrante de fórmula presidencial). Del candidato Manrique nuevamente se señala su traición a los militares y que obtuvo gran cantidad de votos porque muchos radicales se asustaron del abrazo de Balbín con Perón. Sobre Alende afirma que captó los votos ‘gorilas’ de los peronistas disconformes con el candidato del FREJULI. A Ghioldi lo califica de “profesor de educación democrática y cachiporra” y como “más gorila que Rojas”, lo que es reforzado por estar caricaturizado como mono. Sobre el candidato Enrique Martínez dice que nadie quiso ‘comprar’ su propuesta, destaca su vínculo con Lanusse al afirmar que “corrió con el caballo del comisario” y que su campaña fracasó en el intento de seducir con su imagen de galán joven. Del candidato Julio Chamizo, nuevamente se destaca la gran inversión económica que demandó su campaña electoral y su escasa obtención de votos. De Abelardo Ramos dice que “es el más cola de perro de todos” por especular con que si se proscribía al FREJULI, Perón apoyaría su candidatura.

7.3 – REPRESENTACIONES DE LA FIGURA DE PERÓN

El tratamiento que realiza *Satiricón* acerca de la figura de Juan Domingo Perón adquiere una especial relevancia para la demostración de nuestra hipótesis ya que presenta,

al menos de modo parcial, uno de los aspectos que según Bajtín era central en la concepción de la cultura cómica popular antigua. Dicho aspecto es el de la circularidad temporal o noción del tiempo cíclico, que se relaciona con la experiencia de un “retorno efectivo y completo (aunque provisorio) al país de la edad de oro” que ocurría durante las fiestas de Carnaval (1987: 13).

El anuncio y concreción del retorno de Perón a la Argentina es uno de los temas que más ocupa a los humoristas de *Satiricón* en los seis números que analizamos. Si bien dichas representaciones contienen rasgos ideológicos disímiles que oscilan entre la crítica opositora y la aprobación eufórica, en el conjunto de dichas intervenciones humorísticas podemos deducir una actitud con relación al tiempo similar a la que Bajtín detalla como característica de las imágenes del período inicial del grotesco. Dicha concepción es la del tiempo como una yuxtaposición de dos fases: principio y fin, muerte y nacimiento (1987, 28). Las imágenes y textos que representan a Perón hacen referencia en tono humorístico tanto al ciclo vital o biológico del hombre como a los fenómenos sociales e históricos que él encarnaba.

De ese modo, podríamos establecer cierta semejanza entre las imágenes del grotesco antiguo, como las figuras de terracota de Kertch comentadas por Bajtín (1987: 29), que muestran a ancianas embarazadas y constituyen la figura ambivalente de la muerte en cinta, y algunas representaciones incluidas en *Satiricón* sobre Perón que combinan un cuerpo biológico descompuesto y deforme por la vejez y un cuerpo político que da a luz a una nueva etapa institucional tras el fracaso del proyecto autoritario militar. De ese modo, las representaciones realizadas por los humoristas de *Satiricón* sobre la vida política argentina la muestran como un proceso ambivalente, interiormente contradictorio, en el que no hay nada perfecto ni completo, pero caracterizado por un deseo de renovación.

En una intervención humorística realizada por Oskar Blotta (h) y publicada en el segundo número, que refería a la esposa de Perón, Isabel Martínez, con el propósito de resaltar las “características esenciales” del “estilo peculiarísimo” de su vestimenta, se muestra a un personaje de cuerpo femenino joven pero con el rostro avejentado de Perón y realizando gestos propios de la cultura peronista. Puede suponerse que este cuerpo transmutado da cuenta del desconocimiento que se tenía de la figura de Isabel Martínez, pero también de cierta esperanza (que vista en retrospectiva resulta ingenua) de continuidad del proceso político en caso que Perón muriera. (Ver N° 2, foto: p 19 a).



En general las imágenes de Perón muestran a un cuerpo muy cercano a la muerte biológica pero, al mismo tiempo, fundido con el nacimiento de una nueva etapa política. Dichas representaciones de Perón, en algún modo, al igual que las imágenes corporales del grotesco antiguo, muestran a “un cuerpo simultáneamente en el umbral de la tumba y de la cuna” (Bajtín, 1987: 30).

También en relación a la avanzada edad de Perón, en el quinto número de *Satiricón* apareció una intervención humorística titulada “Perón en la clínica de la doctora Aslan en Rumania”, escrita por Mario Mactas e ilustrada por Pérez D’Elías. Allí se trata sobre la terapia de rejuvenecimiento a la que se habría sometido Perón en Rumania. Varios cuadros muestran a Perón desnudo y a su cuerpo avejentado. La historieta cuenta que “la doctora se excede en la dosis gerovital y Perón queda reducido a un reluciente teniente”, ante lo cual

crea haber vuelto a los años cuarenta y planifica conspirar contra sí mismo. (Ver N° 5, foto: p 41 a).

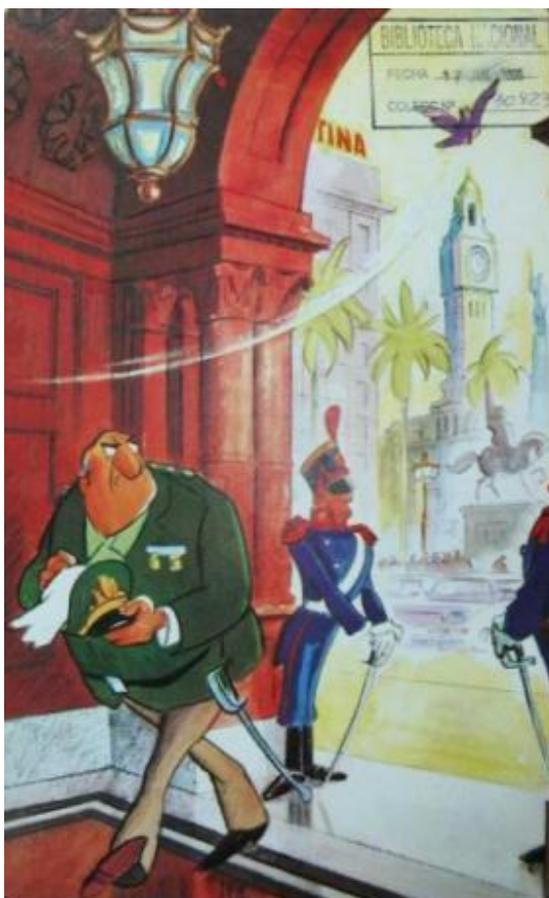


También son varias las representaciones de Perón que lo vinculan a la figura de un ave, especialmente a la de una paloma. Esa imagen que simboliza la paz, tal como lo explica Mara Burkart citando a León Ferrari (2011: 51), se fundamenta en los tres comunicados que Perón dio a conocer los días 7, 15 y el mismo 17 de noviembre de 1972, para anticipar su retorno al país. En esos mensajes el líder remarcaba reiteradamente que sus intenciones al volver a la Argentina eran pacíficas y pedía a sus militantes que procedan con la mayor prudencia a fin de no alterar las condiciones de orden durante dicho acontecimiento¹⁵. Además de un símbolo de paz, en ese contexto la paloma también podía ser interpretada como un renacimiento de la actividad política tras la proscripción y el fin del ciclo dictatorial.

Sin embargo, como también señala Burkart, muchas de estas representaciones humorísticas de *Satiricón* relativizaban el discurso pacifista que enmarcó el retorno de Perón, tomando en cuenta que éste durante su permanencia en España había fomentado la

¹⁵ http://www.elhistoriador.com.ar/documentos/vuelta_de_peron/documentos_del_retorno_de_peron.php

violencia política al mostrar apoyo a las organizaciones armadas que habían surgido en su nombre. Dichas sospechas sobre un doble discurso de Perón se muestran en la ilustración realizada por Oscar Blotta (padre) para la tapa del primer número de *Satiricón*. Muestra al presidente Lanusse que ingresa a la casa de gobierno limpiando su gorra y volteándose para mirar a una paloma que sale volando tras haberle ensuciado. (Ver N° 1, foto: tapa 1 a).



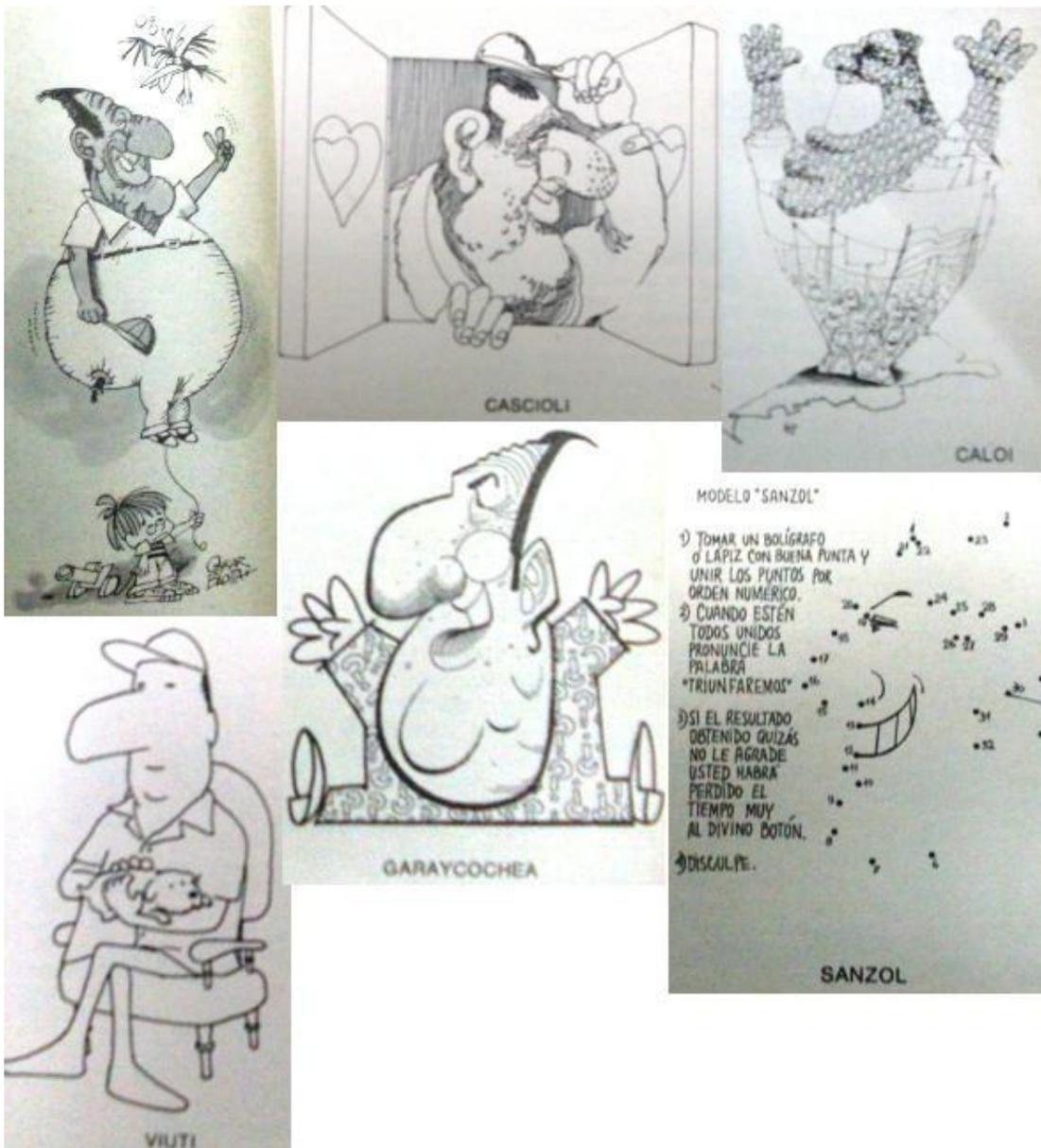
Continuando con esa idea, en el segundo número, el humorista Sanzol publica una intervención humorística con aspecto publicitario titulada “Adhesión de *Satiricón* al Año del Turismo de las Américas”. La imagen dibujada muestra a una paloma con la cara de Perón que lleva una rama de olivo en la boca y una gomera tomada con sus garras, que vuela en dirección hacia la izquierda. En el dibujo pueden interpretarse varios signos contradictorios como la paloma y el olivo que simbolizan “paz” y la gomera que simboliza

la conflictividad social y las luchas populares. El dibujo hace referencia a Perón como una figura ambigua, tanto en su faceta de único líder político capaz de pacificar a la sociedad como en la de agitador de las luchas populares que recurrían a la violencia como modo de transformación social. Acordamos con Burkart cuando afirma que con esta caricatura “Sanzol exponía los límites de la actitud conciliadora de Perón (...) indicaba que la paz que traía Perón era indisociable de la violencia popular, representada en la gomera” (2011: 51). (Ver N° 2, foto: p 2 a).



La ambigüedad ideológica de Perón y la incertidumbre acerca de sus propósitos al retornar a la Argentina también fueron representadas en el segundo número de *Satiricón*, que fue publicado pocos días después de su arribo, mediante la intervención humorística titulada “Elija su Perón”. El texto introductorio de la intervención destaca la importancia de la paz social y de la elección libre, y contradictoriamente propone a Perón como única opción. Las imágenes muestran diez caricaturas que destacan distintos momentos de su vida política y sus distintos perfiles ideológicos. *Satiricón* concluye que existen “todo tipo de perones”, lo que la posiciona como libre de criterio y con una postura abierta ante la figura de Perón. De estas diez representaciones, algunas presentan ideas contrastantes acerca de Perón. Oscar Blotta lo muestra como un globo súper inflado que es sostenido por un niño triste, quien con la otra mano arrastra un cañón militar de juguete. Cascioli remarca rasgos decrepitos en el rostro de Perón, lo dibuja asomando por una ventana con formas de corazón y mirando hacia la izquierda. Caloi lo muestra en actitud triunfante, parado sobre el

mapa de la Argentina, con la sonrisa amplia y los brazos levantados, su cuerpo está conformado el pueblo manifestando su alegría. Viuti parece representar a la imagen de Perón que se mostró durante su exilio en España, sentado en un cómodo sillón, con ropa informal y acariciando a un perrito. Garaycochea lo muestra como una especie de muñeco, cuya vestimenta está estampada con signos de interrogación. Sanzol presenta un juego en la que hay que unir con un trazo una serie de puntos numerados que conforman la cara de Perón, en las instrucciones se ordena al lector pronunciar la palabra “triunfaremos” al terminar y se le pide perdón si el resultado del juego le parece desagradable.



Podemos concluir que las intervenciones humorísticas de *Satiricón* que acabamos de detallar se caracterizan por la degradación de las figuras de autoridad y de los ideales que ellas representan, rasgo que era típico también de las manifestaciones de la cultura cómica popular antigua (Bajtín, 1987: 24). Asimismo, en el caso de las elecciones presidenciales de 1973 podemos encontrar que *Satiricón* incurre en la vulgarización de actos o ceremonias que en un ámbito no humorístico serían consideradas importantes o dignas de respeto. Creemos que dicha degradación apunta a desacralizar y a facilitar que lo que era considerado como sublime en otros ámbitos de la comunicación masiva entre en comunión con el lector, bajando a tierra lo que era inalcanzable. De ese modo, el humor gráfico establecería una relación menos esquematizada y rígida, o menos mediada por restricciones, entre el lector y los fenómenos sociales más importantes de la realidad en que opera.

8 – A MODO DE CONCLUSIÓN

En el presente trabajo, a partir de los seis primeros números de la revista *Satiricón*, consideramos que el humor gráfico consiste en una de las prácticas de diversión popular más difundidas. Entendimos al consumo y a la participación en dichas prácticas no como meras actividades ociosas, sino como actos en los que se crean y comparten significaciones colectivas e identidades sociales, que implican resistencias y acomodamientos a circunstancias históricas determinadas.

Hemos puesto en consideración la hipótesis de que existen líneas de continuidad entre las producciones de humor gráfico de la actualidad y su antecedente más lejano, al que hemos identificado como la cosmovisión de la cultura cómica popular antigua, cuya máxima expresión consistía en las fiestas de Carnaval, tal como lo ha descrito Bajtín.

En ese sentido hemos señalado, mediante abundante cantidad de ejemplos, similitudes y diferencias en relación a los aspectos centrales de aquella cultura que, según nuestra visión, tienen un correlato en las producciones de humor gráfico de *Satiricón*. Estos aspectos que hemos resaltado fueron: las formas de participación o expectación; la figura de autor y la relatividad de sus identidades; los lenguajes puestos en juego para hacer reír; las referencias cómicas a las versiones oficiales sobre hechos de la realidad; las significaciones atribuidas a la corporalidad, a las figuras de autoridad y a los sucesos políticos y sociales considerados serios. Otros aspectos en común que hemos logrado identificar son la oposición a la cultura oficial y al tono serio, el ofrecer una mirada subrepticia sobre la narración de los hechos basada en una mayor libertad de interpretación, y la primacía de lo lúdico para brindar mensajes restaurativos.

A partir de lo que hemos trabajado podemos afirmar que dicha línea de continuidad se establece principalmente en que la versión del mundo y de las relaciones humanas que

ofrecían los ritos y espectáculos cómicos de la antigüedad y la que ofrece el humor gráfico de nuestra actualidad, conforman una segunda vida de la que las personas participan en una proporción mayor o menor, y bajo estatutos o límites diferentes; pero que en ambos casos crean una especie de dualidad del mundo que permite una huida provisional de los moldes de la vida ordinaria.

En conclusión, podemos considerar a los seis primeros números de *Satiricón* como una muestra que representa a un proceso de “renacimiento”, “apertura” o “renovación” política y social, que dio lugar a la aparición de una concepción de lo cómico cuyos rasgos comparten algunas similitudes con la concepción carnavalesca que regía a las fiestas populares de la Edad Media y el Renacimiento. La aparición de *Satiricón* fue un emergente en un momento bisagra, es decir, una época que envejecía pero que también se caracterizaba por la aspiración apasionada de una nueva juventud y el deseo de renovación y de liberación.

El recorrido que hemos hecho por la revista *Satiricón* puede ser caracterizado como una experimentación guiada por la curiosidad por discursos comúnmente considerados triviales o subalternos, una búsqueda de la significación que corre el límite hacia un discurso poco frecuentado, como lo es el del humor gráfico. Este discurso, como ya dijimos, nos libera de la concepción de lo que es importante, de lo perpetuo, a la vez que nos reconcilia con el mundo que vivimos y nos contacta con lo que habitualmente consideramos que nos rebaja. Las intervenciones humorísticas de la revista *Satiricón* no nos ayudan a conocer ni a reflexionar, sino que nos permiten acceder a nuestros malestares, estados de ánimo, a rasgos de nuestro carácter, a nuestras preocupaciones y frivolidades, y nos hacen caer momentáneamente en lo irracional. El humor gráfico, especialmente en su faz más costumbrista, comparte con otras prácticas y discursos sociales la función de

divulgar el drama metafísico que se desarrolla en las pequeñas cosas de la vida que componen la existencia humana. El humor gráfico no nos permite interpretar la existencia, sino que a través de sus personajes nos hace revivir esas pequeñas cosas, a las que desacomoda y corre de lugar, de las que cuestiona su identidad haciéndolas ver como indeterminadas. En ese sentido cumple la función revolucionaria de intentar lo imposible, es decir, romper con la existencia cotidiana. Dicha función es opuesta a la de la prensa seria que intenta crear identidades definidas y cerradas. Esa voluntad de mostrar a las cosas como indeterminadas, como ajenas a una identidad única e invariable, que estuvo presente desde los orígenes de *Satiricón*, y que también tienen en general todas las manifestaciones del humor, es lo que intranquilizó a los dueños de la verdad oficial y finalmente motivó a su persecución y censura por parte de gobiernos militares y civiles, aunque dicha etapa ha quedado fuera del corpus que analizamos en este trabajo.

9 – BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA SOBRE HUMOR GRÁFICO E HISTORIETA:

BARTHES, Roland (2002): “All except you. Saúl Steimberg”, en *La Torre Eiffel. Textos sobre la imagen*, Buenos Aires, Paidós.

BERNÁRDEZ, Jorge y ROTTMAN, Diego (1997): *Vida de Averchenko*. En línea <http://www.vidadeaverchenko.com.ar/sati2.htm> (acceso obtenido el 5/10/2011)

BURKART, Mara (2009): “La revista HUMO® frente a los límites éticos de la representación humorística”, en revista *Diálogos de la Comunicación*, N° 78 (enero – julio). En línea

<http://www.dialogosfelafacs.net/revista/upload/articulos/pdf/78BurkartMara.pdf> (acceso obtenido el 11/10/2011).

___ (2011): “Caricaturas de Perón en *Satiricón* (1972-1974)”, en revista *Papeles de Trabajo*, Año 4, N° 7, Buenos Aires, abril 2011, pp. 44-73. En línea

[http://www.idaes.edu.ar/papelesdetrabajo/paginas/Documentos/04\)%20Caricaturas%20de%20Per%C3%B3n%20en%20Satiric%C3%B3n%20\(1972-1974\).pdf](http://www.idaes.edu.ar/papelesdetrabajo/paginas/Documentos/04)%20Caricaturas%20de%20Per%C3%B3n%20en%20Satiric%C3%B3n%20(1972-1974).pdf) (acceso obtenido el 17/10/2011).

MALDONADO, Aracely y ZANELLI, Silvana (1999): “Hortensia “Por amor al humor””, en *Historia de Revistas Argentinas*, Tomo III, AAER. En línea

<http://www.learevistas.com/notaHistoria.php?nota=4> (Acceso obtenido el 19/12/2011).

MASOTTA, Oscar (1982): *La Historieta en el Mundo Moderno*, Barcelona, Paidós [1° ed. en Buenos Aires, 1970].

MATALLANA, Andrea (1999): *Humor y Política. Un estudio comparativo de tres publicaciones de humor político*, Buenos Aires, Eudeba.

PÁRAMOS, Ricardo (2001): “Satiricón (por ser usted \$ 4)”, en *Historia de Revistas Argentinas*, Tomo IV, AAER. En línea

<http://www.learevistas.com/notaHistoria.php?nota=3> (Acceso obtenido el 19/12/2011).

RAÍCES, Eduardo (2009): “Humo® y sus lectores (1978-1980). Un recorrido sobre temas y debates a través de la sección “Quemá esas cartas””, en *Actas del II Seminario Internacional Políticas de la Memoria: “Vivir en dictadura. La vida de los argentinos entre 1976 y 1983”* (pag. 196), Buenos Aires, 5, 6 y 7 de octubre de 2009, Centro Cultural de la Memoria Haroldo Conti. En línea

http://www.derhuman.jus.gov.ar/conti/_pdf/seminario2-09/Actas_II_Seminario_Internacional_Policas_de_la_Memoria.pdf (acceso obtenido el 7/1/2012)

RIVERA, Jorge (1976): “Historia del Humor Gráfico Argentino (de 1900 a 1975)”, en *Revista Crisis*, N° 34 y 35, Buenos Aires.

__ (1992): *Panorama de la historieta en la Argentina*, Coquena Grupo Editor, Buenos Aires. En línea

<http://www.rehime.com.ar/escritos/documentos/idxalfa/r/rivera/Jorge%20B%20Rivera%20-%20Panorama%20de%20la%20Historieta.pdf> (acceso obtenido el 11/10/2011)

__ (1981): “Humorismo y Costumbrismo 1950-1970”, en *Historia de la literatura argentina*, cap. 116, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina. En línea

<http://www.rehime.com.ar/escritos/documentos/idxalfa/r/rivera/Capitulo%20116.pdf> (acceso obtenido el 11/10/2011)

RUGNONE, Andrea Rosana (2010): “Los salones inter(nacionales) de humor e historieta realizados en el museo Genaro Pérez (Córdoba) en 1972 y 1974”, ponencia en *Primer Congreso Internacional de Historietas “Viñetas Serias”*, 23 al 25 septiembre. En línea

http://www.vinetas-sueltas.com.ar/congreso/pdf/Historieta_ArteyEst%C3%A9tica/rugnone.pdf (acceso obtenido el 11/10/11).

SACCOMANO, Guillermo (1979): “Ni globos ni figuritas. Mediocridad y esplendor de un arte”, en revista *El Péndulo*, nro. 4 (diciembre), Buenos Aires, Ed. De la Urraca.

SIULNAS [Oscar Vázquez Lucio] (1985-1987): *Historia del Humor Gráfico y Escrito en la Argentina (1801-1985)*, vols. 1 y2, Buenos Aires, Eudeba.

STEIMBERG, Oscar (1977): “1936-1937 En la vida de un superhéroe de las pampas”, “De cómo una historieta enseña a su gente a pensar” y “El lugar de Mafalda”, en *Leyendo historietas. Estilos y sentidos de un “arte menor”*, Buenos Aires, Nueva Visión.

__ (2001): “Sobre algunos temas y problemas del análisis del humor gráfico”, en *Signo y Señal*, Instituto de Lingüística, Facultad de Filosofía y Letras, UBA, Buenos Aires. En línea http://www.semioticasteimberg.com.ar/contenido_autores/Sobre%20el%20análisis%20del%20humor%20grafico.pdf (acceso obtenido el 17/10/2011)

TEJEIRO SALGUERO, Ricardo y GROSS, Teodoro León (2009): “Las viñetas de prensa como expresión del periodismo de opinión”, en *Revista Diálogos de la Comunicación*, N° 78, (enero – julio). En línea

<http://www.dialogosfelafacs.net/revista/upload/articulos/pdf/78Tejeiro-Leon.pdf> (acceso obtenido el 11/10/2011)

VAZQUEZ, Laura (2009): “En el comienzo hay un muerto: hacia un programa de estudios de la historieta latinoamericana”, en *Revista Diálogos de la Comunicación*, N° 78, (enero – julio). Revista académica de la Federación Latinoamericana de Facultad de Comunicación Social, FELAFACS, Lima, julio de 2009. Con Referato Internacional (ISSN 1995- 6630). En línea <http://www.dialogosfelafacs.net/revista/upload/articulos/pdf/78VazquezLaura.pdf> (acceso obtenido el 11/10/2011)

___ (2010): *El oficio de las viñetas: la industria de la historieta argentina*. Buenos Aires, Paidós.

___ (2011): “Entre el margen, lo popular y la cultura. Las lecturas de Jorge Rivera sobre la historieta”, ReHiMe, Cuadernos de la Red de Historia de los Medios. Dossier: “Jorge B. Rivera”, Año 1, N° 1, Editor Responsable: Cátedra Historia de los Medios, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, Editorial Prometeo, Buenos Aires, 2011. pp. 122-134.

___ (2005): “Bosquivia: la historieta en la dictadura militar Argentina”, *Historieta y política*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Editorial Astiberri, Bilbao. En línea <http://www.tebeosfera.com/1/Seccion/AEC/04/Bosquivia.htm> (acceso obtenido el 19/12/2011).

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

ALVARADO, Maite y ROCO-CUZZI, Renata (1984): “‘Primera Plana’ el nuevo discurso periodístico de los 60”, en revista *Punto de Vista*, n° 22.

ARISTÓTELES (s.f.): *Poética*, Buenos Aires, Editorial E. Santiago Rueda.

BAJTIN, Mijail (1987): “Introducción. Planteamiento del problema”, en *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento*, Madrid, Alianza.

BARBERO, Jesús Martín (1983): “Memoria narrativa e industria cultural”, en *Comunicación y cultura*, N° 10, Méjico, agosto.

- BERNETTI, Jorge (1997): “Primera Plana y el periodismo político moderno”, en *Revista Oficios Terrestres*, año II, nº 4, Facultad de Periodismo y C. Sociales, Universidad Nacional de La Plata.
- BERSTEIN, Serge (1997): “Cap. 11: Las vicisitudes de la democracia liberal”, en *Regímenes políticos del siglo XX*, Barcelona, Editorial Ariel.
- BLAUSTEIN, E. y ZUBIETA, M. (1998): “Prólogo”, en *Decíamos ayer. La prensa argentina bajo el proceso*, Buenos Aires, Colihue.
- BULLA, Gustavo (2005): “Televisión Argentina en los 60: la consolidación de un negocio de largo alcance”, en Guillermo Mastrini (editor): *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en Argentina (1920 – 2004)*, Buenos Aires, La Crujía.
- CARNEVALE, Susana (1999): *La patria periodística*, Buenos Aires, Colihue.
- COSTA, Antonio (1992): “El cine mudo”, en *Saber ver cine*, Barcelona, Paidós.
- COSSE, Isabella (2010): *Pareja, sexualidad y familia en los años sesenta*, Buenos Aires, Siglo XXI Editores.
- FINKIELKRAUT, Alain (1999): “El encuentro con los demás”, en *La sabiduría del amor. Generosidad y posesión*, Barcelona, Gedisa.
- FORD, Aníbal (1994): “Culturas populares y (medios de) comunicación”, en *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*, Buenos Aires, Amorrortu Editores.
- FOUCAULT, Michel (1976): “Los cuerpos dóciles” en *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*, México, Siglo XXI.
- FREUD, Sigmund (1905): “II. La técnica del chiste”, en *El chiste y su relación con el inconsciente*, vol. 8. Colección Obras Completas, segunda edición, Buenos Aires, Amorrortu Editores.
- ___ (1927): “El humor”, en *Obras completas*, vol. 17, Buenos Aires, Hyspamerica.
- GRIMSON, Alejandro y VARELA, Mirta (1999): “Recepción, culturas populares y política. Desplazamientos del campo de la comunicación y cultura en la Argentina”, en *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*, Buenos Aires, Eudeba.
- HOBBSBAUWN, Eric (2009 [1995]): Caps. X, XI y XIV, en *Historia del siglo XX*, Barcelona, Editorial Crítica.

- LUDMER, Josefina (1989): Cap. 1 “El cuerpo del género y sus límites. Ensayo para la construcción de un contexto y un sistema de objetos”, en *El género gauchesco. Un tratado sobre la patria*, Buenos Aires, Sudamericana.
- MATA, María Cristina (1992): «Entre la plaza y la platea», en *Política y comunicación. ¿Hay un lugar para la política en la cultura mediática?*, Schmucler, Hector y Mata, María Cristina (Editores), Córdoba, Universidad Nacional de Córdoba.
- MURARO, Heriberto (1974): *Neoliberalismo y comunicación de masa*, Buenos Aires, Eudeba.
- __ (1990): “La publicidad política (y la política de la publicidad) en la Argentina”, en revista *Diálogos de la Comunicación*, N° 27(julio). En línea <http://www.dialogosfelafacs.net/revista/upload/primepoca/pdf/27-04HeribertoMuraro.pdf> (acceso obtenido el 17/10/2011)
- PORTANTIERO, Juan Carlos (1977): “Economía y política en la crisis argentina: 1958 – 1973”, en *Revista Mexicana de Sociología*, n° 2.
- RAPPAPORT (2006): Caps. 5 y 6, en *Historia política, económica y social de la Argentina*, Buenos Aires, Editorial Ariel.
- RIVERA, Jorge (1995): *El periodismo cultural*, Buenos Aires, Paidós.
- __ (2000): “Warnes. El inventor de César Bruto”, en *Territorio Borges y otros ensayos breves*, Buenos Aires, Atuel.
- __ (2004): “Relaciones entre palabras /imagen /escritura”, en *Guía de teóricos*. Material de la cátedra Historia de los Medios publicado por la Secretaría de Publicaciones del Centro de Estudiantes de Comunicación Social (Cecso) de la UBA.
- ROMANO, Eduardo (1997): “Parodia televisiva y sobre otros géneros televisivos populares”, en *Cuadernos hispanoamericanos*, número especial “20 años de cultura argentina”, nro. 517-519, Madrid.
- TERAN, Oscar (1991): “Destellos de modernidad y pérdida de hegemonía de Sur”, en *Nuestros años sesentas*, Buenos Aires, Punto Sur.
- ULANOVSKY, Carlos (2004): *Días de Radio 1960 – 1995*, Buenos Aires, Emece.
- __ (2005): *Parén las rotativas I y II*, Buenos Aires, Emece.
- VARELA, Mirta (2005): *La televisión Criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna (1951 – 1969)*, Buenos Aires, EDHASA.

VERÓN, Eliseo (1985): “El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios de psicionamiento de los soportes de los media”, en *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, aplicaciones*, París, IREP.

VOCOS LESCANO, Jorge (1959): “Los apodos”, en *El tiempo más hermoso*, Buenos Aires, Losada.