

INVESTIGACIÓN
FINAL

Pasado en Viñetas

Tutores docentes:
Mg. Rodolfo Olivera
Lic. Diego Pérez Llana

Responsable del proyecto:
Sonia A. Gentsch



Universidad FASTA
ESCUELA DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN
Licenciatura en
Comunicación Social



REPOSITORIO DIGITAL DE LA UFASTA
AUTORIZACION DEL AUTOR ¹

En calidad de TITULAR de los derechos de autor de la obra que se detalla a continuación, y sin infringir según mi conocimiento derechos de terceros, por la presente informo a la Universidad FASTA mi decisión de concederle en forma gratuita, no exclusiva y por tiempo ilimitado la autorización para:

- ✓ Publicar el texto del trabajo más abajo indicado, exclusivamente en medio digital, en el sitio web de la Facultad y/o Universidad, por Internet, a título de divulgación gratuita de la producción científica generada por la Facultad, a partir de la fecha especificada.
- ✓ Permitir a la Biblioteca que sin producir cambios en el contenido, establezca los formatos de publicación en la web para su más adecuada visualización y la realización de copias digitales y migraciones de formato necesarias para la seguridad, resguardo y preservación a largo plazo de la presente obra.

1. Autor: Apellido y Nombre _____
Tipo y Nº de Documento _____
Teléfono/s _____
E-mail _____
Título obtenido _____

2. Identificación de la Obra:

TITULO de la obra (Tesina, Trabajo de Graduación, Proyecto final, y/o denominación del requisito final de graduación)

Fecha de defensa ____/____/20____

3. AUTORIZO LA PUBLICACIÓN BAJO CON LA LICENCIA Creative Commons (recomendada, si desea seleccionar otra licencia visitar

<http://creativecommons.org/choose/>)

4. NO AUTORIZO: marque dentro del casillero []

NOTA: Las Obras (Tesina, Trabajo de Graduación, Proyecto final, y/o denominación del requisito final de graduación) **no autorizadas** para ser publicadas en TEXTO COMPLETO, serán difundidas en el Repositorio Institucional mediante su cita bibliográfica completa, incluyendo Tabla de contenido y resumen. Se incluirá la leyenda "Disponible sólo para consulta en sala de biblioteca de la UFASTA en su versión completa.

Firma del Autor Lugar y Fecha

(1) Esta Autorización debe incluirse en la Tesina en el reverso ó pagina siguiente a la portada, debe ser firmada de puño y letra por el autor. En el mismo acto hará entrega de la versión digital de acuerdo a formato solicitado.

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar en este espacio mi más sincero agradecimiento a todas las personas que desde distintos ámbitos me han brindado su cálido apoyo.

Ana, Diego y Rodolfo, quisiera destacar la importancia de su labor, acompañándome paso a paso en la realización de esta investigación, ofreciéndose en cada momento con total dedicación para guiarme en el proceso de elaboración, corrección y reescritura de un trabajo que se prolongó más de lo previsto pero que ha sabido dar sus frutos. Con la emoción del deber cumplido y con lo mucho que aprendí me complace agradecerles por el camino recorrido y recordarles mi gran estima hacia ustedes.

Rodolfo, reitero un muy especial ¡gracias! a viva voz por ser incondicional sostén en este arduo camino; por ser maestro, psicólogo, confidente y apoyo en los momentos más difíciles. Gracias por compartir tu amor por el saber, entusiasmo y grandeza de espíritu, una combinación que cala hondo en las mentes y almas de tus alumnos –como siempre te hemos hecho saber todos los que pasamos por tu aula.

Un profundo e inconmensurable agradecimiento a mis familiares y amigos que desde el corazón impulsaron mi tarea, brindándome su compañía y ánimo incondicional, ayudándome así a concluir esta etapa. Gracias por tanto amor.

RESUMEN

Realizamos una investigación descriptiva cuyo principal propósito abarcó la identificación y caracterización de rasgos socioculturales de Argentina en el periodo 1955-1973, partiendo de los elementos comunicacionales de Rico Tipo, Tía Vicenta y Mafalda. Intentamos asimismo establecer relaciones entre la tipificación de la sociedad realizada por cada una de las tres publicaciones y el contexto histórico-político, y describir las semejanzas y diferencias que se hallaren entre los hechos según fueron narrados por los humoristas y por los historiadores Luis Alberto Romero y Felipe Pigna.

Desarrollamos entonces un análisis de contenido y discursivo de las tiras considerando especialmente las estrategias comunicativas, las situaciones, los personajes centrales, el lenguaje y los usos y costumbres allí plasmados.

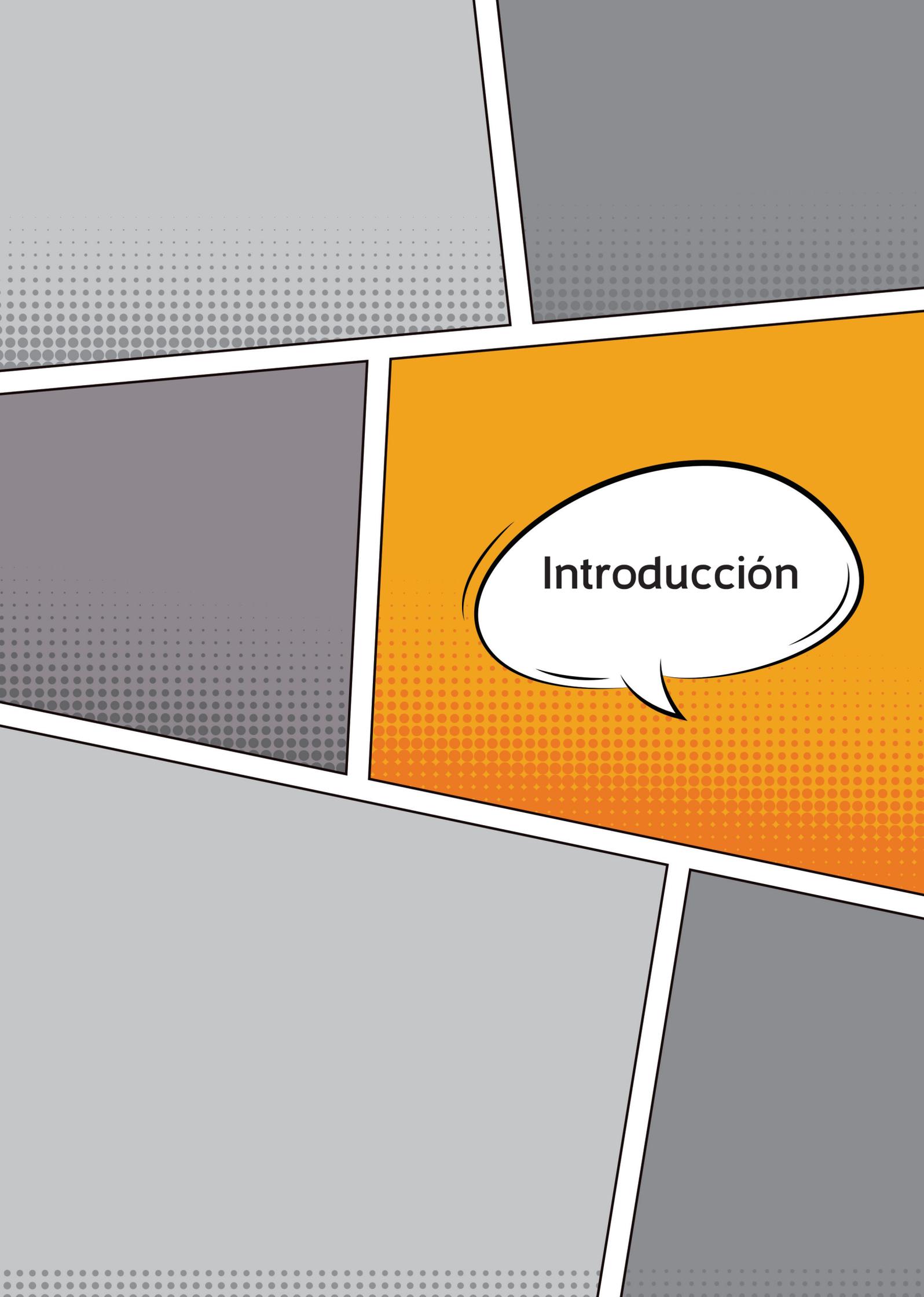
La investigación utilizó un diseño no experimental, transversal descriptivo. Se tomó una muestra no probabilística dirigida compuesta por chistes de extensión variada, desde viñetas únicas hasta tiras, desde agosto de 1955 hasta marzo de 1973, distribuidas de la siguiente manera: 100 viñetas y tiras de Rico Tipo, 180 de Tía Vicenta y 105 de Mafalda. La evaluación siguió un modelo analítico-comparado entre los mensajes humorísticos y los de los historiadores. Asimismo la investigación presentó un matiz longitudinal en tanto se consideró la línea discursiva mantenida por cada publicación a lo largo del periodo.

El análisis de los chistes nos permitió reconstruir detalladamente elementos centrales de la identidad social de la época describiendo valores, creencias, expresiones y comportamientos, y considerando los matices histórico-políticos encerrados en los mensajes, elemento que enriqueció el estudio con la contextualización de los enunciados.

Palabras clave: *Argentina - sociedad – medios de comunicación – humor - historia*

ÍNDICE

Introducción	2
Marco teórico	8
Capítulo I - Medios de comunicación	10
Capítulo II - Humor gráfico	16
Diseño metodológico	36
Pregunta de investigación	37
Objetivos	37
Diseño de investigación	38
Plan de análisis	40
Herramientas de análisis	42
Resultados	44
Rico Tipo	45
Temas abordados por la publicación	46
Presentación y tratamiento de los temas	49
Tipo de gracia generada por el chiste	50
Técnica utilizada en la creación del chiste	51
Estrategias de superficie	53
Elementos de la viñeta	54
Bocadillos	55
Punto de vista, perspectiva y planos	56
Relaciones verbo-icónicas	57
Elementos socio-culturales.....	57
Personajes	61
Tía Vicenta	64
Temas abordados por la publicación	65
Presentación y tratamiento de los temas	78
Tipo de gracia generada por el chiste	80
Técnica utilizada en la creación del chiste	81
Estrategias de superficie	83
Elementos de la viñeta	85
Bocadillos	86
Punto de vista, perspectiva y planos	87
Relaciones verbo-icónicas	88
Elementos socio-culturales.....	88
Personajes	92
Mafalda	95
Temas abordados por la publicación	95
Presentación y tratamiento de los temas	103
Tipo de gracia generada por el chiste	104
Técnica utilizada en la creación del chiste	105
Estrategias de superficie	107
Elementos de la viñeta	108
Bocadillos	109
Punto de vista, perspectiva y planos	110
Relaciones verbo-icónicas	111
Elementos socio-culturales.....	111
Personajes	113
Conclusiones	121
Referencias	133

The image is a stylized comic book page. It features a central orange panel with a halftone dot pattern. A white speech bubble with a black outline is positioned in the center of this panel, containing the word 'Introducción' in a bold, black, sans-serif font. The surrounding panels are grey, with some having a halftone dot pattern. The entire page is framed by thick black lines, giving it a comic book aesthetic.

Introducción

El presente trabajo de investigación elabora una descripción sociocultural argentina partiendo del análisis de los elementos comunicacionales¹ de los mensajes emitidos por las publicaciones Rico Tipo, Tía Vicenta y Mafalda entre 1955 y 1973.

Como punto de partida del estudio y con el fin de arribar a dicha descripción consideramos en primera instancia tres proposiciones que confluyen para definir el escenario abordado: por un lado, los medios de comunicación en calidad de transmisores de la realidad; por otro, el humor gráfico como fuente de interpretación de las acciones de la sociedad sobre la que enuncia sus mensajes y en tercer lugar la historia reciente en cuanto vía de reflexión y aprendizaje.

Desde sus inicios, los medios masivos de comunicación han contribuido en gran medida a la construcción de las situaciones que, en el imaginario colectivo, hacen a la explicación de la realidad. Son los agentes que transmiten todo aquello que acontece en la sociedad, siempre que sea considerado de importancia para la opinión pública y cumpla con los criterios que dan forma a la noticia de acuerdo a la visión de estas instituciones. El devenir histórico de una sociedad no escapa a esta construcción. Por el contrario, parte del conocimiento de los hechos históricos, y las imágenes y creencias que de ellos se tienen provienen de los mensajes elaborados por los medios.

Cabe destacar que, particularmente, las publicaciones de humor se posicionan desde una perspectiva diferente para dar a conocer opiniones sobre lo que acontece y más específicamente, dejan al descubierto las ironías, absurdos y contradicciones que la sociedad genera e incluso sostiene para continuar el curso de los hechos que conforman un contexto mucho más amplio, en el que cada uno constituye un pequeño engranaje de un sistema altamente superador y complejo. Es por ello que planteamos aquí el análisis de tres publicaciones humorísticas en tanto crearon representaciones de la realidad y se erigen entonces como herramientas que nos permitirán delinear una descripción sociocultural, sin dejar de lado el contexto histórico-político en que fueron publicadas.

Al tiempo que nos brindan una mirada con juicios sobre la realidad, estas divulgaciones nos acercan de una manera más palpable pensamientos ampliamente extendidos y compartidos por gran parte de la sociedad -por cuanto los datos de la tirada de cada una de estas publicaciones han dejado entrever el éxito logrado y la aceptación de sus mensajes por el público². Evidencian asimismo costumbres, modas y decires de aquel

¹ Entendemos por *elementos comunicacionales* cada uno de los componentes que conforman un mensaje de acuerdo al circuito o ciclo de la comunicación más ampliamente aceptado: el contexto, el emisor, el mensaje, el receptor, el canal, y el código. Prestaremos aquí especial atención al mensaje y sus elementos constitutivos.

² Las tres publicaciones seleccionadas para este estudio tuvieron un notable éxito. Rico Tipo fue una de las revistas más exitosas en lengua española. Su tirada, que llegó a alcanzar los 300.000 ejemplares [semanales] y que rara vez bajaba en sus dos primeras décadas del millón de revistas

tiempo que han quedado plasmados en sus páginas en boca de todos los personajes de las tiras, y han dado paso a nuevas formas y usos, impuestos en el vocabulario de los lectores de la época e incluso hasta nuestros días.

Los medios construyen sus mensajes en un constante proceso de contacto con la audiencia y con las fuentes que proveen la información, todos parte de una sociedad que vivencia las mismas situaciones al unísono. Los medios son permeables a la sociedad que los rodea y asimismo ésta se embebe de los dichos y acciones de los media, de sus mensajes, modos de expresión, palabras y, en el caso de las historietas, de sus personajes.

Respecto de la etapa seleccionada, diremos que se trata de un periodo de particular inestabilidad y conflicto. El Golpe de Estado que derrocó el gobierno de Juan Domingo Perón el 16 de septiembre de 1955 marcó el inicio de una etapa de fuertes convulsiones políticas, económicas y sociales para Argentina. Desde entonces y hasta 1973 puede identificarse un gran desequilibrio, con una profunda división social y una continua búsqueda de definiciones.

Con el inicio mismo de la llamada Revolución Libertadora se percibió la falta de unión y congruencia entre las fuerzas que habían confluído para deponer el gobierno de Perón. La heterogeneidad de los grupos que asumían el poder anunciaba la complejidad de los tiempos venideros. En este sentido, la pretendida disolución del Partido Peronista impuesta por el gobierno de facto en 1955, al igual que las restricciones a las manifestaciones adherentes al movimiento peronista y a Perón mismo respecto de sus posibilidades de participación en la vida política determinaron el comienzo de una época de enfrentamientos y violencia.

La exclusión del peronismo de la política –que se prolongó hasta 1973- fue para los vencedores de 1955 el requisito para poder operar esa transformación en las relaciones de la sociedad, y a la vez la fuente de las mayores dificultades. (Romero, 2001, p135)

La proscripción del peronismo devino en una fuerte diferenciación en la sociedad. Los trabajadores que se sentían identificados con el movimiento no hicieron más que reforzar su lealtad en esos tiempos adversos. La mitificación del líder derrocado comenzó y jugó un papel central de allí en adelante.

mensuales, fue leída en toda la Argentina y en varios países de Latinoamérica, a pesar de ser esencialmente porteña. (de Santis, 1993, p13). Por su parte Tía Vicenta llegó a cautivar 180.000 lectores en sus primeros tres años de vida, lo que evidencia su rápido crecimiento y la adhesión del público. Respecto de Mafalda es remarcable que haya vendido 1.000.000 de ejemplares de cada uno de sus 10 tomos y fuera traducida a 15 idiomas.

Los presidentes que se sucedieron -Eduardo Lonardi, Pedro E. Aramburu, Arturo Frondizi, José María Guido, Arturo Illia, Juan Carlos Onganía, Marcelo Levingston y Alejandro Lanusse- dieron marchas y contramarchas respecto de las restricciones políticas, como así también iniciaron diferentes rumbos en materia económica, dando paso a un rasgo que ha caracterizado a Argentina desde antaño: la falta de continuidad.

En septiembre de 1955, Lonardi encabezó el nuevo gobierno que se autodenominó provisional, dando cuenta de la intencionalidad de restaurar el orden constitucional. Apenas dos meses más tarde Lonardi fue reemplazado por el general Pedro Eugenio Aramburu, más cercano a los sectores liberales y antiperonistas. En 1958 el llamado a elecciones por parte del gobierno militar fue la oportunidad para el ascenso y victoria de Arturo Frondizi. Sin embargo, este gobierno civil no tuvo buen desenlace: el Presidente fue removido de su cargo tras las victorias electorales obtenidas por candidatos peronistas en las elecciones provinciales de 1962.

Nuevamente en 1963 Illia eliminó las restricciones políticas vigentes, pero luego de las elecciones de 1965 el clima político se hostilizó e Illia debió retirarse de la Casa Rosada a fuerza de un grupo militar que entregaría la presidencia al general J. C. Onganía.

El gobierno de Onganía enfrentó una difícil situación económica, con una importante devaluación de la moneda y protestas de trabajadores y estudiantes que fueron duramente reprimidas. Destituido por la misma Junta Militar que le había conferido el poder, Onganía fue sucedido en la presidencia por Marcelo Levingston, quien transcurridos escasos nueve meses entregó el mando a Alejandro Agustín Lanusse, presidente de facto que concluye el tiempo seleccionado para el presente estudio.

Todo el periodo transcurrió en un implacable debate entre la continuidad institucional, el fortalecimiento de las instituciones y el logro de un anhelado crecimiento económico, a la vez que constantes irrupciones de las fuerzas armadas en el gobierno y la puesta en marcha de ideas encontradas hicieron de aquélla una etapa ardua y agitada de la historia argentina.

La inestabilidad social e institucional imperante, y los vaivenes en las resoluciones políticas y económicas de los presidentes civiles y de facto que se alternaron cíclicamente fueron foco de severas críticas de la prensa de la época.

Las publicaciones humorísticas, en ocasiones con mensajes ácidos y en otras con expresiones más bien naives mostraron a través de sus páginas sus opiniones y su construcción de los acontecimientos. Entre las principales divulgaciones de aquel tiempo destacamos aquí Rico Tipo, Tía Vicenta y Mafalda, ya que constituyen tres puntos de vista diferentes sobre la realidad, y han sido íconos de la época e incluso hasta nuestros días.

Nacida y desarrollada durante la *edad de oro* (Gociol, Rosemberg, 2000) de las historietas en Argentina, Rico Tipo se consagró como una de las revistas más exitosas del país hasta su cierre en 1972.

Desde el lanzamiento mismo de Rico Tipo en 1944, su creador Guillermo Divito mostró una nueva faceta del humor gráfico. Lejos del costumbrismo conservador de Patoruzú y del humor político – bastante limitado desde el gobierno de Juan Domingo Perón- Divito brindó una perspectiva diferente de la sociedad argentina. En palabras de Juan Sasturain para Página/12 (2009)

El rasgo diferencial, la novedad de Rico Tipo será la transgresión, la osadía. Un costumbrismo más zafado y grotesco. Es (...) una revista picaresca, con dibujos y chistes no aptos para toda la familia sino escrita y dibujada en códigos de humor adulto y masculino.

Las chicas de Divito, hábilmente delineadas con impresionantes curvas y faldas cortas, marcaron tendencia en la moda. La revista fue rápidamente aceptada, llegando a vender 350.000 ejemplares semanales en su apogeo (Sasturain, 2009), cifra muy destacable para aquel tiempo, que evidencia el enorme éxito que significó.

Por su parte, desde mediados de 1957 Tía Vicenta sorprendió con nuevos aires en el humor político, siempre mostrando su versatilidad, ingenio y desopilantes ocurrencias para lograr la risa a rienda suelta a través del absurdo. Tía Vicenta se caracterizó también por el cambio cotidiano mudando de apariencia, secciones y estilos para parodiar otras publicaciones de moda.

Juan Carlos Colombres, creador y director de Tía Vicenta -conocido por su seudónimo Landrú- reconoció las dificultades que supo sobrellevar la revista en sus inicios. Tuvo que abrirse un camino propio con su humor desbordante de los cánones:

El humor que a mí me gustaba era (...) un humor surrealista que aquí se desconocía. Pero ese humor que utilizaba las paradojas y el absurdo recortándolos sobre el trasfondo de lo cotidiano, era celebrado por un grupo muy reducido de lectores. En esa época dominada por la escuela de Rico Tipo mi humor no era popular. Por dar un ejemplo, algunos publicistas que anunciaban en las revistas donde yo dibujaba llegaron a pedir a los directores que ubicaran sus avisos lo más lejos posible de mis dibujos porque los consideraban pianta-lectores. (Russo, E. 1994, p41).

Sin embargo, una vez lanzada Tía Vicenta fue en crecimiento sin pausa, dando batalla a las flaquezas de la Argentina de la época desde sus ironías sociopolíticas en las cuales incluía tanto agudas caricaturas como textos perspicaces.

En cuanto a la reconocida Mafalda de Joaquín Lavado -Quino-, poco puede agregarse que no se haya dicho ya ensalzando su grandeza. Ícono indiscutido de la cultura argentina

desde su nacimiento en 1964 Mafalda llegó a vender 1.000.000 de ejemplares de cada uno de sus 10 tomos y fue traducida a 15 idiomas. Como señala el escritor y filósofo español Fernando Savater (2012),

Una de las grandes genialidades de Quino es la de haber creado un panteón de personajes que son muy característicos y muy genéricos a la vez. Todos tienen una personalidad muy acusada, pero, por otra parte, cada uno de ellos simboliza una perspectiva sobre la vida: idealista, materialista, comercial, lúdica... Y en conjunto, aportan una enorme riqueza de perspectivas sobre la cotidianidad.

El análisis de los mensajes emitidos por estas tres publicaciones argentinas entre 1955 y 1973 permitió reconstruir algunos de los aspectos centrales de la identidad social de la época y asimismo describir los usos y costumbres. Por su parte la indagación sobre los matices políticos encerrados en dichos mensajes nos procuró una importante descripción de la naturaleza y características de los acontecimientos en su contexto.

La etapa presenta una atmósfera de especial interés en la que las dificultades planteadas para una natural continuidad política, económica y particularmente institucional nos indicaron elementos confluentes con el presente de la Argentina. Justamente por ello una mirada a los acontecimientos pasados puede colaborar para la mejor comprensión del presente, como asimismo para detectar similitudes y divergencias. Es en este sentido que esta investigación podría ser un puntapié inicial para otros estudios comparativos del período citado y el presente.

Asimismo, como han explicado Franco y Levín (2007, p1)

Es un dato de nuestros tiempos que el pasado cercano se ha constituido en objeto de gran presencia y centralidad (...) se trata de un pasado abierto, de algún modo inconcluso, cuyos efectos en los procesos individuales y colectivos se extienden hacia nosotros y se nos vuelven presentes (...); se trata "de un pasado actual" o, más bien, de un pasado en permanente proceso de "actualización" y que, por tanto, interviene en las proyecciones a futuro.

El análisis del pasado cercano resulta de interés social e influyente en tanto existe una memoria social viva sobre el mismo y su conocimiento cimienta las reflexiones sobre el presente y el futuro.

Los fundamentos que brinda la historiografía, principalmente los numerosos estudios sobre el llamado *pasado reciente*, nos impulsaron en la búsqueda de una mejor comprensión del período seleccionado (1955-1973), colaborando así con las cuantiosas

reconstrucciones existentes acerca del devenir histórico y de las características de la sociedad argentina.

A la hora de establecer la especificidad del trabajo, indicamos que ésta se sustenta en la realización de una descripción sociocultural argentina a partir de los elementos comunicacionales de las tres publicaciones seleccionadas, con el aditivo de interpretar dichos rasgos en relación con los procesos históricos que se desarrollaron en paralelo.

The image is a stylized comic book panel. The background is a bright yellow color with a halftone dot pattern that becomes denser towards the bottom. A white speech bubble with a black outline is centered in the panel, containing the text 'Marco Teórico'. The panel is surrounded by other panels of varying shades of gray, also featuring halftone patterns, separated by white borders.

Marco Teórico

En tanto marco de referencia nos abocamos a dos pilares esenciales: los medios de comunicación como constructores de la realidad social (de entre los cuales consideramos las revistas/publicaciones de humor) y el humor como fuente de interpretación válida para la realización de una descripción sociocultural de la Argentina entre 1955 y 1973, presentando las características inherentes a cada esfera, así como las relaciones que convergen para conformar la situación de estudio aquí planteada.

Las secciones en que se ha dividido el marco teórico indican los aspectos fundamentales cuya descripción, conocimiento y vinculación brinda un panorama general acerca de la realidad evaluada.



**Capítulo I
Medios
de comunicación**

Desde tiempos inmemoriales se definió al ser humano como ser social. Ya Aristóteles lo describió como *zoon politikón* aludiendo a su necesaria interrelación con sus semejantes y la consecuente e ineludible construcción del ámbito social y político, y se ha estudiado y ampliamente aceptado desde entonces la idea de que el hombre sólo se realiza plenamente estando en sociedad, y que es en el seno de ésta misma donde desarrolla sus capacidades simbólicas, aquellas que lo distinguen de los animales:

Entre el sistema receptor y el efector, que se encuentran en todas las especies animales, hallamos en él [el hombre] como eslabón intermedio algo que podemos señalar como sistema "simbólico". Esta nueva adquisición transforma la totalidad de la vida humana. Comparado con los demás animales, el hombre no sólo vive en una realidad más amplia sino, por decirlo así, en una nueva dimensión de la realidad. Existe una diferencia innegable entre las reacciones orgánicas y las respuestas humanas. En el caso primero, una respuesta directa e inmediata sigue al estímulo externo, en el segundo la respuesta es demorada, es interrumpida y retardada por un proceso lento y complicado de pensamiento. (...) [El hombre] no vive solamente en un puro universo físico sino en un universo simbólico. (Cassirer, 1968, p. 26)

La sociedad es el ámbito donde el individuo desarrolla el lenguaje y entabla relaciones interpersonales, siempre en un marco delimitado por las instituciones sociales que moldean el modo de ser y de proceder del individuo. La familia, el gobierno, la iglesia, la escuela, los medios de comunicación, todos ellos contribuyen desde distintos ángulos a delinear el comportamiento del individuo a través de un proceso de socialización.

Desde sus albores, los medios de comunicación se han constituido como instituciones en tanto desempeñan una función de interés público, interpretando y difundiendo las informaciones sobre aquello que acontece; accionan, de este modo, sobre los comportamientos y percepciones de las personas, que se figuran gran parte de lo que conocen del mundo a través de lo que los medios les transmiten.

Como explican de Fontcuberta y Borrat, (2006) los medios presentan cuatro aristas fundamentales para comprender su rol y relevancia en la formación del individuo. En palabras de los autores:

Los medios poseen una dimensión socializadora de pautas de comportamiento (...); (...) se han constituido progresivamente en un espacio de ejercicio de la ciudadanía; (...) son contenedores de un tipo de saber que los convierte en agentes educativos, que se suman a los tradicionales de la escuela o la familia, (...) y tienen un protagonismo importante en la gestión del ocio de las personas.

Hemos de destacar entonces acerca de la labor de los medios de comunicación, el hecho de que emiten regularmente numerosos mensajes que vienen en gran medida a moldear y conformar nuestro horizonte cognitivo. Toda sociedad infunde saberes a sus miembros a través de estas instituciones que se erigen como algunos de los principales educadores de todo hombre moderno.

Puede decirse que las personas se valen de las informaciones que les llegan a través de la interacción directa con su círculo más cercano. Este ámbito de referencia ha existido siempre, ya en la conversación con un familiar, un vecino o un profesor, ya en otras formas de interacción interpersonales. Pero esta referencia se amplía con los hechos narrados por los medios de comunicación, que enriquecen la esfera trayendo a nuestro círculo de realidad acontecimientos de todo el mundo.

Somos testigos hoy de que los diarios, las revistas, la televisión, la radio, los teléfonos celulares e Internet, entre otros, son los medios que nos contactan y nos dan cuenta de lo que sucede en el entorno. Los medios nos presentan aquello que podemos denominar presente social, entendido como el conjunto de noticias e informaciones que por un espacio generalmente breve de tiempo anuncia a la sociedad del acontecer que la rodea, creando una imagen más o menos acabada de las características y vivencias de la localidad, el país y el mundo.

Sin los datos que nos brindan los medios de comunicación nuestro presente social sería mucho más reducido; podría abarcar lo que sucede en nuestro hogar, familia, vecindario, quizá la ciudad o un ámbito mayor, pero no tendría la inmediatez que hoy se nos presenta ni probablemente abarcaría el mundo en su totalidad. Es por ello que en la actual sociedad globalizada, tan rápida e interconectada que simula un mundo más pequeño; tan llena de información y acontecimientos que nos presenta ese mismo mundo como inabarcable, la labor de los medios de comunicación resulta central, en tanto desempeñan un rol mediador entre la infinidad de hechos mundiales y el individuo.

No debemos olvidar que la evolución en las tecnologías de la comunicación en todas sus formas, incluyendo el transporte, ha derivado en un incremento de los intercambios de bienes, servicios, informaciones y personas, y los medios de comunicación, que han sabido adaptarse a las reglas del juego, transmiten de esta manera todas las informaciones que, acordes a los valores noticiosos, cubren también las necesidades del hombre moderno.

Coincidimos entonces con las ideas de Miguel Rodrigo Alsina (1993) y postulamos a los medios de comunicación como los constructores y transmisores de la realidad social, y especialmente de un saber muy particular: la actualidad. Planteamos que las personas acceden al conocimiento del entorno mediato a través de esa actualidad que muestran los medios, y tal cual explica la teoría de la agenda setting, si bien los medios no imponen a las

personas qué pensar, sí poseen un poderío cuya eficacia se cimienta justamente en el *hacer saber*, en su propio hacer comunicativo.

Asumiendo la construcción del presente social desde la existencia misma de los medios como tales, puesto que la realidad en sí misma es en principio inabarcable, aceptamos que adquirimos conocimiento de todo lo que acontece en nuestro entorno a través de los medios de comunicación. Los medios contribuyen a formar la idea que la sociedad tiene de sí en un momento determinado. Como menciona Lorenzo Gomis (1991), *los medios hacen y representan el presente común*.

En efecto, lo acontecido invariablemente queda plasmado en las publicaciones de cada momento histórico, con mayor o menor detalle y desde diversos enfoques en relación a cada medio de difusión y su público. Cabe aclarar en este punto el hecho de que en los tiempos de las revistas que se analizaron no se contaban celulares ni Internet entre las tecnologías disponibles, y el uso de la televisión, principalmente durante sus inicios fue limitado, con lo cual debe valorarse el rol que cumplían estas publicaciones ya que eran acaparadoras de grandes audiencias, y sus discursos eran de gran significación para la sociedad. De ello se desprende la premisa de examinar los mensajes emitidos por las tres publicaciones seleccionadas -Rico Tipo, Tía Vicenta y Mafalda- como materia prima rica en rasgos característicos, culturales, históricos y/o sociales del periodo evaluado.

Resulta importante considerar aquí que el acontecer cotidiano es categorizado y seleccionado según criterios noticiosos ampliamente compartidos por las instituciones mediáticas, luego interpretado y transmitido al público en general. De esta suerte, lo emitido por los media no es sino una porción de todo lo que ocurre. A su vez, si bien el lector interpreta el mensaje de manera personal, ello no quita que el emisor del contenido en cuestión pueda con acierto prever una lectura modélica del mismo. De hecho, el comunicador cuenta siempre con su propia primera impresión frente a la información como prueba piloto de la reacción de una parte del público.

Los medios dan una versión de los hechos, la cual no pretende ser una verdad absoluta sino una de todas las posibles construcciones de lo acontecido, contrastada por fuentes idóneas en la materia tratada. Es por ello que en esta investigación reflexionamos sobre los mensajes emitidos por las publicaciones humorísticas comprendiéndolos como constitutivos de una de las miradas posibles sobre el pasado, considerando el marco de referencia que aportan los historiadores sobre esos mismos hechos.

Cabe agregar que, al difundir los acontecimientos desde su rol institucionalizado, los medios dan permanencia a esos hechos, dando lugar a los comentarios y a la repetición de esas informaciones a través de diferentes canales. Resulta esto en la percepción de la realidad no con la fugacidad de un instante sino como un periodo estable y objetivado. Son

los medios los que mantienen con firmeza ciertos hechos que no se desvanecen al difundirlos, sino que dan qué pensar, generan opinión, intercambios, etc.

Debemos tener presente entonces el hecho de que aquello sobre lo que no surgen comentarios no se constituye como asunto noticioso y queda fuera del círculo de acontecimientos sobre el que tomamos conocimiento. La realidad social generada a través de los comentarios e interacciones interpersonales es una construcción social de la realidad, entretejida con los aportes de cada interlocutor. Asimismo es una construcción social de la realidad la ofrecida por los medios, con el ingrediente distintivo de ser el producto de una actividad profesional de mediación e interpretación.

La intervención de los medios entre la realidad y el público no es simplemente un traspaso. No es una transmisión de las informaciones arribadas sino que existe una selección, preparación, elaboración y presentación de los hechos. En este sentido, reiterando lo expuesto por Gomis (1991) podemos afirmar que el medio no es un espejo de la realidad ni una ventana a la misma; los hechos no son meramente reflejados sin distinción uno de otro, ni exactamente en el instante que se presentan en la realidad. Igualmente los medios de comunicación no muestran todo lo que sucede frente a ellos sino aquello que juzgan relevante y de público interés.

De acuerdo a lo expresado en los párrafos precedentes, abordaremos las tres publicaciones bajo la consideración de que los temas que fueron comentados en ese momento histórico y sobre los que se crearon chistes y dibujos fueron aquellos de mayor notoriedad o de mayor identificación según la mirada de cada medio, por lo que sus discursos no constituyen una contemplación cabal de aquel entonces, pero sí una abundante fuente de rasgos característicos de la sociedad, actitudes y pensamientos comunes, entre otros datos que brindan.

En resumen, los medios se nos hacen necesarios en tanto la realidad cruda en su totalidad nos resulta inabarcable y precisamos, para estar informados de los acontecimientos globales, de estas instituciones que nos compendian y exponen los hechos, dándoles prioridad a unos por sobre otros, un orden y una lectura que nos ayuda a asimilarlos.

En efecto, la realidad en sí misma no puede ser completamente diferente de como la presentan los medios, en tanto su discurso es contrastado constantemente por otros actores sociales y por el público mismo. La información periodística funciona como un continuum en el que cada medio de comunicación realiza su aporte.

De este modo, los acontecimientos narrados y/o destacados en cada una de las publicaciones no abarcan todo lo sucedido, más han de referirse como hechos de especial trascendencia en el período tratado, realidades cotidianas visibles en gran medida que

supieron ocupar un lugar en los medios y llegaron a plasmarse en las páginas impresas del humor, dando un panorama característico de la época.

Todas las informaciones vertidas por los medios actúan sobre el público y ello se evidencia en las conversaciones de la gente. Los comentarios reflejan el presente social formado por los medios, y allí se genera un conocimiento colectivo que viene a formar parte del saber histórico de una sociedad. Los medios se desempeñan entonces interpretando a diario la realidad social. Esto es, sin más, comprender los hechos que nos circundan para luego explicarlos a la audiencia; es comprender y codificar a través del lenguaje aquello que sucede en el mundo.

Una sociedad como la actual no puede desarrollarse sin una referencia, ésta se constituye entonces a través de las elucidaciones de los hechos realizadas por los medios, a las que constantemente se adicionan los comentarios que nos permiten relacionar estas informaciones. No existe otra manera de interpretar la realidad que a través del lenguaje, y el lenguaje no da cuenta de la realidad sino caracterizándola.

Es en este punto donde se observa el capital que puede desprenderse de la consideración de los mensajes emitidos por las publicaciones de humor gráfico seleccionadas. La actualidad allí plasmada – con el aditamento de la mirada aguda que caracteriza al humorismo- resulta una revisión sintética y a la vez profunda, empapada de la cotidianeidad de la época que permite un acercamiento visualmente atractivo y profuso en contenidos respecto del período histórico en que fue publicado.

A modo de cierre de esta sección remarcaremos otro aspecto tangencial al planteo del estudio. Desde la constitución inicial de las instituciones mediáticas, éstas cumplen tres funciones centrales: informar, formar y entretener. Si bien siempre puede identificarse según el género la función prevaleciente, expresamos aquí, desde una perspectiva integradora la idea de que en todo momento se cumplen en diferentes medidas los tres roles. En el caso puntual de las publicaciones humorísticas hay un claro objetivo de esparcimiento, pero el mismo no puede darse sin la contemplación de la actualidad que resulta la materia prima sobre la que los humoristas trazan sus opiniones y críticas. En la misma línea, los juicios de valor emitidos en los chistes se conjugan para la formación de opinión de los lectores. De allí que la reconstrucción sociocultural sea posible desde la perspectiva de los mensajes emitidos. Esa retroalimentación constante entre las informaciones y datos de la realidad por un lado, y la construcción del presente histórico que se desprende de las páginas impresas, por otro, es la herramienta que permitió elaborar la descripción.



**Capítulo II
Humor gráfico**

Señalamos en este espacio las características de la risa, lo cómico y las tiras humorísticas dando cuenta de los rasgos esenciales de cada uno de ellos y especialmente de los elementos constitutivos de las publicaciones seleccionadas.

Haciendo hincapié en la centralidad de la risa como aspecto distintivo de lo estrictamente humano, hacemos presentes las palabras de José Antonio Pérez-Rioja (1942):

Tiene el hombre, entre otros dones de la divinidad, el privilegio de la risa. Si Aristóteles lo consideraba 'un animal político', después que el filósofo griego muchos lo han definido como 'un animal que ríe.

Remarcamos que el humano se distingue por su habilidad para expresar de manera singular sus estados de ánimo, pensamientos o sentimientos a través de esta especial fonación que es la risa. Señalamos en primer lugar que la misma es algo automático y que resulta inconsciente el estallido de la carcajada frente a la provocación de otro. Agregamos que implica por tanto, a pesar de que parezca espontánea, un prejuicio de asociación e incluso una suerte de connivencia con otras personas que ríen o presumamos que ríen. Encontramos en ella también un elemento de moralización, en tanto apunta situaciones y hechos de la realidad con afán de enseñanza de las buenas costumbres y de lo que debiera ser. Por todo ello, la risa debe estudiarse siempre en consideración con el medio al que pertenece, que es la sociedad.

Más aún, lo cómico se produce cuando en un grupo los integrantes centran su atención en uno de sus compañeros, dejando de lado los sentimientos para dar protagonismo a la inteligencia. La agudeza que caracteriza al humor requiere la mayor parte de las veces cierta frialdad y distanciamiento, lo cual posibilita que riamos en situaciones de tensión, frente a hechos que en contextos formales causan tristeza o desazón y de cara a escenas de tenores similares. La inteligencia se presenta allí ingeniando con sutileza y perspicacia la gracia.

Afirmamos en consecuencia que lo cómico es aquello que causa la risa, y tiene indudablemente el sabor de lo compartido. Aunque el hombre ríe en el aislamiento, bien a partir de la realidad o por motivos imaginarios, se disfruta más cabalmente lo cómico en un grupo que nos supone la complicidad del resto.

En palabras de la Real Academia Española (22^o Ed.; 2001) lo cómico es “*aquello que divierte y hace reír*”. Abarca realmente un sinnúmero de elementos, que a pesar de los intentos por explicarlos bajo el manto de una teoría uniforme, no han dado lugar a un consenso acerca de su origen.

En contraste, existe consenso en que lo cómico es esencialmente humano:

Fuera de lo que es propiamente humano, no hay nada cómico. Un paisaje podrá ser bello, sublime, insignificante o feo, pero nunca ridículo. Si reímos a la vista de un animal, será por haber sorprendido en él una actitud o una expresión humana. (...) Si algún otro animal o cualquier cosa inanimada producen la risa, es siempre por su semejanza con el hombre, por la marca impresa por el hombre o por el uso hecho por el hombre. (Bergson, 1943, pp12-13).

Freud (1905) reafirma esta sentencia al mencionar que si reímos a partir de un objeto inanimado, es a causa de una suerte de personificación que se da comúnmente en las representaciones mentales y no como elemento inherente a los objetos que causan la gracia.

Suele fijarse la propiedad de lo cómico en lo insólito, en la pretensión de hacer reír a través del contraste o la degradación de la realidad, o en lo dramático. A lo antedicho, adicionamos que lo cómico es accidental, imprevisto para quien es el sujeto de la comicidad que se produce; y que nos resulta más cómico aquello cuya causa determinante nos resulta más natural, como ha de ser una distracción que deviene en gracia.

Menciona Bergson (1943) algunos de los elementos que operan para que encuentre lugar lo cómico: rigidez mecánica (automatismo), falta de habilidad y distracción. Pone de relieve el autor que estos ingredientes suelen ser la base para que resulte algo cómico.

Explica asimismo que la vida en sociedad precisa de cierta elasticidad. Frente a las tensiones que surgen, la elasticidad y capacidad de adaptación a las situaciones que se presentan es lo que nos permite sobrevivir y continuar avanzando. Cuando se carece en alto grado de esta elasticidad surge la inadaptabilidad a la sociedad, lo cual es censurado por el entorno a través de la risa. La sociedad no gusta de las excentricidades y desviaciones, por lo que responde a través de este "gesto social" (Bergson, 1943) que es la risa, inspirando temor de desaprobación y aislamiento, instando a la represión.

Vemos de lo expuesto que la risa no siempre nace de la estética, sino que cumple a veces un fin útil de perfeccionamiento general de acuerdo a la moral. Por otro lado, insistiendo de lo enunciado por Bergson (1943), remarcamos que:

A diferencia del chiste, que siempre se hace, la comicidad se descubre. Lo cómico se nos aparece a la manera de un hallazgo involuntario en las personas o, mejor dicho, en sus formas, actitudes, rasgos o situaciones; primero en sus caracteres físicos y luego en sus cualidades morales; más tarde, y por una especie de personificación muy frecuente, hallamos lo cómico en los animales y en objetos inanimados a los cuales suponemos humanizados. (p15)

Por otro lado, observamos el hecho de que los hombres no se han conformado con disfrutar de lo cómico allí donde se presenta ante ellos, sino que han procurado crearlo intencionalmente donde se les ha dado ocasión.

Explica así José Antonio Pérez-Rioja (1942)

“Lo cómico es algo natural, espontáneo (...), el chiste en cambio es el rebuscamiento de lo cómico, una suerte de comicidad artificial que se piensa y requiere una elaboración. Lo cómico es como el metal en bruto que se descubre; el chiste algo así como la joya, hecha de ese mismo metal, pero que requiere la mano del artífice” (p.17)

Llegamos aquí al punto en donde nos es preciso definir chiste, al cual Freud (1905; p.11) a través de las palabras de Lipps (1898) describe como “*toda provocación conciente y hábil de la comicidad, sea esta de la intuición o de la situación*”.

No podemos comprender cabalmente el concepto y función social del chiste sino a través de un análisis de las técnicas que permiten su creación, y que hacen a su esencia, como así también del estudio de las categorías en que podemos clasificarlo.

En *El chiste y su relación con lo inconciente* (1905) Freud lo caracteriza a través de lo que juzga esencial y constitutivo del mismo: la técnica utilizada en su creación. La técnica hace al chiste en tanto al deshacer lo que a través de ella se ha operado en la expresión, la gracia desaparece.

Siguiendo la obra mencionada para referirnos a las técnicas comúnmente utilizadas en la creación del chiste, presentamos la siguiente clasificación:

- La condensación con formación de una palabra mixta o bien con una modificación;

- La múltiple acepción de las palabras utilizadas, ya sea a través de mecanismos como la consideración del todo y luego una parte, el reordenamiento, una leve modificación, o el uso de una misma palabra, con pleno significado y vacía.

- El doble sentido, por ejemplo de un nombre y su significado material, una palabra con un significado metafórico y otro material, el doble sentido propiamente dicho (lo que suele llamarse juego de palabras), la equívocidad de vocablos y el doble sentido con alusión.

- El desplazamiento, en el que ocurre un desvío de la ilación del pensamiento a veces vinculada a la expresión literal, otras, independiente a ella. El desplazamiento muestra a simple vista una logicidad que una vez analizada con mayor detenimiento deviene en falacia.

- El sinsentido, que consiste en la presentación de un disparate o sin sentido, con el objetivo de ilustrar por medio de éste otro hecho tonto o disparatado.

- Unificación y coordinación, a través de las cuales se genera una unidad de sentido, se conjugan conceptos dispares o se generan enumeraciones extrañas o ilógicas que provocan la comicidad.

- Figuración por lo contrario, la cual nos da una respuesta opuesta a la que esperamos por lógica, con un devenir o consecuencia totalmente irrisoria.

- Chistes de sobrepuja, son aquellos en los que un “sí” sería lo correcto al planteamiento que se hace, pero sin embargo aquél es sustituido por un “no”, que empero equivale a un “sí” en su idea, reforzada a continuación (funciona igual en el caso inverso).

- Figuración por formación de una misma trama; co pertenencia, a través de la cual se llega al pensamiento que se quiere exponer por una serie de asociaciones y razonamientos que se intercalan y agrupan con facilidad.

- Figuración indirecta, la cual toma dos formas: figuración por algo pequeño o mínimo, que expresa un carácter íntegro a través de la presentación de una nimiedad, o figuración por medio del símil.

Cabe destacar respecto de la técnica del sinsentido, que consideraremos dos grandes posibilidades en el uso de este recurso: el absurdo y la ironía. El primero refiere al pensamiento irracional o a una conducta extravagante, apartada de lo considerado normal o convencional. Lo absurdo es disonante, desatinado, disparatado, irrazonable, insensato o estúpido.

Por su parte, la ironía consiste en dar a entender lo contrario de lo que se dice. Este vocablo remite a la ignorancia fingida. También se aplica el término cuando una expresión o situación parece incongruente o tiene una intención que va más allá del significado más

simple o evidente de las palabras o acciones. Algunas formas a través de las cuales se crean expresiones irónicas son: sarcasmo, cuando la burla es tal que se convierte en un insulto; a antífrasis, cuando se otorga a algo un nombre que indique cualidades contrarias a las que posee, y mímesis, a través de la cual se imita burlescamente a quien se quiere ridiculizar.

Las mencionadas hasta aquí son las técnicas que hacen a la creación del chiste, a su esencia, lo que queda demostrado en tanto que el chiste se evapora en cuanto removemos lo que a través de estos mecanismos se ha operado en la expresión.

Para unificar todas estas técnicas bajo un común denominador, deja en evidencia Freud (1905) que en todas ellas existe una innegable tendencia al *ahorro* pero que sería inapropiado, no obstante, formular la afirmación por el camino inverso, ya que no toda condensación o ahorro en la expresión es por ese solo hecho chistoso. Cuestiona igualmente el autor si efectivamente se produce un ahorro en tanto el ejercicio intelectual que conlleva la creación del chiste implica un gasto, y vale decir, la mayor parte de las veces, superior a los beneficios ganados del haberse ahorrado unas palabras que, seguramente, habrían acudido fácilmente a la mente por ser cotidianas.

La ganancia llega sin embargo —explica Freud— con el placer producido al comunicar el chiste, dando espacio a la consecución de una voluntad no externamente expresada, sino reprimida por el accionar de la sociedad. De este modo, el carácter de chiste radica en la forma de expresión y las técnicas tienen la capacidad de provocar en el oyente una sensación de placer.

Por otro lado, y en consonancia con los enunciados del autor ya referido, dividimos los chistes en dos categorías: los chistes en la palabra y los chistes en el pensamiento. Los chistes en la palabra albergan la gracia en la simple expresión verbal, el enunciado es lo que construye lo cómico. Por el contrario, en los chistes en el pensamiento lo gracioso se presenta asimismo en lo conceptual, en el orden las ideas.

Adicionalmente, los chistes pueden diferenciarse según sean inocentes o tendenciosos. Ambas clasificaciones son independientes entre sí.

Los chistes inocentes utilizan frecuentemente el juego de palabras y la similitud para expresar un pensamiento. Los chistes tendenciosos producen, en virtud de su tendencia o intención con que fueron creados, un placer que el chiste inocente no provoca. Cuando el chiste no es un fin en sí mismo, sino que se pone al servicio de alguna tendencia, sólo existen dos posibilidades: es un chiste hostil que sirve a la agresión, la sátira, la defensa; u es obsceno, buscando un desnudamiento.

El chiste obsceno es un desnudamiento de la persona a la que va dirigido, fuerza a representarse la parte del cuerpo o el desempeño en cuestión y le muestra al receptor que el emisor se representa eso mismo. Represiones sociales y un largo proceso de

construcción de convenciones han llevado a las personas a reprender estas intenciones y reprimirlas fuertemente, dando lugar a que aparezcan a través de la utilización de subterfugios como el chiste.

Ahondando en las sentencias de Sigmund Freud (1905), hallamos que el chiste tendencioso necesita de tres personas: quien lo enuncia, quien es objeto de la agresión u hostilidad y el oyente, en quien se cumple el propósito del chiste, que es el de producir placer.

Como explica el autor austríaco, el decir cosas obscenas es más común en el vulgo, y el sólo hecho de enunciarlas causa gracia, sin reclamar mucho a la técnica del chiste. Sin embargo, al entrar en el círculo de la sociedad refinada es en donde se hace indispensable que haya un verdadero chiste, y sólo ha de aceptarse una risa a partir de alguna obscenidad si hay un verdadero chiste. Hemos aquí el servicio que el chiste presta a esta tendencia. Permite la satisfacción de una pulsión concupiscente u hostil contra un obstáculo que se interpone, sea un mandato social o la propia represión. Se atribuye a la cultura y a la educación elevada una gran influencia sobre la represión, perdiendo así la persona posibilidades de goce primarias, desestimadas por el obrar de la censura. Ahora bien, la psique humana no tolera las pérdidas ni renunciadas, por lo que surge así el chiste como un medio para recuperar lo perdido.

En cuanto a los chistes hostiles, las condiciones son similares. La sociedad reprime todo impulso discrepante que tengamos hacia nuestros semejantes. De este modo, la hostilidad activa y violenta es reemplazada por la invectiva de palabra. De niños utilizamos como recurso la fuerza, luego la sociedad nos enseña que es indigno valerse de insultos y agresiones. Desde que debimos renunciar a expresar la hostilidad de hecho desarrollamos entonces, igual que en el caso de la agresión sexual, una nueva forma de denostar, a través de la que buscamos la complicidad del tercero (oyente) frente a nuestro enemigo. Nos procuramos así el goce de denigrarlo, empequeñecerlo y despreciarlo, volviéndolo cómico.

Pero es necesario en el caso del chiste hostil que la tercera persona, en quien el emisor busca complicidad frente al enemigo, tenga un grado de complicidad o indiferencia, de modo que la tendencia a la que sirve el chiste no le cause sentimientos desagradables respecto del planteo que se enuncia. Puede decirse entonces que la tercera persona (quien escucha el chiste) debe poseer la suficiente concordancia psíquica con quien lo enuncia como para disponer de las mismas inhibiciones internas que en la creación del chiste el emisor ha sorteado. Así, cada chiste requiere su propio público.

De este modo se comprende la función del chiste en la agresión hostil, con el cual se aprovechan los costados risibles del enemigo, eludiendo los obstáculos creados por la sociedad, abriendo fuentes de placer que de otro modo son inasequibles.

Concluimos así que el placer que produce el chiste proviene de dos fuentes: la técnica y las tendencias.

Otra arista remarcable en la consideración del chiste desde la perspectiva freudiana es que existe, para quien lo crea, una necesidad imperiosa de comunicarlo. El proceso psíquico de la creación del chiste no se acaba con la ocurrencia del mismo sino que se busca cerrar el ciclo comunicándolo. Esto se debe a que quien inventa el chiste no ríe de él, sino que es su intención que otro ría al escucharlo.

Ampliando el análisis más allá de las técnicas hasta aquí enseñadas, agregamos las '*estrategias de fondo*' y las '*estrategias de superficie*' que se utilizan en todo enunciado de acuerdo a lo explicado por Daniel Prieto Castillo (1999).

En primer lugar se presentan las definiciones de fondo de aquello que se comunica, de entre las cuales prestaremos especial atención a aquellas aristas que tocan más de cerca al tipo de mensaje estudiado.

- Lo manifiesto y lo latente: Todos los discursos se crean con una cierta intención. En este sentido, lo manifiesto del mensaje se refiere al tema tratado y cómo el mismo se presenta, mientras que lo latente alude a las ideas que se desprenden de los enunciados. Lo latente no es sinónimo de expresiones negativas, ya que muy contrariamente a ello se pueden transmitir nuevas visiones o conceptos diferentes a lo convencional acerca del tema expuesto.
- Predicaciones: constituyen todo lo que se atribuye a algo o alguien a lo largo del discurso. Toda descripción se realiza sobre la base de la caracterización a través de adjetivos, sustantivos y verbos adjudicados a cada cosa o persona que nos llevan a formar una determinada imagen de cada uno de ellos. Dicha imagen puede plasmarse en un mapa de predicaciones para el análisis.
- Tipificaciones: enseñan el tema, cosa o persona, a través de esquemas y estructuras escuetas y de fácil reconocimiento para el público. Partiendo de un detalle se caracteriza al objeto o persona en cuestión, calificándolo (o descalificándolo), identificándolo desde una perspectiva reducida que busca indicarnos todo lo que se podría saber o esperar de ellos.

La tendencia a tipificar es un ingrediente cotidiano en todas las relaciones, debido a la necesidad de certidumbre y de simplificación. En general, no vemos sino tipos humanos y clases de cosas, lo cual nos permite organizar el entorno de una manera altamente previsible. El inconveniente se presenta frente al empobrecimiento de las tipificaciones, que se reducen a estereotipos cargados de emotividad y alejados del razonamiento.

En segunda instancia, comentaremos las estrategias de superficie utilizadas para construir los mensajes:

- **Universalización:** Se pronuncia un juicio generalizándolo para todos los miembros de un grupo, raza, etnia, género, etc. Suelen utilizarse palabras como: Todos, ninguno, o bien: el/la/los.
- **Generalización:** Se aplica una misma conclusión a todos los casos similares, de acuerdo a una experiencia particular.
- **Tópicos:** Refieren a los lugares comunes o, en palabras de Prieto Castillo (1999) “lugares sociales” expresados a partir de enunciados familiares a un determinado grupo de pertenencia. Los refranes son ejemplos de tópicos.
- **Personalización:** Se apela al destinatario del mensaje, ya sea través de su nombre, utilizando la segunda persona o por medio de vocativos. El objetivo es involucrar al interlocutor.
- **Despersonalización:** Enuncia leyes universales a través de construcciones comenzadas con el pronombre personal Se.
- **Redundancia:** Si bien es propia del lenguaje coloquial, se utiliza como recurso con el afán de insistir sobre una idea.
- **Comparación:** Se vincula dos elementos atribuyéndole a uno las características del otro. Se utilizan frecuentemente los nexos: como y cual.
- **Metáfora:** Es una suerte de comparación, sintetizada, en la cual no aparece el nexo y el objeto con que se compara es uno con el sujeto.
- **Sinécdoque:** Se hace referencia a un todo a través de una parte o detalle del mismo.
- **Hipérbole:** Es una exageración verbal o visual. Se utilizan aumentativos, abundantes adjetivos o se engrandece un acontecimiento.
- **Sentido de oportunidad:** Consiste en la introducción de palabras específicas dentro de un discurso, las cuales vienen a transformar o tergiversar el sentido del mismo.

Muchos de estos recursos aseguran en numerosos casos un fuerte impacto social del mensaje emitido, ya que utilizan expresiones ampliamente conocidas por el común de la gente y conducen al reconocimiento de patrones y convenciones profundamente arraigadas que derivan en la rápida comprensión de la idea que se busca transmitir.

Por otro lado, destacamos otro recurso que si bien se presenta con especial peso en una de las publicaciones seleccionadas para este estudio, es utilizado por todas. La caricatura suele ser un retrato u otra representación humorística que exagera los rasgos físicos o faciales, la vestimenta, o bien aspectos comportamentales y/o modales característicos de un individuo, con el fin de producir un efecto grotesco. A través de la

caricatura se pueden ridiculizar también situaciones e instituciones políticas, sociales o religiosas, y los actos de grupos o clases sociales.

Mencionaremos a continuación las relaciones entre lo verbal y lo visual (Prieto Castillo, 1999), las cuales pueden ser:

- De anclaje: el texto indica cómo leer la imagen.
- De redundancia: el texto insiste en algo que la imagen presenta muy claramente de modo visual.
- De inferencia: texto e imagen se refuerzan, se sostienen mutuamente y colaboran ambos en un mismo sentido para la comprensión del mensaje.
- De contradicción: texto e imagen transmiten ideas diferentes.

Prieto Castillo (1999) distingue asimismo cuatro figuras especialmente utilizadas en las historietas. Ellas son: sinécdoque, hipérbole, metáfora y metonimia. Ésta última, que no hemos mencionado aún, consiste en mostrar aquello que se desea a través de sus efectos o consecuencias.

Las relaciones verbo-icónicas son muy ricas ya que tanto el texto como la imagen generan sentidos y se vinculan para reforzarse mutuamente, generar ideas encontradas o explicarse recíprocamente. Esto resulta de gran valor en las tiras cómicas, ya que la combinación del lenguaje con imágenes genera un amplísimo abanico de posibilidades comunicativas que se plasman en el material abordado, y que se observaron desde una perspectiva semiótica a fin de desglosar los elementos constitutivos y sus sentidos.

Partiendo desde la semiótica misma, la definimos como “teoría de todos los lenguajes y de todos los sistemas de significación” (Greimas, 1973, p52) o, de otro modo, como “ciencia de todos los signos en uso” (Bobes, 1989, p69). Esta disciplina admite un objeto de estudio de índole verbo-icónica como son las tiras cómicas, comprendiendo que su significación no se reduce a lo que de un determinado signo se comprende, sino que el intercambio comunicativo sufre constantes desplazamientos, que constituyen en cada caso un significado parcial, no definitivo ni absoluto. Tal pensamiento nos dirige a la concepción del signo, la cual se conforma a partir de variados aportes, comenzando por las nociones de significante y significado de Saussure, que a pesar de constituir un enfoque un tanto estático del signo, son el puntapié inicial para el análisis. Este enfoque postula una visión acabada del signo, en donde a un significante le corresponde un significado y viceversa, como se corresponden ambas caras de una moneda. Luego posturas más dinámicas han venido a complementar la definición inicial de signo, considerando entonces que lo que se da en forma estricta son las funciones que cumplen los signos.

El planteamiento de la semiótica norteamericana también abrió otras vías a la concepción del signo, a través de Peirce. En efecto, en su teoría se entiende que el signo se relaciona con el objeto en cuanto que es signo de ese objeto, mientras que en otra

dimensión, el signo se vincula con el interpretante, o pensamiento que lo interpreta (no su intérprete o persona que efectúa la interpretación); el objeto, entonces, se relaciona con el intérprete en la medida en que equivale a él en ese pensamiento y el significado del signo es entonces aquello que el signo transmite.

La relación entre el signo icónico y su referencia está dada por la reproducción de las condiciones perceptivas más señaladas del objeto, las cuales se seleccionan a partir de códigos de experiencia o de reconocimiento, claramente convencionales.

Como menciona en su obra Miguel Ángel Muro (2004), a través de las palabras de Eco,

“El signo icónico ofrece al receptor un conjunto de estímulos que guardan la misma relación que en el objeto y que pertenecen tanto a la experiencia perceptiva singular como a la codificada por la cultura, o, dicho de otro modo, la relación del signo icónico con el objeto se da a través del modelo perceptivo, que, a su vez, se codifica culturalmente.

La condición de los signos icónicos se plantea, por tanto, en el cruce entre convencionalidad y arbitrariedad. El signo icónico participa de lo convencional (en el sentido de responder a una codificación cultural), y (al mismo tiempo, cabría subrayar) la relación entre su significante y su significado puede no ser arbitraria.” (P 85)

A lo anterior se suma el hecho de que los códigos de los signos icónicos son débiles, en el sentido de que en ocasiones es posible identificar una figura con la que se corresponden, pero cuando ello se dificulta, ha de identificárselos con enunciados. Asimismo, la relación del significante del signo icónico con una determinada referencia implica participación del sujeto que aporta rasgos, elabora y transforma lo recibido por relación a un tipo dado o modelo interiorizado y estabilizado como representación mental, sobre la modalidad de la analogía.

Es por ello que calificamos a las historietas como

“signos de límites imprecisos y espesos, en el sentido de constituirse a partir de la intersección de varios códigos (el lingüístico, el estético, el sociocultural y los perceptivos -el visual y el espacial, que ancla al anterior), lo que hace que conjuguen en un momento de corte sincrónico diferentes significados o diferentes sentidos.”
(Muro, 2004, p43)

Las tiras cómicas establecen variadas relaciones entre sus componentes, lo que deviene en la funcionalidad simultánea del mismo elemento en diferentes niveles y contextos.

En este tipo de discurso, la cohesión está dada principalmente por la continuidad de la imagen de los personajes y/o espacios, como así también por la contigüidad de las partes del texto. Importancia sustancial tienen también la figura física de espacios y personajes, y en éstos, su gestualidad. Asimismo, el vector temporal es otro elemento de primer orden en la estructura.

Como indica Will Eisner, (1985)

“el fenómeno de la duración y su experiencia –lo que solemos llamar ‘tiempo’ - es una dimensión esencial del arte secuencial. En el universo del conocimiento humano, el tiempo se combina con el espacio y el sonido en un marco de dependencia recíproca en el que conceptos, acciones, gestualidad y movimiento tienen un significado y son medidos por nuestra capacidad de comprender su mutua relación”.
(p24)

Cabe subrayar también que la interpretación de las tiras cómicas requiere indefectiblemente la intersección de los códigos del autor y del receptor, y allí donde no se encuentran ambos es donde surgen los reajustes de sentido.

“La comprensión de la imagen requiere una experiencia común. El historietista necesita conocer la experiencia vital del lector. Se ha de establecer una influencia recíproca, pues el dibujante evoca imágenes que están almacenadas en las cabezas de ambos.” (Eisner, 1985, p15)

La interpretación de los elementos dentro de la viñeta, la disposición de las imágenes y su relación entre sí en la secuencia son la “gramática” (Eisner, 1985) básica con la que se construye la historia. Mencionado esto, nos enfocamos primeramente en dos elementos fundamentales: la viñeta y el globo, bocado o bocadillo donde se ubican los textos.

La viñeta es la unidad mínima con significado narrativo; representa un instante de la historia. Cada viñeta corresponde a un encuadre y ocupa un espacio y un tiempo, representando aquello que se cuenta a través de una sucesión de imágenes que forman una secuencia con significado.

En este sentido, el elemento central para transmitir el paso del tiempo es la viñeta. Las líneas delimitan, contienen y segmentan cada escena. Los globos funcionan también

denotando el tiempo. Asimismo los fenómenos naturales, los movimientos y los demás sucesos transitorios que tienen lugar en las viñetas y se describen a través de símbolos reconocibles, se vuelven parte del vocabulario utilizado para significar el paso del tiempo. La dimensión del tiempo resulta ineludible para imitar la realidad y provocar la empatía del lector.

En una historieta captamos visualmente el paso del tiempo en el desarrollo secuencial de las imágenes. Asimismo, cabe remarcar que la viñeta es una noción de espacio, ya que dentro de la misma se selecciona una porción de la realidad y para leerla se necesita un espacio de tiempo que no es solamente físico, sino también psicológico, lo cual es determinado por varios factores:

Tamaño de la viñeta: se lee antes una viñeta pequeña que una grande. Además, y como seguimos el orden de lectura, se tarda más en leer una viñeta alargada horizontalmente que una alargada verticalmente.

Información visual: se lee antes una viñeta con poco dibujo que una con muchos detalles. Si los detalles aportan elementos importantes, también necesitarán ser leídos.

Información textual: se lee antes una viñeta con poco texto que una con mucho, al igual que se tardará más en una con más bocadillos. Además, la complejidad del texto también hará que su lectura sea más o menos rápida.

Por otro lado, la distribución de las viñetas influye en el efecto que crea la narración. Las distribuciones regulares son las más comunes ya que suelen utilizarse para graficar viñetas calmadas o con carga narrativa. Las distribuciones irregulares son aquellas que no pueden definirse mediante columnas y filas; generalmente presentan formas extrañas y se utilizan para escenas de acción o descripciones, donde el lector puede perderse en los detalles. En otras ocasiones se utilizan de manera que colaboren de forma gráfica con la trama.

De lo antedicho se desprende que para transmitir el ritmo, que es la manipulación de los elementos del tiempo para comunicar un mensaje específico, el componente decisivo son las viñetas: su número y tamaño. Por ejemplo, un mayor número de viñetas provoca una compresión del tiempo. La acción se vuelve más segmentada, a diferencia de lo que sucede en las viñetas más grandes. Al colocar las viñetas muy juntas, alteramos la “velocidad” del tiempo transcurrido en su sentido más estricto.

La forma de las viñetas también ha de tomarse en cuenta. Cuando se busca presentar una acción deliberada, las viñetas están separadas en cuadrados perfectos. El ritmo y la velocidad van entrelazados. Las viñetas verticales y estrechas transmiten una sensación de proximidad; intensifican un tempo ascendente. Asimismo, se puede cambiar la perspectiva para añadir tiempo sin alterar el ritmo.

Para contar sus historias, los dibujantes se basan en el movimiento de las imágenes a través de un espacio. Deben capturar los acontecimientos que forman la narración, desmenuzándolos en una secuencia de segmentos: las viñetas. De este modo, la cuestión vital es disponer la secuencia de acontecimientos de forma que se llenen los vacíos de la acción, lo cual el lector hace a partir de la propia experiencia. La segmentación es sin duda un acto arbitrario y es en esa encapsulación donde el dibujante emplea su habilidad para narrar.

En las historietas hay dos tipos de fotograma: la página completa y cada una de las viñetas que las componen. Ambas son elementos de control del arte secuencial. El lector occidental lee de izquierda a derecha, de arriba abajo, y ello se plasma en la disposición de las viñetas.

La disposición más básica de la viñeta es aquella en la que tanto el tamaño como la proporción permanecen rígidos. Es lo más común en la tiras, por una cuestión de requerimientos de los diarios respecto de la distribución del espacio para su publicación.

Además de su función principal como marco de los objetos y acciones, el recuadro de la viñeta puede ser usado como parte del lenguaje no verbal. Generalmente las líneas rectas de las viñetas muestran acciones en el presente, los marcos ondulados o festoneados suelen referirse al pasado o revelan pensamientos, las líneas recortadas exponen estados de alteración, violencia, etc. El contorno dentado implica una emoción explosiva, transmite un momento de tensión y se relaciona con el sonido de la radio o las transmisiones telefónicas. La viñeta sin recuadro hace alusión a un espacio ilimitado. Tiene el efecto de englobar un fondo conocido pero que no se ve.

De lo anterior se desprende que el marco de la viñeta o su ausencia es parte de la historia. El marco se puede utilizar para transmitir algo referente al sonido o al clima emotivo en el que transcurre la acción, como así también contribuye a la atmósfera de la página en su conjunto. Además de ofrecer un escenario, sirve para involucrar más al lector en la narración. En este sentido, el hecho de que un personaje traspase los límites de las viñetas sugiere poder, amenaza, violencia. Otras veces, el perímetro sirve para sugerir las dimensiones del espacio, por ejemplo utilizando las viñetas como puertas o ventanas, ya sea para significar encierro u otra situación. La función emocional del marco de la viñeta está entonces en la búsqueda de una reacción en el lector. De este modo, el contorno de la viñeta está al servicio de la narración y la gama de posibilidades del mismo sólo está limitada por los requisitos de lo que se cuenta y la dimensión de la página.

Al igual que un escenario, la viñeta controla el punto de vista del lector y establece la perspectiva desde la cual se observa la acción. Ello genera emociones en el lector que devienen en diferentes grados de implicación. De esta manera, el punto de vista determina con quién se identifica el lector. Puede plantearse la narración desde un punto de vista en

primera persona, donde se ven los acontecimientos a través del yo de la historia; un punto de vista limitado en tercera persona, el cual es el estilo narrativo más común; y el punto de vista omnisciente, a través del cual es lícito describir sucesos simultáneos, pensamientos y sentimientos de los personajes o información aún no develada.

En cuanto a la función que cumple la perspectiva, ésta manipula la orientación visual del lector en función de las intenciones narrativas del autor. Al mirar la escena desde arriba el lector se aparta de la acción, se vuelve más observador que participante. Ahora bien, cuando el lector contempla una escena desde abajo se percibe más pequeño que los hechos, lo cual puede sugerir miedo, poder del personaje, etc.

La perspectiva de las escenas situadas al nivel de los ojos del lector refuerza el realismo de la historia.

Dentro de la viñeta merece también especial atención el tema de los planos. La clave está en mostrar los hechos como serían captados por la vista del lector. El mayor obstáculo a superar en las viñetas es la tendencia del ojo del lector a vagar. No hay manera, por ejemplo, de que el dibujante pueda evitar que el lector empiece por leer la última viñeta. Sólo el pasar de página proporciona un ligero control. Todo depende de la voluntad y colaboración del lector.

Existen diferentes denominaciones para los planos utilizados en las viñetas, pero en términos generales se coincide en una clasificación como la siguiente:

Gran Plano general (G .P .G.): plano muy abierto que describe el ambiente en el que se desarrolla la acción. Los personajes aparecen pequeños y puede observarse todo el entorno.

Plano General (P.G.): Visión más cercana que el plano anterior, aparece el escenario donde transcurre la acción, como así también los personajes, pero más detalladamente.

Plano tres cuartos o plano americano (P.A.): La viñeta corta al personaje por las rodillas. Así, podemos distinguir el gesto del personaje y su movimiento.

Plano medio (P.M.): Este plano muestra al personaje hasta la cintura, permitiendo distinguir al lector la expresión del rostro. También se aprecia parte del escenario como fondo.

Primer Plano (P.P.): Encuadra toda la cara del personaje o algún detalle concreto: sus manos, un objeto, etc.

Plano detalle (P.D.): Es un plano muy cercano que muestra un detalle concreto del rostro del personaje o de una parte de algún objeto, para que el lector se fije en este elemento que resulta esencial para la comprensión de la secuencia.

Los planos más cerrados requieren que el lector complete la imagen de la viñeta que se le presenta, ya sea con el conocimiento previo que brinda la historia o con la propia experiencia.

Volviéndonos ahora hacia otra unidad central, decimos que el bocadillo o globo es un componente muy significativo en tanto logra capturar y hacer visible el elemento etéreo: el sonido. La disposición de los globos entre sí, respecto de la acción, o respecto del hablante contribuye a medir el tiempo. Los bocadillos ordenan la conversación y asimismo permiten entender la duración del habla.

Cabe mencionar que una vez que se fue afianzando el uso del globo, éste fue más sofisticado y comenzó a contribuir en la creación del sentido del relato. El contorno ya no fue sólo para contener palabras, sino para transmitir el tono de la narración. Del mismo modo, dentro del globo la escritura refleja la naturaleza y la emoción del habla.

Como plantea Will Eisner (1985, p99), “la imagen más universal con la que tiene que tratar el artista es la figura humana.” El cuerpo humano, la estilización de sus formas, la codificación de su gesticulación emocional y sus posturas, todo ello está almacenado y registrado en la memoria, formando un vocabulario no verbal de gestualidad; un inventario basado en la observación. Al respecto agrega el autor estadounidense (1985),

“no se sabe gran cosa acerca de dónde o cómo almacena el cerebro los innumerables fragmentos de memoria que contribuyen o se vuelven comprensibles al ser dispuestos en una cierta combinación. Pero lo que sin duda resulta patente es que cuando se muestra una imagen hábilmente dibujada, puede dispararse un recuerdo que es reconocido”. (P108)

Es una memoria común a la experiencia de todos. Precisamente por esa razón, la figura humana y el lenguaje corporal son uno de los ingredientes esenciales de las tiras cómicas.

Si bien se han hecho muchos intentos por codificar las posturas humanas bajo un “lenguaje corporal”, el caso es que la lectura de las posturas humanas es una habilidad adquirida que poseen prácticamente todas las personas, aprendida desde la infancia.

Tanto la postura corporal como la gesticulación ocupan un lugar preponderante con respecto al texto. La manera en que se emplean las imágenes modifica el sentido de las palabras, ya que las imágenes pueden sugerir emociones y dar modulación auditiva a la voz del hablante.

Hay numerosos gestos que son de fácil reconocimiento, como los que siguen:



De acuerdo con la definición de Will Eisner (1985), decimos que una postura es *“un movimiento seleccionado de una secuencia de momentos relacionados en una sola acción”*. La postura congelada cuenta la historia, dando cuenta al lector de sus momentos previos y posteriores. La selección de posturas clave busca transmitir no sólo el paso del tiempo, sino también las emociones implicadas.

“La compleja aplicación y despliegue de gestos y posturas es algo más que la comunicación del estilo de vida de un personaje; lo registrado a través de las historias constituye una observación sociológica” (Eisner, 1985).

Los músculos de la cara reflejan emociones y sentimientos: dolor, esfuerzo, molestia, bienestar, placer, acción o movimiento. Suele decirse en el saber popular que la cara es la ventana de la mente, con lo que se quiere significar que la cara transmite y resume todos los estados anímicos de la persona. Asimismo, el rostro es terreno familiar para todos los seres humanos: revela las emociones y actúa como adverbio de las posturas y gestos corporales. Por eso los dibujantes se basan en la cara para transmitir el movimiento corporal completo.

El semblante es la parte del cuerpo que más conoce el lector, y es aquello que respalda la palabra hablada. A diferencia del cuerpo, sus gestos son más sutiles, pero también más fáciles de entender.

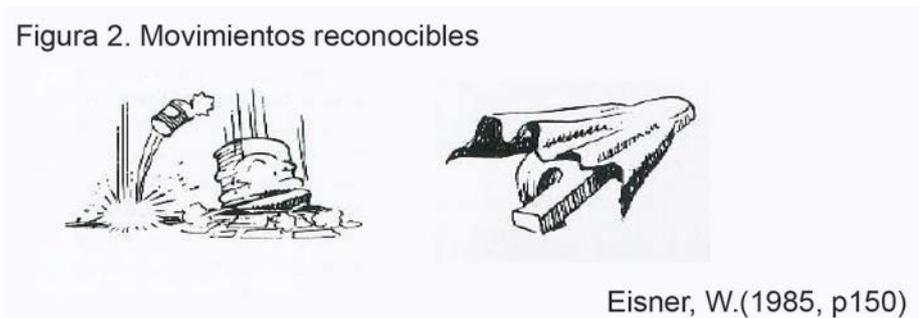
El arte secuencial trata con imágenes reconocibles. Las herramientas son seres humanos, animales, objetos, instrumentos, fenómenos naturales y el lenguaje. Pero es central para el dibujo el considerar las posibilidades y limitaciones de los seres y objetos que se representan. Por ejemplo, el hombre posee una gama de movimientos limitados en su cuerpo. Asimismo se debe razonar la perspectiva, la distancia, la relación de una forma con otras, su configuración y tamaño, todo lo cual se maneja partiendo de una línea de horizonte y un punto de fuga.

Por otro lado, tal como refiere en variadas oportunidades Will Eisner, han de tenerse en cuenta también las luces y sombras. Cuestiones esenciales como el hecho de que la luz procedente de una fuente tiene un espectro en que se abre; que la ausencia de luz es oscuridad; que un objeto que intercepta un haz de luz se percibe oscuro en el lado opuesto a donde esté iluminado, son todos elementos que colaboran en crear un efecto emocional y que han de presentarse para generar sentidos: las sombras provocan miedo, mientras que la luz denota seguridad.

A lo anteriormente mencionado se agrega que los objetos con los que nos relacionamos tienen una anatomía y un alcance limitado de capacidad operativa que deben tomarse en cuenta. Los mecanismos y funcionamiento de máquinas u otros objetos reales deben ser verosímiles, ya que el lector rechazará los dibujos incorrectos.

Del mismo modo se presenta como elemental la Ley de gravedad a la que responden todos los objetos que están en la Tierra cuando caen o se mueven generando movimientos reconocibles como los de las figuras siguientes:

Figura 2. Movimientos reconocibles

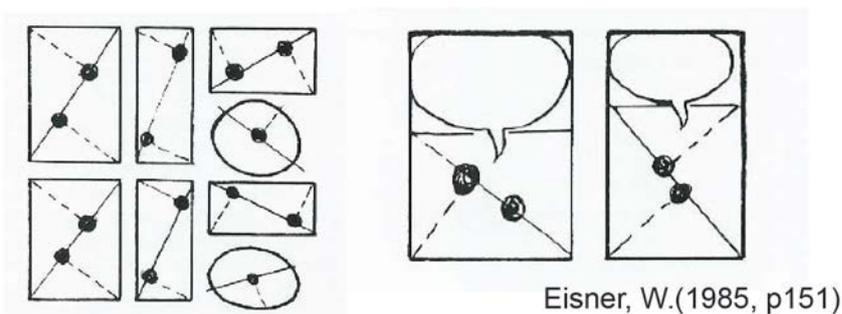


Respecto de la composición se considera cada viñeta como un escenario donde tiene lugar una disposición de elementos colocados según un propósito determinado. Nada es accidental ni producto de un descuido.

Especial reparo en la composición de una escena requiere el centro de atención de la misma. La viñeta es una forma geométrica que tiene un “punto focal” donde se detiene la mirada del lector antes de abarcar el resto de la escena. Cada viñeta tiene su punto focal de acuerdo con su forma.

“Los puntos focales de una viñeta se encuentran en el punto donde las líneas perpendiculares que arrancan de esquinas opuestas se cruzan con una diagonal que parte de las esquinas restantes. Esas áreas normalmente se utilizan para situar la acción u objeto relevante”. (Eisner, 1985, p150)

Figura 3. Puntos focales de las viñetas



Cuando un bocadillo domina la mayor parte de una viñeta, el área restante configura la caja, que se encuentra supeditada a un punto focal. Sin embargo, hay ocasiones en las que los puntos focales pueden emplearse, -y en efecto se emplean- arbitrariamente.

Pasando ahora a reflexionar sobre otro elemento constitutivo de las tiras, decimos que el bocadillo es leído y al mismo tiempo “oído” por el lector en su cabeza, por lo que es un importante vehículo a través del cual el dibujante da color y personalidad a sus personajes.

Dentro del bocadillo, provoca gran impacto la tipografía utilizada para cada enunciado. El diseño de la letra resulta remarcable, ya que contribuye a construir sentidos en el relato. En efecto, la tipografía se utiliza para sugerir estados de ánimo, movimientos y sonidos, y los caracteres escriturales pasan a funcionar como imágenes. Algunos ejemplos son: la utilización de negrillas para enfatizar; las mayúsculas para significar gritos o volumen alto, las onomatopeyas para indicar sonidos y golpes, y la deformación u ondulación de los caracteres para indicar situaciones de miedo, sobresaltos, nerviosismo o sufrimiento. Asimismo los dibujantes de las chanzas cuentan siempre con enfatizadores verbales, no verbales y gestuales que refuerzan las ideas.

La negrita acentúa las palabras, pero también cumple una función visual, en tanto el lector primero ojea lo que se destaca de la página, y luego se detiene a leer en detalle.

Luis Gasca y Román Gubern, autores del *Diccionario de onomatopeyas del cómic* (2008), determinan una serie de fundamentos sobre este tema:

La onomatopeya es una figura retórica de dicción y más precisamente un ícono acústico, pues aspira a convertirse en traducción oral y/o escrita de los ruidos. Por su condición de fonema mimético, colorea emocionalmente y aporta connotaciones a cada expresión dentro del marco de cada contexto cultural.

Las onomatopeyas se pueden dividir en cinco categorías:

- Sonidos no verbales de producción humana: gemidos, ronquidos, suspiros.
- Sonidos de producción animal: mugidos, ladridos.
- Sonidos producidos por la naturaleza: viento, truenos, terremoto.
- Sonidos producidos por la interacción de un ser vivo y un objeto: golpes, mazazos, disparos.
- Sonidos producidos por objetos: colisiones, zumbidos, timbrazos.

Con la influencia del cómic norteamericano, se amplió el abanico y se inventaron nuevas onomatopeyas, la mayoría de las cuales tuvieron origen en los verbos ingleses: sniff (olfatear, suspirar), glup (tragar), boing (botar), tronch o croing (golpear), splash (salpicar), etc. Todos estos elementos aumentan el valor expresivo de la viñeta, y a través de la forma y el color con que se grafican, completan el sentido del sonido.

Por otro lado, los movimientos cinéticos son signos gráficos en forma de rectas o comillas, que indican la trayectoria o el movimiento de personajes y objetos. Estas líneas describen el movimiento y aportan el dinamismo y la acción a la viñeta.

Adicionando una arista más a la mirada que hacemos sobre las tiras cómicas, decimos de ellas que nacen en y del intercambio humano, para contribuir a conformar la sociedad, con vocación, por tanto, de permanencia, con hábitos y reglas que configuran una competencia de tipo artístico y una tradición que se actualiza mediante la enseñanza, los medios de comunicación y la actividad social. Es por ello que hemos de considerar estos textos inmersos en rasgos culturales, ideológicos, históricos y sociales. De hecho, son numerosas las manifestaciones de autores humorísticos que subrayan la ligazón sus creaciones a un determinado momento histórico.

Haciendo hincapié en todo lo mencionado hasta aquí, insistimos en el carácter social del chiste y en el rol central que juegan la cultura, los procesos de socialización y la sociedad toda en las creaciones humorísticas.

A comic book panel with a yellow background and a speech bubble containing the text "Diseño metodológico". The panel is surrounded by other panels with grey backgrounds and halftone patterns.

**Diseño
metodológico**

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Qué características socioculturales se destacaron en las tiras de las publicaciones humorísticas Rico Tipo, Tía Vicenta y Mafalda entre 1955 y 1973, y cuál es la relación de esos atributos con los hechos acaecidos en ese período histórico?

OBJETIVOS

General

Describir la dimensión sociocultural de la Argentina del periodo 1955-1973 de acuerdo a los elementos y características que se desprenden del análisis de las estrategias comunicativas³, las situaciones, los personajes y las expresiones utilizadas en los mensajes emitidos por las publicaciones Rico Tipo, Tía Vicenta y Mafalda, en relación con los hechos históricos acaecidos en ese período en cuanto ha sido referido por Luis Alberto Romero y Felipe Pigna.

Específicos

- Identificar en las publicaciones humorísticas características sociales y culturales referidas al grupo humano sobre el que versan dichas publicaciones; distinguir asimismo las estrategias comunicativas utilizadas, los personajes, expresiones y las situaciones alusivas a los acontecimientos reales.
- Establecer relaciones entre la tipificación de la sociedad argentina realizada por cada una de las tres publicaciones y el contexto histórico-político.
- Describir las semejanzas y diferencias que se hallaren entre los hechos ocurridos según han sido narrados por Luis Alberto Romero y Felipe Pigna, y los mensajes emitidos por las publicaciones.

³ Las estrategias comunicativas aluden al arte o traza que siguió cada una de las publicaciones seleccionadas, y que le ha valido a cada cual un estilo propio identificable a partir de ciertos rasgos característicos en sus mensajes, tanto a nivel textual como gráfico.

Se trazó una investigación descriptiva cuyo propósito abarcó la identificación y caracterización de rasgos socioculturales de la Argentina durante el periodo 1955-1973, partiendo de los elementos comunicacionales de las tres publicaciones seleccionadas: Rico Tipo, Tía Vicenta y Mafalda. Se realizó un análisis de contenido y discursivo de las mencionadas tiras considerando especialmente el lenguaje, los usos y costumbres plasmados en las historias, como así también los personajes centrales.

La investigación se ajustó para tales fines a un diseño no experimental, transversal descriptivo de acuerdo a los lineamientos referidos por Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio (2010). Se observaron los ejemplares de cada publicación en relación al momento de su impresión caracterizando las dimensiones social y cultural a través de los rasgos destacados en cada revista o tira cómica, considerando un modelo analítico-comparado entre los mensajes emitidos por las fuentes y los relatos de los historiadores seleccionados.

Asimismo, es oportuno mencionar que la investigación presentó un matiz longitudinal en tanto se consideró la línea mantenida por cada publicación a lo largo de los años seleccionados para el muestreo.

Todos los números impresos de la revista Rico Tipo publicados semanalmente entre septiembre de 1955 y abril de 1972, los ejemplares de Tía Vicenta publicados entre agosto de 1957 y julio de 1966⁴ y todas las tiras de Mafalda impresas entre septiembre de 1964 y marzo de 1973 constituyeron la población abarcada por el estudio, sobre la cual se efectuó el muestreo.

Partiendo de los procesos históricos más destacados del período seleccionado, los cuales evidencian sucesivas etapas en tanto pueden comprenderse como unidades con características particulares, consideramos tres lapsos dentro del período 1955-1973, para cada uno de los cuales se designó una publicación de referencia.

Resulta de interés remarcar aquí que las divisiones que puedan establecerse en la historia del hombre son siempre conceptuales. Bien decimos de ellas herramientas que facilitan el abordaje de un continuum de hechos donde no existieron como tales los puntos de inflexión seleccionados, sino que son elementos centrales que nos permiten divisar lo esencial de cada mudanza o proceso, y que nos ayudan a comprender un cambio de época, de sistema político, económico o de cualquier otra índole. La periodización resulta entonces la vía para aprehender los acontecimientos de una manera sintética, aunando etapas por

⁴ En sus inicios Tía Vicenta se publicó semanalmente, luego, en 1964, pasó a ser una divulgación mensual.

sus comunes características, señalando el inicio y fin de procesos históricos más vastos y complejos.

Las tres publicaciones seleccionadas contribuyeron de este modo en el reflejo sociocultural de la argentina en diferentes momentos, habiendo sido elegidas para tal aporte a través de la aplicación de un doble criterio que conjuga la coincidencia de la publicación de cada una en relación al período de estudio seleccionado y/o sus respectivos períodos de apogeo.

El primer lapso fue el que transcurrió desde la Revolución Libertadora que derrocó a Juan Domingo Perón hasta la llegada de Frondizi al gobierno, durante el cual analizamos el retrato de la sociedad realizado por Rico Tipo.

El segundo período comprendió desde el gobierno de Arturo Frondizi hasta los primeros pasos del gobierno de Juan Carlos Onganía, el cual fue caracterizado a partir de las publicaciones de Tía Vicenta.

Finalmente la tercera etapa englobó desde finales de la presidencia de Onganía hasta el llamado a elecciones para 1973, el cual fue descrito a través de la producción gráfica Mafalda.

Destacamos aquí que el hecho de haber incluido en el análisis números de Tía Vicenta publicados previo al periodo preestablecido para dicha revista, se debió al particular interés que revistió para el estudio el lanzamiento de Tía Vicenta en 1957, especialmente al momento de considerar la estrategia comunicativa empleada por Landrú desde el inicio, y que constituyó un rasgo diferencial de la publicación hasta su cierre en 1966.

Esta flexibilidad respecto a la ampliación de la muestra apuntó únicamente a una mejor representación de la totalidad del período seleccionado, permitiendo la extensión de los límites de cada una de las tres etapas definidas cuando así fue requerido.

En concordancia con lo mencionado hasta aquí se tomó una muestra no probabilística dirigida. La selección de las tiras y viñetas de Rico Tipo y Tía Vicenta se realizó por conveniencia (Hernández Sampieri *et al.* 2010), debido a las dificultades que surgieron para el acceso al material. Esto significa que los resultados obtenidos luego del análisis son aplicables casi exclusivamente al material considerado, y sólo luego de un minucioso examen podrían quizá extenderse a casos similares.

Se evaluaron tres números por año y diez tiras o viñetas por número para las revistas Rico Tipo y Tía Vicenta, y se observaron 105 tiras en el caso de Mafalda – a razón de 15 tiras por año-, cuya selección se efectuó siguiendo el método aleatorio simple, a través del cual se extrajeron por sorteo las tiras a ser analizadas teniendo todas las mismas probabilidades de ser elegidas para tal fin.

Mencionamos a continuación cuestiones relevantes respecto a la constitución del estudio. En primer lugar, diremos que se han analizado 385 chistes de extensión variada,

desde viñetas únicas hasta tiras o conjuntos de viñetas de una página, abarcando publicaciones desde agosto de 1955 hasta marzo de 1973, distribuidas de la siguiente manera:

- 100 viñetas y tiras de Rico Tipo
- 180 viñetas y tiras de Tía Vicenta
- 105 viñetas y tiras de Mafalda

Cabe destacar que frente a las dificultades de hallazgo de las publicaciones más antiguas, se ha compensado en cuanto fue posible con cuatro ejemplares por año cuando no se encontraron tres en el año previo.

PLAN DE ANÁLISIS:

Entendemos por *características* aquellas cualidades que dan carácter, representación, forma o distinguen a la sociedad argentina del período 1955-1973. En tanto *socioculturales* pertenecen o son relativas al estado cultural del grupo humano considerado y al grupo mismo en su constitución y existencia.

De tal modo, un elemento sociocultural tendrá que ver principalmente con las realizaciones humanas que puedan servir tanto para organizar la vida comunitaria como para darle significado a la misma.

Cuando se aplica el adjetivo de sociocultural a algún fenómeno o proceso se hace referencia a una realidad construida por el hombre que puede tener que ver con la manera en que interactúan las personas entre sí, con el medio ambiente y con otras sociedades. Son las diferentes formas de organización y jerarquización social, las diversas expresiones artísticas, la creación de instituciones que tuvieran por objetivo ordenar la vida en comunidad, la instauración de pautas morales de comportamiento, el desarrollo de las religiones y estructuras de pensamiento, la creación de sistemas educativos, mencionando sólo algunos de los elementos.

Aquello comprendido en lo sociocultural versa sobre el desempeño del ser humano en un tiempo y espacio dados que hacen que los resultados de su accionar sean completamente específicos y únicos, debiendo ser analizados por tanto a la luz de las condiciones y especificidades de tal situación.

Para detallar qué elementos quedan comprendidos dentro de las características socioculturales que se consideraron en la investigación, definiremos *cultura*:

Todas las costumbres, creencias, valores, conocimientos y artefactos que se aprenden y (...) los símbolos que se comunican constantemente entre un conjunto de personas que comparten una vida común. (...) Cultura significa una forma de vida completamente aprendida de la sociedad. (Light, D.; Keller, S.; Calhoun, C.; 1991, p79)

De todos los elementos identificados por Light *et al.* como constitutivos de la cultura, reflexionaremos en este estudio sobre los que resultan de especial interés y de mayor representación en el material seleccionado, a saber: valores, normas, tradiciones, costumbres, símbolos, artefactos y lengua.

Contemplamos asimismo la familia, el trabajo, el consumo, el entorno físico, la educación, la población y la cohesión como elementos caracterizadores del aspecto social.

Los componentes observados fueron rastreados en los mensajes emitidos por las tres publicaciones seleccionadas y analizados en contexto. En cuanto al nivel de medición de cada ítem de la variable, fue nominal.

Se contemplaron menciones relativas a los elementos de la cultura y de la sociedad a través de los siguientes indicadores: actitudes de los personajes, elecciones y toma de decisiones (valores); rutinas (costumbres); modismos, expresiones (lengua); composición, roles (familia); nivel educativo, recursos educativos físicos (educación); profesión, empleo, huelgas (trabajo); alusiones a precios, ciencia, tecnología, bienes y servicios (consumo); energía, transporte, medio ambiente, (entorno físico); alusiones a actividades culturales, ocio, medios de comunicación, vacaciones, turismo y deportes (cultura); pobreza y desigualdad económica, desempleados, personas mayores, extranjeros, justicia, seguridad, participación cívica (cohesión social), estructura de la población, movimientos poblacionales y migratorios (población).

HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS:

Análisis de contenido:

Se observaron los mensajes de una manera objetiva, sistemática, y cuantitativa con el fin de hacer inferencias válidas y confiables de las características socioculturales de la Argentina entre 1955 y 1973 en relación a su contexto.

El análisis de contenido resulta una técnica idónea para describir tendencias en el contenido de la comunicación y caracterizar la sociedad reflejando actitudes, valores y creencias, entre otros aspectos constitutivos. Por ello, a partir de esta herramienta se desarrolló, a través de la codificación de las características relevantes del contenido de los mensajes, la descripción y análisis de cada tira/viñeta. Se identificaron asimismo las temáticas y expresiones presentes, analizando su frecuencia.

Análisis de discurso:

Se contempló el análisis de discurso en tanto, -como plantean los estudios lingüísticos y semánticos a lo largo de la historia- el lenguaje no es transparente ni los signos son inocentes. La connotación va con la denotación, y si bien el lenguaje muestra, también distorsiona y oculta, resultando que en ocasiones lo expresado refleja directamente lo pensado y otras veces sólo es un indicio ligero, sutil o cínico del mensaje subyacente.

Esta opacidad del lenguaje plantea la idea de que no basta explicar la comunicación humana como un proceso de codificación y decodificación pues ésta tiene un componente distintivo que radica en que a menudo importa más la inferencia que los signos provocan que el significado literal de ellos, o sea, las palabras significan mucho más de lo que dicen.

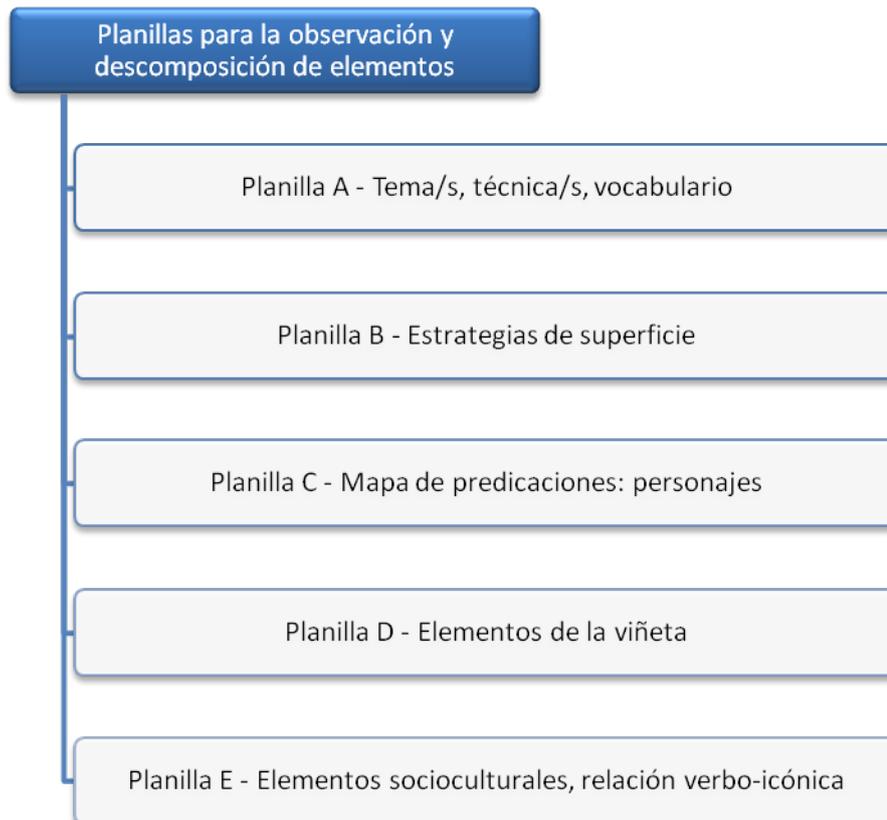
Asimismo el análisis de discurso colaboró en los intentos de registrar las formas del lenguaje en uso, y su uso real. De esta manera, los discursos nos permitieron comprender y explicar procesos, contenidos, problemas y características sociales y culturales.

Es oportuno detallar en este punto los cuatro niveles diferenciados de análisis utilizados: un nivel textual, uno contextual, uno interpretativo y uno dedicado a lo visual, a la imagen. El análisis textual nos ofrece una caracterización del discurso, centrada fundamentalmente en el plano del enunciado; el análisis contextual brinda una comprensión del mensaje a través de la referencia a la situación particular de la enunciación; la interpretación proporciona una explicación de los elementos y el sentido del texto en cuestión, con especial foco en el plano social y considerando el discurso en su dimensión de producto social. Por último, el análisis de la imagen permite otra lectura, agregando sentidos

al mensaje, reafirmando lo expresado con palabras o generando una relación de oposición a ello.

A través de los niveles referidos se analizaron los mensajes desde una óptica que combina las miradas cuantitativa y cualitativa, generando una descripción más profunda.

A modo de resumen de las planillas utilizadas para la recolección de datos presentamos el siguiente esquema:



The image features a central orange panel with a halftone dot pattern, set against a background of grey panels with halftone patterns. A white speech bubble with a black outline is positioned in the center of the orange panel, containing the word 'Resultados' in a bold, black, sans-serif font.

Resultados

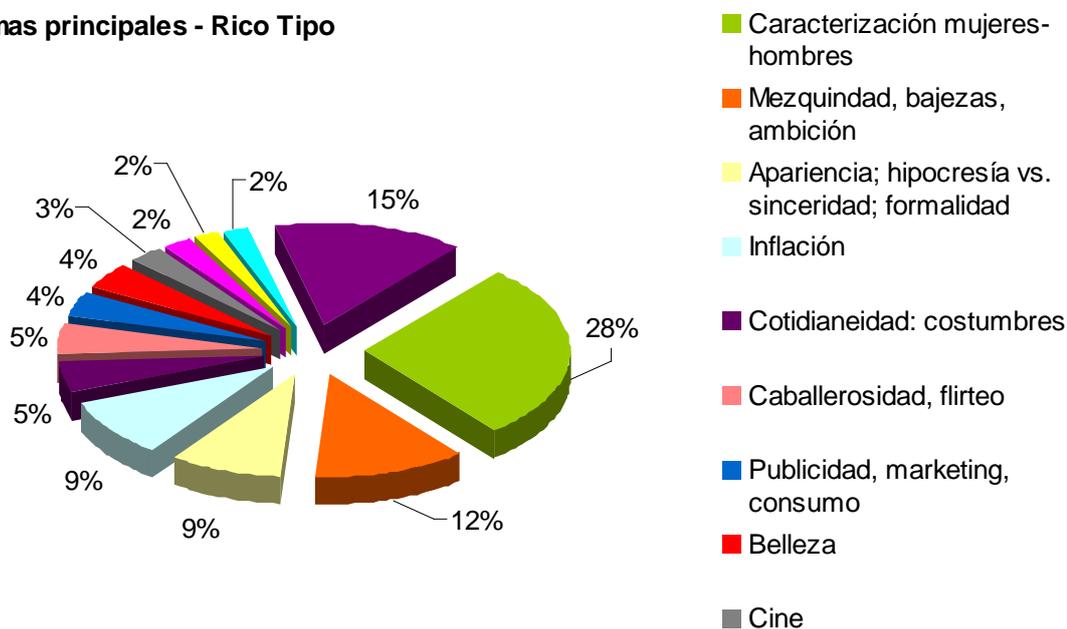
RICO TIPO: 1955 – 1958

Ejemplares: Se analizaron 100 viñetas y tiras, diez de cada uno de los ejemplares obtenidos, a saber:

Número de ejemplar	Fecha
Nº 554	24/08/1955
Nº 562	26/10/1955
Nº 571	28/12/1955
Nº 582	14/03/1956
Nº 593	30/05/1956
Nº 600	18/07/1956
Nº 642	19/06/1957
Nº 663	13/11/1957
Nº 671	08/01/1958
Nº 691	28/05/1958

TEMAS ABORDADOS POR LA PUBLICACIÓN

1. Temas principales - Rico Tipo



Fuente: datos propios

Se observó una especial atención respecto de las caracterizaciones de género, con principal foco en las mujeres aunque brindando igualmente como contrapartida una serie de rasgos del hombre tipo de la época. Dentro del 28% de las tiras con alusiones a los modelos femenino y masculino de aquel momento, representaron una clara mayoría las menciones relativas a la mujer: su rol, expectativas y mandatos sociales que debía cumplir, principalmente vinculados a la institución del matrimonio, tales como realizar los quehaceres domésticos y dedicarse a la crianza de los hijos.

Cabe señalar también el destape de la mujer, que si bien se dio en diferentes órdenes fue de gran notoriedad en la moda exhibida en las tiras. Las blusas ajustadas y los escotes, las faldas más cortas y el auge del bikini, que supo imponerse en una sociedad pudorosa son muestras de lo mencionado.

Por otro lado, emergieron de las viñetas alusiones a la vida conyugal y al rol dominante de la mujer ama de casa en lo que al hogar correspondía, con una figura de la esposa controladora, "patrona" del hogar, tomadora de decisiones en cuanto a lo doméstico atañía.

Asimismo, se desprendió de los mensajes una mirada que reflejaba principalmente a las mujeres jóvenes solteras como frívolas, materialistas, increíblemente bellas pero competitivas e incluso envidiosas, todos elementos que pudieron detectarse principalmente a través de la sección de las Chicas! donde se observaron situaciones como las que siguen:

- Identificaré a mi pretendiente porque traerá una reproducción en miniatura de su Cadillac último modelo en la solapa del saco.
- Mi novio es práctico y romántico a la vez, para proponerme matrimonio me envió un ramillete de flores ¡de oro!

Como contrapartida de todo lo anterior se presentó un hombre ganador, con cierto encanto en su hablar y en su andar. El hombre porteño medio fue pincelado con aires de superioridad, reflejados en cierta soberbia que se colaba viñeta tras viñeta dejando a la vista una sociedad machista. Las tiras describieron asimismo hombres casados infieles y mentirosos pero impunes, reforzando el poder asociado al hombre por sobre la mujer.

Otras cuestiones que aparecieron con frecuencia notable en las viñetas fueron conductas cuyos móviles eran la ambición, la codicia, el interés y el bien propio por encima del bien del prójimo. Personajes como Falluteli y Amarrotto fueron los principales exponentes de estos rasgos.

Destacamos en segunda instancia el asunto de las apariencias y el debate entre la hipocresía y la sinceridad en las relaciones interpersonales, donde prevalecían las formalidades por sobre la espontaneidad y el deber ser superaba a los deseos de comportarse libremente de las personas. Numerosos pasajes presentó El Dr. Merengue debatiéndose entre sus salvajes deseos internos y su yo socialmente reconocido por su rectitud ejemplar e inquebrantable.

Rescatamos por otro lado temas como la inflación, costumbres, consumo, belleza, el cine y la moda en el hablar. Hacemos especial hincapié en las referencias a la inflación por distinguirse de los temas más habitualmente abordados por la revista. La suba de precios fue mencionada por primera vez dentro de los ejemplares que constituyeron la muestra en marzo de 1956, donde se refirió el intento de “congelamiento de precios” del gobierno de Aramburu, a través de la Comisión Asesora de Precios. En efecto, al poco tiempo de triunfar el golpe de Estado contra Perón se llevó a cabo una devaluación cambiaria. Para combatir la inflación, hubo que contener los salarios, los beneficios otorgados por el gobierno peronista y reducir el déficit fiscal. El aumento de precios se sintió fuertemente en 1956, y si bien Rico Tipo intentó mantenerse siempre al margen de las cuestiones políticas y económicas que se sucedían en el país, las alusiones al encarecimiento de la vida se hicieron presentes en las páginas impresas. Estas menciones aparecieron nuevamente en

junio y noviembre de 1957, dando cuenta de la persistencia de las dificultades económicas que atravesaba Argentina.

En este sentido, y resumiendo lo expuesto por Luis Alberto Romero, (2001; 2013) caído Perón, las fuerzas encontradas constituyeron un panorama difícil para la reconstrucción de la convivencia democrática, la sociedad y la economía que proponían los militares. Ese reordenamiento era estimulado y hasta exigido por un mundo que, concluida la etapa de reconstrucción de posguerra y ya en plena Guerra Fría, planteaba desafíos novedosos.

Los postulados de la Revolución Libertadora coincidían con las tendencias políticas de Occidente, donde el Estado de bienestar había crecido y cuya intervención económica era fuerte. Pero para adecuarse al mundo capitalista, del liberalismo y la democracia, no bastaba con restaurar el orden constitucional y acabar con los vestigios del régimen depuesto. Era necesario modernizar y adecuar la economía, transformar el aparato productivo. Así, luego de 1955 la apertura y la modernización fueron valores compartidos en la Argentina, aunque las herramientas a implementar generaron una amplia polémica.

Las industrias priorizaron la racionalización del trabajo y la productividad, hubo recortes en el poder sindical, retroceso en los ingresos, devaluación de la moneda y reducción del empleo. Las dificultades que ocasionó esta situación quedaron a la vista en frases como: “mi reuma me va a llevar a la ruina, vecina; por más que quiera apurarme, siempre llego al almacén después de que subieron los precios”; “tomaré de dependiente al señor, que en el examen fue el que más razones tuvo para explicar por qué subieron los precios” y “claro que reduje los precios, mire... (Señalando carteles diminutos)”.

Cabe señalar que el contexto internacional no fue favorable para el comercio exterior, ya que los términos de intercambio cayeron notablemente y los países compradores de las exportaciones argentinas estaban aplicando prácticas restrictivas. En consecuencia, a pesar de la política de devaluación aplicada, no se lograron los resultados esperados. Por el contrario, se registraron déficits entre 1955 y 1958, las reservas declinaron y se acumularon las deudas.

Señalamos también por llamativas las referencias al cine, medio que pisaba fuerte en la esfera del entretenimiento de la sociedad, y que constituía la cita obligada de todas las parejas de aquel entonces. Queda esto en evidencia en una serie de viñetas de mayo de 1958 en las cuales se comentaba que la gente, la juventud particularmente, ya no sabía qué hacer de sus pasatiempos, desde que la huelga del séptimo arte estaba en pie. Asimismo se observó el cine como lugar de reunión de la familia, amigos y parejas, de esparcimiento para todas las edades y de amplio acceso para la clase media que había crecido en gran medida en los años previos.

Para cerrar lo concerniente a las temáticas halladas en las tiras, destacamos la aparición de modismos que dan cuenta de costumbres en el hablar, dando lugar a expresiones tales como ser una leona, un budín o un budinazo (para la mujer), ser un churro (piropo para el hombre), hacer la plancha en un baile (no tener éxito, no ser invitada a bailar por ningún pretendiente) y ser patadura para el baile, entre otros.

PRESENTACIÓN Y TRATAMIENTO DE LOS TEMAS

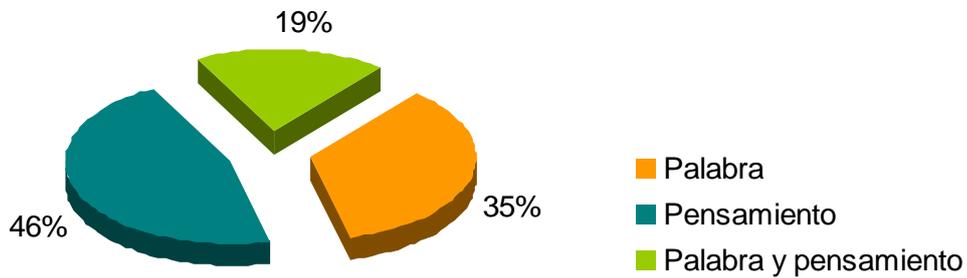
Respecto de la manera en que Rico Tipo presentaba los temas sobre los que versaba, decimos que a lo largo de los cuatro años analizados a través de la muestra esta publicación se caracterizó por una claridad y llanura en los textos e imágenes, privilegiando la simpleza del mensaje. El 93% de los casos mostró el tema del chiste abiertamente enunciado, mientras que sólo en el restante 7% estaba oculto, deducible de las representaciones que el público se figura a partir de lo expuesto en la viñeta.

Por otro lado cabe señalar que una mayoría de las tiras analizadas (54%) se inclinó por un tratamiento neutral de los temas, lo que refuerza la idea de que la publicación buscaba transitar la opinión pública sin glorificar ni agredir a ningún sector, no incursionando en cuestiones políticas, económicas, sociales ni culturales delicadas que pudieran granjearle críticas y/o enemistades.

Finalmente, la repartición entre los chistes tendenciosos y los inocentes resultó en partes iguales, un 50% en cada categoría. Los chistes tendenciosos se vincularon frecuentemente con temas como la frivolidad de la mujer, el materialismo, la hipocresía de la sociedad, el hombre mentiroso y el oportunismo, esbozados principalmente a través de ironías; mientras que los inocentes hacían hincapié en los modales, las costumbres familiares, la moda en el hablar y los roles en la familia, entre otros.

TIPO DE GRACIA GENERADA POR EL CHISTE

2. Tipo de gracia del chiste - Rico Tipo



Fuente: datos propios

Ahondando en los datos obtenidos, marcamos que las tiras han arrojado la siguiente distribución de acuerdo a la clasificación planteada: 35% correspondió a chistes en la palabra, 46% en el pensamiento y el restante 19% albergó gracias en la palabra y en el pensamiento. Es por ello que afirmamos que el grueso de los chistes de Rico Tipo discurría sobre ideas, más que consistir en juegos de palabras o alteraciones en la escritura. Esas ideas que llevaban implícita la gracia se identifican en su mayoría con tópicos, a la manera en que los define Prieto Castillo: lugares comunes, saberes populares y refranes que hacen a la cotidianidad y que delimitan conductas de una determinada comunidad. Cuestiones como cómo ha de declararse un joven a una señorita, y la creencia de que el mal que uno hace vuelve a uno se presentaron en las tiras mostrando pensamientos ampliamente sostenidos. Igualmente se destacaron el oportunismo y la desconfianza de la generosidad de otro para con uno como rasgos distintivos del argentino canchero, ganador, ventajero y desconfiado.

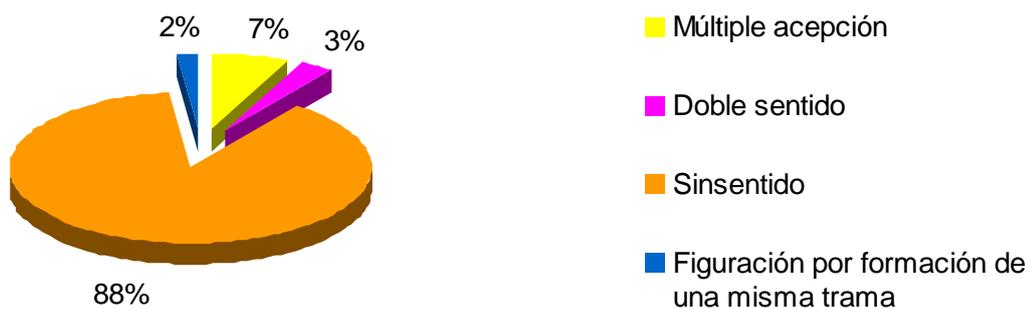
TÉCNICA UTILIZADA EN LA CREACIÓN DEL CHISTE

3. Técnica utilizada en la creación del chiste – Rico Tipo

Técnica utilizada	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
Múltiple acepción	7	0,07	7
Doble sentido	3	0,03	3
Sinsentido	88	0,88	88
Figuración por formación de una misma trama	2	0,02	2

Fuente: datos propios

4. Técnica utilizada - Rico Tipo



Fuente: datos propios

Respecto de la construcción de los chistes observamos que un 88% partió de la base de un sinsentido, presentando un absurdo o ridículo. Esto resulta sumamente significativo en tanto las técnicas empleadas con asiduidad evidenciaron la estrategia comunicativa de la publicación, su perfil. El estilo de los chistes de Rico tipo incluía el sinsentido como punto de partida y fundamento de casi todas las chanzas, materializado a través de la repetición tanto de los rasgos de personalidad como de las acciones de los personajes que eran arquetípicos. Por ejemplo, Falluteli siempre con una sonrisa de oreja a oreja, Fúlmine imperturbable, el Dr. Merengue con su expresión serena mientras que su otro yo gritaba desafortadamente aquello que el Dr. no se atrevía a decir. La gracia de los personajes consistía en su rigidez y en su inmovilidad, en que permanecían idénticos en cualquier situación, contrastando una conducta eterna con las situaciones peculiares que les tocaba atravesar.

Otras técnicas que tuvieron una aparición mucho más esporádica pero significativa fueron la múltiple acepción de las palabras (7%), el doble sentido (3%) y la figuración por formación de una misma trama (2%). La utilización las dos primeras técnicas mencionadas, aunque en un bajo porcentaje, refleja esa nueva perspectiva que intentó brindar Rico Tipo presentándose como una publicación moderna, más zafada y atrevida que Patoruzú, su predecesora. Esas pequeñas concesiones en el vocabulario y en los dibujos marcaron la flexibilización que Rico Tipo se adjudicaba, aunque igualmente mantenía aún ingenuidad y decoro.

En última instancia, reseñamos aquí las técnicas que no han tenido cabida dentro de las páginas de Rico Tipo. Ellas fueron la condensación, desplazamiento, unificación y coordinación, figuración por lo contrario, chistes de sobrepuja y figuración indirecta. Esto manifiesta en cierta medida que el humor de la publicación era de corte sencillo, sin dobleces, relegando recursos más rebuscados en la creación de las tiras.

ESTRATEGIAS DE SUPERFICIE

5. Estrategias de superficie – Rico Tipo

Estrategias de superficie	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
Universalización	7	0,07	7
Generalización	32	0,32	32
Tópicos	65	0,65	65
Redundancia	7	0,07	7
Comparación	11	0,11	11
Metáfora	9	0,09	9
Sinécdoque	8	0,08	8
Hipérbole	53	0,53	53
Metonimia	7	0,07	7
Sentido de oportunidad	43	0,43	43
Caricaturización	27	0,27	27

Fuente: datos propios

Es preciso explicar que cada una de las estrategias de superficie se ha examinado de manera independiente, considerando el hecho de que cada tira pudo contener una o varias de las estrategias, de modo que hubo de medirse cada una en relación al 100% de chistes analizados. De este modo, la utilización de tópicos y la hipérbole, tanto visual como en la palabra, resultaron los recursos más esgrimidos, observados en el 65% y 53% de las tiras respectivamente. Los tópicos evidenciaron el tono costumbrista con la recurrencia a los lugares sociales, esos “lugares comunes” que son parte de la experiencia diaria de un grupo humano determinado, condensando en frases populares y refranes nociones ampliamente compartidas. Elementos tales como los esgrimidos en las secciones *lo que veo en Buenos Aires* y *la verdad de la milanese*, donde quedaban plasmadas escenas de la vida cotidiana

como la indiferencia del porteño respecto al orden y la limpieza de la ciudad o los vericuetos a través de los cuales se movían los comerciantes frente a la inflación para mantener o incrementar sus ganancias son ejemplo de ello.

Luego hallamos el sentido de oportunidad, la generalización y la caricaturización –en orden decreciente de importancia-, como recursos más utilizados para dar vida a las chanzas. Resaltamos que tanto el sentido de oportunidad como la generalización contribuyen al fortalecimiento de uno de los rasgos que definieron a Rico Tipo. Nuevamente nos referimos al humor sencillo, basado en las experiencias cotidianas del ciudadano promedio que permitía la afirmación de las situaciones planteadas como verdaderos reflejos de la sociedad en los que fácilmente el lector se hallaba retratado.

Por último, tanto la personalización como la despersonalización fueron técnicas que no se presentaron en ningún caso. En materia de la personalización el tipo de discurso de la publicación no se condecía con ese estilo de comunicación, ya que difícilmente pudieran incluirse referencias específicas a los lectores a través de vocativos. Respecto de la despersonalización, inferimos que su ausencia remite únicamente a cuestiones de estilo del autor.

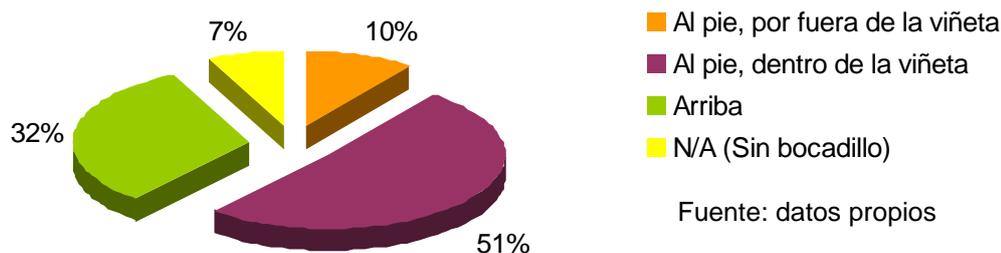
ELEMENTOS DE LA VIÑETA

Respecto de la forma y cuadros de las viñetas, hallamos en Rico Tipo una importante regularidad, con viñetas principalmente rectangulares apaisadas o cuadradas, que conciben con la manera más natural para las tiras de contenido narrativo. Por otro lado, la división de las secciones y orden de la publicación requiere de ciertos esquemas que se cumplieron en gran medida en el caso de esta revista. Si bien fue innovadora en elementos tales como sus personajes, de entre los cuales las Chicas! descollaron por su osadía, esa vanguardia no estaba en igual proporción representada en la disposición y distribución de las viñetas en las páginas, que eran más bien tradicionales.

BOCADILLOS

Examinamos tres cuestiones relevantes en los bocadillos: disposición, contorno y tipografía utilizada.

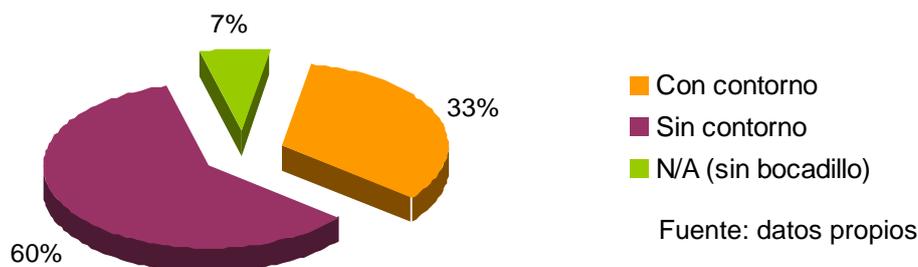
6. Disposición de los bocadillos - Rico Tipo



La manera más usual en que aparecieron ubicados los bocadillos fue dentro de la viñeta, al pie, por debajo de toda la imagen. En efecto, el 51% de los casos presentó esa disposición, dando cuenta de un rasgo particular de la publicación. En segunda instancia se presentaron en la parte superior de cada cuadro (32%), siendo ocasionales por fuera de la viñeta.

Otro dato llamativo reside en la gran mayoría de espacios de diálogo sin contorno en esta publicación. Si bien la omisión del globo o contorno es un recurso muy utilizado en función de la narrativa para diferenciar personajes, y ello tuvo lugar en las páginas de Rico Tipo principalmente para distinguir los dichos del Dr. Merengue respecto de los de su "otro yo", con mayor frecuencia a lo esperado aparecieron en esta publicación sólo los textos sin contención, lo que cual podría asociarse a la estética sencilla y a los dibujos de trazos simples de la revista.

7. Contorno de los bocadillos - Rico Tipo



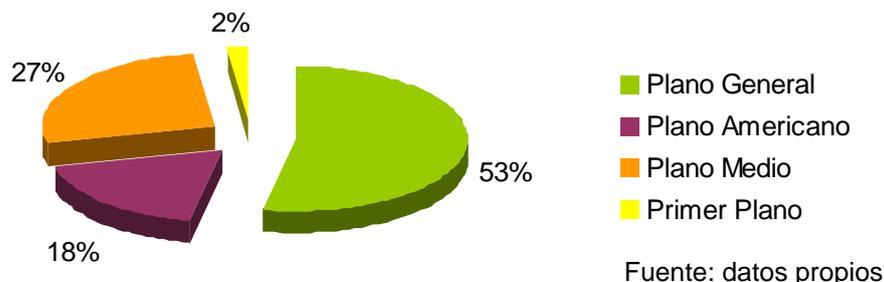
En cuanto a la tipografía utilizada, se destacó el uso de una fuente estilo Sans serif (palo seco) en minúsculas para la mayoría de los textos; en algunas ocasiones se intercalaron frases en mayúsculas para destacar el texto o significar volumen alto, y sólo esporádicamente se recurrió a la negrita y/o bastardilla. Todos los elementos mencionados hasta aquí respecto del uso de la tipografía se conjugan para conformar una publicación con una estética limpia, con breves textos de fácil lectura.

PUNTO DE VISTA, PERSPECTIVA Y PLANOS

Hallamos en el 100% de los casos una historia narrada desde el punto de vista de un tercero observador, donde el lector es testigo de una escena que se desarrolla frente a sus ojos. En este sentido, Rico Tipo presentó una narrativa que buscaba ser realista y objetiva.

La perspectiva utilizada fue la normal en el 86% de los casos, prevaleciendo de este modo la manera más objetiva para narrar el relato. Los matices levemente picados o contrapicados reunieron el 14% restante, preponderando éstos últimos en ocasión de otorgar poder al personaje que aparecía en escena.

8. Planos - Rico Tipo

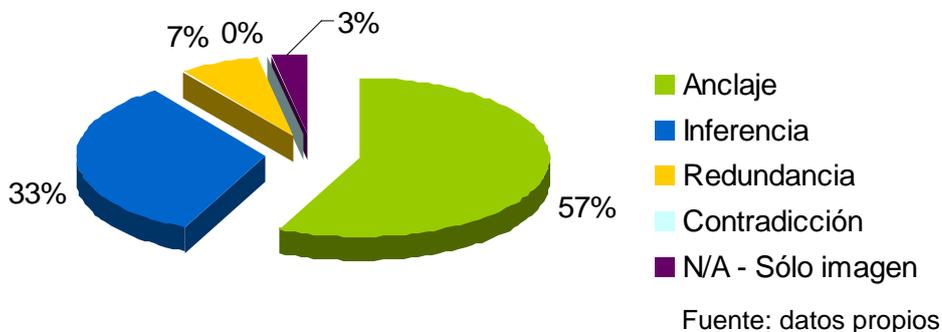


En cuanto a los planos, un 53% correspondió a planos generales que presentaban la escena desde un ángulo amplio, sentando los parámetros para leer la acción. Dichos planos abiertos significaban una menor implicancia para el lector, que resultó un observador siempre externo a los hechos, en cierta medida distante.

Luego aparecieron en proporciones menores los planos medios (27%) y planos americanos (18%), datos que contribuyeron a reforzar la idea de una narrativa sencilla, de ágil lectura, donde no abundaban los detalles.

RELACIONES VERBO-ICÓNICAS

9. Relación verbo-icónica



Respecto del vínculo entre texto e imagen, el 57% de los casos analizados presentó una relación de anclaje, en tanto el texto indicaba cómo leer la imagen. Las imágenes por sí solas pueden conducir a interpretaciones disímiles, por lo que el texto cumplió el rol de referente para guiarnos hacia el sentido propuesto por el autor.

Hallamos en segunda instancia la inferencia, presente en el 33% de los casos, en los cuales texto e imagen se reforzaron, se sostuvieron mutuamente, colaborando hacia una misma interpretación del mensaje.

Cabe destacar que en esta publicación no se hallaron relaciones de contradicción, elemento que nos remite nuevamente a la sencillez del discurso y su abordaje.

ELEMENTOS SOCIOCULTURALES

Se observó una alta estima de la sociedad por el tiempo, reflejada en la valoración de la puntualidad, la previsión y la eficiencia para cumplir con un plazo preestablecido. Son ejemplos de ello tiras en las que podemos ver a Desconfiacho enojarse porque no le han entregado su fotografía tipo carnet a tiempo y aquella en que vemos a un oficinista sumamente preocupado, irrumpiendo en la relojería a toda hora para que el relojero le asegure una y otra vez que su despertador sonará a horario.

Entre las cualidades apreciadas hallamos el ser servicial, cordial y respetuoso. Asimismo sobresalieron el nacionalismo, el orgullo y el respeto por la autoridad, especialmente por la autoridad del hombre en una sociedad patriarcal. Las tiras dejaron entrever a su vez el aprecio por la educación, por poseer un título universitario, ser profesional e insertarse exitosamente en el mundo laboral.

Como menciona Luis Alberto Romero, (2013) la educación fue la vía por excelencia de la integración y el ascenso. Toda la juventud aspiraba al crecimiento y construía su vida en función de esa aspiración. Predominó una ideología espontánea, no teorizada, de la movilidad social, surgida de la experiencia y asentada en el sentido común.

Por otro lado, hubo rasgos negativos con que se caracterizó al porteño medio en las tiras: la ambición y un curioso afán por obtener lo que se deseaba por la vía más corta, sin reparar en el prójimo. En este sentido, la esencia del ser ventajero, con sus trampas y bajezas para obtener lo mejor a costa de los demás encarnado en Falluteli describió en detalle esa faceta.

Con respecto a la mujer, encontramos una sociedad en la que –como en la actualidad– la belleza física ensalzada proponía un modelo particular, dando lugar a la excesiva preocupación de las mujeres por su aspecto y por ser ejemplo de la moda, siguiendo con fanatismo los dictámenes de aquello que estaba en boga. La figura conocida como cintura de avispa, con importantes curvas, marcaba el arquetipo femenino. En este sentido, las famosas Chicas! de Guillermo Divito supieron ganar el terreno y ser el modelo a seguir de las jóvenes y el ideal a conquistar por los hombres.

Las viñetas subrayaron dos estereotipos de mujer en los cuales podía identificarse la mayor parte del sexo femenino. Por un lado encontramos a la joven linda y esbelta, fiel seguidora de la moda, cuya principal preocupación era conseguir un buen pretendiente, adinerado, que poseyera auto y estuviese socialmente bien posicionado. El *status* era una cuestión muy comentada en la época: provenir de una familia con buen pasar económico, ser un profesional y tener un empleo bien remunerado eran símbolo de distinción. La creciente clase media había accedido a la movilidad social, y si bien hacia mediados de la década del sesenta empezaría a desdibujarse el ideario de que el estudio y el esfuerzo personal conducían invariablemente al éxito y al ascenso social como antaño (Romero, 2013, p52), hasta ese momento persistía ese esquema en el imaginario colectivo.

Esas jóvenes bellas, superficiales, se asociaron en las tiras a las relaciones casuales y amoríos, se presentaron como amantes o como diosas cortejadas por largas filas de pretendientes y se vincularon a las salidas y al entretenimiento, especialmente a través de las figuras de las bailarinas y coristas. Por otro lado, un matrimonio con una joven hermosa era la fachada deseada para todo hombre exitoso.

En contraste, Rico Tipo describió en sus páginas otro esquema de mujer, la esposa y ama de casa, a la cual caracterizó como dominadora del hombre en el ámbito del hogar, muchas veces malhumorada y mandona, y sumamente atareada con los quehaceres del hogar y la familia. Esta ama de casa había perdido cierto encanto. Aún cuando joven, la esposa ya no tenía tanto tiempo para dedicarse a sí misma, ni se dejaba llevar por cuestiones superficiales, ni vivía pendiente de la moda, no sólo por falta de tiempo sino

porque su escala de prioridades era otra, y asimismo porque la economía familiar relegaba gastos accesorios.

Como contracara de estas figuras femeninas hallamos una dualidad también en el hombre. Por un lado la caballerosidad, la cortesía y el festejo a la mujer pretendida con presentes, paseos y la promesa del ansiado matrimonio abarcaban las principales virtudes de los hombres. Por otro lado, y a pesar de ser la boda toda una institución y un fuerte mandato social, Rico Tipo exhibió la otra cara del sexo masculino. Hombres con amantes o mentirosos impunes en sus engaños frente a mujeres ingenuas, desprovistas del poder necesario para cambiar su situación o bien simplemente interesadas en mantener un estándar de vida, un status social, incluso a pesar de las trampas. Tanto la ruptura del matrimonio como la crianza de los hijos por una mujer sola eran cuestiones mal vistas por la sociedad, desviaciones que eran negativamente juzgadas por todos, y fuertemente reprimidas y censuradas. Parafraseando a Pablo de Santis (1995), el propósito del hombre era la conquista, el de la mujer el matrimonio.

En relación a la sociedad toda cobró notoriedad el materialismo. Cierta prosperidad y el contexto internacional contribuyeron a crear una civilización de consumo. El progreso de los medios de comunicación así como el creciente protagonismo de la publicidad, hicieron de los años 50 una etapa de cambios en la sociedad. Se impuso un nuevo modelo de hogar, un nuevo espacio sobre el que establecer la familia ideal potenciada una y otra vez en los cánones publicitarios. Se generó la necesidad de adquirir nuevos productos, nuevos looks, nuevos muebles, en definitiva nuevos objetos para una nueva vida.

Con la ampliación del mercado de consumo fue determinante el papel que cumplió el avance de la tecnología, que permitió la invención y mejora de varios electrodomésticos, medios de transporte y medios de comunicación que revolucionaron la vida cotidiana y familiar. Algunos artefactos cobraron relevancia en los dibujos observados, denotando el momento histórico, dando cuenta del estado de su desarrollo técnico y estética. Entre todos los datos recogidos señalamos las radios portátiles, cámaras de fotos, autos, con especial mención del Cadillac como vehículo de lujo ya consolidado en su excelencia hacia 1955, los teléfonos, carritos de bebés, tocadiscos y micrófonos radiales y televisivos.

Un símbolo también muy importante de la civilización de consumo fue la televisión, cuyo destino de gran difusión comenzó en esos años. Dentro de la rama del entretenimiento se distinguieron varias actividades que conformaban en gran medida los pasatiempos de la clase media. Y es aquí que en primer lugar señalamos el mirar televisión, actividad que ganó impresionante adhesión por aquel entonces.

Por otro lado sobresalió el rol que jugaba el cine, cita obligada de jóvenes y adultos solteros y en familia. Otras actividades frecuentemente mencionadas para el tiempo libre

fueron las vinculadas a la música -escuchar música, concurrir a bailes-, y en otros aspectos, las apuestas de carreras y los veraneos o escapadas a las playas.

Al tiempo que sucedía todo lo hasta aquí referido, la mujer modificaba su propia concepción acerca del papel que le correspondía en la sociedad y en la familia. La mujer priorizó sus posibilidades personales y profesionales, y comenzó a luchar por sus derechos. Esta nueva perspectiva pudo observarse en las tiras, aunque en una muy pequeña proporción en comparación con otras temáticas abordadas.

En lo que a la lengua respecta hallamos expresiones corrientes en la época, muchas de ellas hoy caídas en desuso, las cuales dejaron entrever una sociedad atendida a las formas, respetuosa y decorosa. Palabras y frases como ser pavo, sinvergüenza o cretino, o ser informal, las cuales eran consideradas ofensivas, o piropos como ser un budinazo o un churro señalaron esta forma de ser de la sociedad hacia fines de la década del cincuenta. Asimismo expresiones como qué tornillo en referencia al clima frío y otras como romper el alma, meter la mula, hacerle a uno un grandísimo favor, hacer una macana o planchar en un boliche evidencian un cierto halo de formalidad que rodeaba las relaciones interpersonales de todo tipo, desde las familiares a las profesionales.

Finalmente, es imposible pasar por alto la cuestión de la moda en la vestimenta, donde proliferaron los motivos estampados y tramados en todas las prendas: vestidos, faldas, trajes y blusas. Asimismo, el atuendo completo incluía sombreros, tanto para el hombre como para la mujer, como también tiradores y bastón para los hombres. En adición a todo lo anterior, se destacó el uso de pantalones cortos para los niños.

Por su parte, el auge del bikini, las remeras ajustadas y las faldas que se fueron acortando evidenciaron estilos profundamente arraigados en la época. Otros rasgos salientes fueron los peinados batidos y el uso de los pañuelos en la cabeza, principalmente las amas de casa durante sus quehaceres domésticos. En este sentido, Rico Tipo evidenció en numerosos elementos la moda de aquel tiempo.

PERSONAJES:

De acuerdo a los datos obtenidos en la muestra, enumeramos a continuación los rasgos más frecuentemente atribuidos a los principales personajes de esta publicación, principalmente a través de los calificativos que se desprendieron de sus dichos y acciones en los chistes.

Fallutelli

Podemos describir a Falluteli -joven oficinista de clase media- como el prototipo del hombre conquistador y Don Juan en esencia, que se sabía seductor y aprovechaba ese carisma para su beneficio, engañando sin reparos a su novia Doris.

Por otro lado, evidenció ser una persona dispuesta a todo en pos de su bienestar económico. Partiendo de un irrefrenable deseo de reconocimiento social y de adquisición de un status distinguido, a lo que agregamos su ambición por obtener un buen pasar económico, Falluteli no perdía oportunidad de aventajarse respecto de sus compañeros de trabajo, incluso aunque debiera perjudicarlos para ello. Con un aire de superioridad y una descarada indiscreción se postulaba como una suerte de informante de su jefe, dejando en evidencia los errores y holgazanerías de sus colegas para granjearse el “aprecio” del superior y conseguir así beneficios personales. Asimismo Falluteli era capaz de dejar de lado valores como la verdad, la justicia, la equidad, el respeto, la honestidad y la fidelidad para dar paso a actitudes ruines que le permitían pasar un buen momento, sostener sus incongruencias, sacar provecho personal u obtener dinero, sin importar si ello habría de causar algún daño a otro. Falluteli representó claramente la codicia: su accionar se manejaba por un interés meramente material, aunque ello requiriera de cierto egoísmo, engaños, hipocresía y otros embustes de los cuales dio muestra en abundancia.

Chicas

Las *Chicas* de Divito se caracterizaron por una esbelta figura: un físico sensual y estilizado, de pequeñísima cintura y amplias caderas, busto prominente y largas y muy bien torneadas piernas de tobillos finísimos. Sus rostros tenían ojos enormes y vivaces con largas pestañas y labios gruesos, compensados con una nariz mínima. Tenían sex-appeal, emergente de un puñado de rasgos que se tornaron arquetípicos: la forma de la boca y sus ojos almendrados, la cabellera abundante y ondeada que caía sobre los hombros o se alzaba en un recogido con estilo; su forma de vestir insinuante y su andar erguido, orgulloso y seguro, entre otros.

Mujeres sensuales, representaron el estereotipo femenino y marcaron la moda urbana argentina de los años '50 y '60. En efecto, observamos en los dibujos muchos detalles que fueron incorporándose a la moda de aquellos años: minifaldas, trajes de baño cavados y de dos piezas, generosos escotes y accesorios inusuales como grandes pulseras y lentes ahumados, desmedidos cinturones, adornos en el cabello y combinaciones de colores antes impensados (fucsias, lilas, violetas, amarillos, rosa, etc.).

Emancipadas, vestidas con ropa de avanzada ceñida al cuerpo mostraban casi siempre sus brazos y piernas, sensuales, de modo que sus escandalosos atuendos, su desenfado e intrepidez significaron un destape abrumador para la época.

Además de presentar una imagen de curvas marcadas, las *Chicas* de Divito sumaban actitudes audaces y poco convencionales.

Descomunales, inaccesibles -para el hombre como conquista, para las mujeres como ideal-, frívolas y dominantes, conscientes o no de su poder, estos personajes no hacían nada, sólo se mostraban para ser miradas y admiradas. En su cuadro semanal aparecían cada vez más estilizadas, altísimas y curvilíneas; cual maniqués, eran perfectas para una moda osada que las desvestía hasta donde se podía. Siempre sonrientes, comentaban desde el ocio y con despreocupada malicia e ironía las torpezas, defectos e ingenuidades de novios, pretendientes, conocidos y amigos. Situaciones tales como ocultar la edad, los fracasos amorosos o una relación amorosa turbia eran protagonistas de los diálogos, siempre en ambientes distendidos como playas (escenario recurrente y celebrado), bailes, tiendas de compras o similares.

Las chicas Divito -dibujadas y concebidas por y para el deseo-, se aprovechaban de las debilidades de los hombres buscando candidatos adinerados que satisficieran sus deseos materiales: ropas, joyas, viajes, etc.

Sin embargo, y más allá de la superficial osadía, el tema recurrente era -en realidad- la apariencia, la dualidad, la oposición entre lo manifiesto y lo oculto, lo verdadero y lo falso.

Dr. Merengue y su otro Yo

El Dr. Merengue, un abogado de mediana edad, respetable y profesionalmente solicitado se presentaba en la tira como un hombre muy correcto, pulcro –siempre impecable- y atinado. Incapaz de reacciones violentas, él conservaba la compostura en todo momento, aunque su Otro Yo –una suerte de Mr. Hyde criollo, según lo definió Pablo de Santis en su libro Rico Tipo y las Chicas de Divito - desbordaba desde su interior como un fantasma, para dar cuenta al lector sobre aquello que realmente pensaba o sentía este personaje.

El Dr. Merengue era un señor serio y encumbrado al que las normas sociales le imponían callar muchas de las cosas que quería expresar. Mientras el Dr. Merengue se mostraba por demás calmo, amable, elegante, medido, correcto, respetuoso y educado su cara oculta se exasperaba y desbordaba enérgicamente en reproches, críticas y desaires hacia todo aquello que le incomodaba o le disgustaba. Este ser aparecía para burlarse, mostrar ironía o incredulidad y, por supuesto, para perseguir mujeres hermosas. Caracterizado como un ser desmedido, ruin, libidinoso y miserable, representaba la conciencia oscura de Merengue. Sin disimulos, el Otro Yo se abalanzaba sobre las mujeres, insultaba, pateaba, se burlaba de los defectos ajenos o gritaba mostrando su atrevimiento. Tanto su esposa como su jefe solían ser blanco del Otro Yo, que daba rienda suelta a todo lo que le estaba vedado al imperturbable Dr. Merengue.

El argumento de la tira giraba en torno al desdoblamiento del personaje, utilizando un recurso invariable: el otro yo aparecía para contradecir los dichos o la conducta del Doctor. Inseparablemente ligado a él como su sombra, el Otro Yo era una versión algo desfigurada y transparente de Merengue, que emergía de su cuerpo o se independizaba de él incluso tomando distintas formas, visible únicamente para el lector que se volvía cómplice de la personalidad oculta del abogado.

TÍA VICENTA: 1958 – 1966

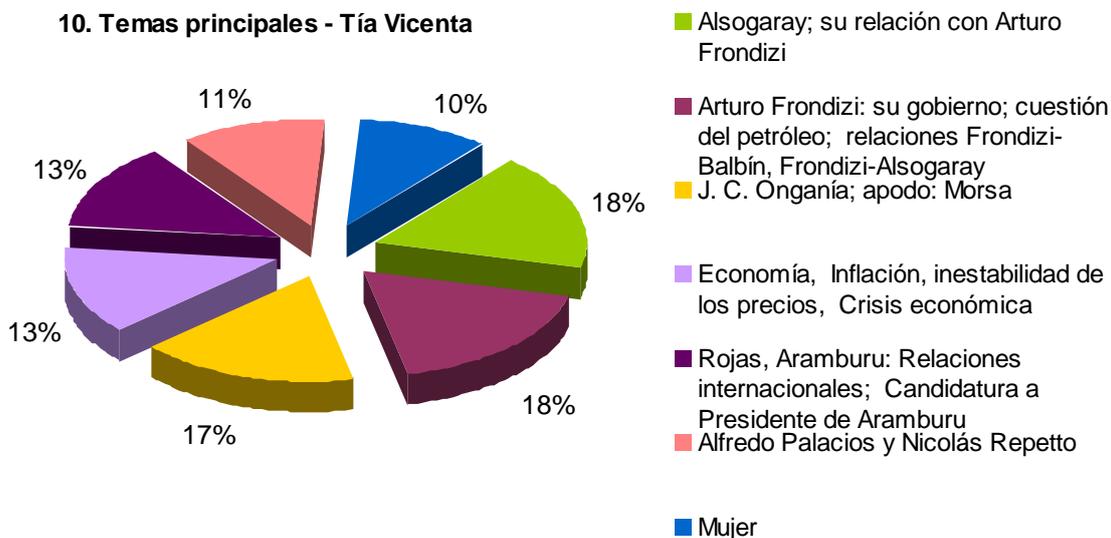
Ejemplares: Se analizaron 180 viñetas y tiras, diez de cada uno de los ejemplares obtenidos, y diez en total de los ejemplares agrupados en una misma fila en las tablas a continuación, debido a la menor cuantía de material de cada número por la falta de páginas o por tratarse de números que se publicaron como un suplemento del diario El Mundo:

Número de ejemplar	Fecha	Número de ejemplar	Fecha
Nº 1	20/08/1957	Nº 211	21/05/1962
Nº 3	04/09/1957	Nº 218	09/07/1962
Nº 23 /Nº24	14 y 21/01/1958	Nº 230	21/01/1963
Nº 129	26/01/1960	Nº 256	22/07/1963
Nº 135	08/03/1960	Nº 271	04/11/1963
Nº 141	16/04/1960	Nº 312 y 336	13/06 y 28/11/1965
Nº 146	21/05/1960	Nº 343	16/01/1966
Nº 150	18/06/1960	Nº 368	10/07/1966
Nº 175	21/01/1961	Nº 369	17/07/1966

Nota: No se hallaron ejemplares correspondientes a 1959 ni 1964.

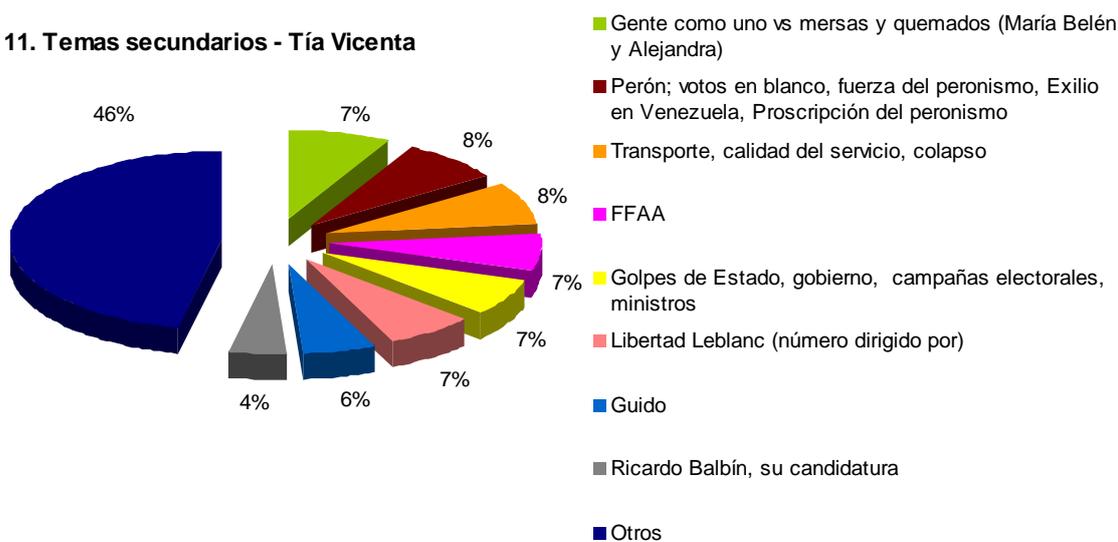
TEMAS ABORDADOS POR LA PUBLICACIÓN

10. Temas principales - Tía Vicenta



Fuente: datos propios

11. Temas secundarios - Tía Vicenta



Fuente: datos propios

Se presentó una gran variedad de temas abordados por la revista, de modo que se procedió a una distinción entre *temas principales* y *temas secundarios* de acuerdo a la frecuencia con que aparecieron.

Tanto dentro del grupo de las temáticas principales como del de las temáticas secundarias hallamos especial énfasis en acontecimientos y personajes de la escena política. Ejemplificando lo antedicho comentamos dos páginas (Nº 175, 1961) que condensan burlas a políticos y países, caracterizándolos a cada cual con un juguete predilecto. Bajo este marco se puede ver a Álvaro Alsogaray (Ministro de Economía) con un

pequeño televisor, a EE.UU representado por el Tío Sam con el contorno del territorio argentino sobre un carrito, a Frondizi con una diminuta torre de extracción de petróleo como juguete y a un militar con un muñeco de Frondizi. Estos cuatro dibujos resumen a modo de panorama general gran parte de los temas centrales abordados por la revista.

Dentro del grupo de temáticas principales se situaron, en primer lugar, las menciones al Ministro de Economía Álvaro Alsogaray y su relación con el presidente Arturo Frondizi, seguidas en segunda instancia por las referencias al propio gobierno de Arturo Frondizi - especialmente en lo concerniente a la cuestión del petróleo-, como así también su relación con Ricardo Balbín. Cabe destacar que las referencias a Alsogaray y a Frondizi irrumpieron con fuerza en los números de 1960, en pleno desarrollo del gobierno para el cual Frondizi fue electo.

Contextualizando dichas menciones de Tía Vicenta presentamos un breve panorama de la época, a partir de lo relatado por Felipe Pigna (2011).

Apenas asumido su cargo presidencial, Frondizi anunció un aumento salarial y de las pensiones de un 60%, junto con un congelamiento de precios. Simultáneamente, la Ley de Promoción Industrial restauró el poder regulador del gobierno nacional sobre aranceles y tasas de cambio, medidas que respondían a las expectativas de los numerosos peronistas que, al votarlo, habían posibilitado su triunfo⁵. Por ello, inicialmente los objetivos de Frondizi eran la consolidación del apoyo popular, el establecimiento de un firme puente con los sindicatos y la neutralización de la influencia de Perón imitando sus políticas.

“Frondizi planteaba que no podía retornarse al país de los granos y las vacas. La salida estaba en el desarrollo de las industrias básicas: petróleo, siderurgia, maquinarias. Esto encajaba en los planes de expansión e inversión de las grandes compañías extranjeras.” (Pigna, 2011, p66)

⁵ Una docena de partidos designaron sus candidatos para las elecciones previstas para febrero de 1958, pero era sabido que sólo dos tenían posibilidades reales de acceder a la presidencia: Ricardo Balbín por la UCRP, y Arturo Frondizi por la UCRI. El primero era percibido como el candidato oficial, y representaba la continuidad de lo realizado por la Revolución Libertadora, lo cual implicaba el mantenimiento de las medidas antiperonistas y de la política económica y social. Frondizi, inversamente, se presentaba como opuesto a todo lo actuado por el gobierno militar. Postulaba el fin de la persecución ideológica y política, la integración de la clase trabajadora en la vida nacional y un programa económico que daba prioridad a la industria pesada, entre otras cuestiones centrales.

Pero en estas estrategias había un imponderable que era la posición que Perón ordenaría asumir a sus seguidores. La línea seguida, impulsada por John William Cooke, fue la de respaldar a Frondizi, dado que éste representaba la corriente más popular y nacional. Desde Santo Domingo, el ex presidente pidió a los candidatos de las listas neoperonistas que renunciaran a ellas y a sus simpatizantes que no avalaran con sus votos el plan continuista de la Revolución, instando a votar entonces por Arturo Frondizi.

En virtud de este pacto, la fórmula Arturo Frondizi-Alejandro Gómez consiguió una victoria decisiva en las elecciones. Logró una amplia mayoría en diputados, unanimidad en el Senado y la totalidad de los gobiernos provinciales.

De este modo, la inversión en industrias manufactureras radicadas en países subdesarrollados como la Argentina creció considerablemente a partir de mediados de la década del cincuenta.

La postura desarrollista sostenida por Frondizi pregonaba la idea de que la modernización económica, y dentro de ella, el desarrollo de la industria en los países atrasados, no llegaría como había ocurrido en el siglo XIX, por obra espontánea de las fuerzas económicas. En países como la Argentina el desarrollo dependía de la intervención activa del Estado, definiendo qué áreas deberían crecer y con qué recursos y capitales.

Es así que el gobierno proponía salir de la dependencia del subdesarrollo dinamizando los más importantes sectores productivos en general, y el energético en particular, enfocándose en la promoción de la siderurgia, petroquímica, química pesada, aluminio y papel, entre otras industrias consideradas clave.

En consonancia con la ideología esgrimida, uno de los primeros pasos de la política desarrollista fue intentar el autoabastecimiento de petróleo. Para ello, se firmó una serie de contratos con compañías petroleras extranjeras a través de los cuales éstas podían introducir sin pagar impuestos todo el material necesario para la explotación, y el reintegro de las inversiones y las ganancias podría ser girado al exterior con total libertad. YPF, por su parte, se comprometía a comprar todo el petróleo que extrajera el sector privado. Sin embargo, si bien se triplicó la producción petrolera, no se logró equilibrar la balanza de pagos ni la comercial, porque el convenio aumentó notablemente el déficit.

El modelo desarrollista comenzó a aplicarse pero, a poco menos de un año, las presiones de los factores de poder que lo veían demasiado populista llevaron a un cambio radical, materializado a mediados de 1959 con la llegada de Álvaro Alsogaray -figura de confianza de los grupos de poder económico y avalado por los militares- al ministerio de economía. Su política económica se orientó a promover las exportaciones, limitar el proceso de industrialización y liberalizar las restricciones impuestas a las importaciones, disminuyendo considerablemente la capacidad expansiva de la industria nacional, a la vez que se recomponía el sector agropecuario, se devaluaba el peso y se limitaban los aumentos salariales.

Durante el gobierno de Frondizi se obtuvo un crédito del FMI a través del cual debió pactarse un aumento del 150% en las tarifas del transporte, aumento en las tarifas eléctricas, aumento del 200% del precio petrolero, despido del 15% de empleados públicos y del 15% del personal ferroviario, eliminación de ramales, eliminación de todos los controles de precios (manteniendo sólo precios máximos para algunos productos de primera necesidad), congelamiento de salarios por dos años y liberación del valor del dólar.

Este cambio radical de orientación económica y social del gobierno tuvo su respuesta en las urnas. En las elecciones legislativas de marzo de 1960 el voto en blanco peronista representó un 25% de los sufragios. Esto marcó la ruptura de la alianza con el peronismo y abrió un periodo de gran agitación social, paros, luchas y ocupaciones de fábricas.

La gestión de Frondizi fue acotada y, acosada por la insistencia golpista de los militares que desde el inicio atormentaron su administración, fue también frágil desde sus comienzos. En pocos meses se apartó de su programa electoral, siguiendo las recomendaciones del FMI y reprimiendo las protestas sociales, a lo que debemos sumar las poderosas influencias de los militares que en numerosas ocasiones limitaron la política del gobierno.

En gran medida todo lo narrado hasta aquí pudo observarse en sucesivos chistes de Tía Vicenta, de entre los cuales seleccionamos los siguientes como principales indicadores de los acontecimientos que estaban ocurriendo:

- Previo a las elecciones (Agosto de 1957, N° 1) Tía Vicenta ponía de relieve la falta de prescindencia del gobierno de facto, que instaba a no votar por Frondizi. Para los militares, ante la salida electoral la opción era Ricardo Balbín, quién se percibía como el candidato oficialista y del cual se preveía cierto continuismo en la política social y económica.

- En Junio de 1959, en un discurso que pasó a la historia Álvaro Alsogaray proponía la premisa de “pasar el invierno”: “Muchos años de desatino y errores nos han conducido a una situación muy crítica. (...) Ninguna solución fácil puede prometerse. Sin embargo, hay un programa de rehabilitación en marcha (...). Todavía seguiremos por algún tiempo la pendiente descendiente que recorreremos desde hace ya más de diez años. Se ha cometido un error en definir a este programa como un programa de austeridad, dejando que cada uno de los habitantes del país viva como pueda y como quiera (...). Las medidas en curso permiten que podamos hoy lanzar una nueva fórmula: 'Hay que pasar el invierno'” (Pigna, 2011, p77). Esta recordada frase del ministro de economía fue inmortalizada en las páginas del N° 146 de Tía Vicenta, donde una viñeta en la que se veía al funcionario muy abrigado rezaba: “él decidió que el invierno fuera en esta tierra eterno” y en otro cuadro, vestido cual mendigo: “vio la necesidad de inventar la austeridad”.

La frase de Alsogaray repercutió tanto en la publicación y en el público lector que en el N° 343 del 16 de enero de 1966 –siete años después de pronunciado el discurso- hallamos una burla en referencia a aquel dicho, titulada *20 consejos útiles para sobrellevar el verano*, donde se bromeaba: “No sea usted desagradecido con el Ingeniero Alsogaray. ¡Hemos pasado el invierno!”.

▪ Haciendo referencia a los hechos transcurridos durante los dos años de mandato de Frondizi que se cumplían en 1960, la revista presentó un resumen del “des-gobierno”, (Nº 146) donde se señalaba:

- el breve paso de Alejandro Gómez por la vicepresidencia; a quien “trataron de gorila y un día lo renunciaron”

- la llegada de Álvaro Alsogaray al Ministerio de Economía y la política llevada adelante por su gestión, reflejada en frases como: “tanto y tanto pidió, que Frondizi al fin cambió” y “dijo que era necesario ir al Fondo Monetario”

- Asimismo se refirieron algunas acciones llamativas del Ministro Alsogaray, entre las que contamos “por video se lo ve más que a Pinky o Jolivet” y “anuncia a cada rato, dónde comprar más barato”, dichos a los que se adicionaban sus pedidos de consumir menos carne vacuna y más pescado, campaña que también cobró visibilidad en las páginas de la revista.

▪ Por otro lado se reflejaron los reclamos de la sociedad respecto de la política económica, cristalizados a través de un chiste donde un grupo de liebres increpaba a Alsogaray, aduciendo que por culpa del Ministro el pueblo argentino las corría continuamente (enero, 1960); clara alusión a la crisis económica y a las peripecias que sufría la clase media especialmente.

▪ Arturo Frondizi y su “obsesión” por el petróleo, retratada en viñetas ocurrentes tales como la que plasmó al Presidente dándose un baño de inmersión en petróleo (Nº 23, enero de 1958) y otra perteneciente a un ingenioso juego de mesa bautizado por la revista como “Ocamburu” (Nº 3, septiembre de 1957), en el cual una casilla hacía retroceder al jugador porque “se le mancha el traje y no puede convencer a Frondizi para que le deje usar un poco de nafta (derivado del petróleo). Debe volver al 13, donde hay una tintorería.”

Luego de la renuncia de Alsogaray en 1961, con los estudiantes, los empleados públicos, obreros y sindicatos en la oposición y ante elecciones cada vez más próximas, Frondizi decidió dar un nuevo vuelco. Levantó la proscripción de los partidos neoperonistas, con lo cual dicha corriente ganó las siguientes elecciones legislativas en diez provincias - entre ellas la estratégica Buenos Aires-, provocando las presiones militares que terminaron por separar al Presidente Frondizi de su cargo con el accionar de las Fuerzas Armadas. No sólo el derrocamiento, sino los últimos trazos de su gobierno contribuyeron a profundizar en la opinión pública la imagen de erosión y descreimiento del sistema democrático, elementos que también pudieron percibirse a través de las páginas impresas de Tía Vicenta.

Retomando el recuento de los temas principales, adicionamos en tercer lugar, y con una minúscula diferencia en la frecuencia respecto de las anteriores, las alusiones a Juan

Carlos Onganía, que se dieron esencialmente en los números de 1966. Del total de expresiones relativas al entonces presidente de facto y su gobierno subrayamos las siguientes como principales dentro del conjunto de rasgos que la publicación les asignó, en tanto ponen de relieve el creciente poder de los militares en el ámbito político, la coerción del gobierno sobre la sociedad toda y específicamente sobre los medios de comunicación y las restricciones erigidas por el gobierno militar desde su constitución como tal, elementos que adquirieron preponderancia entre los chistes analizados.

Mencionamos entonces, ejemplificando lo antedicho, una selección de viñetas de 1966:

- tapa del N° 368 en la cual observamos a Onganía llevando de su brazo a la República simbolizada como una mujer con un gorro frigio, a través de lo que se aludía a la libertad también, connotando el poder del gobierno sobre los medios particularmente (en tanto el emisor era una revista) y sobre la sociedad toda de un modo más genérico.

- titular que anunciaba: “Revolución en Tía Vicenta, fue depuesto Landrú”, haciendo referencia a la sucesión de gobiernos de facto en el país y a la inestabilidad de las instituciones democráticas, situación igualmente delineada a través del “termómetro político de Tía Vicenta”, el cual oscilaba entre las temperaturas sociales de Revolución, Golpe y Crisis.

- El coche presidencial de Onganía representado como un tanque de guerra

- Una viñeta en la que bajo el título *La Revolucionganía* dos hombres -que parecieran ir marchando- comentaban: “Cerraron el Congreso y los partidos políticos... Ahora sólo nos queda Tía Vicenta para hacernos reir...”

- Una escena en la que un hombre somnoliento, decía: Hg, Ag, H, Fe... y otro, alarmado, lo increpaba: “Callate... No sabés que está prohibido el uso de símbolos y signos...”, en una referencia a la inhibición de toda mención a Perón, al peronismo o cualquier tipo de propaganda de dicha corriente política.

- Un cuadro en el que Onganía, midiéndose la banda presidencial, exclamaba: “La tela tiene que ser de muy buena calidad... ¡Mire que pienso usarla mucho tiempo!...”

Pasaje éste último, en el que se remarca la pública intención de la Revolución Argentina de perpetuarse en el poder por un tiempo considerable. Como explica Romero (2013, pp49-50), “la Revolución Argentina se proponía una refundación completa de la sociedad de acuerdo con un plan en etapas que, según decían, tenía objetivos y no plazos”.

En adición a lo hasta aquí comentado, cabe detallar una página publicada en julio de 1962, en la cual a través de una serie de chistes se hacía referencia a las utilidades de las charreteras, -que constituyen un símbolo de distinción y autoridad dentro del ejército- y a las cuales Tía Vicenta con toda intención les adjudicó funciones irrisorias –como ser cenicero,

bebedero para pájaros o espanta moscas-, ridiculizando la institución que representan y a sus miembros.

Finalmente, no podemos dejar de mencionar la tapa del último número donde apareció la caricaturización del presidente Onganía, identificando al gobernante con una morsa, colocándole al animal un gran bigote.

Todas estas alusiones eran indicadores de la creciente tensión social y política de la Argentina de fines de la década del sesenta, reflejada asimismo en la escalada de violencia y protestas sociales. La sumatoria de estos chistes y particularmente la tapa de lo que fuera el último número de Tía Vicenta fueron alicientes para que Onganía dictaminara la clausura de la publicación.

En orden decreciente de periodicidad hallamos luego los comentarios sobre la inflación, la inestabilidad de los precios, la crisis económica y otras cuestiones vinculadas a la economía. En 1958 el ascenso de precios fue tal que Tía Vicenta no dudó en presentar situaciones estrafalarias como un mozo solicitando documento de identidad a un cliente que osaba repetir el café, o una tabla de cotización de valores en la que se encontraban el dólar, la libra, el jamón, el queso y el tomate, entre otros productos. Tanto en los números de 1957, 1960, como 1962 y 1963 hubo menciones a los problemas inflacionarios que atravesaba el país.

Al respecto, como ha indicado Luis Alberto Romero (2001), en relación a la política económica sobre fines de la década del cincuenta y principios de los sesenta, Raúl Prebisch, mentor de la CEPAL, elaboró un plan que combinaba algunos principios de estabilización y liberalización, siguiendo una línea por la que se devaluó el peso y el sector agrario recibió un importante estímulo, con lo que se confiaba equilibrar las cuentas externas. Argentina ingresó al FMI y al Banco Mundial, y se obtuvo la ayuda de esos organismos para los problemas más inmediatos, siendo así que dichas entidades tuvieron injerencia en la economía argentina.

Continuando con el recuento de las principales temáticas, resultaron de peso las menciones a Aramburu y Rojas como dúo inseparable, referidos por los humoristas de Tía Vicenta como los principales agentes de toda una gama de acciones destinadas a extirpar el peronismo de la sociedad.

De acuerdo a la revisión de Romero (2001) acerca de este periodo particular, Aramburu, quien encabezó el gobierno hasta 1958, asumió plenamente la decisión de desmontar el aparato peronista. El Partido Peronista fue disuelto y se intervinieron la CGT y los sindicatos, puestos a cargo de oficiales de las Fuerzas Armadas. Por decreto se derogó la Constitución de 1949, una gran cantidad de dirigentes políticos y sindicales fueron detenidos o proscriptos políticamente, la administración pública y las universidades fueron depuradas de peronistas y se controlaron férreamente los medios de comunicación. Se

prohibió cualquier propaganda favorable al peronismo, así como la mera mención del nombre de quien, desde entonces, empezó a ser designado como el “tirano prófugo” o el “dictador depuesto”.

También Felipe Pigna (2011) nos proporcionó una reconstrucción de la situación posterior al derrocamiento de Perón:

“La segunda etapa de la Revolución Libertadora, encabezada por el binomio Aramburu-Rojas, se caracterizó en el terreno político por su decidida acción contra el peronismo depuesto. Esta nueva actitud quedó manifestada con la intervención de la CGT, (...) el vejamen, secuestro y desaparición del cadáver de Eva Perón, la prohibición de todo tipo de mención de palabras o frases vinculadas al peronismo y la persistente persecución a la clase dirigente peronista”. (P32)

Otro elemento que cobró relevancia en los chistes fue el comportamiento en materia de relaciones internacionales del gobierno de Aramburu, que el 6 de julio de 1957 dio a conocer la interrupción de las relaciones con Venezuela, fundamentando la decisión en la negativa del gobierno de ese país en atender las peticiones de reprimir las actividades delictuosas que se llevaban a cabo desde su territorio en forma sistemática contra el pueblo y el gobierno argentino, lo que aludía a la residencia de Perón en Venezuela y a las negociaciones que éste realizaba desde allí. La situación se repitió con República Dominicana, al instalarse Perón en Santo Domingo. Reflejando estos hechos hallamos una viñeta en el N°1 (agosto de 1957) en la que Rojas reprimenda a Aramburu: “¡No se te ocurra romper relaciones con otro país! ¡A ver si después no nos queda ninguno para exiliarnos!”

En relación a los temas secundarios, se observó una llamativa semejanza en el ahínco con que surgieron varios temas, siendo siete de ellos mencionados con apenas un 1% de diferencia en sus frecuencias, por lo que hemos de nombrarlos remarcando que se les ha asignado un peso similar.

En los primeros números tuvo especial atención el transporte, con sus problemáticas de infraestructura y calidad de los servicios vinculadas al crecimiento de la población y a la falta de inversión en las unidades que ocasionaba hacinamiento de los pasajeros, precariedad de los vehículos (tanto trenes como colectivos), impuntualidad e inconvenientes en los servicios.

Por otro lado, las alusiones a Juan Domingo Perón y la proscripción del peronismo, a lo cual se sumaron otros aspectos estrechamente vinculados como el exilio de Perón en Venezuela, la caída de Marcos Pérez Jiménez y la fuerza del peronismo que quedó expuesta en las elecciones a través de los votos en blanco de los peronistas y simpatizantes, especialmente en 1958 cuando brindaron su apoyo a Arturo Frondizi.

Del mismo modo cabe señalar a Ricardo Balbín, cuya caricatura hacía hincapié en sus ojos rasgados que le valieron el mote de japonés u oriental, al punto de caracterizarlo como empleado de una tintorería. Además del humor a través de la exageración de sus rasgos faciales, este personaje cobró relevancia en torno a un tema central: la escisión de la UCR en UCRI y UCRP.

De acuerdo a lo referido por Felipe Pigna (2011) en 1956 se produjeron importantes discusiones en el seno del radicalismo. El origen de la polémica tenía que ver con el mayoritario sufragio en blanco de los peronistas, -ordenado por Perón desde su exilio- en los comicios para elegir convencionales para la Asamblea Nacional Constituyente del año 1957. Esto condujo al presidente del Comité Nacional de la UCR, Arturo Frondizi, a plantearse el problema de cómo insertar el peronismo en el esquema político. El dirigente radical Ricardo Balbín era partidario de no vincularse con ese movimiento, en tanto que Frondizi apoyaba un acercamiento con Perón. Esto produjo una ruptura en la UCR, que se dividió en dos fracciones: la Unión Cívica Radical Intransigente (UCRI), liderada por Frondizi, y la UCR del Pueblo, conducida por Balbín. Frondizi envió a Caracas a su secretario, Rogelio Frigerio, para concretar un pacto con Perón por el cual, a cambio de los votos peronistas, Frondizi se comprometía a desarrollar un programa popular afín al peronismo. Gracias al pacto la UCRI se impuso en las elecciones de febrero de 1958.

Otro personaje referido por Tía Vicenta fue el presidente José María Guido, quien asumió al ser destituido Arturo Frondizi, y quien fue el encargado de fijar la fecha de nuevas elecciones presidenciales para octubre de 1963. Fuertemente condicionado por los militares, bajo su breve mandato se sancionó un nuevo estatuto para los partidos políticos, en el que se proscribía al peronismo, a todo partido totalitario o que pidiese el retorno de Perón y se prohibía toda propaganda peronista. Una de las burlas más destacables a la figura de Guido fue publicada en 1962, en la tapa del número 218, en la que se realizaba un estudio lombrosiano⁶ de la cabeza del político. Este ítem resultó rico en datos, ya que se vinculaba cada rasgo de su rostro con alguna cualidad del ser, no siempre ligadas de manera lógica sino por demás absurda. A su vez, subyació en el conjunto de todos los chistes referidos a Guido su caracterización como un hombre pequeño, diminuto, temeroso y en ciertas situaciones apabullado, como si no se considerase con la autoridad suficiente para

⁶ Las teorías de Cesare Lombroso (1835 – 1909) sobre los delincuentes sostenían que las causas de la criminalidad se manifestaban de acuerdo con causas físicas y biológicas. En este sentido, Lombroso presentaba la concepción del delito como resultado de tendencias innatas, de orden genético, observables en ciertos rasgos físicos o fisonómicos de los delincuentes habituales (asimetrías craneales, determinadas formas de mandíbula, orejas, arcos superciliares, etc.). Sin embargo, en sus obras se mencionan también como factores criminógenos el clima, la orografía, el grado de civilización, la densidad de población, la alimentación, el alcoholismo, la instrucción, la posición económica y hasta la religión.

imponerse sobre los demás. Dieron cuenta de ello viñetas en las que observamos un enorme sillón presidencial y un diminuto Guido al lado, con una escalera que lo conducía hasta el asiento, como si debiera “escalarlo”; y otro cuadro donde en una sala de reunión con varios ministros sentados a la mesa, una pequeña cabeza se asomaba y tímidamente decía: “¿No podrían ponerme una silla más alta?”.

Por otro lado, hubo menciones recurrentes a Nicolás Repetto y Alfredo Palacios. Al primero se lo describía sobrepasado por la política, con dificultades para seguir el ritmo de los tiempos que corrían, mientras que el segundo fue principalmente parodiado por su fama de mujeriego. En una ocasión (Nº 23, 1958) aparecían ambos como hombres de la Edad de Piedra, con una leyenda en la que Palacios mencionaba: “¿No será mejor que abandonemos la política? Ya no estamos para estos trotes”. Es preciso aclarar que para 1958 Repetto tenía 87 años y Palacios 78, por lo que las diferencias generacionales hubieron de hacerse presentes en sus accionares como funcionarios. Asimismo, cabe resaltar el ahínco con que se describió a Alfredo Palacios como un eterno conquistador o donjuán, situando por ejemplo una hipotética casa para él junto a un internado de señoritas, con un gran balcón y un enorme largavista allí apostado.

Por otro lado brotaron cuestiones vinculadas al rol de la mujer, haciendo hincapié en cualidades y costumbres modélicas, correspondientes a las convenciones sociales y expectativas a las cuales debían atenerse las señoritas y señoras. Por ejemplo, se enfatizaba el patrón de belleza vigente y se ironizaba sobre la fealdad de las señoras gordas o arrugadas por su edad, ridiculizando los ideales sugeridos por las cirugías plásticas. Resultó interesante cómo además se parodiaban otras publicaciones destinadas al público femenino, en secciones como *La página de la mujer* (Nº3, 1957), donde a través de un humor absurdo se brindaban consejos para las amas de casa e instructivos imposibles de llevar a cabo o sumamente ridículos para quitar manchas, embellecerse, adelgazar, etc. En adición, surgió de los chistes la sobrevaloración del aspecto físico, la juventud y el dinero como medios para alcanzar la felicidad, tal cual se desprende del *Curso para triunfar en villa cariño*, donde se enumeraba una serie de tips para convertirse en un pretendiente irresistible (Nº146, 1960).

Otro bloque temático con una frecuencia significativa fue el abordado en los comentarios de la página de Barrio Norte protagonizada por María Belén, Alejandra y su prima Mirna Delma, que reflejaba elementos que hacían a la diferenciación de clases en la sociedad de aquel tiempo. Desde esta sección cobraban relevancia las vivencias de la “gente como uno” frente a los mersas y quemados, el ranking semanal de mersadas, el primer campeonato mundial de los quemados, el campeonato de bestias peludas de gente como uno y un variado abanico de palabras que supieron colarse en el vocabulario de los lectores, como gordi, por su, ser piruja, ser gente como uno o bienudo, entre otras.

Detallamos concretamente algunos de los elementos más ilustrativos de la sección mencionada, en la cual prevalecieron siempre las palabras por sobre la imagen. En efecto, siempre se acompañó el texto con un cuadro donde aparecían María Belén y Alejandra, con algún objeto característico –como un long play o cigarrillos *Colorado*-, al cual se aludía en la escritura, pero dejando un lugar sobresaliente a los diálogos. En adición, cabe subrayar que el grueso de las gracias de la Página del Barrio Norte recaía en el vocabulario de moda, haciendo especial énfasis en cómo hablaban los gordis o bienudos, y qué debía decirse y qué no para no “quemarse”, es decir, para no ser considerado mersa. Entre los más repetidos consejos de María Belén y Alejandra citamos: “si no quiere quemarse no use la libreta de enrolamiento en el bolsillo de atrás del pantalón; no use en el ojal el distintivo de un cuadro de fútbol” y no diga *cable* en lugar de telegrama; ni *Atenti!* por ¡Atención! ni a *drede*, sino a propósito.

Ciertamente no podemos omitir la referencia a los juegos de palabras característicos de esta publicación, tales como el ya mencionado Revolucionganía y los emblemáticos Almorso (Almuerzo en la Casa Rosada), Morsilla (Alimento presidencial) y Morsarella (Queso Revolucionario) del diccionario de la morsa alusivo al Presidente de facto Juan Carlos Onganía, que junto con las burlas hacia este gobernante previamente citadas fueron alicientes para que se dictaminara el cierre de la revista.

Hallamos aquí ocasión de vincular como síntesis de un mismo proceso cultural los mencionados cambios en el lenguaje y juegos de palabras, modificaciones en el hablar que estaban dándose en todo el conjunto de la sociedad y que expuso Romero en su *Breve historia contemporánea de la Argentina* (2001) al explicar cómo el voseo comenzaba a imponerse en el trato cotidiano y la conversación se nutría de términos tomados de la sociología y la psicología. Rasgo éste último que particularmente pudo observarse en Tía Vicenta, donde surgieron chistes referentes a términos psicológicos y burlas a esta disciplina, a través de frases como *¡No haga mea culpa en el diván! o es una regresión a la infancia... creo que para la quinta cita me devolverá las bolitas y el balero*.

Por otra parte, la modernización económica de aquellos años introdujo algunos cambios profundos en la sociedad, a la vez que dio un nuevo impulso a transformaciones que venían de antaño. Más allá del empleo, lo que movilizaba numerosos grupos hacia las grandes ciudades era la posibilidad de disfrutar de los atractivos de la vida urbana, con la consecuente incorporación a los beneficios del progreso, ideal reforzado por la difusión de las comunicaciones, particularmente la televisión, en pleno desarrollo de la sociedad de consumo.

En efecto, a lo largo de la década del cincuenta principalmente, y sobre principios de los sesenta, nuevos contingentes engrosaron el grupo de la clase media, prolongando y culminando el proceso de expansión en el que se hallaba la Argentina. Sin embargo, las

dificultades macroeconómicas se hicieron presentes: los pequeños empresarios manufactureros se redujeron por la concentración industrial, y aunque aumentó el número de comerciantes, en conjunto los sectores medios autónomos fueron menos numerosos. Creció en cambio el número de asalariados de clase media, presentes en todos los sectores de la economía y especialmente en la industria, que demandaba técnicos y profesionales.

En tanto manifiesta Romero (2001, p158), todo esto “puso de relieve el papel decisivo que en esta etapa seguía teniendo la educación, la vía de ascenso por excelencia de los sectores medios”. Viejas y nuevas expectativas confluían en el crecimiento de las matrículas de escolaridad media y universitaria: la tradicional búsqueda del prestigioso título, el deseo de participar en el proceso de modernización de la economía y de la ciencia, y luego también el deseo de conformar los foros intelectuales y políticos. Pero el sistema comenzaba a revelar fallas, ya que los egresados aumentaron mucho más rápidamente que las plazas de empleo.

Al mismo tiempo, el fenómeno de la masificación de la sociedad en cuanto al consumo permitió a la clase media acceder a muchos productos antes más exclusivos, restringidos a reducidas esferas de público. Fuerzas poderosas impulsaron la expansión y homogeneización del consumo: la producción en masa –que implicó el acceso a bienes tradicionalmente considerados propios de las clases altas-, la propaganda y las técnicas de marketing. Todos consumían todos los productos novedosos. Ello provocó empero un efecto en las clases altas, que vieron afectada su distinción del resto de la sociedad. De acuerdo a lo expuesto por Romero (2011), ya no tenían el prestigio de tiempos pasados, y el hecho de poseer un apellido y frecuentar determinados lugares ya no era sinónimo de poder ni riqueza. Muy por el contrario, las elites continuaban diversificándose y se nutrían de nuevos miembros.

En cada ciudad el viejo centro perdió importancia y surgieron nuevos centros comerciales esparcidos por todos los barrios; el jeans se convirtió en la prenda universal, y en su aspecto general, las ciudades parecían habitadas por grandes masas de clases medias. Pero si el jeans homogeneizaba todo e impedía que las diferencias afloraran, generaba de inmediato un movimiento inverso: la recurrencia a marcas exclusivas y caras, distinguibles por su etiqueta. Así, frente a la homogeneización de las apariencias, las clases altas estimuladas por una polarización creciente de los ingresos buscaron formas originales de diferenciación a través de una exclusividad que debía cambiar permanentemente de referencias, antes de que la vulgarización las atrapara. Saber en cada circunstancia qué era lo que marcaba esa diferencia, y conocer el momento en que lo in se convertía en out y lo distinguido en mersa pasó a ser una ciencia apreciada y el tema de los más leídos semanarios, en los que se podían hallar los tips o claves de la modernidad: lo que el ejecutivo de clase media iniciado en el tema debía aprender para “pertenecer”.

Vuelve aquí a hacerse presente con toda su fuerza la Página del Barrio Norte, con sus palabras *in* como remera, tétrico, regio y sus palabras prohibidas: chomba, stá un kilo y los artículos antepuestos a los nombres o incorrectos como al decir la calor.

Vale traer a colación un diálogo entre María Belén y Alejandra que es por demás demostrativo de lo hasta aquí vertido:

-¡Qué asquete, gordi! Todo está amersado. Ya no se puede ir a ningún lado.

- La culpa de todo la tiene ese monstruo del diario "El Mundo". Mejor dicho, TIA VICENTA.

-Es la pura, vieja. Hay una sección del Barrio Norte en donde aparecen dos taraditas anunciando los lugares que va la gente como uno y qué se yo.

-Así va la mersa a esos lugares y en seguida los queman. ¿No te parte?

-Por su (...)

-No miusta. ¡Tétrico, tétrico, tétrico! ¿De dónde habrán sacado, gordi, que nosotros hablamos así? (...)

-¡Cuidado, gorda, ahí alguien nos está oyendo! Disimulá. Hagámonos las mersas.

-La verda, querida, es que anoche el Hétor se vino con una chomba roja renoménomena que stá un kilo y monedas (...)

Resultó llamativo aquí también cómo la revista entretejía la realidad y la ficción, generando una amalgama por demás graciosa y efectista, desdibujando los límites entre ambas esferas. En este sentido, recordamos un pasaje de Edgardo Russo (1994) donde el autor reflexiona acerca del poder adquirido por Tía Vicenta para integrar sus historias con la realidad al punto de que los lectores se dirigieran a la dirección asignada a *Sastrería Kochane* para verificar su existencia o se preguntaran si María Belén y Alejandra eran personas reales.

Continuando con otras cuestiones destacadas, en dos de los ejemplares analizados - Nº 256 y Nº 271- se evidenció una modalidad diferente, en la que el personaje de tapa se presentaba como director de ese número y toda o la mayor parte de la revista se refería a dicho protagonista o se vinculaba con él. En este sentido, el número 256 fue dirigido por Alfredo Palacios - abogado, legislador, político y profesor socialista argentino- y el número 271 por Libertad Leblanc -actriz argentina que filmó treinta películas entre 1960 y 1989, siendo reconocida como símbolo sexual de aquel tiempo.

Por otro lado, y a modo genérico, consideramos relevante mencionar temáticas de particular interés para el estudio como la caracterización del argentino como tramposo y la definición de las campañas electorales como una suerte de campeonato de mentiras, en el

que salía victorioso quien mejor mentía, elementos que formaron parte de los rasgos calificados como propios de la idiosincrasia de los argentinos por esta publicación.

Finalmente, valga referirnos de manera breve a la ridiculización de los personajes del humor que habían hecho furor y estaban consagrados hasta ese momento como íconos de las tiras cómicas: Fúlmine, de Divito, y Avivato, de Lino Palacio, dejando en claro aquello que Tía Vicenta pregonaba desde su título, presentándose como *la revista del nuevo humor*. Con el humor desenfadado de Tía Vicenta los íconos anteriores quedaban atrás, una nueva perspectiva sobre la realidad se abría camino.

PRESENTACIÓN Y TRATAMIENTO DE LOS TEMAS

El 100% de los temas se presentó de manera directa, ya en las palabras, ya a través de la sumatoria del texto con los restantes elementos visuales. Esto evidenció un estilo llano, puntual, en el que se exponía abiertamente cada cuestión, mecanismo que revistió gran importancia en tanto nos permitió comprender que la publicación era de sencillo abordaje para el lector medio de la época, resultando fácil el reconocimiento de los asuntos a los que se hacía referencia.

12. Tratamiento del tema – Tía Vicenta

Tratamiento del tema	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
Positivo	0	0	0
Neutro	102	0,567	56,7
Negativo	78	0,433	43,3

Fuente: datos propios

El tratamiento de los temas se caracterizó a nivel global por una interesante neutralidad en todo el periodo examinado en la muestra, la cual sumó el 56,7% del total. Esto puso de relieve el afán de Landrú –director de la publicación- por no quedar mal (ni bien) con los unos ni con los otros, tal como él mismo expresara para *La historia de Tía Vicenta*, de Edgardo Russo (1994). Cabe subrayar que todos los personajes, temas y figuras destacadas que supo mencionar la revista fueron caricaturizados y/o burlados en igual

medida, presentando los chistes siempre desde el absurdo, observando la realidad desde ángulos imaginativos.

Podemos agregar el dato de que en 1963, uno de los ejemplares analizados, despegándose de los datos arrojados por el conjunto de la muestra, mantuvo un tratamiento de los temas neutral en el 80% de los casos aproximadamente, cuestión que vinculamos a que en este número se tomó un personaje central para toda la edición y la mayoría de las chanzas se relacionaban con esa figura pública, siendo ésta una artista y no un político como era usual en Tía Vicenta, por lo que los chistes resultaron tener una perspectiva más “amigable”, menos ácida que en la media de esta publicación.

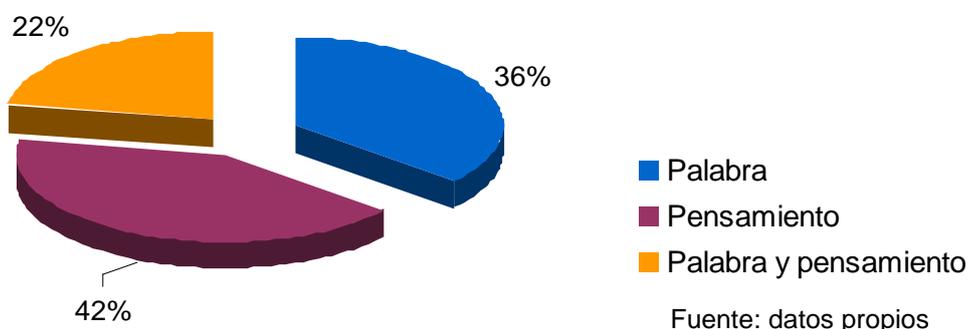
Por su parte, el discurso de Tía Vicenta se consideró negativo en el restante 43,3% de los casos, pese a que tal negatividad no siempre fue identificable en la utilización de una determinada palabra, sino que pudo inferirse a partir de la presentación y disposición de los elementos que conformaban la escena.

Podemos indicar a través de los siguientes ejemplos algunas cuestiones sobre las cuales Tía Vicenta dejó entrever su postura negativa: el tono alarmista de frases como “el pueblo ha sido burlado” -de cara a las elecciones presidenciales de 1958- o “Perdón, ¿esta es la cola para hacer revoluciones?, en referencia a la gran inestabilidad institucional.

En relación a las intenciones de las tiras analizadas, podemos afirmar que un 72,6% de los casos refirió chistes tendenciosos, mientras que el restante 27,4% fue identificado como inocente. Ello evidencia un afán crítico y en cierta medida moralista de la publicación, cuyos discursos buscaban una movilización en sus lectores, instando a reflexionar y a tomar conciencia del rol del ciudadano, su poder, obligaciones y derechos.

TIPO DE GRACIA GENERADA POR EL CHISTE

13. Tipo de gracia del chiste - Tía Vicenta



Respecto al tipo de gracia generada por cada chiste o viñeta, un 42% correspondió a chistes en el pensamiento, mientras que un 36% albergó gracias en la palabra, y sólo el restante 22% operó en el orden de las palabras y los pensamientos. A partir de estos datos afirmamos que Tía Vicenta proponía un humor en el que el grueso de los chistes discurría sobre ideas. A través del absurdo, las opiniones y paradojas sobre las que echaba luz esta publicación no eran sino reflexiones o proposiciones que buscaban la complicidad del lector desde el orden del intelecto. Sin embargo, cabe consagrar un espacio destacado a los juegos de palabras o alteraciones en la escritura, que cumplieron un rol significativo también (36%). Hallamos muchos ejemplos de chistes de este estilo, del tenor de: “Licaldo Balbín” reunió a la prensa en su despacho, aludiendo al apodo de japonés del en ese entonces candidato a presidente por la UCRP Ricardo Balbín, o la viñeta en la que Álvaro Alsogaray solicitaba al Ministro de Educación que diera “Merluza-ciones” en lugar de vaca-ciones en alusión a la campaña que había lanzado Alsogaray incentivando a la población a consumir menos carne vacuna y más pescado (1960, N°141).

Finalmente, el 22% restante que correspondió a los chistes que conjugan la gracia en las palabras y en el pensamiento, permitió describir aquello que percibimos como distintivo del estilo de esta publicación y que tiene que ver con la complejidad creativa de algunos de los chistes propuestos. Para citar sólo un caso que destacó por su originalidad, mencionaremos la *historia para refrescar la memoria* publicada en el N° 150 de 1960, donde se relataban hitos históricos de la humanidad, desde Adán y Eva hasta la Modernidad, pasando por el Imperio Romano y la Edad Media, incluyendo figuras como Nerón y Maquiavelo, y los emblemáticos personajes Romeo y Julieta de Shakespeare, haciendo a través de la narración un paralelismo con la relación entre Arturo Frondizi y Ricardo Balbín. Este chiste evidenció la habilidad de los autores de la publicación para trascender la gracia

en las palabras e incluir una comicidad más completa, en la que participaban elementos reales y de ficción que causaban gracia a partir de un concepto.

Por otro lado, el 61,11% de los chistes se calificó como tendencioso, en tanto las chanzas denotaban alguna propensión hostil en la enunciación, ya fuera hacia una situación, persona o grupo. Por ejemplo, hallamos en el N° 3 de 1957 una viñeta donde se observaba a un cura dando como limosna un crucifijo a un mendigo con un cartel que lo identificaba como ateo, chanza que denotaba hostilidad hacia Iglesia, quizá incluso violencia u ofensión para el lector feligrés.

Otro caso llamativo fue el de una página en la que se presentaba la *novísima zoología*, con la cual Tía Vicenta se refirió a Aramburu como un ejemplar de un tal animal Bovis Baska, a través de dichos que remitían a un insulto, hábilmente creados de modo que no se aludía directamente al Presidente, pero figurando esa idea en la mente del lector a lo largo del pasaje.

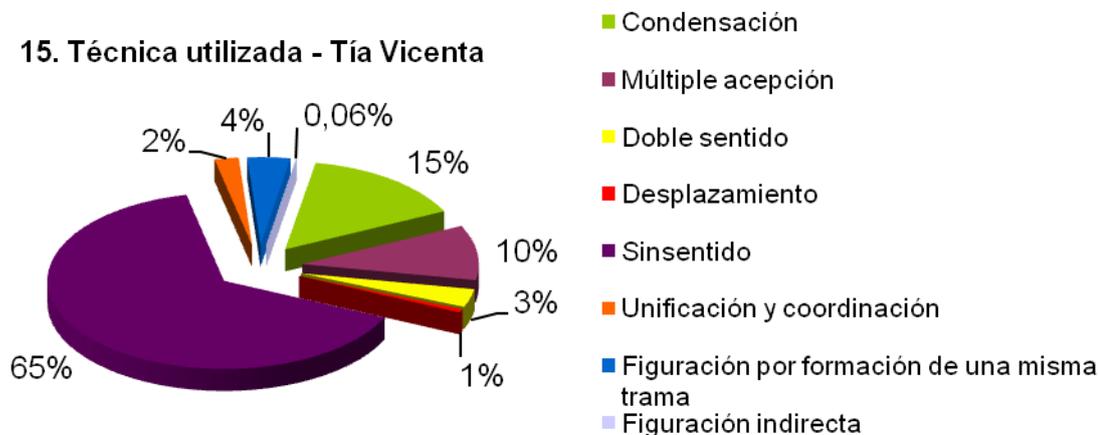
TÉCNICA UTILIZADA EN LA CREACIÓN DEL CHISTE

14. Técnica utilizada en la creación del chiste – Tía Vicenta

Técnica utilizada	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
Condensación	27	0,15	15
Múltiple acepción	18	0,1	10
Doble sentido	6	0,033	3,3
Desplazamiento	1	0,006	0,6
Sinsentido	116	0,644	64,4
Unificación y coordinación	4	0,022	2,2
Figuración por formación de una misma trama	7	0,039	3,9
Figuración indirecta	1	0,006	0,06

Fuente: datos propios

15. Técnica utilizada - Tía Vicenta



Fuente: datos propios

Respecto de la construcción de los chistes, una amplia mayoría (65%) partió de la base de un sinsentido, presentando un absurdo o una ironía. Esto dejó al descubierto un rasgo que se convertiría en un sello de esta publicación, caracterizada por su humor absurdo y desfachatado, en el que los disparates constituyeron la materia prima de gran parte de sus chistes. Particularmente las ironías compusieron con sutileza las connotaciones más ácidas y cargadas de emociones, dando vida a un discurso muy empapado de actualidad política y económica por un lado, y de cotidianidad, por otro.

Muy por debajo del recurso más utilizado, pero complementando la identidad de Tía Vicenta en su humor diferente hallamos en segundo y tercer lugar respectivamente, el uso de la condensación y la múltiple acepción de las palabras, los cuales conformaron mayoritariamente los chistes de juegos de palabras, diccionarios y vocablos inventados y reunieron 15% y 10% de los casos cada uno.

En un sentido amplio, podemos afirmar que técnicas que requieren un planteo más literario y probablemente más extenso en palabras fueron dejados de lado por completo en las viñetas analizadas, -acompañadas por imágenes prácticamente en su totalidad-, dando prioridad a la presentación de la comicidad de manera impactante y breve, respaldada en el apoyo visual, que jugaba intensamente con los protagonistas de sus chistes, tanto desde una línea innovadora en los trazos como en los rasgos corporales atribuidos a cada personaje caricaturizado.

ESTRATEGIAS DE SUPERFICIE

16. Estrategias de superficie – Tía Vicenta

Estrategias de superficie	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
Universalización	5	0,028	2,8
Generalización	50	0,28	28
Tópicos	45	0,25	25
Despersonalización	3	0,017	1,7
Redundancia	3	0,017	1,7
Comparación	41	0,23	23
Metáfora	37	0,21	21
Sinécdoque	32	0,18	18
Hipérbole	53	0,3	30
Metonimia	6	0,033	3,3
Sentido de oportunidad	63	0,35	35
Caricaturización	73	0,41	41

Fuente: datos propios

En el campo de las estrategias de superficie pudimos reconocer un uso extendido de la caricaturización, que apareció en el 41% de los casos, tornándose una nota particular de esta publicación.

Destacamos las caracterizaciones de Arturo Frondizi, Álvaro Alsogaray, Isaac Rojas, Juan Domingo Perón, Pedro E. Aramburu, Ricardo Balbín, José María Guido, Alfredo Palacios y Nicolás Repetto, todas halladas con asiduidad en la revista y de las cuales referiremos brevemente los aspectos sobresalientes con que identificaron a cada político:

Resaltó en Arturo Frondizi una extrema delgadez, acompañada por su altura considerable y una desproporcionada nariz que sostenía siempre los infaltables lentes de robusto marco negro circular que usaba el Presidente, a través de los cuales se percibían unos ojos invariablemente redondos, con cierto aire de asombro constante y parsimonia.

Álvaro Alsogaray, por su parte, fue dibujado como un chanchito, a base de círculos, y con orejas llamativamente caídas respecto de la línea de los ojos; mientras que en Rojas hallamos continua referencia a su pequeña estatura, la nariz exageradamente larga, puntiaguda y encorvada, su tez morena y sus lentes oscuros.

Por su parte, Juan Domingo Perón sobresalió por su cara granosa y redondeada, su papada y su nariz grande, formando un rostro siempre acompañado por una amplia sonrisa. Pedro Aramburu se distinguió en cambio por su cabeza en forma de trapecio, con las características entradas de su cabello, y una nariz de gran tamaño.

También fueron significativos los retratos de José María Guido, identificado como un “hombre diminuto” -petiso, con cabeza y ojos pequeños- y temeroso o inseguro; y Ricardo Balbín, parodiado con énfasis en sus ojos rasgados que remitían a rasgos orientales, particularmente japoneses de acuerdo al discurso de la revista.

En cuanto a Nicolás Repetto sobresalieron la nariz redonda y alargada, la cabeza asimismo alargada, sus mejillas que parecían caer pesadamente, la espalda encorvada y todo el aspecto de una persona mayor con su ritmo más pausado. En cuanto a Alfredo Palacios cabe destacar el bigote y el peinado, elementos que junto con su poncho fueron el blanco de los chistes.

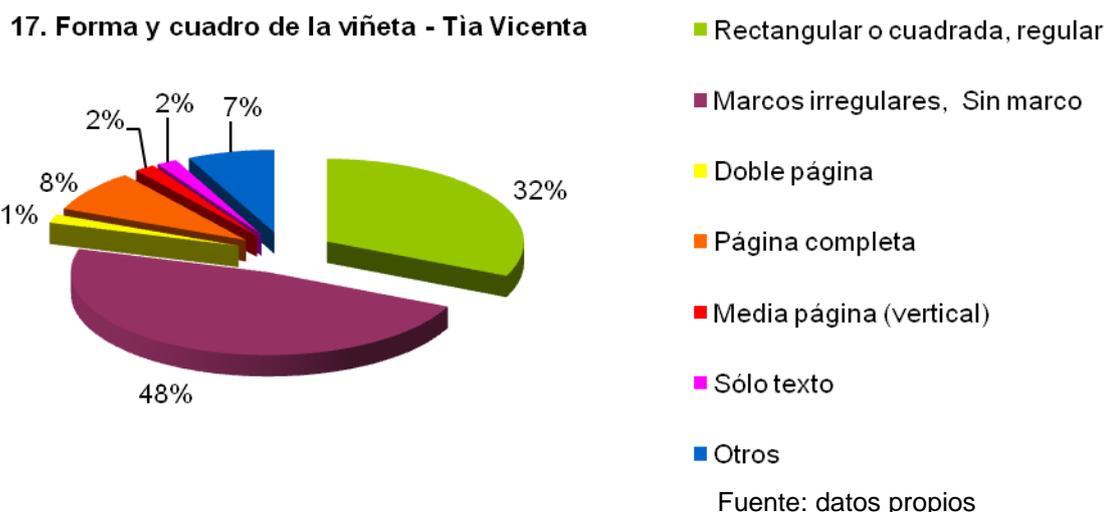
Las técnicas más utilizadas en segundo y tercer lugar fueron el sentido de oportunidad y la hipérbole, puestos en escena en un 35% y 30% de los casos respectivamente. Si bien el sentido de oportunidad es un recurso ampliamente utilizado en los discursos humorísticos, podemos remarcar en este caso ese tino de Tía Vicenta en dar con las palabras justas para generar un fuerte impacto en los lectores, con planteos muy disparatados, delirantes, que dieron el toque particular a esta publicación. De la misma forma, el uso de la hipérbole tanto visual como textual, puso en evidencia cómo a través de la exageración se realizaban ciertos aspectos de un personaje o situación atrayendo la atención de los lectores hacia ello con el objetivo de plasmar en el público una idea o una imagen difícil de olvidar.

Luego se ubicaron en orden descendente, con porcentajes de frecuencias que fueron desde el 28% hasta el 18% la generalización, la utilización de tópicos, comparaciones, metáforas y sinécdoques, todos recursos que colaboraron en la particular construcción de la realidad de Tía Vicenta. Tanto las generalizaciones como los tópicos se presentaron asociados a un amplio abanico de temas, de entre los cuales destacamos “el que vota a Frondizi es un mal educado”; “por la plata baila el gorila” –que encierra una metáfora también-; y las menciones a los golpes de Estado, al desarrollo de la industria nacional y a la proscripción del peronismo como tópicos o lugares sociales de la época. Por su parte abundaron las comparaciones, algunas de ellas puramente visuales, como la correspondiente a una viñeta en donde dos vagones mostraban las diferencias al viajar en primera o en segunda clase en el tren u otra que se repitió en varias oportunidades, en las

que se comparaba a Álvaro Alsogaray con un chanchito. Finalmente, de entre las sinécdoques citamos como llamativas un cuadro donde se ve un televisor con la imagen del rostro de Alsogaray y un hombre frente al aparato, que dirigiéndose a él replica: Sí, ya sé! Haciendo referencia a la famosa frase del Ministro “hay que pasar el invierno”; por otro lado, una página en la que a través de un rasgo atribuido a cada personaje se hacía referencia al tipo de vivienda ideal. Por ejemplo, la casa de Alsogaray con una antena de TV y la de José María Guido de diminuto tamaño.

A modo de cierre de este apartado, cabe destacar que la utilización de todos los recursos hasta aquí mencionados no es excluyente, sino que por el contrario, se presentaron conjuntamente en la mayor parte de las ocasiones.

ELEMENTOS DE LA VIÑETA

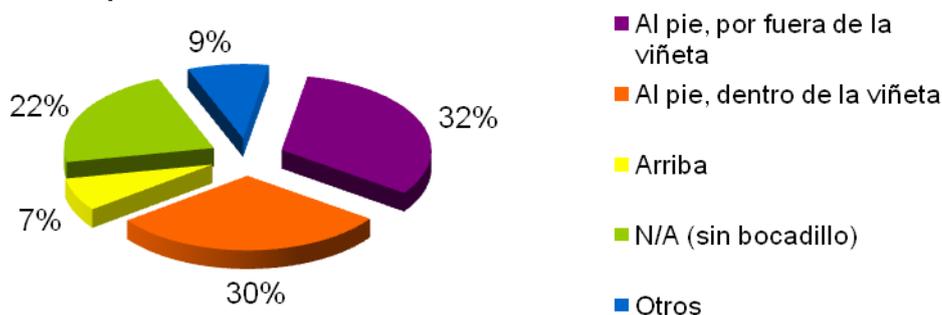


Los elementos de las viñetas brindaron una mirada provechosa en cuanto a los rasgos que hacen al relato. De los datos recolectados se desprende que en la mayoría de los ejemplares hubo una tendencia a la presentación de los chistes de manera más desorganizada, sin un esquema rígido al que atenerse. En efecto, el 48% de las viñetas estaban únicamente delimitadas por el color de fondo que contrastaba con el de la página donde estaban ubicadas, o tenían marcos interrumpidos o eran viñetas carentes de marco por completo. Todos estos elementos que contribuyeron a un formato más irregular, dieron cuenta del estilo innovador de Tía Vicenta, esa actitud que sostenía la publicación para distinguirse del resto de las revistas por su irreverencia, fresca y versatilidad, cambiando las secciones y el orden de las mismas, a fin de sorprender al lector con una revista diferente cada semana.

En segundo lugar se presentaron las viñetas de marcos regulares, rectangulares y cuadrados, caracterizados por narrar las acciones del presente, las cuales representaron el 32% de los casos, mientras que el restante 20% se distribuyó entre los chistes de doble página, página completa y media página vertical entre otros casos especiales.

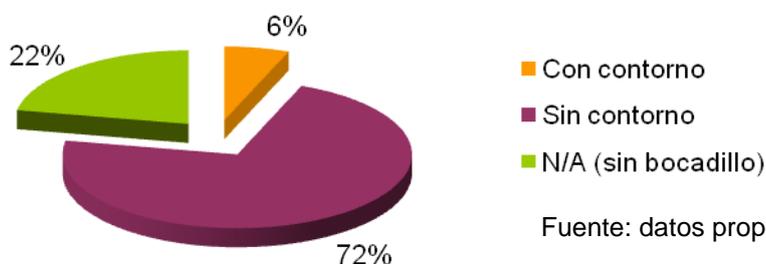
BOCADILLOS

18. Disposición de los bocadillos - Tía Vicenta



Fuente: datos propios

19. Contorno de los bocadillos - Tía Vicenta



Fuente: datos propios

Con una frecuencia del 32% prevalecieron los chistes que presentaban los textos de diálogo al pie, por fuera de la viñeta, coincidiendo siempre esta condición con la ausencia de línea delimitadora del globo y delta. Con una frecuencia apenas un 2% menor, en segundo lugar se ubicaron los bocadillos al pie, dentro de la viñeta, quedando el restante 38% repartido entre los bocadillos en la parte superior o lateral, y las viñetas sin bocadillos.

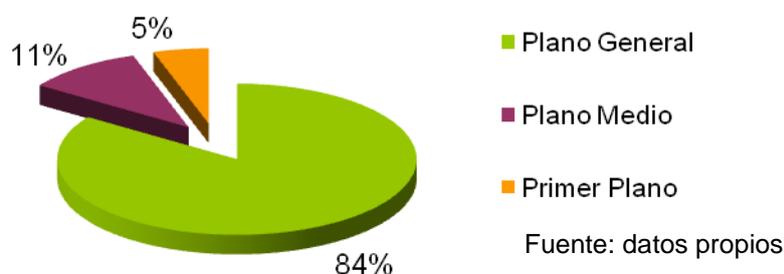
Respecto del contorno, una clara mayoría -72% de los casos- carecía de globos que agruparan lo enunciado por cada personaje. En cuanto a la tipografía utilizada fue en casi todos los casos de estilo palo seco, respetando mayúsculas y minúsculas, constituyendo textos de fácil lectura. Se destacó el cambio del formato de palo seco por una tipografía serif en 1962; mientras que el uso de las negritas fue moderado.

PUNTO DE VISTA, PERSPECTIVA Y PLANOS

Prácticamente en la totalidad de los casos -98,9%- los chistes se narraron desde un punto de vista de tercero observador, lo cual demostró que la revista se ubicaba fuera de los personajes y fuera de los sucesos, dejando que el lector se encontrara frente a una escena que sucedía delante de sus ojos y ante la cual habría de emitir sus propios juicios.

Por su parte, y reforzando lo hasta aquí mencionado, la perspectiva utilizada fue usualmente normal, congregando el 88% de los casos, poniendo de relieve que la manera preferida para enunciar los relatos era aquella que da la sensación de mayor objetividad.

20. Planos - Tía Vicenta

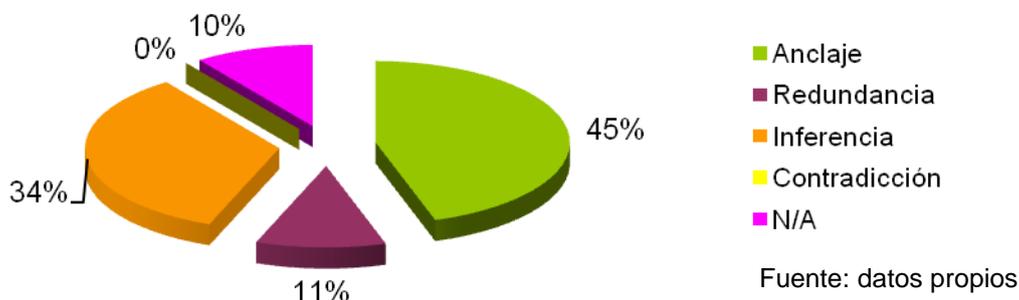


Por otro lado, un 84,4% de los chistes se dibujó en planos generales, con lo constatamos que los mismos, ya constaran de una única viñeta o varias, precisaban montar una escena general para generar la gracia, dando un contexto a la situación que se exponía. Asimismo, estos planos más abiertos resultaban de una menor implicancia para el lector, que observaba desde afuera, a cierta distancia.

Los planos más cerrados, como los planos medios sólo se hallaron cuando era necesario para el chiste presentar al personaje en mayor detalle, acercando al lector su expresión facial y/o sus gestos. Sólo en momentos puntuales se recurrió a planos más cerrados, como planos medios y primeros planos, con un 10,6% y 5% de incidencia respectivamente.

RELACIONES VERBO-ICÓNICAS

21. Relación verbo-icónica - Tía Vicenta



La relación más usual entre textos e imágenes fue la de anclaje, constituyendo un 45% de los casos. Por su parte, la relación de inferencia ocupó el segundo lugar en el orden de frecuencia, presentándose en un 34%. De este modo el 79% de los chistes se repartió entonces entre mensajes que requerían una contextualización o explicación de la situación y de las acciones planteadas para ser comprendido, y mensajes cuyas imágenes y palabras se reforzaban mutuamente. El elemento que aquí ocupa el primer lugar insinúa algo muy particular de esta publicación, que es su sello a través de pasajes y personajes delirantes, impactantes y atrevidos. El absurdo como recurso mayoritario en las páginas de Tía Vicenta fue el que puso de relieve el estilo de esta publicación, cuyo punto neurálgico radicó en la presentación de los chistes acompañados por palabras que venían a auxiliar al lector en la interpretación de la burla. Y fue en este sentido que todos los textos en Tía Vicenta cobraron un protagonismo especial, en tanto resultaron sumamente ricos en humor e información.

ELEMENTOS SOCIOCULTURALES

Los ítems que se presentaron en cada número fueron disímiles, por lo cual se abordó este aspecto de manera cualitativa, remarcando aquellos elementos que pudieron agruparse por sus semejanzas y describiendo los datos que se desprendieron de las planillas de análisis.

En primer lugar destacamos la dualidad Estabilidad/ Revolución –podría llegar a decirse también orden/desorden- que lanzó la tapa del N°1, marcando la contraposición entre el rol debilitado de las instituciones y las continuas irrupciones del ejército en el gobierno. Con ello se ponía de relieve la inestabilidad política y democrática, acompañada

por un creciente malestar en el clima social en tiempos en que la población estaba profunda e irreconciliablemente dividida entre peronistas y antiperonistas.

Este elemento resultó muy significativo, ya que la alusión a la revolución, tanto al momento de la toma del poder por parte de la Revolución Libertadora como de la Revolución Argentina encabezada por Juan Carlos Onganía, estuvo muy presente en las páginas de Tía Vicenta. Cabe citar a modo de ejemplo los pasajes a continuación, donde frases memorables hicieron mella en el golpe de Estado y en la libertad coartada:

- N° 3, 1957: *“¡Revolución liberdictadora, adelante!”*
- N° 218, 1962: *“La situación es normal en el país, esta semana se organizaron 127 revoluciones”*
- N° 218, 1962: *“(…) y éste [tanque de guerra] me da 100 golpes con 20 litros de nafta…”*
- N° 368, 1966: *“No es por hablar mal, pero desde hace tiempo ella le andaba coqueteando”. Referencia a la libertad/República en relación a Onganía.*

En segundo lugar, rescatamos como símbolo la mención de la isla Martín García, la cual cobró notoriedad desde principios del siglo XX por ser el lugar de confinamiento de presidentes derrocados y políticos perseguidos. En 1930 fue trasladado Hipólito Yrigoyen, pasando luego por allí también Marcelo Torcuato de Alvear, Juan Domingo Perón y Arturo Frondizi, entre otros.

Sumadas a lo anterior emergieron cuestiones como la limitación a la participación de los disidentes en la vida política, la censura y la represión, los cuales se evidenciaron, entre otros, en el caso de Nicolás Repetto, duramente reprimido durante el gobierno de Juan Domingo Perón.

Por otro lado, destacaron como valores la verdad, la credibilidad, la transparencia y la honestidad, todos vinculados al ámbito de lo político en la mayor parte de los chistes donde fueron mencionados. Asimismo pudimos captar a través del análisis la estima por el respeto, el honor vinculado al cumplimiento de la palabra, el deber del político para con los ciudadanos y la lealtad vs. conveniencia política, rasgo éste último que observamos en relación a la proscripción del peronismo y a la fractura de la UCR en UCRP y UCRI.

A modo más genérico, y en referencia a la sociedad toda, los chistes hicieron hincapié en la puntualidad y la prudencia en tanto deseables, mientras que la reserva surgió como en medio de un conflicto entre la sociedad tradicionalista y los cambios sociales que comenzaban a gestarse, no sólo desde las costumbres y el lenguaje, sino asimismo desde

la moda. Ya en 1961 se caracterizaba la moda como atrevida, con el furor del pantalón tiro bajo, frente al cual se realizaban los valores del pudor y la discreción.

También el consumismo fue aludido, y en especial el bienestar del cliente característico del mundo capitalista y el afán por el dinero fueron juzgados en sus aspectos negativos, principalmente respecto de la competencia desigual, la ambición y el automatismo de la modernidad.

En lo relativo a los valores hallamos también la mesura, la preocupación por una reputación intachable, la estabilidad y el respeto por las formas convencionales que aún estaban en vigencia pero que comenzaban a entrar en conflicto con las nuevas costumbres, la idolatría de la belleza, la juventud, el dinero y el consumo como principales metas de la vida. En el ya citado *Curso para triunfar en villa cariño* (Nº 146, 1960) hallamos una serie de elementos que nos permitieron identificar el valor asignado a los bienes materiales, al automóvil por ejemplo, a lo que se sumaron la superficialidad en las relaciones y la sobrevaloración de las apariencias como signos de una sociedad que depositaba sus mayores anhelos en los bienes materiales.

Ahondando en otros rasgos, hubo elementos simbólicos cuya presencia en los chistes fue significativa, de entre los cuales distinguimos el color rojo en la tapa del Nº23, cuando los personajes dibujados eran de ideología de izquierda y en pleno desarrollo de la Guerra Fría; luego los uniformes militares, especialmente las botas y las charreteras, la espada como símbolo de poder, y la palabra gorila, de uso extendido en la época, que dio cuenta de la división que se había gestado en la sociedad desde la proscripción del peronismo. En este sentido cobraron importancia también el avión negro y el pochito, elementos fuertemente asociados a la figura de Perón.

Otros elementos simbólicos también reveladores fueron:

- El strip tease de Frondizi en la tapa del Nº 129 de 1960, una dura crítica hacia el Presidente respecto de algunas de sus ideas y planes que, proclamados durante su campaña, fue abandonando luego por presiones del poder militar y por el empeoramiento de la situación económica argentina.
- La figura del termómetro utilizada por la revista durante 1962 para indicar su opinión acerca del grado de descontento social y político y de las posibles reacciones sociales e institucionales de aquel momento. El termómetro marcaba desde la normalidad hasta el caos un orden creciente de temperatura que pasaba por huelgas, cambio de gabinete, inestabilidad, planteo, crisis, chirinada, golpe y revolución.

Por otro lado, debemos remarcar la televisión como símbolo central de esta época. Si bien su uso estaba en plena expansión, y una minoría accedió primeramente al artefacto, la TV se tornó un medio de gran influencia. Mencionada en numerosas viñetas, la televisión iba

cobrando la relevancia que desde entonces tendría, ejemplificada en el caso puntual del Ministro Álvaro Alsogaray cuya persona se asoció a la TV debido a sus continuas apariciones en comunicados oficiales.

En cuanto a la lengua atañe, se presentaron palabras inventadas y modismos que rápidamente se replicaron en la realidad, adoptados por el público lector. Muchos de ellos calaron realmente hondo en la sociedad siendo utilizados popularmente hasta hoy, como lo son las expresiones: quemarse, estar in o out, ser mersa, estar un kilo.

Por otra parte pesó en los chistes el nacionalismo, cuya contrapartida se conformó por la caracterización del argentino medio como un buscador de atajos, un ventajero que anhelaba siempre el camino fácil y en quien predominaba una inclinación hacia la conveniencia personal por encima del deber ser o del bien común.

En cuanto al ítem de la familia considerado en las planillas, mencionamos aquí que los roles en el matrimonio correspondieron a lo tradicionalmente concebido, tanto para el hombre como para la mujer en su acciones y responsabilidades, con un juicio que denotaba una concepción de la mujer frívola e indefectiblemente destinada a las labores domésticas y un hombre proveedor, sustento económico del hogar, autoridad principal de la familia y atendido en lo hogareño por la esposa.

En otro orden de acontecimientos resulta oportuno mencionar que en enero de 1958 en ocasión de las elecciones próximas a celebrarse, Tía Vicenta desde su rol de medio de comunicación dio visibilidad a uno de sus deberes como institución hablando de su obligación de informar a los ciudadanos sobre los pormenores de los comicios. Sin dejar de lado los disparates, pero denunciando igualmente la no prescindencia del gobierno, defendía la revista el derecho del pueblo a saber el estado de la cuestión y los entretelones del poder político:

“Pero los que sabemos leer entre líneas y conocemos bien las sutilezas y los tejes y manejes políticos, tenemos el deber de denunciar ante el pueblo, para prevenirlo y que no lo tome de sorpresa, que se está preparando un infame continuismo gorila. (...)” (Nº 23, 1958).

Retornando hacia los valores que se desprendieron de los chistes, rescatamos el respeto a la autoridad, la credibilidad y la seriedad, notablemente afectada ésta última en el caso de los políticos caricaturizados y ridiculizados como Arturo Frondizi, Isaac Rojas y Álvaro Alsogaray.

Finalmente, dentro de los elementos socioculturales destacamos, en relación con los chistes protagonizados por Libertad Leblanc la liberación de la mujer, el auge de los movimientos feministas y el destape respecto del físico, también reflejado en la moda con prendas más osadas, pantalones tiro corto y escotes. Asimismo, esto fue acompañado

desde otras áreas artísticas como el cine, en donde hubo un apogeo de producciones nacionales de cine erótico, incluso con desnudos explícitos muy jugados para los tiempos que corrían, en los cuales se destacaron la actriz Libertad Leblanc e Isabel Sarli, entre otras.

PERSONAJES:

De acuerdo a los datos obtenidos en la muestra, enumeramos a continuación los rasgos más frecuentemente atribuidos a los principales personajes de esta publicación, a través de los calificativos que se desprendieron de sus dichos y acciones en los chistes.

Cabe aclarar que en el caso particular de la Tía Vicenta el personaje es la señora gorda de cabello enrulado inspirada en la tía Cora de Landrú, pero es también la revista en sí misma, que asume idénticas características a las que se le atribuyen a la persona de la Tía Vicenta cuando aparece en escena. De este modo, ocurre una identificación entre la revista y la persona. En efecto, la revista se propone como testigo de los hechos que narra y la figura de la señora aparece con una frecuencia menor a la esperada.

Tía Vicenta

El rasgo más sobresaliente de la revista Tía Vicenta fue su personificación, en tanto desde la editorial misma se le atribuyeron actitudes, pensamientos y acciones humanos. En este sentido, puede establecerse una total identificación entre la revista y el personaje en sí, alentada desde el lanzamiento de los primeros números donde se relató –sin la más mínima pretensión de verosimilitud- el encuentro delirante entre una señora llamada Tía Vicenta y un niño expósito que se bautizó a sí mismo como Landrú. De ese encuentro resultó una suerte de pacto de adopción, y de allí la particular publicación radical y transgresora, que supo combinar ironía, perspicacia y atrevimiento con los hechos y personajes de la política nacional.

Tía Vicenta era una señora gorda y de cabello negro azabache enrulado, una dama de clase media alta porteña que se atribuía el derecho de decir en todo momento lo que pensaba y que gustaba hablar de política aunque no comprendiera realmente el escenario. Siempre jugueteando con sus manos con varios collares de perlas que usaba indefectiblemente, el personaje inspirado en la Tía Cora del dibujante no podía con su verborragia, su indiscreción, su humor involuntario y su arsenal de historias. Esta maestra recibida de la escuela normal vino a representar la voz de una parte de la sociedad que halló en sus dichos grandes verdades, siendo la política y sus personajes el material de un humor sin concesiones que causó furor.

Podemos describirla como muy literal y directa en sus dichos, sencilla pero siempre reflexiva, ocurrente, desfachatada, inquisidora e irónica.

La agudeza e irreverencia de sus planteos quedaba siempre matizada por el hecho de tratarse de las opiniones de quien no fuera experta en política ni opinión pública, sino una simple ciudadana que gustaba de expresarse sobre la actualidad política y económica del país.

Cabe destacar también la espontaneidad y la falta de solemnidad con que abordaba los temas, ya se tratase de la política o de los hábitos sociales, arremetiendo igualmente contra ciertas instituciones de forma audaz e irreverente.

María Belén y Alejandra

María Belén y Alejandra eran dos “señoritas de alta sociedad”, fieles testimonios de su tiempo y posición social. Estas dos jóvenes hermanas vivían en un mundillo de entretenimiento y disfrute de placeres mundanos, alejado de graves preocupaciones y problemas. Sus diálogos, plasmados en la Página del Barrio Norte tuvieron rápida y fuerte repercusión en los lectores de Tía Vicenta.

De acuerdo a lo observado en los chistes que constituyeron la muestra, podemos describir en una suerte de radiografía sintética a estas jóvenes como interesadas, utilitaristas, ostentadoras – en tanto sus acciones y gustos daban clara muestra de que pertenecían a una clase social acomodada-, pendientes de la moda, indiscretas, frívolas, algo presumidas y conversadoras.

Como mencionábamos en el párrafo inicial, lejos de las problemáticas económicas y políticas que afrontaba el país, estas muchachas disfrutaban de su tiempo de ocio, expresaban sus gustos respecto de la música y la ropa y daban cuenta de las últimas tendencias de la moda no sólo en esos ámbitos sino asimismo en cuanto a los lugares de reunión, bares, discotecas, restaurantes, y hasta en el habla y comportamiento. En sus conversaciones frívolas indicaban con todo detalle cuáles eran los hábitos y preferencias deseables y distinguidos y cuáles eran por oposición, sus equivalentes “mersas” o vulgares.

María Belén y Alejandra marcaban lo “in” y lo “out” –términos que adquirieron tremenda notoriedad-, dando tips e informaciones para los lectores acerca de qué debía o no hacerse en determinada situación y qué palabras era de buena educación utilizar. En este sentido, para ellas existía un vocabulario propio que defendían y que las identificaba. No era “la cena” sino “la comida”, y el “rojo” no existía y era reemplazado por “colorado”.

Sabían de cortesías y de buenos modales, pertenecían a un grupo de personas al que ellas se referían con la sigla “G.C.U.” –“Gente como uno”- y que conformaba un ámbito de

comuni3n de las clases porteas m3s acomodadas, las cuales buscaban constantemente sus s3mbolos de distinc3n y diferenciaci3n de la creciente clase media.

Mencionando algunos otros ejemplos de los modismos que cobraron vigor gracias a estos personajes diremos que la "G.C.U." usaba "lentes" en lugar de "anteojos" y jam3s dir3a "pieza" por "cuarto".

Cabe mencionar por su papel preponderante dentro de la secci3n los "V.A.M" o "venidos a menos", definidos como aquellos que presum3an de poseer y se apoderaban de las formas de vivir de otros grupos con los que buscaban identificarse.

En la p3gina del Barrio Norte los h3bitos, modas y jergas de las clases media alta y alta argentina encontraron una expresi3n par3dica inigualable.

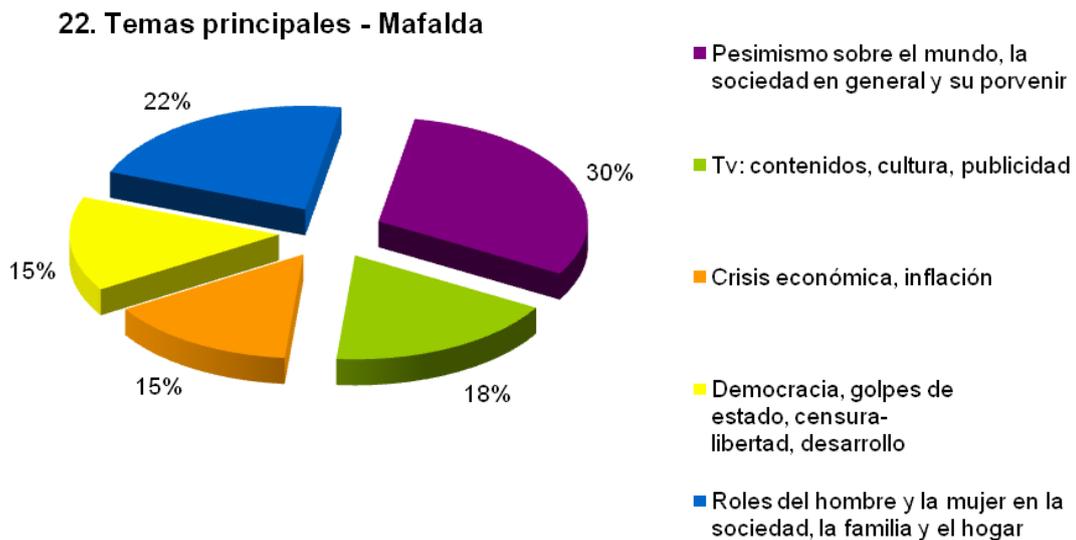
Finalmente, valga remarcar que estos personajes eran un tanto arquet3picos al estilo de los *tipos* de Rico Tipo, que repet3an siempre una determinada conducta, esperada por el p3blico, y adem3s en este caso discurr3an siempre sobre un mismo tema, con distintos componentes y vericuetos, pero con el eje central siempre en las diferencias entre la "gente como uno" y los mersas.

Mafalda: 1967 – 1973

Ejemplares: Se analizaron 105 tiras con un promedio de 4 viñetas cada una, a razón de quince por año considerando todos los libros publicados en cada año:

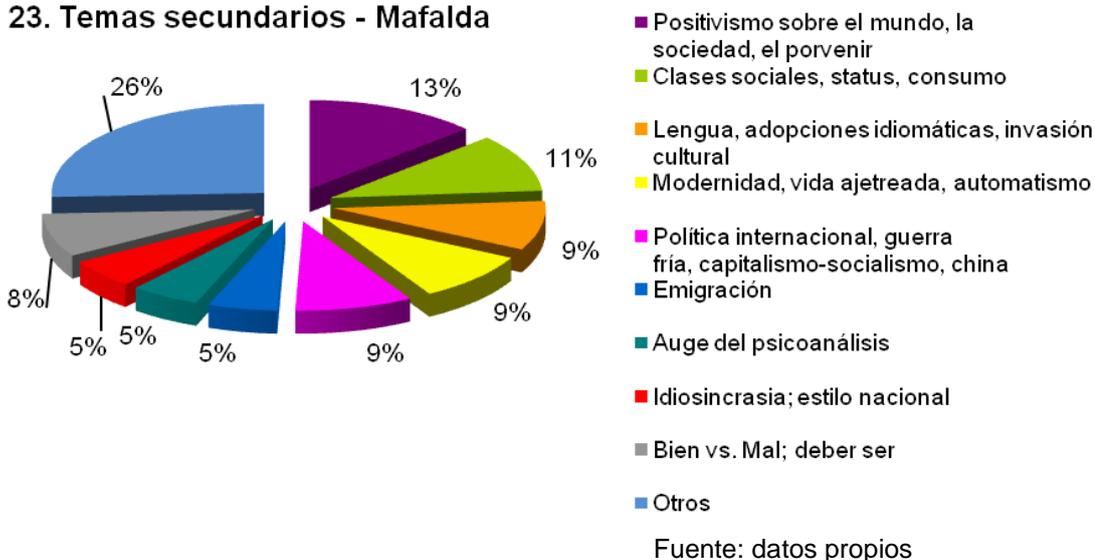
- *15 tiras del Libro Nº 2 - 1967
- *15 tiras de los Libros Nº 3 y Nº 4 - 1968
- *15 tiras del Libro Nº 5 - 1969
- *15 tiras del Libro Nº 6 - 1970
- *15 tiras del Libro Nº 7 - 1971
- *15 tiras del Libro Nº 8 y tiras sueltas - 1972
- *15 tiras del Libro Nº 9 y tiras sueltas - 1973

TEMAS ABORDADOS POR LA PUBLICACIÓN



Fuente: datos propios

23. Temas secundarios - Mafalda



Obtuvimos del análisis una importante variedad de temas, por lo que procedimos a la división de los mismos –de igual modo en que se efectuó para los datos de Tía Vicenta- en dos grupos, de acuerdo a la mayor o menor frecuencia con que aparecieron. En este sentido, destacamos en primera instancia entre los temas principales el pesimismo sobre el mundo, la sociedad en general y su porvenir. En su relato, Mafalda formulaba un entendimiento en el que el mundo físico nunca podría equipararse al mundo deseado o idílico tal como ella lo imaginaba.

Su pesimismo se fundaba en la tristeza de comprender que las flaquezas de la sociedad se generan inexorablemente por la crueldad del mundo convencional de los humanos y las circunstancias injustas que marginan del sistema a un gran porcentaje de la población. De este modo pudimos observar cierta depresión y negatividad tanto en la pequeña protagonista de la tira como en sus amigos. Sin embargo y pese a lo antedicho, su resignación cedió paso a un haz de esperanza en reiteradas oportunidades dejando entrever que el tan maltrecho mundo y sus habitantes podrían ser mejores a fuerza de voluntad, proponiéndoselo con convicción.

En su enunciación pesimista del mundo se colaron escenas en las que el engaño, el egoísmo, la hipocresía en las relaciones y la violencia emergían como lo peor de la sociedad. En este contexto, en la tira observamos relatos en los que los diferentes personajes se sentían presos de la impotencia e incapaces de revertir estas situaciones penosas o dramáticas de la sociedad, en un entorno desfavorable que los sobrepasaba –a veces por ser niños, otras por ser víctimas del sistema o por desear escenarios utópicos.

Bajo esta denominación incluimos expresiones como las enumeradas a continuación, las cuales denotaron la mencionada visión pesimista del mundo:

*Mafalda: -Mirá, esto es el mundo ¿ves? ¿Sabés por qué es lindo este mundo? ¿eh?
Porque es una maqueta. ¡El original es un desastre! (Mafalda Libro 2, tira Nº 480)*

*Felipe: - ¿Qué pasa Miguelito, por qué caminas así?
Miguelito: -¡Shhhhhh! En la otra mitad del mundo es de noche, y duermen...
Felipe: - El pobre aún no sabe que en este mundo una mitad es incapaz de escuchar a la otra. (Mafalda Libro 3, tira Nº 579)*

*Mafalda, dando lección frente a la maestra: -Yo confío, tú confías, él confía, nosotros confiamos, vosotros confiáis, ellos confían... ¡Qué manga de ingenuos! ¿No?
(Mafalda Libro 5, tira Nº 1022).*

*Mafalda: -¡Mamá!
Raquel: -¿Qué?
Mafalda: -¿Dios está verdaderamente en todas partes?
Raquel: - Sí, claro
Mafalda: -¡Pobre! (Mafalda Libro 6, tira Nº 1190)*

En cuanto a lo que hemos etiquetado bajo la visión pesimista del país podemos remarcar por su significación las escenas donde Mafalda catalogaba como parte del folclore nacional la queja y los reclamos, la falta de compromiso y la falta de una esencia propia concebida positivamente, respetada y amada por todos.

En segundo lugar hallamos que el autor otorgó una relevancia significativa al avance de la televisión que comenzaba a penetrar en la vida diaria de las personas, acarreando consigo nuevas costumbres y problemas. Así como se dio el crecimiento de este medio surgieron los cuestionamientos -que bien quedaron plasmados en los dichos de Mafalda- entorno a las desventajas de la televisión para la educación de los niños, la clase de contenidos transmitidos y como se menciona en los chistes, la cuestión de la TV como vehículo de la cultura.

La discusión discurría acerca de los contenidos de los programas y publicidades que comunicaban –para sus detractores- cuestiones sumamente triviales, de entretenimiento y anuncios típicos de la sociedad de consumo en auge que adormecían la conciencia del público, relegando el pensamiento analítico y crítico como así también empobreciendo la calidad de la educación en los niños.

Podemos ejemplificar ambas posturas a través de las siguientes tiras:



Tira N°456, Libro 2



Tira N°461, Libro 2

Resulta oportuno mencionar que en el transcurso de la década del sesenta y principios de los setenta el campo de estudios en comunicación y cultura comenzó a desplazarse hacia áreas que privilegiaban las luchas por el sentido, conceptualizando las prácticas de los sujetos frente a los medios desde diferentes líneas de investigación que abarcaban la socio-semiótica, la sociología de la comunicación y el análisis cultural. Asimismo la teoría de agenda setting ponía énfasis en que los medios no dicen qué pensar pero instalan los temas prioritarios que maneja la audiencia en su imaginario. En este sentido, Quino no sólo plasmó críticas a la TV en frases tales como: “¡Tan chiquito, y frente al televisor ya razona **lo mismo** que la gente grande!” sino que reflejó también los presupuestos mismos de las teorías de comunicación: “... y si a eso sumamos que los diarios no dicen la mitad de lo que pasa...”.

Como menciona Felipe Pigna (2011) la década del sesenta fue de profundos cambios. En efecto, la renovación cultural que se produjo en Argentina durante los años '60 acompañó el proceso socio-económico de dimensión mundial que se desarrollaba desde mediados de la década del '50: la expansión de las empresas transnacionales -principalmente empresas petroleras, industrias automotrices y de artículos para el hogar, bancos, supermercados y cadenas hoteleras- y con ello el auge de la sociedad de consumo. En Argentina, la radicación de empresas multinacionales se combinó con las políticas

desarrollistas impulsadas por el gobierno. Dichas compañías requirieron una masa de profesionales y empleados especializados, expandiéndose así la matrícula universitaria y una clase media asalariada: los trabajadores de “cuello blanco”, actores de un nuevo consumo.

Junto con la transnacionalización de las economías se produjo una internacionalización de las pautas culturales. Los hábitos, las estéticas, los gustos y las tendencias se reinventaron. La vestimenta se flexibilizó y el jean se convirtió en el ícono de la masificación. Las marcas — sellos distintivos de cada producto— adquirieron un valor sin precedentes. Cada marca pasó a tener un significado particular, a ser un símbolo de mayor o menor status. Junto a la marca surgió otra señal de distinción: el diseño. Los diseñadores de modas, —pero también de autos, de muebles, de interiores— lograron muchísimo prestigio. Los consumidores exigían, cada vez con mayor velocidad, novedades que les permitieran diferenciarse. A propósito de ello, tanto la televisión como la publicidad fueron vehículos de difusión de la cultura de consumo.

Mafalda evidenció con numerosos elementos todo lo hasta aquí mencionado, en tanto en las chanzas no faltaron referencias a la vestimenta, el consumismo creciente ni las adopciones idiomáticas y modismos nacionales e “importados” principalmente de EE.UU, que se expandían rápidamente. Los siguientes pasajes ejemplifican estos casos:



Tira N°335, Libro 2



Tira N°964, Libro 5

Muy vinculado a las alusiones a la sociedad de consumo encontramos como temática expuesta por la tira la aceleración de la vida en todos los ámbitos. La llamada “modernidad” irrumpía en todos los aspectos de la cotidianidad: en auto se llegaba más rápidamente de un lugar a otro, los pequeños electrodomésticos facilitaban el trabajo de la ama de la casa, las actividades sociales crecían a la par del consumo, la gente comenzaba a vivir más apresuradamente, el tiempo resultaba escaso. Resultó ilustrativa de estas ideas una tira en la que el grupo de amigos que se junta a jugar en la plaza, pero todos estaban con escaso tiempo ya que tenían otras actividades que hacer, con lo cual deciden jugar a la bomba nuclear: una explosión, todos se tiran al piso, se levantan y se despiden. Otra frase significativa respecto de este tema la hallamos en la tira N° 1437 donde se lee: “Me pregunto si la vida moderna no estará teniendo más de moderna que de vida”.

Por otro lado, emergieron con fuerza las temáticas vinculadas a la crisis económica e inflación, la democracia y la pérdida de fuerza de las instituciones, gravemente afectadas en esos años por los recurrentes golpes de Estado, las restricciones a las libertades individuales y la censura a los medios de comunicación. La coerción del Estado en estos ámbitos, sumada a la recesión económica generó un ambiente social enrarecido que la tira Mafalda reflejó en sus viñetas. Cabe mencionar las expresiones “...de golpe y porrazo hubo un crecimiento...”; “un año y medio y ya candidato a los gases lacrimógenos”, referencias de un creciente clima de violencia. (Mafalda, tiras N°1134 y 1164, Libro 6).

Fundamentando lo antedicho podemos mencionar a través de Luis Alberto Romero (2010, p53):

“Luego de 1955, esa conflictividad se desplegó ampliamente, combinándose con las tensiones surgidas de la transformación de la economía y de la proscripción peronista. En el mundo obrero se sintieron los efectos de los criterios de racionalización introducidos por las empresas de capital extranjero. [...] En otros ámbitos, como el estudiantil, los conflictos comenzaron a tener un matiz exasperado, revelador de los inicios del agotamiento del proceso de movilidad e incorporación que caracterizaba a la sociedad desde principios de siglo. La tensión política agregó otra dimensión. Al margen de los partidos y las corporaciones, los conflictos se dirimieron de manera más dura; por ese camino, la violencia, que apareció primero incidentalmente, fue haciéndose habitual”.

El 29 de mayo de 1969 se produjo en Córdoba un estallido social protagonizado por los obreros, los estudiantes y el resto de la población que catalizó las protestas acumuladas y generó una amplia movilización, dirigida contra la dictadura de Juan Carlos Onganía y el imperialismo. Desde entonces y hasta 1973, la movilización se expandió por toda la sociedad, puso en jaque al régimen militar y lo obligó a llamar a elecciones y a entregar el poder. Retomando las palabras de Luis Alberto Romero (2010, p55):

“Una formidable ilusión impulsó este movimiento. Había otra sociedad posible, que podía construirse entre todos. Sus males eran evidentes: la explotación imperialista, la opresión del Estado, la injusticia y la violencia del sistema”.

Los roles del hombre y de la mujer respecto de la sociedad, la familia y el hogar fueron parte de las concepciones redefinidas durante los sesenta, enmarcados en un contexto en el que la liberación de la mujer y el auge del movimiento feminista replanteaban las costumbres y el estilo de vida en todo el mundo. Mafalda no estuvo ajena a ese momento histórico: la niña, férrea defensora de los derechos y conquistas de las mujeres, se imaginaba a sí misma universitaria y luego intérprete de la Naciones Unidas trabajando por la paz mundial. Asimismo, la pequeña no dudaba en reclamarle a su madre cada vez que tenía oportunidad el hecho de que hubiera abandonado sus estudios universitarios y sus anhelos personales en pos de formar una familia y volcarse de pleno a las actividades domésticas.

Los estereotipos de lo femenino y masculino, los roles socialmente aceptados y ciertos rasgos de la sociedad machista se presentaron en la narrativa a partir de ideas arraigadas en el imaginario colectivo como por ejemplo que las tareas del hogar son cosas de mujeres, que la mayor aspiración de la mujer debe ser casarse y formar una familia, que hay empleos y labores que no son adecuados para las mujeres, entre otras:

Susanita: -Yo voy a ser mujer, no una de esas afeminadas que trabajan en cosas de hombres. (Tira N°1424, Libro 7). A su vez, la confrontación de las ideas feministas con lo socialmente establecido irrumpió a través de una serie de reclamos que la pequeña Mafalda hacía continuamente a su madre –y con ello a las mujeres en general. Resulta ejemplificadora la tira N°1406 que rogaba a las madres *no freírse la personalidad ni plancharse las inquietudes*.

En efecto, tras analizar la historia de la humanidad, Mafalda concluía en una de las tiras: la mujer no ha jugado un rol sino un trapo en la historia de la humanidad. Asimismo, en otra situación la observamos interrogando a su madre sobre qué quisiera ser si viviera.

En cuanto a los temas que se presentaron secundarios en relación a su frecuencia, cabe puntualizar en primer lugar esa mirada de esperanza acerca de las posibilidades de

recomposición de la sociedad y el mundo en términos más justos y humanitarios. La perspectiva optimista se hizo presente a través de expresiones tales como: el hombre ha pisado la Luna, pero cuánto material de pisoteo aún nos queda (Tira N° 1172, Libro 6); esto no es el acabose, sólo es el continuose del empezose de ustedes (Tira N° 1262, Libro 6).

Por otro lado, se evidenciaron asimismo dentro de los temas que hemos catalogado como principales alusiones a la Guerra Fría y a la división de Berlín en dos a través del histórico Muro, realidades sobre las que Quino expresó una profunda crítica ilustrando las fragmentaciones ideológicas del mundo frente a las cuales reforzó la defensa de valores como la libertad, la igualdad, la democracia, la justicia, el futuro, el respeto a las diferencias y la ética.

Asimismo, las alusiones a China en relación a su densidad poblacional y su rol en el mundo, figurando ya el gran potencial de tan colosal país fueron recurrentes en las tiras, donde pudimos observar a Mafalda preocupada por la dimensión del gigante de Oriente.

Volcándonos hacia las menciones acerca de la cada vez más necesaria formación universitaria frente al estancamiento de la economía y los crecientes casos de emigración de profesionales, podemos señalar que ha quedado retratado en chistes como el siguiente:



Tira N°350, Libro 2

Otro tema que resulta interesante mencionar se vincula a la particular situación de auge del psicoanálisis, el cual tuvo una etapa de consolidación y florecimiento de nuevas generaciones de analistas durante la década del sesenta. El hecho de la proliferación de profesionales y la mayor penetración de ese tipo de terapia en la sociedad caló hondo en el imaginario popular al punto de quedar reflejado en las tiras en frases como: ...Mafalda limpie la cara, te quedó sopa. [...] No te preocupes, peor va a ser cuando un psicoanalista tenga que limpiarme la sopa que me está quedando en el subconsciente.

Finalmente traemos a colación dentro de los temas referidos en las tiras la cuestión moral que se hacía presente en todo tipo de situaciones, desde grandes problemáticas globales al más nimio juego de niños. El afán moralista de Quino no sólo pudo puntualizarse en lo casos específicamente así consignados en las planillas, sino que atravesaba la publicación en sí misma, siendo un sello particular del autor.

PRESENTACIÓN Y TRATAMIENTO DE LOS TEMAS

El 100% de los temas se presentó de manera directa, tanto desde las palabras, como en la conjunción de éstas y los elementos visuales. Mafalda se caracterizó por un estilo claro y sencillo -sin demasiada artificiosidad ni rebuscamientos- que hizo de la publicación un éxito masivo repentino. Su natural lenguaje para el lector medio de la época hacía posible reconocer y hasta hallar de su experiencia cotidiana los asuntos a los que se hacía referencia.

24. Tratamiento del tema – Tía Vicenta

Tratamiento del tema	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
Positivo	6	0,06	6
Neutro	37	0,35	35
Negativo	62	0,59	59

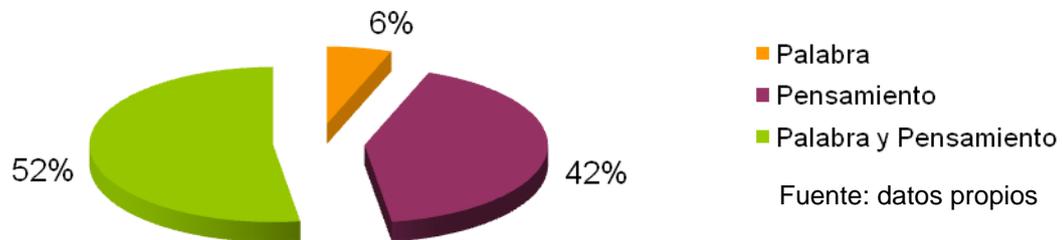
Fuente: datos propios

El tratamiento de los temas alcanzó el 59% de los casos para lo que a una visión negativa de los hechos corresponde, lo cual hemos vinculado estrechamente al pensamiento moralista que atribuimos al autor, en tanto los chistes que se posicionaron desde una perspectiva pesimista para enunciar su mensaje apelaron en gran medida a reflexiones en torno al deber ser, la ética, la moral y el juicio de las convenciones sociales, instando a la acción para la mejora de la problemática criticada o a un replanteo analítico de la postura a asumir frente al mismo.

Por otro lado, el 70,48% de los chistes fueron tendenciosos, en tanto resultaron inseparables de una profunda crítica a la sociedad, la cual trascendió en cada caso en tanto el chiste no constituía un fin en sí mismo, sino que se ponía al servicio de alguna tendencia, dejando entrever la intencionalidad del autor en sus dibujos y palabras que reflexionaban e invitaban al lector a recapacitar sobre las problemáticas sociales y el porvenir de los niños, los adultos, la familia, la sociedad, la nación, la humanidad y/o el mundo.

TIPO DE GRACIA GENERADA POR EL CHISTE

25. Tipo de gracia generada por el chiste - Mafalda



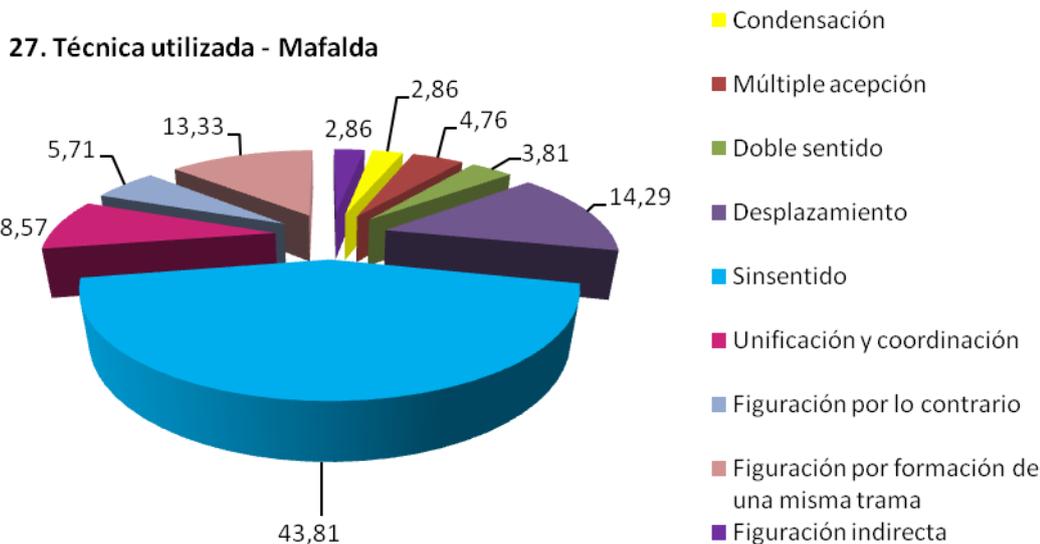
Una amplia mayoría de los chistes analizados -94%- refirió una gracia que operaba más allá del vocabulario, provocando generalmente la risa a partir de ideas, y de la combinación de éstas con las palabras, limitándose sólo en el 6% restante a la gracia en la expresión en sí misma. Esto pone de relieve que si bien el humor de Mafalda era de muy sencillo abordaje remitía casi siempre a conceptos, y no dejaba de lado el compromiso social exponiendo e incluso denunciando las miserias humanas, las injusticias y las paradojas del mundo convencional.

TÉCNICA UTILIZADA EN LA CREACIÓN DEL CHISTE

26. Técnica utilizada en la creación del chiste – Mafalda

Técnica utilizada	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
Condensación	3	0,0286	2,86
Múltiple acepción	5	0,0476	4,76
Doble sentido	4	0,0381	3,81
Desplazamiento	15	0,1429	14,29
Sinsentido	46	0,4381	43,81
Unificación y coordinación	9	0,0857	8,57
Figuración por lo contrario	6	0,0571	5,71
Figuración por formación de una misma trama	14	0,1333	13,33
Figuración indirecta	3	0,0286	2,86

Fuente: datos propios



Fuente: datos propios

Respecto de la construcción de los chistes, un 43,81% de los mismos partió de la base de un sinsentido, presentando utopías o paradojas en una clave irónica. Al igual que lo ocurrido en las otras publicaciones, el sinsentido resultó la más amplia y fecunda base para catapultar las chanzas. Es preciso remarcar aquí que en el caso de Mafalda el sinsentido buscaba poner de relieve las contradicciones del mundo convencional de los adultos, de todo aquello que se asume plenamente establecido pero que apenas se analiza desde un punto de vista humanitario resulta completamente opuesto o ajeno a lo que debiera ser la naturaleza de los seres pensantes que somos.

El sinsentido marcó asimismo la base más ampliamente esgrimida para generar un humor sencillo y de fácil lectura y comprensión como ha sido Mafalda.

En orden de importancia de frecuencias, las técnicas más utilizadas en segundo y tercer lugar respectivamente fueron el desplazamiento y la unificación y coordinación, abarcando un 14,29% y 13,33% de los casos.

Las demás técnicas fueron utilizadas entre un 8,6% y un 2,9%, marcando una generosa variedad de recursos, aunque utilizados en una medida reconociblemente menor a las técnicas principales.

ESTRATEGIAS DE SUPERFICIE

28. Estrategias de superficie – Mafalda

Estrategias de superficie	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
Universalización	19	0,181	18,1
Generalización	53	0,51	51
Tópicos	95	0,91	91
Personalización	8	0,076	7,6
Despersonalización	6	0,057	5,7
Redundancia	2	0,02	2
Comparación	38	0,36	36
Metáfora	18	0,17	17
Sinécdoque	7	0,067	6,7
Hipérbole	22	0,21	21
Metonimia	3	0,029	2,9
Sentido de oportunidad	86	0,82	82
Caricaturización	1	0,001	0,1

Fuente: datos propios

La utilización de tópicos o lugares comunes resultó el recurso más utilizado, presentándose prácticamente en todos los casos, sumando un 91%. En segundo lugar cabe remarcar la utilización del sentido de oportunidad (82%), muy por encima de los restantes recursos. Luego, en orden decreciente de importancia se ubicaron las generalizaciones (60%), las comparaciones, las hipérbolés tanto visuales como en la palabra y las universalizaciones (40%).

El hecho de que el recurso más utilizado sea el de los tópicos nos señala una arista fundamental de la tira Mafalda, ya que en efecto esta publicación se distinguió desde sus inicios por reflejar los problemas políticos, sociales y domésticos a través de sus personajes y las situaciones planteadas, reflejándolos en los juegos de la niña y sus amigos y en las

relaciones familiares, siempre desde un lenguaje coloquial y cotidiano. A fin de ejemplificar lo señalado cabe mencionar los siguientes pasajes donde pudimos identificar típicos regaños de los padres en boca de Mafalda, dando lugar a la gracia a partir de una incongruencia entre lo expresado y quien lo expresa:

- *No se les puede dar un año nuevo que ya lo rompen* (Tira N°256, Libro 2)

- *¿Pero por qué tengo que hacerlo?*
*¡¡Porque te lo ordeno yo, que soy **tu madre!***
*¡¡Si es cuestión de títulos, **yo soy tu hija!** ¡y nos graduaos el mismo día! **¿o no?***
(Tira N°1232, Libro 6)

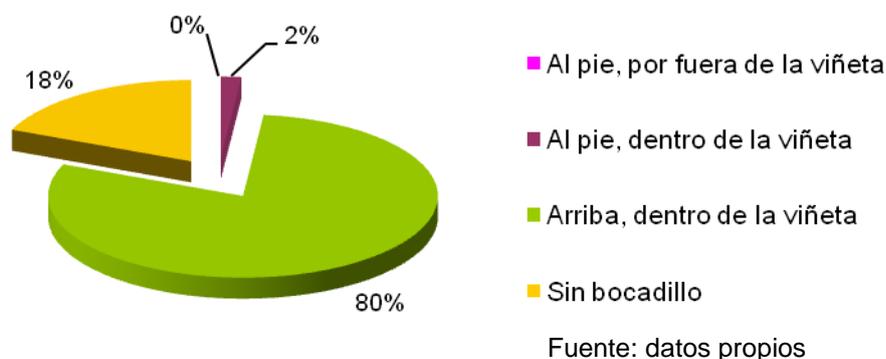
ELEMENTOS DE LA VIÑETA

FORMA Y CUADRO DE LA VIÑETA

Tanto la forma como la disposición de las viñetas guardó mucha regularidad en todas las tiras seleccionadas de Mafalda, hecho se debe fundamentalmente a que desde sus inicios fue publicada en diarios, medios que obligaban al autor a atenerse a un formato ciertamente esquemático, que no daba lugar a significativas variaciones en la diagramación. El espacio asignado era siempre el mismo, y el autor debía atenerse a los requerimientos de tamaño para que la tira fuera fácilmente ubicada. Es por ello que el 100% de las tiras se atuvo a un formato sumamente regular, variando la longitud de las viñetas –siendo cuadradas o rectangulares-, para modificar el tiempo de lectura que el autor les asignara en función de la trama. A igual altura de las viñetas, se lee más velozmente una viñeta rectangular vertical o cuadrada que una rectangular apaisada, variando el ritmo asignado a cada secuencia.

BOCADILLOS

29. Disposición de los bocadillos - Mafalda



El 80% de las tiras analizadas presentaron los textos de diálogo arriba, siempre enmarcados por una línea regular que definía el contorno del globo correspondiente a cada intervención de algún personaje. Asimismo se respetó siempre la presencia de delta en los globos, indicando qué decía cada cual. Los contornos regulares alcanzaron el 93% de los casos, siendo irregulares principalmente en ocasiones de remitir a los sonidos de aparatos como el televisor o la radio y en situaciones de tensión o enojo.

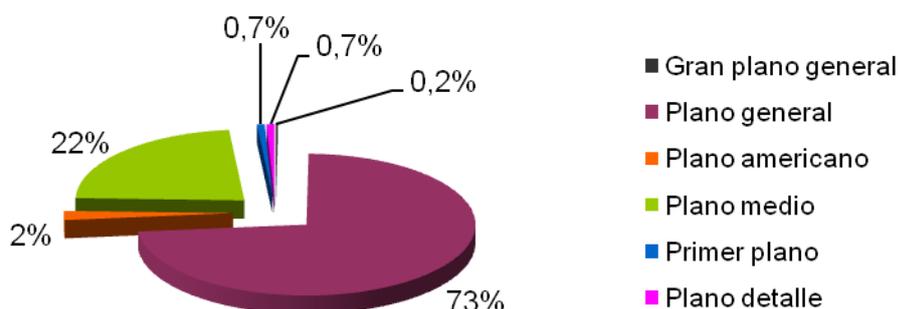
En cuanto a la tipografía utilizada, fue en el 95% los casos una tipografía estilo palo seco, siempre en mayúsculas. El 5% restante estuvo esencialmente conformado por tipografías cursivas para significar los escritos de Mafalda y sus amigos en sus cuadernos escolares y las escrituras de las maestras en el pizarrón. Por otro lado, fue considerable el uso de negritas, bastardillas y recursos específicos para denotar miedo, frío, tensión, etc, como el caso del movimiento irregular y tembloroso de las letras para significar el eco en el chiste que alude al Muro de Berlín (Tira N°248, Libro 2) o las negritas para significar énfasis en determinadas palabras: Ej.: "¡Tan chiquito, y frente al televisor ya razona **lo mismo** que la gente grande!" (Tira N°1036, Libro 5).

PUNTO DE VISTA, PERSPECTIVA Y PLANOS

En todos los casos los chistes se narraron desde un punto de vista de tercero observador, dejando al lector expectante frente a la escena. Este tipo de narración buscaba ser realista, a la vez que permitía que el público emitiera sus propios juicios.

Por su parte, y reforzando lo hasta aquí mencionado, la perspectiva utilizada fue usualmente normal, la cual se correspondió con la manera más objetiva para brindar un relato. Sólo en una mínima proporción de los ítems analizados se recurrió a una perspectiva en contrapicado, por ejemplo cuando Susanita asumía que tenía el poder de ser más que una mujer de su casa, que las mujeres ya no debían conformarse con saber de corte y confección, como antes, sino que en las nuevas generaciones tecnificadas había mujeres de ciencia; o en los casos en los que Mafalda, subida a una silla que oficiaba de pedestal enunciaba pequeños discursos a sus amigos, a sus padres e incluso a la sociedad toda.

30. Planos - Mafalda



Fuente: datos propios

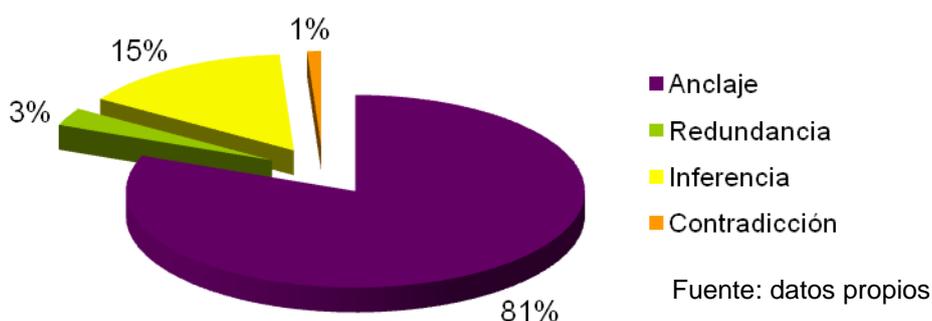
En lo que a los planos respecta, se observó que en un 73% de las viñetas los dibujos correspondieron a planos generales, indicio de que, ya constaran de una única viñeta o varias, precisaban montar la escena general para generar la gracia, exponiendo cada situación en su contexto. Asimismo, esos planos más abiertos generaban una menor implicancia del lector.

Colaborando en el mismo sentido en la narrativa de la tira, los planos más utilizados en segundo lugar fueron los planos medios, que reunieron el 22% de los casos. Estas características refuerzan asimismo la evidencia de que se trataba de una publicación de trazos sencillos, sin demasiados rebuscamientos. Las imágenes se resolvían más bien en pocos trazos, generando imágenes limpias, despojadas.

RELACIONES VERBO-ICÓNICAS

De la tabla precedente se desprende que un 81% de los chistes se basaron en la forma denominada de anclaje, a través de la cual los textos indicaban cómo leer la imagen. En segundo lugar, con una gran diferencia respecto de los casos de anclaje se presentó la relación de inferencia (15%) que prácticamente completó el total de casos analizados. La predominancia de estos dos tipos de relaciones reflejó efectivamente el hecho de que se trataba de una tira narrativa, donde el chiste contaba una mínima historia en la mayoría de los casos, y las imágenes servían de descripción o planteo de cada situación en su contexto.

31. Relación verbo-icónica - Mafalda



ELEMENTOS SOCIOCULTURALES

Dentro de los valores que se desprendieron de las viñetas destacamos los ideales de paz y unión de Mafalda respecto del mundo, el valor de la vida -que Mafalda juzgaba devaluado en aquellos días- y la lucha por los derechos de la mujer. Asimismo se destacaron la simpleza, la franqueza, la familia como unidad mínima dentro de la sociedad, la amistad, la generosidad y el conocimiento como baluartes a defender en todo momento y a priorizar por encima de lo material y del automatismo de la vida moderna.

Quino supo retratar también la centralidad de los medios de comunicación, no sólo reflejando la creciente penetración de la TV en los hogares, sino a través de los discursos de la radio y los periódicos que hacían de puente entre Mafalda y la realidad del país y del mundo de las cuales ella vivía pendiente.

En cuanto al ítem de la familia considerado en las planillas, resultó interesante la confrontación entre la composición de la familia de Mafalda, -donde los roles del matrimonio correspondieron a lo tradicionalmente concebido, tanto para el hombre como para la mujer en sus acciones y responsabilidades, destinada ella a las labores domésticas y el hombre erigido proveedor, sustento económico del hogar y autoridad principal de la familia- y la concepción feminista que defendía la niña a ultranza, rompiendo las estructuras.

En las áreas de educación y consumo el choque entre lo autóctono y lo foráneo, en la adopción de palabras extranjeras y en la adquisición de productos culturales de producción masiva tuvo un rol destacado en el que pudimos identificar dos aristas: el reclamo frente a la invasión de modas, música, expresiones idiomáticas, vestimenta, electrodomésticos y otros bienes de consumo de gran difusión; y el reconocimiento a los avances de la sociedad en pleno proceso de globalización, reconociendo los beneficios y aceptando lo inexorable y sorprendente de los adelantos tecnológicos y los progresos en diferentes órdenes, incluyendo transportes y telecomunicaciones por ejemplo.

Cobraron relevancia también a través de los enunciados valores considerados centrales en la época -e incluso en nuestros días- como el dinero, la belleza y el tiempo.

Entre los elementos simbólicos que aparecieron, hacemos hincapié en las menciones a la Guerra Fría y a la “cortina de hierro” que dividía físicamente Berlín desde agosto de 1961; las alusiones a la bomba nuclear y a los avances devenidos en la vertiginosa carrera espacial.

Por su parte, dentro de aquellos ingredientes que hacen a la cohesión social encontramos comentarios relativos a tres dilemas: la emigración de profesionales debido a la coyuntura política y económica del país, frente a mejores oportunidades de estudio y desarrollo en el extranjero; el nuevo rol social de la mujer, apoyado fervientemente por Mafalda y en última instancia la marginalidad, yuxtapuesta a los beneficios adquiridos por los trabajadores, como las vacaciones pagas.

Particular y notorio en aquella época fue la emergencia y visibilidad de los llamados nuevos ejecutivos, en las clases altas y medias especialmente, cuyo exacto reflejo hallamos en el padre de Mafalda, y que fueron símbolos de nuevas pautas y comportamientos de consumo. Al igual que en el resto del mundo, el acceso a determinados bienes fue clave en la diferenciación social. Era significativo que los sectores populares, a diferencia de lo sucedido en décadas anteriores, no pusieran sus esperanzas en la casa propia, que comenzaba a resultar inalcanzable, sino en artículos que brindaban cierto status, como la televisión y otros aparatos electrónicos, al igual que la adquisición de productos de determinadas marcas prestigiosas.

Finalmente, es preciso remarcar dentro de los elementos simbólicos la defensa de la democracia y las instituciones, gravemente vapuleadas durante todo el periodo. La libertad

se tornó un valor esencial dentro del relato de Mafalda –no sólo a través del personaje homónimo- sino por el conjunto de múltiples alusiones y críticas a la censura, de entre las cuales podemos citar:

- *Democracia: Extraviada, gratificaré.* (Tiras sueltas, 1972)
- *¡Salud! ¡Aquí llega el nuevo Miguelito! ¡Ya estaba cansado de ser como era, así que decidí darme un golpe de Estado y derrocar a mi ex personalidad! ¿Eso significa que ahora deberemos aguantarte qué cosas?* (Tira N°1504, Libro 8).

PERSONAJES:

Mafalda

Mafalda, protagonista de la tira, era una niña de 6 años al lanzarse la historieta en 1964. Hija de una típica familia de clase media argentina, Mafalda representaba el inconformismo de la humanidad, pero con fe en su generación. Muy inteligente y curiosa por aprender, era excelente alumna y disfrutaba su paso por la escuela.

En sus comentarios y ocurrencias observamos hoy el espejo de las inquietudes sociales y políticas de los años sesenta. Sus odios más nítidos abarcaban la injusticia, la guerra, las armas nucleares, el racismo y ciertas convenciones de los adultos que le resultaban por demás absurdas. Entre sus pasiones se destacaron Los Beatles, la paz, los derechos humanos y la democracia.

Seria y analítica, Mafalda se preocupaba excesivamente por todo lo que acontecía en el mundo, escuchando día a día las noticias en la radio o en la televisión, pero guardando la esperanza de que algún día las sociedades se encaminaran hacia un futuro más pacífico y equitativo.

Observamos en Mafalda la aspiración idealista y utópica de hacer de éste un mundo mejor, aunque solía caer en el pesimismo y la preocupación debido a las circunstancias sociopolíticas adversas. Denunciaba, a través de sus dichos y acciones la maldad, la incompetencia de la humanidad, la injusticia y la ingenuidad de las soluciones propuestas para los problemas mundiales, como el hambre y las guerras.

Frecuentemente incomodaba a los adultos con sus cuestionamientos sobre lo socialmente establecido y el manejo político-económico del mundo.

Convencida del progreso social de la mujer y de sus derechos, los defendía con vehemencia y se imaginaba a sí misma profesional, trabajando como intérprete en las Naciones Unidas para contribuir a la paz mundial.

Cuando afloraba su costado aniñado era entusiasta del “Pájaro Loco”, de la música y de los panqueques, mientras que protestaba incansablemente para no comer sopa, menú que detestaba.

Resumiendo las características más notables de Mafalda que emergieron del análisis, la describimos principalmente como una niña inteligente, segura, seria, inquisitiva y pesimista, pero a la vez sensible, altruista, humanitaria, madura y precavida.

Manolito

Manolito, hijo de un comerciante de barrio, era el arquetipo de las ideas capitalistas y conservadoras dentro de la historieta, además de ser una suerte de caricatura del inmigrante gallego –al igual que sus padres y su hermano.

Como su entorno familiar, Manolito era un tanto tosco y rudimentario. Ambicioso, era el materialista por excelencia dentro del grupo, pero no malintencionado. Su mundo giraba alrededor de los negocios y de obtener dinero, de modo que vivía pregonando las bondades de los productos del almacén de su padre –Don Manolo. Tenía un gran oportunismo comercial, por lo que siempre hallaba ocasión de ofrecer dulces a crédito con intereses a sus amigos e inventar sorprendentes publicidades. Con sólo seis años de edad, su vida se basaba en hacer prosperar el comercio de su papá, por lo que en su mente infantil odiaba a los almacenes de la zona por ser la competencia de la tienda "Don Manolo".

El grupo en general, y especialmente Susanita solían calificarlo de bruto y falto de inteligencia. Susanita siempre lo provocaba llamándolo bestia, cuestión que hallamos en las tiras como base de su enemistad.

Pese a lo expuesto hasta aquí observamos que Manolito poseía una gran habilidad para sacar cuentas, y estaba bastante entrenado en ello gracias a que colaboraba atendiendo a los clientes y repartiendo pedidos del almacén de su padre.

De todos modos la escuela era una de sus peores pesadillas y él era asimismo un alumno pesadilla para sus maestras. Sus deberes usualmente dejaban en evidencia cierta dificultad en su desempeño como estudiante.

Podemos describirlo como el personaje más realista, siempre con los pies en la tierra y completamente desinteresado por la política, la actualidad y las fantasías. Sólo atendía a cuestiones concretas.

No existía lugar en su cabeza para la imaginación, sino era para soñar con todo el dinero que podría ganar cuando fuera grande. Manolito quería ser un empresario, su meta era ser dueño de una gran cadena de supermercados (Manolo's) cuando fuera mayor, y ser así un magnate de los negocios.

Admiraba a Rockefeller y sus pasiones y odios eran bien identificables. A diferencia del resto de los personajes, a Manolito le gustaba la sopa y despreciaba a Los Beatles y a las tendencias juveniles de los años sesenta.

Más allá de proyectar una apariencia de persona dura y distante encerraba un buen corazón y se preocupaba por el bienestar de sus amistades. Aunque no brillaba por su intelectualidad, lo compensaba todo con su energía, perseverancia y trabajo.

El humor en torno a Manolito se basaba en sus maneras para publicitar el negocio de su papá, sus anhelos de progreso económico y sus accidentes causados por su escasa delicadeza y su torpeza.

Susanita

Susanita también tenía 6 años al lanzarse la tira en 1964. Se caracterizaba por ser una niña chismosa, egoísta y provocadora, usualmente era la iniciadora de las peleas. Pícaro, envidiosa, caprichosa, rencorosa y muy conversadora, éste último rasgo le valía muchas veces ser agobiante para el resto del grupo, aunque ella no lo percibía.

En su mente idealista tenía su futuro perfectamente planificado: una magnífica boda, un esposo de inmejorable posición económica que le permitiera vivir para su hogar y las relaciones sociales que su condición socioeconómica le ofrecería –soñaba con jugar al Bridge con señoras de clase alta- y tener muchos hijos. Era una romántica incurable.

Pudimos identificar en Susanita –al igual que en Manolito- ideas conservadoras y cierto materialismo, alimentado por sus ansias de escalar en lo que a su posición social respectaba. Ese materialismo se reflejaba asimismo en sus anhelos de ser envidiada por el resto, presumiendo de aquello que tenía o tendría.

Susanita era egocéntrica, prejuiciosa, clasista, esnob y racista. No se conmovía ante los pobres ni desamparados, sino que por el contrario, le causaban cierto rechazo. A diferencia de Mafalda no le importaba el destino del mundo, ni sobresalía por su sensibilidad social. De vez en cuando admitía actos solidarios con la intención de acallar su conciencia.

Se preocupaba por la imagen y la moda más que el resto del grupo. El humor en torno a Susanita giraba en torno a sus caprichos y malos predicamentos hacia sus amigos.

Felipe

Felipe –de 7 años- era el mayor del grupo de amigos, uno más que Mafalda. Podemos caracterizarlo como soñador, tímido, perezoso, despistado y romántico. Era un apasionado de las historietas de aventuras en general, y de las del Llanero Solitario en particular. Odiaba la escuela y vivía agobiado por sus deberes ya que le costaba enormemente mantener la atención en ellos. No sólo su falta de voluntad y determinación sino también su imaginación volátil hacían de sus quehaceres escolares su peor pesadilla.

En ocasiones se mostraba poco conforme con su personalidad, debido a su fuerte autocrítica, inseguridad y timidez.

Se llevaba bien con todo el grupo, pero lo identificamos como el amigo más cercano de Mafalda, y en quien Mafalda encontraba un cómplice y buen entendedor de sus planteos más filosóficos e intelectuales.

El humor en torno a Felipe se basaba en las jugadas que le hacían sus fantasías e ideas, casi siempre complementadas por ocurrencias de Mafalda. Felipe era un niño fantasioso, bueno, generoso e inocente. Pasaba la mayor parte de su tiempo construyendo mundos de fantasía que lo absorbían y lo distraían completamente de la realidad. Su vida transcurría mitad en la realidad vista desde una óptica absolutamente ingenua y mitad en un mundo de ilusión, dónde él se veía apuesto y valiente. Era el gran indeciso, la falta de iniciativa personificada.

Amante de la justicia al igual que Libertad y Mafalda, Felipe era también sensible, enamorado, vulnerable e impresionable.

A pesar de ser el mayor del grupo su personalidad era más simple e ingenua. Veía la vida de manera más sencilla que Mafalda y de forma más acorde con su edad.

Miguelito

Miguelito era el más pequeño del grupo de amigos, tenía cinco años al comenzar la tira. A través de él Quino volcó toda la ingenuidad y el descubrimiento del mundo típico de un niño.

Debido a su poco conocimiento de las cosas y su gran imaginación siempre se preguntaba por absurdos, reflexionaba profundamente sobre cuestiones sin importancia o incurría en deducciones sin sentido.

Miguelito era un soñador como Felipe, aunque algo más egoísta y mucho menos tímido. Detestaba ser pequeño y pasar desapercibido. Él creía ser el centro del mundo y no había quién lo hiciera pensar lo contrario. Tenía en su mente una idea fija e inamovible: en el futuro sería famoso, cumpliendo así su mayor sueño. De este modo, estaba continuamente imaginando las placas que le pondrían, los nombres en las calles y las cosas que harían en su honor. Imaginaba lo conocido e importante que sería en un futuro que él creía cercano.

Lleno de bondad, representaba la ilusión, la inocencia, la niñez intentando comprender el mundo. Miguelito era simple, y su visión sencilla de la vida denotaba cuán absurda podía llegar a ser la realidad.

Era ingenuo, y le gustaba filosofar, dando cuenta de una extraña conjunción de una muy elocuente inocencia con una excentricidad loable. Siempre se preguntaba por cuestiones complejas y absurdas sobre la realidad, pasando de etéreas reflexiones a típicas quejas de niño. El humor en torno a Miguelito se basaba en sus ocurrencias respecto a las cosas del mundo que lo rodeaban.

Su inocencia era contrastada con una maldad episódica, a veces agresiva. Su carácter era explosivo, con algunos ataques de arrogancia desmedida. Vivía en un mundo propio, creado en su mente a su medida, sin preocuparse demasiado de la realidad. Era directo y sincero con las personas, pudiendo llegar a parecer cruel en algunos momentos, pero aceptando con humildad y sin acritud las críticas recibidas.

Al igual que Mafalda odiaba la sopa, y lo cautivaban los caramelos. Hijo único, solía discutir con su madre —aparentemente estricta— sobre sus deberes infantiles. Era algo egoísta y un enfervorizado defensor de Benito Mussolini, entusiasmo que él reconocía inculcado por su abuelo.

Libertad

Podemos describir a Libertad como una versión más radical de Mafalda. Esta niña de seis años era muy inteligente y crítica, de carácter fuerte y contestatario, poco tolerante y ubicada más a la izquierda que Mafalda en sus ideas.

Amaba la simpleza, de la cual ella se sentía ejemplo, aunque muchas veces caía en rebuscamientos. Representaba a las utopías de la época.

Su aspiración en la vida era ser traductora de francés al igual que su madre. Vivía en un departamento muy pequeño junto a sus padres que se pronunciaban socialistas, por lo que ella siempre hablaba de la revolución, de la clase proletaria y de los problemas del mundo.

Al igual que Mafalda era una intelectual, crítica, solidaria e incisiva. Libertad intentaba comportarse en una forma madura, pero a veces cedía a actitudes propias de su edad, aunque luego sentía culpa por eso.

Era muy bajita de estatura, al punto de que Guille era más alto que ella, lo cual era motivo de comentarios recurrentes de los demás personajes en un obvio guiño político.

Esta niña proyectaba siempre sus ideas en contra del sistema establecido, siendo el único personaje más liberal que Mafalda, contrastando con los más conservadores: Manolito y Susanita. También resultó el personaje que más conversaba con Mafalda sobre temas sociopolíticos, en los cuales ambas solían concordar ideológicamente, salvo por el hecho de que Mafalda era más realista.

Guille

Guille, el hermano menor de Mafalda, era un bebé rebelde e ingenuo. Su inocencia era la principal causa de sus gracias. Él representaba el enfrentamiento generacional, no de padres e hijos, sino entre generaciones separadas por pocos años.

Se caracterizaba por hablar con un lenguaje infantil, empleando una "media lengua" muy común para su edad: pronunciaba la D en vez de la R y la Z en lugar de la S.

Dueño de una pícaro ternura y muy juguetón, protagonizaba de continuo las travesuras domésticas propias de los niños de primera infancia. Quizá como elementos que contrarrestaran su inocencia y le dieran un tinte cómico, quiso Quino que fuera fanático del chupete "on the rocks" y de Brigitte Bardot.

No sabía repartir muy bien las culpas pero percibía los males del mundo e intentaba comprender la sociedad haciendo preguntas que ponían a todos en apuros.

Raquel

Era la madre de Mafalda y Guille, ama de casa en plena década del sesenta.

Raquel era una señora completamente dedicada a su familia: repartía su día entre la crianza de sus hijos y todas las tareas hogareñas. Si bien era muy feliz y disfrutaba de la familia que había formado, de vez en cuando dejaba entrever cierta tristeza y frustración por haber abandonado sus estudios al contraer matrimonio, cuestión que Mafalda le reprochaba en reiteradas ocasiones.

Sus principales preocupaciones se identificaban con lo que sucedía dentro de los límites de su microclima hogareño: cocinar, lavar, planchar, hacer las compras, etc. Representaba un estereotipo de mujer que entraba en conflicto con la sociedad de aquel entonces, en la que la modernización, las concepciones feministas y sus logros, la flexibilización en las relaciones y la moral planteaban un escenario diferente y nuevas oportunidades. Por ello, siempre quedaba vulnerable frente a las ácidas reflexiones de su hija que le hacían notar la fragilidad de su pequeño mundo.

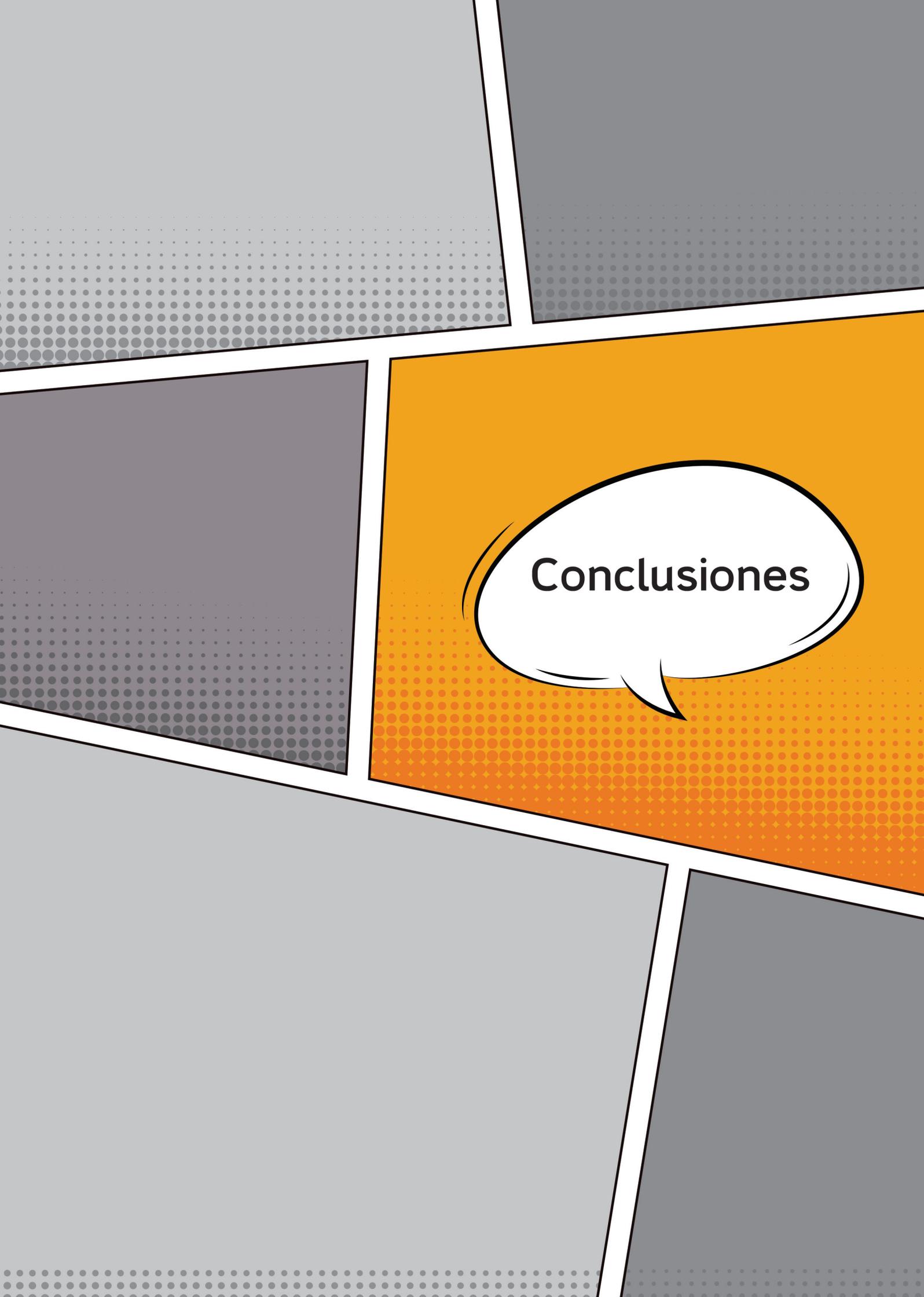
Padre de Mafalda

Quino no reveló su nombre en toda la tira. Era un hombre trabajador y honesto, de unos 35 años. Oficinista, se desempeñaba como agente de seguros. Sostén de la familia, vivía haciendo cuentas para hacer rendir su sueldo; siempre pendiente de que a su familia nunca le faltara el dinero. Representaba claramente a la clase media argentina, que con esfuerzo lograba adquirir los bienes codiciados de la época, como el televisor y el auto.

Amante de las plantas, tenía varias que cuidaba activamente.

Mesurado y confiado, creía en el mundo en el que vivía, pero no comprendía bien los avances y retos que planteaban las nuevas generaciones. Las inquietudes que le planteaba su hija con respecto a los males del mundo usualmente lo situaban en difíciles encrucijadas.

Al igual que Raquel, resultaba en numerosas ocasiones pasivo, limitado e incluso levemente fracasado. Por el contrario en otras circunstancias daba lecciones de humanidad, generosidad y bondad a sus hijos; era tierno, inocente y un tanto infantil.

The image is a stylized comic book page. It features a central orange panel with a halftone dot pattern. Inside this panel is a white speech bubble with a black outline, containing the word "Conclusiones" in a bold, black, sans-serif font. The surrounding panels are grey, with some having a halftone dot pattern. The entire page is framed by white borders.

Conclusiones

Partiendo del supuesto de que las publicaciones humorísticas Rico Tipo, Tía Vicenta y Mafalda brindan una radiografía de la realidad en la que estuvieron insertas, transmitiendo características socio-culturales del grupo humano al que pertenecieron y dando cuenta de la perspectiva y contexto desde los cuales emitieron sus mensajes, la presente investigación se enfocó primeramente en la detección de dichas características y rasgos en las tiras seleccionadas. Todos los aspectos cualitativos y cuantitativos identificados y evaluados, desde la constitución de los personajes y su caracterización, los temas enunciados y su tratamiento hasta la forma o estrategia comunicativa empleada por cada publicación reunieron abundante información y un gran abanico de detalles de la vida cotidiana. Asimismo el análisis de los chistes en tan variados aspectos nos permitió reconstruir elementos centrales de la identidad social de la época, describiendo los usos y costumbres y considerando los matices histórico-políticos encerrados en los mensajes a través de la comparación con los relatos de los historiadores, elemento que enriqueció el estudio a través de la contextualización de los enunciados.

Como se ha planteado desde el marco teórico mismo de la investigación, hemos hallado en los medios de comunicación verdaderos transmisores de la realidad, sumando a ello en el caso particular de las publicaciones humorísticas numerosas interpretaciones de las acciones de la sociedad, enmarcadas en procesos históricos que también quedaron allí plasmados. Es preciso en este punto referir las relaciones halladas entre la tipificación de la sociedad argentina realizada por cada una de las tres publicaciones y el contexto histórico-político.

Rico Tipo significó el puntapié inicial de un discurso que resultaba osado en aquella época, emergente en una sociedad aún pudorosa y tradicionalista. Es por ello que, en el contexto de proscripción del peronismo, con la consiguiente restricción de libertades que ello significó, no resultó extraño su gran éxito. La revista de Divito se centraba en otro tipo de cuestiones, más triviales por así decirlo, sin inquirir en compromisos ciudadanos ni políticos.

Más allá de lo antedicho, el gran logro de Rico Tipo fue hacer una lectura de la sociedad que empezaba a surgir. Las Chicas! de Divito fueron el estereotipo de mujer de los años cincuenta y temprano ejemplo de la revolución sexual de los sesenta. Tuvieron la grandiosidad a su vez de alcanzar una identificación absoluta entre humor y moda y de convertirse en la fantasía de los hombres y modelo de belleza a seguir por las mujeres.

La desmesura y la audacia para encarar y retratar temas tabú le valieron a Rico Tipo su gran repercusión. Considerando el grado de tradicionalismo y formalidades a los que los argentinos estaban aún sujetos, podemos afirmar que Rico Tipo resultó incisiva y reveladora desde el desprejuicio en variadas temáticas, principalmente en lo vinculado a los roles femenino y masculino y en la crítica a los comportamientos reprimidos en pos de seguir las convenciones sociales. Porque más allá de la superficial osadía, el tema subyacente en la

revista era el de la apariencia, la dualidad, la oposición entre lo manifiesto y lo oculto o verdadero.

En una proposición totalizadora, podemos afirmar que Rico Tipo reflejó y moldeó con picardía la fisonomía cultural del Buenos Aires de mitad del siglo XX, corporizando el imaginario colectivo de varias generaciones. En este sentido, vale mencionar a modo de ejemplo el hecho de que los personajes se hicieron tan populares que a las personas que coincidían con sus características físicas o psicológicas se las apodaba como a las caricaturas. Hallamos así en Rico Tipo una creación del humorismo gráfico con una enorme influencia y una marca insoslayable de aquellos años de la historia argentina.

Destacamos especialmente un aspecto que hacía a la línea editorial de Rico Tipo, en tanto publicación que se reconoció alejada de las preocupaciones políticas y sólo asumió el rol de comentar acontecimientos de la esfera económica en una proporción menor que lo que dedicó a cuestiones de la cotidianidad de la vida de los argentinos. Siendo un período de grandes movimientos sociales, de revolución y golpe de Estado incluido, con movimientos sindicales animosos y un contexto de puja entre las fuerzas políticas protagonistas: Perón en el exilio, su reunión con Frondizi, el encuentro de Frondizi con Ernesto “Che” Guevara, los contratos petroleros y los problemas inflacionarios entre otros, la revista abordó escasamente esos temas candentes, de hecho muchos de ellos fueron completamente omitidos. Es remarcable que en los números analizados un mes previo y un mes posterior al golpe de Estado de la Revolución Libertadora (24/08/55 y 26/10/55) no haya menciones al cambio del orden institucional y de gobierno en el país. Ello dejó en claro la premisa que siempre se adjudicó a revista, abstraída de la escena política nacional. En efecto, para evitar dificultades en una Argentina inestable, el autor —a diferencia de Landrú— se expuso menos en ese aspecto prefiriendo resaltar la faz social del argentino/porteño medio. Concluimos entonces que la lectura de la realidad de Rico Tipo fue una mirada más sociológica, incluso antropológica y psicológica, pero no política.

Por su parte, Tía Vicenta se presentó en la escena nacional como *la revista del nuevo humor*, declarando ya desde su slogan la intención de irrumpir con fuerza y romper estructuras. En este sentido, su estilo desfachatado e irreverente encarnó una nueva mirada sobre los acontecimientos, centrándose principal pero no exclusivamente en los sucesos nacionales y mundiales de las esferas política y económica. Otro rasgo significativo de la publicación fue que construyó siempre sus mensajes en un constante contacto con los lectores y demandando activamente su participación a través de los concursos y sorteos, elemento que contribuyó para que se percibiera en un estrecho y abierto diálogo con su público.

La permeabilidad de Tía Vicenta a la sociedad que la rodeaba quedó por demás exhibida en la continua mención de los ejes centrales de los procesos históricos que

sucedían en paralelo, coincidiendo en sus mensajes con las referencias de los historiadores contemplados como guía. Por supuesto, los mensajes de Landrú y colaboradores no se alejaban ni por un momento de la opinión, pero la congruencia con los hechos que se destacaron por su peso en la política y economía nacionales fue notable.

Por otro lado, cabe agregar que desde su rol institucionalizado Tía Vicenta dio permanencia y difusión a ciertas ideas y presupuestos. En este sentido, el éxito de sus personajes, caricaturas y expresiones no tardó en verse reflejado en las conversaciones de la gente. Modismos como ser mersa, estar quemado o pertenecer a la gente como uno quedaron fuertemente arraigados en el lunfardo argentino y se utilizan incluso en la actualidad.

Respecto de las técnicas utilizadas comúnmente, que dejan entrever la estrategia comunicativa, distinguimos en el caso de Tía Vicenta la utilización del sinsentido, especialmente para aludir a ironías, lo cual le ha valido un estilo propio identificable, tanto a nivel textual como gráfico. En efecto, remarcamos el ingenio abocado a la invención de vocablos ocurrentes, de gran peso simbólico, que generaban un fuerte impacto. Traemos a colación un juego de palabras con aumentativos absurdos: “de buzo, buzón, de coraza, corazón, y de pera..., Perón” que ilustra lo mencionado.

En las imágenes siempre intentó resaltar algún rasgo físico de los personajes políticos que protagonizaban los chistes: a Perón lo mostraba con gorrita y lleno de granos en la cara; a Balbín le remarcaba grande los ojos “de japonés”; a Frondizi le hacía una nariz larguísima, mientras que de Onganía los bigotes fueron la marca.

Diremos a modo de cierre que Tía Vicenta constituyó un exponente del nuevo clima de época marcado por la revolución cultural y la modernización e innovación que ésta trajo consigo. De hecho, estableció el despliegue de un humor que estéticamente parecía ingenuo, y hasta infantil, pero que al mismo tiempo no daba tregua a toda la actualidad, especialmente la vinculada a la esfera política, donde el accionar de los funcionarios era juzgado a través de los cristales del humor del absurdo.

Centrándonos en las tiras de Mafalda debemos remarcar que el personaje fue creado en un momento histórico nacional y mundial agitado. En Argentina el golpe de estado encabezado por Juan Carlos Onganía fue el centro de acciones que preocupaban a la sociedad. Mientras tanto, en el mundo de la Guerra Fría las tensiones entre Estados Unidos y la Unión Soviética crecían, el conflicto armado en Vietnam ya contaba con cinco años en su haber y los movimientos pacifistas estallaban frente a la violencia y la crueldad de esa guerra sin sentido, exhibida en una cobertura televisiva de gran magnitud que dejó al descubierto numerosas violaciones de los Derechos Humanos. La juventud apareció en el escenario público e hizo oír su voz y sus ideales políticos en un ámbito donde la mujer

también empezaba a jugar un rol diferenciado. Era un momento de nuevas libertades y sensibilidades y del impulso de valores que contrastaban con el entorno convulsionado.

Desde su primer tira, la historieta mantuvo una fuerte relación con la realidad y el contexto histórico, social, político, económico y cultural en el que estaba inserta. No es casual que sus personajes comentaran prácticamente todos los grandes temas y hechos sociales de la década del sesenta: el racismo, la fuga de cerebros, la bomba atómica, la aventura espacial, la amenaza China, la superpoblación, los militares, la ONU, los Estados Unidos, la Unión Soviética, la Guerra Fría y el auge del feminismo entre otros.

Estos problemas sociales que planteaba la actualidad se entrecruzaron en los dibujos de Quino con la defensa de valores humanos como la libertad, la igualdad, la felicidad, la dignidad, la democracia, la justicia, el paso del tiempo, el futuro, las diferencias, la ética y la comunicación.

En adición a lo anteriormente mencionado, Mafalda reflejó preocupaciones e inquietudes que iban más allá de aquellos años. Inquietudes, desasosiegos y expectativas que nos hablaron de la manera de ser de los argentinos, de nuestra identidad como individuos de la sociedad global y al mismo tiempo de puntualidades de la cultura argentina.

De las tres divulgaciones Mafalda ha sido a nuestro juicio la que planteara más temas que en gran medida son universales, aunque nunca ha dejado de contextualizarlos en nuestro tiempo y espacio: la Argentina de la década del sesenta.

En cuanto a las semejanzas y diferencias entre los hechos ocurridos según han sido narrados por Luis Alberto Romero y Felipe Pigna, y los mensajes emitidos por las tiras cómicas pudimos verificar que las principales diferencias estuvieron dadas por los enfoques lógicos de cada tipo de discurso. En este sentido el mensaje llano y teñido de coloquialismos y cotidianidad en las tiras nos brindó un interesante nivel de detalle sobre las relaciones sociales, la familia, el entretenimiento, la moda, etc, a la vez que proporcionaron un conocimiento parcial de los hechos históricos y de las imágenes y creencias que de ellos tenía la sociedad en aquel entonces.

A modo de cierre de este apartado inicial, afirmamos que los acontecimientos narrados en cada una de las publicaciones resultaron una revisión sintética y a la vez profunda, y si bien no abarcaron todo lo sucedido, ofrecieron una construcción panorámica y por demás característica de la época, donde cada tira aportó una mirada particular y única de la sociedad argentina y sus características.

Finalmente, forjamos en base a los datos recolectados la siguiente descripción de la sociedad argentina en el periodo 1955-1973, caracterizando dicho lapso en las tres sub-etapas establecidas de antemano en la definición metodológica de este estudio:

quedaron resonando largo tiempo. Asimismo se pusieron de relieve temas álgidos como la suba de precios y la invitación del ministro a que la población consumiera menos carne vacuna, la cual dio lugar a numerosas ocurrencias y disparates dibujados con aguda ironía en la revista.

Por otro lado, en sucesivas menciones encontramos el cuestionamiento al valor de la palabra, echada por tierra frente a la clara evidencia de que el gobierno de Frondizi tomaba otro rumbo, hecho que se fundaba en la fuerte influencia que el poder militar estaba ejerciendo sobre las decisiones. El incumplimiento de las propuestas de Frondizi fue hábilmente simbolizado a través del strip tease del presidente en la tapa del número del 26 de enero de 1960, donde dejaba caer sus prendas al piso, cada una con una etiqueta: Nacionalismo, YPF, laicismo e integración, entre otros.

La relación de Frondizi con Ricardo Balbín fue otro de los centros a donde apuntaron las chanzas, caracterizando la dupla como el gordo y el flaco, “amigos” inseparables, hasta que se encontraron con la difícil situación de la proscripción del peronismo, frente a la cual tomaron posturas divergentes con las que quedaron uno en cada polo de la fracturada UCR.

A todo lo anterior agregamos otras burlas, como la asociación de Frondizi con Maquiavelo y la célebre frase atribuida al florentino: “el fin justifica los medios”, haciendo referencia a las concesiones que iba haciendo Frondizi en sus acciones de gobierno frente a la presión de los militares que digitaban hasta dónde podía actuar; y los motes que se le iban asociando, como el Llanero solitario durante su estadía en la Isla Martín García.

Focalizamos ahora en las alusiones a Juan Carlos Onganía, las cuales se presentaron en gran cantidad en Tía Vicenta. Tuvieron especial notoriedad las tapas de los números 368 y 369 de Julio de 1966, en las cuales se observa al General llevando de su brazo a la Libertad, y a dos morsas con enormes bigotes vitoreando al nuevo gobierno, respectivamente. Vale agregar que estas ilustraciones y las alusiones directas que recopilaremos a continuación incidieron gravemente en la sanción del edicto gubernamental que determinó el cierre de la publicación en julio mismo de ese año.

No podemos dejar de mencionar entonces chistes tales como los que expresaban: Revolución en Tía Vicenta, fue depuesto Landrú; Onganía exhibido en su coche presidencial –un tanque de guerra-; un oficial tachando un graffiti comunista para dibujar una bota en lugar del martillo y una espada sustituyendo la hoz, y otras chanzas en la palabra y en el pensamiento como: *está de moda ser general, Revolucionganía, el estatuto de la Morsa, el refrán “Onganía nuevo barre bien” y el sustancioso Diccionario de la Morsa, en el que encontramos almorsos, morsillas, el idioma morse y la morsadela* entre otros ingenios creados a partir de la condensación de palabras.

Por otro lado, traemos a colación una serie de elementos emergidos de la Página del Barrio Norte, a partir de sus personajes María Belén y Alejandra, quienes ponían de relieve

Inicio de la Revolución Libertadora – Inicio del gobierno de Arturo Frondizi

RICO TIPO

Los temas centrales enunciados en Rico Tipo ofrecieron un amplio panorama sobre los acontecimientos que se desarrollaban en paralelo a la publicación de la revista. Si bien las esferas política y económica no resultaron profundamente abordadas, el cuadro general marcó el rumbo del país en aquellos ámbitos en tanto la realidad es un continuum en el que todas las áreas están indefectiblemente interrelacionadas.

Las alusiones de mayor peso refirieron a las mujeres, haciendo hincapié en su belleza, frivolidad, consumismo, sensualidad y el destape respecto de lo físico, principalmente pero no sólo a través de la sección de las Chicas, marca registrada del puño del propio Guillermo Divito, director de la revista. A lo anterior se sumó la valoración de la belleza, la lucha por ser linda, la autoestima y la caracterización de la mujer joven y bella como competitiva, envidiosa en numerosas ocasiones y muy crítica de sus congéneres.

Asimismo tuvieron notable protagonismo todas las alusiones al matrimonio como institución de central importancia en la época, vinculado a variados mandatos sociales de gran peso, relativos a la premura de la mujer por casarse, los deberes de la vida conyugal, el rol dominante de la mujer como “patrona” de la casa, sus responsabilidades como ama de casa, y su especial dedicación a la familia y a los quehaceres domésticos.

La contracara de estos aspectos estuvo dada por elementos igualmente resaltados, que oficiaron de contrapeso a lo anteriormente expresado, y que fueron: el matrimonio por conveniencia, la infidelidad del hombre, el estereotipo del hombre ganador, mentiroso e impune en sus engaños frente a una mujer sonsa, superficial e ingenua.

Por otro lado se presentaron los rasgos conductuales que hacían a la sociedad de ese momento histórico –al igual que a la de nuestros días-, donde se evidenciaron móviles en los comportamientos de las personas, tales como el interés propio y el materialismo, a los que se agregó el inagotable tema de la moda en todas sus aristas: costumbres, vestimenta, peinados y tintes, el baile, y en la palabra hablada: expresiones, modismos, piropos, etc.

Tampoco faltó una mirada sobre los llamados nuevos ricos y aquello considerado vulgar, elementos que se ilustraron en la cotidianidad: los vicios, las costumbres para las fiestas y festejos de fin de año, la familia y las reuniones familiares, las situaciones de pesar asociadas a la figura de la suegra, y el entretenimiento.

Rico tipo reunió además rasgos considerados típicos del argentino promedio tales como el aventajar al resto, cierto egoísmo y ambición, a los que se sumaron cualidades como la soberbia, un aire de superioridad que pintaba al porteño en su esencia y una amplia gama de cuestiones relacionadas con el comedimiento, el deber ser, las formas y formalidades y los modales fuertemente arraigados en una sociedad que apenas

comenzaba a liberarse en estos aspectos. Ahondando en este grupo de temas encontramos asimismo el planteo de la hipocresía versus la sinceridad y el hecho de poder expresar lo que se quiere/piensa, el decoro, la devoción y respeto a la autoridad como cuestiones que generaban no pocas disyuntivas en las personas.

Dentro de los elementos culturales destacamos la mención reiterada de valores como la cordialidad, la reserva, el respeto por la autoridad, la condescendencia -en especial del hombre para con la mujer-, la puntualidad, la buena educación, la credibilidad y la amistad, contrapuestos a la sobrevaluación del dinero, el materialismo, el utilitarismo, egoísmo, provecho personal y la crítica a la hipocresía fundada en los modales y costumbres de la época.

Entre los artefactos ilustrados, sobresalieron el teléfono, los proyectores de cine -que evidenciaron la centralidad de esta forma de entretenimiento-, los vehículos, los discos y tocadiscos, la heladera, la plancha eléctrica, la licuadora y otros pequeños electrodomésticos, las bolsas de compra de almacén y la balanza. Todos ellos símbolos de la sociedad de consumo que comenzaba a tomar fuerza con la expansión de la economía estadounidense tras la Segunda Guerra Mundial. Como indica L. A. Romero (2001), a partir de *“1955, en la Argentina la apertura y la modernización fueron valores compartidos”*.

Más allá de los vaivenes políticos, la sociedad se abrió a tales modernizaciones. Hubo cambios sociales que lentamente se evidenciaron en los usos y costumbres. La clase social media reflejada en las páginas de Rico Tipo participó de una dualidad entre la realidad del momento y aquellas vanguardias que se plasmaban en los chistes, elementos que se fueron amalgamando hasta hacerse uno. Tal lo ha indicado Pablo de Santis en su investigación sobre la revista, e incluso el propio Divito- por momentos no se distinguía si las personas imitaban los modelos del papel, reinventándose a la luz de los personajes de historieta, o si era ésta la que captaba hasta la más mínimas sutilezas que construían en la sociedad un nuevo perfil.

Rico Tipo carecía de rasgos localistas, pero sus textos se acercaban siempre a la crítica de costumbres. El gran tema de sus páginas era Buenos Aires, brindando una mirada nostálgica de las cosas que quedaban atrás, pero a la vez anticipándose -no sin cierto desconcierto- a lo que se avecinaba. En cuanto al lenguaje de la publicación, éste abarcaba desde el coloquialismo de la sección Juan Mondiola, saturado de lenguaje lunfardo, hasta las palabras más distinguidas de las Chicas. Asimismo reflejó vocablos extendidos en la sociedad, como las expresiones boncha (chabón), jovie, ser un churro, budín o budinazo, ser pantera o leona, estar un kilo o kilo y medio (piropos para las mujeres), la palabra tornillo para hacer referencia al frío, el uso del Don o Doña para referirse a alguien, a los que se agregan: meter la mula (por embaucar) y cretino, entre otras.

Por otro lado quisiéramos remarcar el tema de la moda, donde tomaron relevancia los trajes, los sacos rectos reemplazando a los cruzados, los sombreros, las faldas, vestidos ceñidos y bikinis para las mujeres en lo que a vestimenta respectaba. Otra cuestión sobresaliente y que ha dado cuenta de un rasgo característico de la época fue la distinción entre la vestimenta de “entre casa” y la de salir, señalando una distancia entre ambas en cuanto a formalidad, uso, cuidado, costo, etc.

Gobierno de Arturo Frondizi – Revolución Argentina

TÍA VICENTA

En la caracterización de esta etapa nos enfrentamos a una mayor cantidad de temas abordados, no sólo debido a la más extensa duración de este fragmento, sino también a un rasgo que nos vemos en necesidad de remarcar en torno a la publicación seleccionada. Tía Vicenta daba cuenta de una gran variedad de temáticas en boga cada semana, haciendo un recuento de muy dispares asuntos que ganaban la atención del medio. Es por ello que volvimos la mirada particularmente a los más salientes por su frecuencia, apenas mencionando aspectos igualmente alusivos al momento histórico, pero que se han presentado en la tira con menor frecuencia. Tal es el caso de cuestiones la moda, en especial la vestimenta; originales juegos de palabras; insinuaciones sobre el capitalismo, las vacaciones y las playas atestadas de gente; y finalmente menciones a la discriminación a los obesos y el tono despectivo a la gordura en general, frente a la entronización de la belleza, identificada con la juventud y la delgadez.

Poniendo énfasis en los temas más candentes en Tía Vicenta remarcamos, en orden de importancia los siguientes:

En primer lugar, un lugar compartido, ubicamos a Arturo Frondizi y a Álvaro Alsogaray, cuyas menciones y caricaturas fueron las bases de una abundante cantidad de rasgos e informaciones. Arturo Frondizi tomó relevancia en la publicación antes de ser elegido Presidente de la República, y las gracias en torno a su persona fueron creciendo durante su mandato y haciendo mella en los cambios efectuados en su plan de gobierno respecto de sus propuestas pre-electorales, muchas veces causadas por condicionamientos y presiones internas, exageradas obviamente por el rasgo de humor irreverente de Tía Vicenta.

Destacamos un resumen al cumplirse los dos años gobierno de Arturo Frondizi, en el cual se recapitulaba la llegada al gobierno junto a Alejandro Gómez, la pronta desvinculación del entonces Vicepresidente, y el nombramiento de Álvaro Alsogaray como ministro de Economía, impuesto por los militares. Las acciones de Alsogaray, sus usuales apariciones por televisión y una célebre frase que rezaba “tenemos que pasar el invierno”

quedaron resonando largo tiempo. Asimismo se pusieron de relieve temas álgidos como la suba de precios y la invitación del ministro a que la población consumiera menos carne vacuna, la cual dio lugar a numerosas ocurrencias y disparates dibujados con aguda ironía en la revista.

Por otro lado, en sucesivas menciones encontramos el cuestionamiento al valor de la palabra, echada por tierra frente a la clara evidencia de que el gobierno de Frondizi tomaba otro rumbo, hecho que se fundaba en la fuerte influencia que poder militar estaba ejerciendo sobre las decisiones. El incumplimiento de las propuestas de Frondizi fue hábilmente simbolizado a través del strip tease del presidente en la tapa del número del 26 de enero de 1960, donde dejaba caer sus prendas al piso, cada una con una etiqueta: Nacionalismo, YPF, laicismo e integración, entre otros.

La relación de Frondizi con Ricardo Balbín fue otro de los centros a donde apuntaron las chanzas, caracterizando la dupla como el gordo y el flaco, “amigos” inseparables, hasta que se encontraron con la difícil situación de la proscripción del peronismo, frente a la cual tomaron posturas divergentes con las que quedaron uno en cada polo de la fracturada UCR.

A todo lo anterior agregamos otras burlas, como la asociación de Frondizi con Maquiavelo y la célebre frase atribuida al florentino: “el fin justifica los medios”, haciendo referencia a las concesiones que iba haciendo Frondizi en sus acciones de gobierno frente a la presión de los militares que digitaban hasta dónde podía actuar; y los motes que se le iban asociando, como el Llanero solitario durante su estadía en la Isla Martín García.

Focalizamos ahora en las alusiones a Juan Carlos Onganía, las cuales se presentaron en gran cantidad en Tía Vicenta. Tuvieron especial notoriedad las tapas de los números 368 y 369 de Julio de 1966, en las cuales se observa al General llevando de su brazo a la Libertad, y a dos morsas con enormes bigotes vitoreando al nuevo gobierno, respectivamente. Vale agregar que estas ilustraciones y las alusiones directas que recopilaremos a continuación incidieron gravemente en la sanción del edicto gubernamental que determinó el cierre de la publicación en julio mismo de ese año.

No podemos dejar de mencionar entonces chistes tales como los que expresaban: Revolución en Tía Vicenta, fue depuesto Landrú; Onganía exhibido en su coche presidencial –un tanque de guerra-; un oficial tachando un graffiti comunista para dibujar una bota en lugar del martillo y una espada sustituyendo la hoz, y otras chanzas en la palabra y en el pensamiento como: *está de moda ser general, Revolucionganía, el estatuto de la Morsa, el refrán “Onganía nuevo barre bien” y el sustancioso Diccionario de la Morsa, en el que encontramos almorsos, morsillas, el idioma morse y la morsadela* entre otros ingenios creados a partir de la condensación de palabras.

Por otro lado, traemos a colación una serie de elementos emergidos de la Página del Barrio Norte, a partir de sus personajes María Belén y Alejandra, quienes ponían de relieve

los modos de expresión de las clases acomodadas, representando lo in, lo que estaba de onda frente a lo mersa, los comportamientos de los “quemados” y “pirujas”, gente vulgar. Expresiones como “qué bueno que se fueron los italianos pobres del gobierno”, en referencia a Frondizi, Illia, Perette, y algunos ministros de apellidos provenientes de Italia, el Ranking semanal de Mersadas, el Primer campeonato mundial de los quemados, el Campeonato de Bestias Peludas, de Gente como Uno y un vocabulario distintivo que incluía vocablos como: *gordi, por su, bienudos, onda, un amor, pirujotas, quemarse y G.C.U (Gente Como Uno)*, marcaron esta sección como un amplio retrato de las divisiones sociales y los cambios imperantes.

Otros temas recurrentes fueron figuras de la escena política de gran trascendencia, entre las cuales distinguimos:

Pedro E. Aramburu: Caricaturizado en numerosas oportunidades, tales como El juego de la Ocamburu, rodeado de sus ministros, a los cuales se los tildaba de “animales”, coqueteando con el peronismo, y en ocasión de su candidatura a presidente en 1963.

Por su parte, Ricardo Balbín fue objeto de los chistes con su apodo de japonés, y luego cuando la revista planteó un recorrido por los últimos años de la escena política de la UCR, retratando su relación con Arturo Frondizi, su posterior distanciamiento y fractura del partido en UCRI y UCRP, y finalmente al momento su candidatura presidencial en las elecciones de 1958.

Juan Domingo Perón fue otro de los personajes sujeto de los chistes de Tía Vicenta, en los cuales se dio visibilidad a la relación de Perón con Marcos Pérez-Jiménez; al exilio de Perón en República Dominicana; a la proscripción del peronismo y a la cuestión de los votos en blanco de sus seguidores que constituyeron una fuerza política descomunal en la época.

Además de la frecuencia con que se presentaron las cuestiones hasta aquí expuestas hemos de notar las vinculaciones entre estos temas asiduos, siendo que en gran medida aparecían en simultáneo las figuras de Balbín y Frondizi al principio de esta etapa considerada, luego siempre Frondizi acompañado por el chanchito Alsogaray; Alsogaray en asociación directa con las dificultades económicas que enfrentaba la Argentina; Aramburu seguido por el pequeño Rojas y Perón en contubernio con Marcos Pérez Jiménez.

Revolución Argentina – llamado a elecciones en 1973

MAFALDA

Mafalda se caracterizó por una profunda descripción de la sociedad de la época, principalmente en la arista social y humana, pero siempre enmarcada en los acontecimientos sobresalientes de la escena política nacional y el contexto internacional, sintetizados por los medios de comunicación -radio, diarios y televisión- que simbolizaban la ventana al mundo real desde las tiras de papel.

Recapitulando los principales hallazgos en los chistes, rescatamos en principio el rol distinguido de los medios de comunicación en la narración de las historias. La información que brindaban los medios se consideraba muy valiosa, enmarcada en el halo de autoridad de las instituciones mediáticas. En efecto, Mafalda conocía las noticias principalmente por radio y a través de la lectura de los diarios, a toda hora, siendo su referencia de la totalidad de los acontecimientos de importancia para el país y el mundo.

Es oportuno subrayar la centralidad de la TV como símbolo cultural de la década del sesenta. El nuevo medio se abrió camino rápidamente cautivando la audiencia y penetrando poco a poco en los hogares argentinos, constituyéndose en una costumbre para la sociedad. La gente recibió nuevos contenidos, la mayoría de ellos abocados al esparcimiento, lo cual le valió no pocos detractores a la pantalla chica. Cuestionada en sus productos y considerada desmerecedora de la cultura por quienes se oponían a su reinado audiovisual, la TV supo descollar airosa de esa batalla inmiscuyéndose cada vez más en la vida cotidiana de la gente.

Justamente frente al auge del sistema capitalista y su aclamada sociedad de consumo, Mafalda erigía sus denuncias y sus llamados a rescatar los valores morales, espirituales y humanos de una sociedad que se transformaba y tomaba nuevos rumbos. La cuestionadora protagonista de la tira invitaba a la reflexión sobre la pérdida de conciencia en el día a día, un aletargo o adormecimiento al que iba sucumbiendo la sociedad moderna inmiscuida en frenéticas rutinas, crecientes preocupaciones y aprietos económicos que alienaban el estado natural de las personas y las convertía en una suerte de autómatas programados para trabajar sin descanso con el fin prioritario de ganar dinero. En efecto, podemos sintetizar esa lectura de la tira Mafalda en la idea de que la entronización del capital propia de este sistema devenía en la alteración de la escala de valores de la sociedad, perdiéndose lo inestimablemente rico de la vida cotidiana.

En medio de este panorama de transformaciones complejas, surgió un nuevo rol de la mujer, impulsado en la corriente feminista que estaba en pleno crecimiento. Las ideas en torno a los movimientos de liberación de la mujer propugnaban un cambio en las relaciones sociales que condujera a la autonomía de la mujer –y también del varón– a través de la

eliminación de jerarquías y desigualdades entre los sexos. Frente a la situación particular de la mujer, que a menudo no tenía otra salida para forjar su futuro que "encontrar esposo y tener hijos", Mafalda alentaba a asumir nuevos papeles y responsabilidades y a descubrir su propia identidad personal y profesional, en lugar de dejar que una sociedad dominada por los hombres las definiera por ellas. Es en este sentido que Quino planteó toda una serie de tiras enfocadas en todo lo que había relegado la madre de Mafalda, y otras tantas mujeres ejemplificadas a través de ella, al rescindir sus estudios para abocarse a la vida matrimonial y a la crianza de los hijos. Mafalda cuestionaba incansablemente las acciones de su madre, valoraba la independencia de la mujer y la renovación de su rol en la sociedad.

Por otro lado, en el orden internacional fueron reveladoras las alusiones a conflictos de injerencia global tales como la Guerra Fría, y uno de sus más significativos símbolos, el Muro que dividió Berlín en dos ciudades durante veintiocho años. Asimismo se destacaron las alusiones a la guerra de Vietnam y a los conflictos armados entre árabes e israelíes, en todos los cuales Mafalda bregaba por la paz.

Dentro de la esfera internacional se detectó un énfasis en aquellos chistes donde se comentaba y se juzgaba un tema por demás condicionante del escenario mundial. Nos referimos a la influencia y condicionamientos reales de EE.UU hacia la Argentina y otros países subdesarrollados en lo político y social, pero fundamentalmente en lo económico, digitando el compás de la rueda de intercambios comerciales. Es importante destacar también el rol que le asignó Mafalda a China, en tanto fue pionera en hablar del "peligro chino" y hacer hincapié en el poderío de su gran población.

Desde lo social enfatizamos las tiras donde se ponía de relieve un fenómeno suscitado en aquellos días pero que permanece –y con creces- en la actualidad: la internacionalización de la cultura argentina, evidenciada por ejemplo en el uso cada vez más extendido de palabras y expresiones idiomáticas extranjeras, "importadas" principalmente de EE.UU.

En otro orden de temas, es importante destacar el hecho de que las tiras de Mafalda no hicieran especial hincapié en cuestiones neurálgicas de la política nacional, ni se entrometiera con fuerte ahínco en temas candentes ni escabrosos de la realidad de aquel entonces. Quino criticaba las formas, las formalidades, los desaciertos de la sociedad e incluso de la humanidad toda, pero ello no implicaba una crítica dura como las de Tía Vicenta, sino una mirada desde una perspectiva crítica que invitaba más a la reflexión personal.

Como excepciones a lo antedicho, destacamos de entre las últimas tiras analizadas dos en particular en donde se reconocía una referencia más directa a la coyuntura política argentina, con una crítica más severa de la actualidad. Aparecía Mafalda buscando el significado de la palabra democracia -como si la desconociera o la tuviera olvidada por su

uso poco frecuente- y se leía: gobierno en donde el pueblo ejerce la soberanía, frase que causaba una carcajada imparable en la niña, a quien vemos en una explosión de risa interminable que se extiende por tres viñetas.

La otra tira destacada es aquella en la que dos hombres conversando comentan *poco a poco se ve una mejoría*, a lo que Mafalda en una viñeta contigua añade, de *golpe y porrazo crecimiento*, aludiendo justamente a la mayor y más dura represión policial.

Son estas dos tiras que pertenecen a una minoría en la que Quino mostró una crítica más dura hacia la realidad, alejándose un poco de las típicas viñetas más orientadas a una lectura histórico-sociológica.

Como conclusión final de la lectura del periodo seleccionado insistimos en el carácter diferencial de cada una de las tres publicaciones respecto de la lectura que hacía de la realidad, aunque todas privilegiaron un mismo punto de partida. Rico Tipo constituyó un quiebre respecto del humor más recatado de la década del cuarenta, fielmente encarnado en Patoruzú; por su parte Tía Vicenta irrumpió con fuerza enfocando sus mejores esfuerzos a la crítica de la situación político-económica (y en menor medida social) del país y a los personajes que interactuaban en ella, mientras que desde un ángulo diferente, Mafalda se posicionó como una tira con la calidad de una profunda observación de la sociedad, sus debilidades y fortalezas. Por su parte, la diversidad de estilos comunicativos de las tres publicaciones no influyó en las técnicas utilizadas para crear los chistes. Cada una a su manera hizo del sinsentido su principal punto de partida, y ello no fue obstáculo para proyectar desde un mismo tipo de gracia rasgos socioculturales diferentes: Rico Tipo caló más profundamente en la ridiculez de las conductas de sus personajes arquetípicos; por su parte Tía Vicenta utilizó el sinsentido como puntapié inicial de grandes delirios y planteos por demás extravagantes, llevando todo su discurso al más desenfadado absurdo y Mafalda, finalmente, utilizó esa misma técnica para significar las grandes paradojas de la sociedad, las contradicciones del sistema establecido y sus flaquezas.

REFERENCIAS

Bergson, Henri. (1943). *La risa. Ensayo sobre la significación de lo cómico*. Buenos Aires: Losada.

Bobes. (1989, p69). En: Muro, M. A. *Análisis e interpretación del cómic. Ensayo de metodología semiótica*.

Cassirer, E. (1968). *Antropología filosófica. Introducción a una filosofía de la cultura*. México: Fondo de Cultura Económica México.

Cardo H., (2012). *Quino, el creador de la niña rebelde y entrañable* en Diario Clarín. Suplemento especial "Mafalda, siempre Mafalda" 8 de abril de 2012.

De Fontcuberta, M.; Borrat, H. (2006) *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

De Santis, P. (1993). *Rico Tipo y las chicas de Divito*. Buenos Aires: Espasa Humor Gráfico, Editora Espasa Calpe Argentina S.A.

Eisner, W. (1985). *El cómic y el arte secuencial*. Norma editorial.
ISBN: 978-84-8431-620-6

Fesquet, S. Kolesnicov, P. Marinelli, D. (2012, 08 de Abril). *Los números de un fenómeno global*. En: Suplemento especial *Mafalda, siempre Mafalda*. Clarín.

Franco, M.; Levín, F. (comp. 2007). *El pasado cercano en clave historiográfica*. En: *Historia reciente. Perspectivas y desafíos para un campo en construcción*. Buenos Aires: Paidós. Recuperado de: <http://www.unsam.edu.ar/escuelas/humanidades/Levin,%20F.pdf>

Freud, S. (1905). *El chiste y su relación con lo inconsciente*. En: Amorrortu (Ed). (1976). *Obras completas Sigmund Freud*. Vol 8. Buenos Aires.

Gasca, L. y Gubern. R, (2008). *Diccionario de onomatopeyas del cómic*. Madrid: Ed. Cátedra.

Gociol, J. Rosemberg, D. (2000). *La historieta argentina, una historia*. Buenos Aires: Ediciones de La Flor.

Gomis, L. (1º Ed.). (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.

Greimas, A. J. y Rastier, F. (1973). Las reglas del juego semiótico. En: Muro, M. A. *Análisis e interpretación del cómic. Ensayo de metodología semiótica*.

Hernández Sampieri, R; Fernández Collado, C; Baptista Lucio, P. (5º Ed). (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc. Graw Hill

La Capital. (2007, 24 de junio). *Los dibujos de un Rico Tipo*. La Capital. Recuperado de: [Http://archivo.lacapital.com.ar/2007/06/24/seniales/noticia_398353.shtml](http://archivo.lacapital.com.ar/2007/06/24/seniales/noticia_398353.shtml)

Light, D.; Keller, S.; Calhoun, C.; (1991). Cap. 4 Cultura. (pp 79 - 106) En *Sociología*. México: McGraw Hill

Muro, M. A. *Análisis e interpretación del cómic. Ensayo de metodología semiótica*. Universidad de La Rioja. Servicio de Publicaciones Biblioteca de investigación, 2004.

Pérez-rioja, José Antonio. (1942) *El humorismo*. Barcelona, Salvat

Pigna, F. (2012). *Los mitos de la historia argentina 4.La argentina peronista (1943-1955)*. Buenos Aires: Booket.

Pigna, F. (2011). *Lo pasado pensado. Entrevistas con la historia argentina (1955-1983)*. Buenos Aires: Booket.

Prieto Castillo, D. (1999). *El juego del discurso. Manual de análisis de estrategias discursivas*. Buenos Aires: Lumen Humanitas.

Pulido, M. (s/f). En: <http://www.historieteca.com.ar/Mafalda/mafhistoria.htm>

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española (22º Ed.)*. Consultado en: <http://www.rae.es/rae.html>

Rodrigo Alsina, M. (2º Ed.). (1993). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.

Romero, L. A. (2013). *Breve historia contemporánea de la Argentina*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica.

Romero, L. A. (2010). Ensayo, Argentina 1910-2010. Recuperado en: <http://historiapolitica.com/>

Romero, L. A. (2001). *La larga crisis Argentina. Del siglo XX al siglo XXI*. Buenos Aires: Siglo veintiuno editores.

Russo, E. (1994). *La historia de Tía Vicenta*. Buenos Aires: Espasa Humor Gráfico, Editora Espasa Calpe Argentina S.A.

Sasturain, J. (2009, 02 de febrero). *Las chicas grandes de Divito*. Página|12. Recuperado de: <http://www.pagina12.com.ar/diario/contratapa/13-119357-2009-02-02.html>

Sasturain, J. (1994, 02 de septiembre). *La venganza de la inocencia*. Página 12. En: Gociol, J. Rosemberg, D. *La historieta argentina, una historia*. (2000). Buenos Aires: Ediciones de La Flor.

Savater, F. (2012, 08 de abril). *La eterna disconforme*. En: Suplemento especial *Mafalda, siempre Mafalda*. Clarín, P.7

Vázquez Lucio, O., (1987). *Historia del humor gráfico y escrito en Argentina*. Buenos Aires, Eudeba. Tomo II.

Tía Vicenta #14, Pág 3, 12/11/57 – Tía Vicenta #85, retirada de portada, 24/03/59 - Tía Vicenta #162, retirada de contratapa, 10/09/60 en Gandolfo, Amadeo. *Tía Vicenta, Frondizi, Alsogaray 1957 – 1960: apuntes para una desilusión gráfica*, Pp 3-4. (<http://www.vinetassueltas.com.ar/congreso/pdf/Humor,CaricaturayPolitica/gandolfo.pdf>).