

# deSignis 22



#### DIRECCIÓN

Lucrecia Escudero Chauvel (Universidad de Lille FR)

#### SUBDIRECCIÓN

Teresa García Talavera (UAB ES)

#### SECRETARIA DE REDACCIÓN

Cristina Peñamarín (UCM ES) para Europa

Eliseo Colon Sayas (USJ Puerto Rico) para USA, América Latina y el Caribe, Director Web

#### SECRETARIA

Guillermo Olivera (Universidad de Stirling UK)

Manuel Velasco (ESCP-EUROPE FR)

Facebook Eufasio Prates (UB Brasil) <http://www.facebook/revista DeSignis>

[www.designisfels.net](http://www.designisfels.net)

#### COMITÉ PATROCINANTE

Tomás Maldonado, (Argentina), Jean-Marie Klinkenberg (Bélgica), Román Gubern (España), Eero Tarasti (Finlandia), Umberto Eco, Paolo Fabbri (Italia), Desiderio Blanco (Perú), Vicente Fuenzalida (Venezuela).

#### COMITÉ DE REDACCIÓN

Lucrecia Escudero Chauvel (Universidad de Lille), Claudio Guerri (FAU UBA), Rosa María Ravera (UNR UBA), Oscar Steimberg (UBA,UNA), Oscar Traversa (UBA,UNA) (Argentina); Mónica Rector (UNC), María Lucía Santaella (PUCSP) (Brasil); Armando Silva (UE) (Colombia); Rafael del Villar (UNC)(Chile); Charo Lacalle (UAB), Jorge Lozano (UCM), Cristina Peñamarín (UCM), José María Paz Gago (ULC), José Romera Castillo (UNED), Carlos Scolari (UPF), Teresa Velázquez (UAB) (España); Alfredo Tenoch Cid Jurado (UAM X) (México); Eliseo Colón (USJ) (Puerto Rico); Fernando Andacht (UO) (Uruguay); José Enrique Finol (UZ)(Venezuela).

#### COMITÉ CIENTÍFICO

Winfried Nöth (UK, Alemania); Noé Jitrik (UBA, Argentina); Herman Parret (UCL Bélgica); Jesús Martín Barbero (Colombia); Carmen Bobes, Manuel Angel Vázquez Medel (US) (España); Anne Henault (Université Sorbonne), Jacques Fontanille (Université de Limoges), Erik Landowski (CNRS) (Francia); Patricia Violi (UB) (Italia); Paul Colby, Bernard McGuirk (UN, UK); Floyd Merrell (PU,USA).

#### COMITÉ ASESOR

Leonor Arfuch (UBA), Ana María Camblong (UNM), Mario Carlón (UBA), Olga Corna (UNR), María Teresa Dalmaso (UNC), José Luis Fernández (UBA), Fabricio Forastelli (CONICET), Susana Frutos (UNR), María Ledesma (UBA), Isabel Molinas (UNL), Marita Soto (UNA), Silvia Tabachnik (UAM X), Sandra Valdetaro (UNR), Estela Zalba (UNC) (Argentina); Christian Bankov (US Bulgaria), Víctor Quelca (Bolivia); Ana Claudia Alvez de Oliveira (PUC SP), Carlos Assis Iasbeck (UCB), Beth Brait (PUC SP), Heloisa Duarte Valente (ECA USP), Yvana Fachine (PUC SP), Irene Machado (ECA USP), Arlindo Machado (PUC SP), Eufasio Prates (UB) (Brasil); Maria Cristina Asqueta (Uniminuto), Andrea Echeverri (UAndes), Douglas Nino (UJTL), Neyla Pardo (IECO-UNAL), Eduardo Serrano (UNIVALLE), Álvaro Góngora (UJ) (Colombia); Rubén Ditrus (UCSC), María Jose Contreras (PUCC), Paulina Gomez Lorencini (PUCC), Elizabeth Parra (UC), Jaime Otazo (UFRO), Héctor Ponce de la Fuente (UC), Claudio Cortés (UC), Carlos del Valle (UFRO) (Chile); Jorge Andrés Díaz (CORDICOM), Alberto Pereira Valarezo (UCE), Hernán Reyes (CORDICOM), Nelson Reinoso (UTE), Iván Rodrigo (UA), (Ecuador); Gonzalo Abril (UCM), Eva Aladro (UCM), Wenceslao Castañares (UCM), Pilar Couto (ULC), Hector Fouce (UCM), Asunción López Varela (UCM), José Manuel Pérez Tornero (UAB), Raúl Rodríguez (UA), Santos Zunzunegui (UPV) (España); Luca Acquarelli (IUT INFOCOM, Lille) Juan Alonso (SciencesPo), Claude Chabrol (Sorbonne Nouvelle), Patrick Charaudeau (Paris XIII), François Jost (Sorbonne Nouvelle), Guy Lochard (Paris VIII) Marta Severo (IUT INFOCOM, Lille) (Francia); Paolo Bertetti (US), Patrizia Calefato (UB), Massimo Leone (UT), Anna María Lorusso (UB), Giovanni Manetti (US), Gianfranco Marrone (UP), Roberto Pellerrey (UG), Antonio Perri (Italia); Jacobo Bañuelos (ITM CCM), Alberto Betancour (UNAM), Carmen de la Peza (UAM - X), Lydia Elizalde (UEM), Roberto Flores (INA), Ángeles López Portillo (UI), Katia Mandoki (UAM X), Raymundo Mier (UAM X), María Eugenia Olavarría (UAM - A) (México); Lilian Chichiro, Oscar Quezada Macchiavello (UL), Celia Rubina, (Perú); Guillermo Olivera (US), Greg Philo (UG) (U.K); Rosario Sánchez Vilela (UCU) (Uruguay); Walter Mignolo (UD) (USA), Luis Javier Hernández (ULA), Rocco Mangieri (ULA), Alexander Mosquera (LUZ), Dobrila de Nery (LUZ)(Venezuela).

SERIE TRANSFORMACIONES  
**deSignis 22**

**LA HISTORIETA**

Coordinador: Oscar Steimberg  
con la colaboración de Rocco Mangieri, Federico Reggiani y Laura Vázquez Hutnik

**FELS**

La historieta / Jan Baetens ... [et.al.] ; coordinado por Oscar Steimberg. - 1a ed. -  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Instituto Universitario Nacional del Arte; Rosario:  
UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2015.  
304 p. : il. ; 22x15 cm. - (DeSignis / Lucrecia Escudero Chauvel)

ISBN 978-987-3668-10-4

1. Semiótica. 2. Historietas. 3. Historia. I. Baetens, Jan II. Oscar Steimberg, coord.  
CDD 121

## COLABORARON EN DESIGNIS N° 22

María Alejandra Acevedo (Universidad de Buenos Aires - Instituto G. Germani - CONICET), Jan Baetens (Universidad de Lovaina), Jorge Baños Orellana (École Lacanienne de Psychanalyse), Daniele Barbieri (Universidad de Bologna - Universidad de Urbino), Lucas R. Berone (Universidad Nacional de Córdoba), Mara Burkart (Universidad de Buenos Aires), Eliseo Colón Zayas (UPR), Olga Corna (UNR), Roberto Elísio Dos Santos (Universidade Municipal de Sao Caetano do Sul - Universidade de Sao Paulo), Lucrecia Escudero Chauvel (Universidad de Lille), Paolo Fabbri (CISL Urbino), Geisa Fernandes (Universidad de Buenos Aires), Susana Frutos (UNR), Amadeo Gandolfo (Universidad de Buenos Aires - CONICET), Marcela Gené (Universidad de Buenos Aires), Florencia Levín (Universidad Nacional de General Sarmiento - CONICET), Marilda Lopes Pinheiro Queluz (Universidade Tecnológica Federal do Paraná), Rocco Mangieri (Universidad de Los Andes), Rolando Martínez Mendoza (Universidad de Buenos Aires - Universidad Nacional de las Artes - Universidad de San Andrés), Ana Pedrazzini, José Manuel Pestano Rodríguez (Universidad de La Laguna - Tenerife), José Luis Petris (Universidad de Buenos Aires - Universidad Nacional de las Artes), Luca Raffaelli (historiador del cómic, ensayista, guionista), Lilia M. Ramírez Lasso (Universidad Nacional de Los Andes), Federico Reggiani (Universidad Nacional de Córdoba), Claudio Sardi (Universidad de Los Andes), Alejo Steimberg (Universidad de Extremadura), Oscar Steimberg (IUNA), Laura Vázquez Hutnik (Universidad de Buenos Aires - Universidad Nacional de las Artes), Waldomiro Vergueiro (Universidade de Sao Paulo), Roberto Héctor von Sprecher (Universidad Nacional de Córdoba), Teresa Velázquez (UAB), Oscar Traversa (IUNA), Pablo Turnes (Universidad de Buenos Aires - CONICET).

Diseño gráfico y producción: Ana Uranga (AR); Iria Caballero Ullate, Sofia Dezaki Moncada, Ivan Repiso Alcaide (ESD UAB).  
Sobre un concepto de Horacio Wainhaus.

Dirección Postal 12 Rue De Pontoise – Paris 75005 - Francia

Designis es una publicación de la Federación Latinoamericana de Semiótica, declarada de interés público con número de registro 1405367k como Asociación Internacional, Ley 1901 (Francia).

publicación indexada en Latindex [www.latindex.com](http://www.latindex.com); <http://dgb.unam.mx/clase.html>

### PATROCINAN EL PROYECTO EDITORIAL DESIGNIS

Asociación Argentina De Semiótica; Asociación Española De Semiótica; Asociación Colombiana De Estudios De Semiótica; Asociación Mexicana De Semiótica Visual Y Del Espacio (Amesve, México); Asociación Venezolana De Semiótica; Center For Postconflict, Reconstruction And Reconciliation Studies The Nottingham University (UK); Centro De Investigaciones En Comunicación, Escuela De Comunicación, Universidad De Puerto Rico (Puerto Rico); Centro De Investigaciones En Mediatizaciones (Cim) De La Universidad Nacional De Rosario (Argentina); Departamento De Comunicación De La Universidad Pompeu Fabra (España); Departamento De Educación Y Comunicación Uam Xochimilco ( México); Departamento Infocom Iut Universidad De Lille (Francia); Doctorado En Semiótica Del Centro De Estudios Avanzados De La Universidad Nacional De Córdoba (Cea-Unc) (Argentina); Doctorado De Comunicación De La Universidad Nacional De Rosario (Argentina); Editorial Radio De La Universidad De Chile (Chile); Editorial De La Universidad Nacional De Rosario (Argentina); Grupo De Investigación Litecom Universidad De La Coruña; Instituto De Ciencias Humanas Y Sociales Del Consejo Nacional De Investigaciones Científicas Y Técnicas (España); Instituto De Comunicación E Imagen (Icei) Universidad De Chile (Chile); Universidad Nacional De Arte (Una) Área De Crítica De Arte (Argentina); Ieco Universidad Nacional De Colombia; Laprec, Master Mim Universidad Autónoma De Barcelona, Proyecto Semiotycom Universidad Complutense De Madrid (España); Revista Inventio (México); School Of Arts And Humanities, The University Of Stirling (UK).

Corrección: Juan Rosso

Diagramación: Ana Uranga B.

ISBN: 978-987-3668-10-4

Impreso en Argentina

# deSignis 22

LUCRECIA ESCUDERO CHAUVEL <i>La historieta y sus semiosis</i>	7
<b>I. ESCENARIOS</b>	
Coordinador: Oscar Steimberg con la colaboración de Rocco Mangieri, Federico Reggiani y Laura Vázquez Hutnik	
OSCAR STEIMBERG <i>Presentación</i>	13
<b>LAS ARTES DE LA HISTORIETA</b>	
JAN BAETENS <i>“Fun home”: novela gráfica y posmodernidad</i>	19
JOSÉ LUIS PETRIS <i>El rectángulo Rep</i>	29
LAURA VÁZQUEZ HUTNIK <i>Sobre una mujer calva, un pollo y una silla: las lenguas bífidas de Copi</i>	43
LUCAS R. BERONE <i>Oscar Masotta y la fundación semiológica del discurso sobre la historieta</i>	55
<b>DE LA HISTORIETA Y SU RELATO</b>	
DANIELE BARBIERI <i>La experiencia de la lectura a través de una historia de Alberto Breccia</i>	65
AMADEO GANDOLFO <i>Cuéntame tu historia: vida y estructura en “Lint” de Chris Ware y “Wilson” de Daniel Clowes</i>	77
LUCA RAFFAELLI <i>Mata al padre y se descubre humano. El viaje del héroe en la historieta italiana</i>	89
<b>EL DECIR DE LA SECUENCIA</b>	
ANA PEDRAZZINI <i>Las incoherencias insólita y paradójica en la caricatura política: juegos verbales y visuales en la ruptura de lo previsible</i>	99
PABLO TURNES <i>La angustia y la palabra. H.P. Lovecraft según Alberto Breccia</i>	111
<b>HISTORIETA Y SOCIEDAD</b>	
MARILDA LOPES PINHEIRO QUELUZ <i>As invenções do cotidiano e as representações de tecnologia nas charges de Max Yantok</i>	121

MARIELA ALEJANDRA ACEVEDO  
*Género y figuraciones nómades. La construcción discursiva de la flâneuse en “Custer”* 133

LILIA M. RAMÍREZ LASSO  
*Machera: transfiguraciones visuales de un héroe merideño* 145

#### LA HISTORIETA Y SUS LENGUAJES

JORGE BAÑOS ORELLANA  
*La historieta de Lacan* 157

ROCCO MANGIERI  
*Toposintaxis y cronosintaxis: juegos sintagmáticos en los espacios intersticiales* 169

ROLANDO MARTÍNEZ MENDOZA  
*Silencios del “Corto Maltés”* 179

FEDERICO REGGIANI  
*La instancia de la enunciación en el desarrollo de géneros y estilos de historieta* 191

CLAUDIO SARDI  
*El diseño del espacio y del tiempo: una perspectiva semiótica desde el oficio de un diseñador gráfico* 205

ROBERTO HÉCTOR VON SPRECHER Y JOSÉ MANUEL PESTANO RODRÍGUEZ  
*Digitalización. Los blogs de historietas. El caso de “Historietas Reales”* 215

#### LAS IMÁGENES DE LA VIOLENCIA

MARA BURKART  
*Violencia y represión en el humor gráfico: “Chaupinela” y “HUM” (1974-1980)* 225

ROBERTO ELÍSIO DOS SANTOS Y WALDOMIRO VERGUEIRO  
*Humor MADe in Brasil* 237

GEISA FERNANDES  
*50 anos do golpe militar no Brasil. O que as histórias em quadrinhos têm a ver com isso?* 247

MARCELA GENÉ  
*Ni Superman ni Dick Tracy: José Julián, un obrero peronista* 257

FLORENCIA LEVÍN  
*Humor gráfico y terrorismo de Estado en la Argentina: más allá del consenso y la resistencia. Algunos ejemplos publicados por el diario “Clarín” (1976-1983)* 269

## II. DISCUSIÓN

ALEJO G. STEIMBERG  
*Lo fantástico y la historieta: el dominio de lo invisible. Una lectura de “La fièvre d’Urbicande”, de Schuïten y Peeters* 283

## III. PERFILES

PAOLO FABBRI  
*Dedicatoria de Eliseo* 299

SOPHIE FISHER  
*Eliseo Verón (1935-2014). La soledad y la tristeza del saber* 303

## EDITORIAL

### LA HISTORIETA Y SUS SEMIOSIS

LUCRECIA ESCUDERO CHAUVEL

Un renovado interés por el género del cómic, producto puro de la cultura de masas, marca el espíritu *vintage* de las primeras décadas de este siglo. Género centenario que ha atravesado suficientes generaciones como para considerarlo sólidamente inscripto en el imaginario colectivo. Sin duda fue el film *Pulp Fiction* de Quentin Tarantino el que mostró cómo el cómic nutrió y arrulló a la generación planetaria del Baby Boom, con su estética de trazo grueso, mucha sangre y varios “Oops!”. Luego de treinta años de apogeo parecía que el género no tenía más refugio que el diseño de arte o la re-escritura de viejos héroes y heroínas. Sin embargo las nuevas epopeyas cinematográficas de nuestros amigos de siempre fueron acompañando estéticamente el paso de la modernidad (Superman) a la posmodernidad (Batman) para aterrizar en la hipermodernidad alucinada del Hombre Araña. Tres poderosas industrias de contenido se cruzan a partir de la historieta, produciendo un verdadero sistema de traducciones, una semioesfera de cruces y de descartes: la del cine, la del dibujo animado (los *Toons*) que reproducen los héroes infantiles favoritos, y finalmente la del video. Los personajes de historieta han alcanzado, como Madame Bovary o D’Artagnan, el sueño al que aspira todo personaje de ficción: volverse real y convivir con los humanos.

Umberto Eco analizó en *El superhombre de masas* (1976) –como ningún otro semiólogo– los valores del héroe de historieta y sus transformaciones, pero sobre todo contribuyó a crear un nuevo territorio de estudios donde esa primera semiología en-

contró un terreno fértil: el de los productos de *entertainment*, el verdadero valor cultural por excelencia de la cultura de masas, antes de ser suplantado por los valores del *consumo*. En el texto clásico y sobre todo de anticipación que fue “Lectura de Steve Canyon” (1964) es donde el *fumetto* entra por la puerta grande del análisis estructural, semiótico y cultural a la vez. Recordemos que parte del debate de esta primera semiología de los años sesenta, de la que Eco fue un precursor en la lectura de los signos de la modernidad, se centró en la historieta y su “lenguaje”, es decir, la articulación entre el plano de la expresión y del contenido, seguido muy de cerca, en esta valorización de géneros hasta entonces considerados sin peso –géneros “menores”– por el investigador catalán Román Gubern (1972) con su libro *El lenguaje de los comics*, que fue pionero en lengua española.

¿Cómo hubiéramos podido construir la enciclopedia mediática sin el cómic? Vale decir, sin esa semiosis que sigue las transformaciones históricas y los gustos de época –en las palabras de Oscar Steimberg– y que hace de cada héroe una condensación, un punto de pasaje de otros interpretantes: el neocolonialismo en Hergé, o el imperialismo del Pato Donald en la célebre lectura de Ariel Dorfman y Armand Mattelart (1973), y en un análisis narratológico, a la condensación espacial y temporal que el cómic exige. La hipótesis de Eco es que el discurso popular desde la ciencia ficción hasta el cómic procede por caracteres convencionales, lugares comunes, pre-existentes a la narración, un “topos convencional” (1964: 217-218). Luego el personaje se vuelve soporte de otros contenidos hasta independizarse completamente del género que le dio origen y cobra vida propia, como Frankenstein.

La “Lectura de Steve Canyon”, un clásico como lo fue para el estudio de la publicidad el análisis de las pastas *Panzani* en la reflexión de Roland Barthes en el mismo periodo, nos permitió ver cómo los medios y particularmente el género de la historieta operan en la construcción de mundos narrativos restringidos y compactos, hechos a grandes trazos y donde el lector llena con una enciclopedia mediática ya pre-construida, el mundo posible delineado por la viñeta, precisamente por la economía narrativa que el género impone. Estamos frente a un género con marcas de reconocimiento muy tipificadas, digamos, una “gramática de producción” que responde a leyes precisas. Al punto que todo el Pop Art –generando una nueva semiosis– y particularmente Roy Lichtenstein con sus “Comics Paintings” de 1963, han hecho de estos rasgos la base de su estética hasta llegar a John Galliano y sus colecciones para Dior Haute Couture o a Alexander McQueen, una diferente genealogía de la influencia de la historieta sobre el arte moderno y el diseño actual.

Otros dos componentes confluyen en esta semiosis. La *iteratividad* del género, que implica la serialidad y que se transforma en saga con el *comic book* que, siguiendo la reflexión de Eco sobre la dialéctica entre innovación y serialidad, distingue entre serialidad iterativa (cada nuevo episodio es una unidad en sí misma), de la saga donde los episodios se alinean en una progresión narrativa temporal. Los nuevos formatos

de las series televisivas siguen operando con esta doble distinción. Y por último la *mitización* (Eco 1964: 219) como simbolización inconsciente, proyección en la imagen de tendencias, aspiraciones, temores emergentes en un individuo, una comunidad o una entera época histórica. En este proceso de mitización, los personajes de la cultura de masas, particularmente los del cómic, son fértiles creadores de “un nuevo repertorio mitológico” (224). Daniele Barbieri, destacado semiólogo italiano sobre el cómic, trabajará ya en la década de los noventa en esta perspectiva.

Medio siglo después de estos primeros análisis de la semiótica, en este nuevo interés global por la historieta figuran el Festival de Angoulême en Francia, ya en su décima edición; el Premio *Romics* del Festival de Comic y Animación de Roma, o la cifra récord de las ventas de un original de *Tintin* (1937) que alcanzó el monto de tres millones seiscientos mil dólares y las planchas de *Corto Maltese* vendidas en casi un millón de dólares. El remate tuvo lugar en París, en 2014, en la célebre casa de remates Artcurial, venta organizada por el experto en historietas antiguas Eric Leroy. Al otorgarse en España, en 2014, el Premio Príncipe de Asturias en la Comunicación y Humanidades a Joaquín Lavado (Quino), el genial creador de *Mafalda*, en la fundamentación se reconoce, al cumplirse cincuenta años del personaje, “los lúcidos mensajes de Quino que siguen vigentes por haber combinado con sabiduría la simplicidad en el trazo del dibujo con la profundidad de su pensamiento” (Agencia EFE). Quino, de 82 años, declaró que inicialmente había ideado el personaje para una campaña publicitaria de heladeras, pero que empieza a salir como tira semanal el 29 de agosto de 1964 en el semanario de actualidad y política *Primera Plana*, para comenzar su fulgurante expansión por América Latina hasta llegar a Europa de la mano, precisamente, de Umberto Eco, que en 1969 la define como “una heroína iracunda”.

Ya en territorio latinoamericano y particularmente argentino recordemos en esta apretada síntesis el rol de Oscar Masotta, que en agosto de 1968 organiza el primer congreso mundial de la Historieta en el Instituto Di Tella de Buenos Aires con la colaboración de la Escuela Panamericana de Arte. Oscar Steimberg está ya allí con su ponencia “1936-1937 en la vida de un superhéroe de las pampas” (sobre el nacimiento de Patoruzú), continuada después a la distancia con “Isidoro: de cómo una historieta enseña a su gente a pensar”, sobre otro eterno personaje de la misma tira, publicada en el primer número de la revista *Lenguajes*, fundada por Eliseo Verón, de abril de 1974. Steimberg, el más reconocido especialista en los estudios sobre la historieta en Argentina y América Latina, recoge el desafío de actualizar las investigaciones sobre el género en este número de *deSignis* que inaugura precisamente la nueva serie *Transformaciones* de la revista. En una cuidada edición, realizada con la colaboración de su equipo de investigación en el IUNA, Área de Crítica de Arte, y de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, Área de Narrativas Dibujadas, y con el auxilio del investigador venezolano Rocco Mangieri y los investigadores Federico Reggiani y Laura Vázquez Hutnik, *La historieta* está articulada en

varios subtemas. *Las artes de la historieta*, con los textos de Baetens, Petris, Vázquez Hutnik y Berone; *De la historieta y su relato* con los artículos de Barbieri, Gandolfo y Raffaelli; *El decir de la secuencia*, que señala los diferentes momentos narrativos en la reflexión de Pedrazzini y Turnes; *Historieta y sociedad* muestra las estrechas relaciones entre el consumo del cómic y la vida cotidiana con el aporte de Lopes Pinheiro Queluz, Acevedo y Ramírez Lasso; en *La historieta y sus lenguajes*, Baños Orellana, Mangieri, Martínez Mendoza, Reggiani, Sardi y von Sprecher-Pestano Rodríguez retoman la discusión teórica iniciada en los años sesenta; *Las imágenes de la violencia* muestra las transformaciones de un género atravesado por la política en los ensayos de Burkart, Dos Santos-Vergueiro, Fernández, Gené y Levín. Por último, el texto de Alejo Steimberg analiza en la sección *Discusión* lo fantástico en la historieta con un punto de vista original y renovado.

Cierran este volumen, en la sección *Perfiles*, los obituarios que Sophie Fisher y Paolo Fabbri dedican a su amigo y colega Eliseo Verón (1935-2014), a quien este número que reúne colegas y discípulos que lo conocieron quiere homenajear. Un maestro es aquel que nos permite compartir y habitar su lenguaje.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- DORFMAN, A. y MATTELART, A. (1973) *Para leer al Pato Donald*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- ECO, U. (1964) *Apocalitti e integrati nella cultura di massa*. Milán: Bompiani. Edición consultada 1993, Tascabili Bompiani.
- \_\_\_\_\_ (1976) *Il superuomo di massa*. Milán: Bompiani.
- \_\_\_\_\_ (1985) “L’innovazione nel seriale”, en *Sugli Specchi*. Milán: Mondadori.
- ECO, U.; NEBIOLO, G. y CHESNEAUX, J. (eds.) (1971) *I fumetti di Mao*. Bari: Laterza. [Traducción española (1976) *Los Comics de Mao*. Barcelona: Gustavo Gili.]
- GUBERN, R. (1972) *El lenguaje de los comics*. Barcelona: Península.
- MASOTTA, O. (1970) *La Historieta en el Mundo Moderno*. Buenos Aires: Paidós.
- STEIMBERG, O. (1971) “El lugar de Mafalda”, en Revista *Los Libros* n°17.
- \_\_\_\_\_ (1974) “Isidoro, de cómo una historieta enseña a la gente a pensar”, en Revista *Lenguajes* n°1, compilados después en *Leyendo historietas - textos sobre relatos visuales y humor gráfico*, 2013, Buenos Aires, Eterna Cadencia.

**LAS INCOHERENCIAS INSÓLITA Y PARADÓJICA  
EN LA CARICATURA POLÍTICA: JUEGOS  
VERBALES Y VISUALES EN LA RUPTURA DE LO PREVISIBLE**

ANA PEDRAZZINI

RESUMEN

Analizamos dos tipos de procedimientos lógicos que introducen una incompatibilidad entre dos ideas: las incoherencias insólita y paradójica (Charaudeau 2006) en dos corpus de 309 caricaturas políticas de una o varias viñetas que refieren a los presidentes Jacques Chirac y Carlos Menem, en dos periódicos satíricos de Argentina y Francia: *Sátira/12* y *Le Canard enchaîné*, respectivamente, durante dos períodos históricos equivalentes. Proponemos una clasificación de juegos verbales, visuales y flexibles a partir de los corpus considerados y comparamos su utilización en ambos periódicos, focalizando luego sobre el absurdo y la paradoja, característicos de *Sátira/12*.

Palabras clave: caricatura política - incoherencia insólita - incoherencia paradójica - juegos verbales - juegos visuales

ABSTRACT

We analyse two types of logical devices that introduce an incompatibility between two ideas: unusual incoherence and paradoxical incoherence (Charaudeau 2006) in two corpora of 309 political cartoons and strips referring to presidents Carlos Menem and Jacques Chirac published in two satirical newspapers from Argentina and France, named *Sátira/12* and *Le Canard enchaîné* respectively, during two equivalent historical periods. We propose a classification of verbal, visual and flexible devices based on the corpora studied, and compare their use in both publications, later focusing on absurd and paradoxical components, which characterize *Sátira/12*.

Keywords: political cartoons - unusual incoherence - paradoxical incoherence - verbal and visual devices

SOBRE EL AUTOR

Doctora en Ciencias de la Información y de la Comunicación por la Universidad Paris-Sorbonne y doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires. Se especializa en el análisis semiótico y retórico de la imagen y en el estudio de diversos tipos de producciones cómicas, en particular en el campo de la sátira y la caricatura políticas. Correo electrónico: [anapedrazzini@crub.uncoma.edu.ar](mailto:anapedrazzini@crub.uncoma.edu.ar)



**LAS INCOHERENCIAS INSÓLITA Y PARADÓJICA  
EN LA CARICATURA POLÍTICA: JUEGOS  
VERBALES Y VISUALES EN LA RUPTURA DE LO PREVISIBLE**

ANA PEDRAZZINI

El mecanismo principal a partir del cual se produce lo cómico<sup>1</sup> podría resumirse en unas pocas palabras: la ruptura de lo previsible, que implica la asociación de dos elementos o ideas incompatibles entre sí, por insólitas, absurdas o paradójicas, según, como bien aclara Emelina (1991), lo que en aquel momento y lugar se considera como lo esperado. Así procede la caricatura política, dentro del campo de la sátira, que apunta a denunciar los abusos y excesos de un personaje o grupo político, introduciendo una mirada deformada, exagerada y cómica sobre la actualidad. Una gran diversidad de recursos operan bajo este principio básico, entre los cuales se encuentran los procedimientos lógicos de incoherencia alocada, insólita y paradójica identificados por Charaudeau (2006), cuya operatividad exploramos en dos corpus de caricaturas políticas de Argentina y Francia que toman como blanco la figura presidencial en dos periódicos satíricos: el suplemento *Sátira/12* y el semanario *Le Canard enchaîné*.

La caricatura política es aquí trabajada como un texto mixto, es decir, como un todo discursivo coherente que responde a ciertas reglas sintácticas en sus estrategias de comunicación (Vilches 1984), conformado por signos verbales –lingüísticos– y visuales –icónicos y plásticos– (Grupo  $\mu$  1992) en estrecha interacción. Analizamos distintos tipos de juegos verbales, visuales y mixtos que operan en la caricatura y proponemos una clasificación a partir de los corpus considerados. Luego de comparar el

uso que se hace de los distintos procedimientos en los dos periódicos seleccionados, focalizamos sobre el absurdo y la paradoja, característicos de *Sátira/12*, y reflexionamos sobre las implicancias de su utilización tomando en consideración el contexto de producción de las caricaturas políticas.

### 1. LAS INCOHERENCIAS ALOCADA, INSÓLITA Y PARADÓJICA: EL SINSENTIDO, EL TRANS-SENTIDO Y EL CONTRASENTIDO EN EL TERRENO DE LO CÓMICO

Charaudeau concibe el acto cómico como un acto de discurso que se inscribe en una situación de comunicación y que, como tal, presupone una situación enunciativa, una temática, una serie de procedimientos y un efecto, que responde a una intencionalidad. Con respecto a los procedimientos, distingue los lingüísticos de los discursivos. Los procedimientos lingüísticos –a los que cabría agregar los ícono-plásticos– responden a un “mecanismo léxico-sintáctico-semántico que refiere a lo explícito de los signos, su forma y sentido, así como a la articulación forma-sentido” (2006: 25-26),<sup>2</sup> como sería el caso de los juegos de palabras centrados en la sonoridad o la polisemia y la silepsis visual. Los procedimientos discursivos, en cambio, dependen del conjunto de los componentes enunciativos (locutor, destinatario, blanco, contexto social y valoración del tema abordado), entre los cuales Charaudeau sitúa a los procedimientos lógicos, que juegan con el semantismo de las palabras dentro de un enunciado, y que dan lugar a una disociación de isotopías.

Estos procedimientos lógicos comprenden tres tipos de recursos: la incoherencia “alocada” –*loufoque*–, la incoherencia insólita y la incoherencia paradójica. La *incoherencia alocada* asocia dos universos semánticos que no guardan relación alguna entre sí y en los que es difícil identificar una conexión causal dentro de los parámetros de una lógica de la experiencia humana. Las asociaciones realizadas representan un sinsentido, sobre el cual no es posible razonar. La *incoherencia insólita* asocia igualmente dos universos diferentes pero en ellos es posible identificar un sentido, es decir que no son completamente extraños. Podemos encontrar aquí una conexión lógica de forma tal que lo que se produce es un trans-sentido, es decir, un pasaje de un sentido a otro. La *incoherencia paradójica*, por último, opera a partir de una relación de contradicción entre dos lógicas que pertenecen a una misma isotopía, tomando a contrapié aquella lógica garantizada por la norma social. En este caso es posible razonar sobre la paradoja y demostrar dónde reside el contrasentido, es decir, aquello que va contra el sentido común o esperado. Una subcategoría que Charaudeau desprende aquí es la de ironía del destino, que puede ser caracterizada como un encadenamiento particular de hechos que se producen contrariamente a lo previsto o a lo que se considera como el orden de las cosas, produciendo así una sorpresa (Schoentjes 2001: 50). La ironía del destino se aproxima a uno de los procedimientos básicos de lo cómico

descritos por Bergson (1924), la inversión, que consiste en dar vuelta una situación o invertir roles.

Esta clasificación de Charaudeau fue aplicada a diversos tipos de discursos mediáticos, de Francia y España, en los que lo cómico juega un rol central: dibujos de prensa, *talk-shows*, crónicas de prensa cotidiana, publicidad (véase el dossier de la revista *Questions de communication* 10).

## 2. PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO: LA INCOHERENCIA EN LA CARICATURA POLÍTICA

Nos propusimos analizar los modos en que las incoherencias alocada, insólita y paradójica operan en la caricatura política, desde un plano lingüístico, ícono-plástico y mixto. A partir de una perspectiva bicultural, analizamos el uso que dos periódicos satíricos de Francia y Argentina hacen de estos procedimientos en tanto recursos satíricos y cómicos en la caricatura política, focalizando sobre la figura presidencial, blanco privilegiado. En función de lo señalado, los objetivos de este trabajo fueron:

- Identificar procedimientos específicos, verbales, visuales y mixtos, orientados hacia la introducción de ideas que generan un sinsentido (incoherencia alocada), un trans-sentido (incoherencia insólita) o un contrasentido (incoherencia paradójica) en la caricatura política.

- Indagar si existen diferencias en cuanto al uso de estos procedimientos en dos periódicos satíricos originados en culturas diferentes.

- Reflexionar en torno al uso de las tres clases de incoherencias en un contexto de sátira política, en particular cuando se toma como blanco la figura presidencial. Nuestros corpus están constituidos por 309 caricaturas políticas de una o más viñetas –tiras– que refieren –ya sea a través de su representación gráfica y/o de su mención escrita– a los presidentes Carlos Menem y Jacques Chirac respectivamente en *Sátira/12* y *Le Canard enchaîné*. Tomamos dos períodos de análisis equivalentes para ambos casos: tres meses al inicio del primer mandato y tres meses que comprenden la campaña de reelección y el comienzo del segundo mandato. Este recorte asegura una alta frecuencia de caricaturas referidas a la figura presidencial y da una homogeneidad temporal y en parte temática a las caricaturas analizadas. *Le Canard enchaîné* surgió en 1915 como reacción a la cobertura periodística que se hacía durante la Primera Guerra Mundial, y es el periódico satírico francés más longevo. Es un semanario de ocho páginas que no depende de ningún medio periodístico ni anunciante publicitario y se destaca por su extensa red de informantes y su larga tradición en el periodismo de investigación. *Sátira/12* es un suplemento semanal de cuatro páginas que pertenece al diario argentino *Página/12*. El matutino y su suplemento fueron creados en

1987, cuatro años después de la vuelta a la democracia en la Argentina. Hoy en día, *Sátira/12* es el periódico satírico humorístico más antiguo del período posdictadura en ese país. En cuanto a los personajes políticos elegidos, Carlos Menem (1989-1999) y Jacques Chirac (1995-2007) son dos personalidades coetáneas de una larga carrera política, reelegidos como presidentes y en el poder durante una decena de años.

### 3. ANÁLISIS VERBAL Y VISUAL DE LAS CARICATURAS POLÍTICAS: DELIMITACIÓN E ILUSTRACIÓN DE CATEGORÍAS

De las tres clases de incoherencia propuestas por Charaudeau, la incoherencia alocada no resultó operativa en nuestros corpus (véase *infra*). Centrándonos entonces en las dos grandes categorías de incoherencia insólita y paradójica, elaboramos una clasificación más detallada que permitió realizar un primer acercamiento hacia el estudio de cómo estas operan a nivel lingüístico e ícono-plástico en relación con la figura presidencial en caricaturas políticas de la prensa satírica. La clasificación distingue entre procedimientos exclusivamente *verbales*, procedimientos exclusivamente *visuales* y procedimientos *flexibles*. Estos últimos son llamados así pues pueden operar en el plano verbal o visual o en ambos de forma simultánea. A continuación, daremos cuenta de cada uno de ellos, ejemplificando algunos y analizando su uso en el contexto de la sátira y la caricatura políticas en los dos periódicos satíricos seleccionados. En algunas oportunidades, señalaremos aquellas figuras retóricas que son particularmente operativas.

#### 3.1 Procedimientos detectados en la incoherencia insólita

Esta categoría comprende dos procedimientos exclusivamente verbales, uno exclusivamente visual y dos flexibles. Entre los *procedimientos exclusivamente verbales*, uno de ellos consiste en deformar proverbios, expresiones familiares o frases hechas, siendo para ello una figura retórica de utilidad la sustitución: se reemplaza una palabra conocida y esperada por otra que sorprende. En la Figura 1, caricatura publicada el 29 de julio de 1989, el dibujante Pati de *Sátira/12* se centra en la participación del presidente Carlos Menem en un partido de fútbol con fines solidarios poco antes de asumir sus funciones. La alteración de dos frases emblemáticas del partido peronista resalta indirectamente las implicancias de esta inusitada acción de reunión popular, que abandona el terreno estrictamente político. El comienzo de la marcha peronista entonada por el público ya no dice “los muchachos peronistas” sino “futbolistas”, y la célebre frase de Juan Domingo Perón del 10 de octubre de 1945 dirigida a los trabajadores en la que los instaba a ir “de la casa al trabajo y del trabajo a la casa” reemplaza el ámbito hogareño por el de recreación deportiva que constituye la cancha. La deformación de estas frases está revestida de una finalidad a la vez cómica y crítica. Cómica, pues la sustitución sorprende y divierte, y crítica, ya que Pati capta muy temprana-

mente el proceso de farandulización y espectacularización de la política que caracterizó la etapa menemista (véase, por ejemplo, Quevedo 1999). Otro procedimiento lingüístico detectado insta una inadecuación del registro de lengua, ya sea porque se atribuyen frases familiares, populares o vulgares a los personajes presidenciales o porque la interacción verbal entre dos personajes se produce en niveles de registro diferentes. El primer caso es más característico de *Le Canard enchaîné*, que en ocasiones se sirvió de frases reales pronunciadas por el presidente Chirac en su círculo privado –y que habrían sido transmitidas a los periodistas del semanario satírico– para dar cuenta de este perfil más popular del dirigente y marcar el contraste entre su imagen pública y privada.

Entre los *procedimientos exclusivamente visuales* de incoherencia insólita, el que hemos detectado consiste en representar a los personajes en contextos ficticios. La figura central que opera aquí es la metáfora. Si *Le Canard enchaîné* se sirve de este recurso con cierta frecuencia –en particular el dibujante Cabu–, no hemos detectado, en cambio, caricaturas políticas de este tipo en nuestro corpus de *Sátira/12*. Existen imágenes en las que vemos a Carlos Menem jugando al fútbol, por ejemplo, pero no corresponden propiamente a esta categoría, puesto que el ex presidente argentino participó efectivamente del acontecimiento deportivo antes mencionado. Cuando nos referimos a un contexto ficticio, pensamos en situaciones irreales, a menudo fantasiosas, como las de representar a Jacques Chirac como un luchador que trabaja en un circo, o bien como un romano, un héroe galáctico o uno de los ciclistas del Tour de France.

En cuanto a los *procedimientos flexibles*, uno de ellos es la analogía o asociación de hechos o ideas que no tienen, a priori, ninguna relación. Este recurso es muy habitual en la caricatura política que a menudo relaciona dos hechos de actualidad con fines cómicos. Algunas figuras retóricas utilizadas para tal fin son la metáfora, la comparación, la antítesis, la sustitución, y en los casos en los que la asociación es implícita, la alusión. Otro procedimiento es el de atribuir frases o acciones absurdas, inesperadas y atípicas a los personajes representados. La atribución de frases y acciones absurdas a los personajes se enmarca dentro de lo cómico del absurdo pero no pertenece a la categoría de incoherencia alocada elaborada por Charaudeau en cuanto que es posible detectar una conexión entre los universos asociados. Consideramos que lo cómico del absurdo oscila entre las incoherencias insólita y paradójica, dependiendo de si el mecanismo de base reposa sobre una asociación inhabitual pero sobre la cual puede identificarse un lazo lógico, o sobre una asociación contradictoria.

### 3.2 *Procedimientos detectados en la incoherencia paradójica*

La incoherencia paradójica comprende un procedimiento exclusivamente verbal y tres flexibles. Aquí son operativas las figuras retóricas de construcción que se apoyan en una oposición, tales como la paradoja y la antítesis. Con respecto a los *procedi-*

*mientos verbales*, una figura muy poco habitual en nuestros corpus pero que corresponde enteramente a la lógica de este mecanismo en el plano verbal es el oxímoron, que se funda sobre una aparente contradicción lógica, uniendo dos términos incompatibles. Así, en una tira de Pati publicada el 5/8/1989 con motivo del aumento de impuestos aplicado por el gobierno menemista, un seguidor exclama enojado: “Y que no me lo critiquen a Menem... los mejores tarifazos fueron, son y serán peronistas”. Este oxímoron, el de “mejores tarifazos”, se potencia al ser articulado con una paradoja, figura más abarcativa, que “consiste en tomar a contrapié la opinión común en la designación de una realidad” (Bonhomme 1998: 81). La paradoja se apoya en una frase hecha y por lo tanto familiar en el lector “...fueron, son y serán...” para aplicarla a un contexto contradictorio y así producir sorpresa. Dentro de los *procedimientos flexibles*, la inversión de una situación es una categoría que comprende dos variantes: por un lado, lo que hemos mencionado anteriormente como ironía del destino, que en nuestros corpus se evidencia cuando la acción del personaje presidencial se vuelve contra él; y por otro lado, la típica inversión de roles. En el primer caso, la ironía del destino puede ser fruto de la imaginación del dibujante o bien puede ser un hecho real, que el autor satírico toma como objeto de burlas y en ocasiones con fines de desacreditación, para expresar su opinión crítica frente a una medida de gobierno. El último procedimiento que abordaremos es el de atribuir a los personajes frases o acciones contradictorias o paradójicas, para resaltar un distanciamiento crítico por parte del autor satírico. La gran mayoría de los recursos descritos se encuentran en ambos corpus de caricaturas de *Sátira/12* y *Le Canard enchaîné*, siendo los más habituales los procedimientos flexibles de incoherencia insólita, a partir de los cuales dos universos isotópicos son puestos en relación con el fin de sorprender, atraer, divertir o pasar un mensaje crítico. Menos habituales son los juegos de inversión, dentro de la incoherencia paradójica, y la deformación de proverbios, frases hechas o familiares en el grupo de los procedimientos lingüísticos de incoherencia insólita. La representación del personaje residencial en contextos ficticios está ausente en *Sátira/12*, destacándose, por el contrario, la atribución de frases absurdas o paradójicas a los personajes. Esta particularidad, que deviene característica del estilo satírico del suplemento argentino, merece especial atención, razón por la cual le destinaremos el próximo apartado.

#### 4. EL ABSURDO Y LA PARADOJA EN “SÁTIRA/12”

La incoherencia que nace del absurdo y la paradoja detectada en el corpus de *Sátira/12* es particularmente notable en una serie de caricaturas de Rudy y Toul. Allí, la construcción antitética que sitúa –en el plano visual– al dirigente político solo arriba en una tarima y a la masa de periodistas abajo, se articula con las preguntas y especialmente las respuestas incoherentes en el plano verbal, que van de la evidencia absoluta al sinsentido. De esta manera, la situación representada, tan normal como

puede parecer –se trata de una conferencia de prensa– se transforma en un acto completamente inverosímil: respuestas paradójicas, evidencias presentadas como incertidumbres (suspensión de la evidencia, Escarpit 1960), pleonasmos, tautologías, fallas en el razonamiento apuntan a los periodistas y particularmente al gobernante. Así, un periodista pregunta a Carlos Menem a pocos días de los comicios electorales de 1995: “Doctor Menem, faltan dos semanas para el 14 de mayo, ¿qué opina?”, ante lo cual el gobernante responde: “Estoy de acuerdo”; otro continúa: “¿Piensa que puede perder?”, “Yo no, Ruckauf tal vez”, que era su compañero de fórmula. Luego de las elecciones en las que Menem fue reelecto, un periodista quiere saber si no tiene miedo de comenzar su mandato en medio de la crisis... El absurdo de las caricaturas de Rudy y Toul se encuentra a menudo al borde del *nonsense* sin caer, no obstante, en la incoherencia alocada, pero también alterna sencillos juegos de palabras con críticas sustanciales.

En forma indirecta, los autores satíricos atacan un estilo de comunicación política fuertemente apoyado en los medios de comunicación, centrado más en la imagen que en el contenido político, que se caracteriza por respuestas evasivas y a menudo frívolas, que recurren a la “chispa” y a la comicidad (González 1992).

El discurso satírico del suplemento argentino que se apoya en la paradoja y en figuras relacionadas está presente en otras caricaturas de estos y otros autores y particularmente en los títulos, a partir de los cuales se construye un simulacro de las noticias (Pedrazzini 2010). La paradoja juega un rol importante dentro de lo cómico del absurdo, al desafiar las certezas de la *doxa*. El autor cómico rompe con las evidencias de la vida puesto que es por vocación no conformista (Escarpit 1960). Poner en cuestión lo que es dado por hecho parece ser una de las características de *Sátira/12* y así lo entiende también el fundador y director del suplemento, Rudy, quien consultado sobre la existencia de una línea editorial, dijo: “La línea es criticar la certeza, de lo que sea [...] No me gusta el chiste que sostiene cierto conformismo. Tampoco lo ignoro a ese conformismo. Tampoco creo que lo tengas que justificar. Pero sí tenés que ponerlo en duda. [...] Yo creo que en todo caso nuestro gran símbolo es un signo de pregunta”. La paradoja, como Rudy, pareciera decirle al lector: no puedes fiarte de las apariencias, pensar como todo el mundo (Reboul 1993).

##### 5. A MODO DE CIERRE:

###### TRANS-SENTIDO Y CONTRASENTIDO EN LA CARICATURA POLÍTICA

Los autores de las caricaturas políticas analizadas optan por la asociación de hechos o ideas sin una relación directa para establecer una ruptura con lo esperado, desafiando la capacidad interpretativa del lector, quien debe encontrar una conexión, aun cuando esta implique la suspensión de una evidencia y el hecho de ir en contra de lo comúnmente aceptado.

Como señalamos más arriba, la incoherencia alocada no resultó operativa en nuestros corpus, lo cual podría sugerir que esta categoría no es propicia en un discurso basado sobre un hecho noticioso como es el caso de la caricatura política. A este mismo resultado –inoperatividad de la incoherencia alocada– llegaron Fernández y Vivero García (2006) en un estudio sobre el uso de lo cómico en las crónicas de la prensa diaria y en el que aplicaron las categorías de Charaudeau.

Resulta interesante destacar que aun cuando se trata de dos periódicos con marcadas diferencias estilísticas, distantes geográfica y lingüísticamente, prácticamente todos los procedimientos verbales, visuales y flexibles pudieron ser identificados en ambos. La incoherencia insólita reúne la mayor cantidad de casos en los dos corpus y de hecho es frecuente que el autor satírico opte por asociar en una misma imagen dos de los hechos más importantes de la actualidad del momento. El único procedimiento que no fue identificado en uno de los periódicos, el argentino, es el de representar al personaje presidencial en contextos ficticios. Una particularidad de este suplemento es la doble autoría de buena parte de las caricaturas, resultado del trabajo conjunto entre un guionista y un dibujante. En ocasiones, la idea proviene del especialista verbal, el segundo interviniendo de forma más ilustrativa, lo cual podría explicar una mayor creatividad a nivel verbal (véase Pedrazzini y Scheuer 2010). A esto podría sumarse, tanto en la producción como en la interpretación, una mayor dificultad para presentar ideas abstractas a partir de lo visual, por las condiciones inherentes a este lenguaje.

Los procedimientos que en cambio sobresalen en *Sátira/12* revelan lo cómico de lo absurdo y la incoherencia paradójica. El uso del absurdo en un contexto de sátira política se encuentra en tensión por la condición indispensable de permanecer atado a los hechos, de presentar al lector una situación reconocible. El desafío es el de construir lo inverosímil a partir de lo conocido. La reducción *ad absurdum* de *Sátira/12* podría ser interpretada paradójicamente como una continuidad lógica de un estilo de comunicación política en tiempos de Menem, en el que los límites de lo previsible y lo imprevisible parecieran haber sido desdibujados.

#### AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Nora Scheuer y Montserrat de la Cruz por los comentarios que hicieron a la versión preliminar del presente artículo, y a Pati y Rudy por autorizarnos a publicar la imagen que figura en este trabajo.

Esta investigación cuenta con el apoyo de CONICET -PIP 112200080101029-, Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica -PICT 06-1607- y Universidad Nacional del Comahue -B139.

## NOTAS

<sup>1</sup> Entendemos lo cómico como un estímulo intelectual, producido de manera intencional y deliberada, que tiene como objetivo principal provocar la risa (Defays 1996). Lo cómico recubre diversas formas como la sátira, el humor, la parodia y el pastiche.

<sup>2</sup> Las citas textuales que se presentan en este trabajo de obras publicadas en otros idiomas han sido traducidas por la autora.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BERGSON, H. (1899/1924) *Le rire: essai sur la signification du comique*. París: PUF, 1924. [Existe traducción al castellano: *La risa: ensayo sobre la significación de lo cómico*, Buenos Aires, Losada, 1939.]
- BONHOMME, M. (1998) *Les figures clés du discours*. París: Seuil.
- CHARAUDEAU, P. (2006) “De nouvelles catégories pour l’humour?”, en *Questions de communication* 10, 19-41.
- DEFAYS, J.M. (1996) *Le comique: principes, procédés, processus*. París: Seuil.
- EMELINA, J. (1991) *Le Comique. Essai d’interprétation générale*. París: Sedes.
- ESCARPIT, R. (1960) *L’humour*. París: PUF.
- FERNÁNDEZ, M. y VÍVERO GARCÍA, M.D. (2006) “L’humour dans la chronique de la presse quotidienne”, en *Questions de communication* 10, 81-102.
- GONZÁLEZ, H. (1992) *La realidad satírica. Doce hipótesis sobre Página/12*. Buenos Aires: Paradiso Ediciones.
- GROUPE μ. (1992) *Traité du signe visuel. Pour une rhétorique de l’image*. París: Seuil.
- PEDRAZZINI, A. (2010) “Absurdo, bulo e ironía: pilares del humor escrito del suplemento argentino *Sátira/12*”, en *Perspectivas de la Comunicación* 2(3), 84-106.
- PEDRAZZINI, A. y SCHEUER, N. (2010) “La interacción lingüística e iconoplástica en la producción de caricaturas políticas: un estudio funcional y retórico”, en *IRICE Nueva época* 21, 95-111.
- QUEVEDO, L. A. (1999) “Política, medios y cultura en la Argentina de fin de siglo”, en *Los noventa. Política, sociedad y cultura en América Latina y Argentina de fin de siglo*, de D. Filmus (comp.), Buenos Aires, Eudeba, págs. 201-225.
- REBOUL, O. (1993) *La Rhétorique*. París: PUF.
- SCHOENTJES, P. (2001) *Poétique de l’ironie*. París: Seuil.
- VILCHES, L. (1984) *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*. Barcelona: Paidós.