



**Dime qué lees y te diré quién eres. *Ethos*  
cómico y constitución de la subjetividad  
humorística en *Tía Vicenta***

*Tell me What you Read and I will Tell you  
who you are. Comic Ethos and the Constitution  
of Humorous Subjectivity in Tía Vicenta*

CRISTIAN PALACIOS

Cristian Palacios es doctor en Lingüística por la Universidad de Buenos Aires e investigador adjunto del CONICET en las áreas del análisis del discurso, la semiótica, la lingüística y el estudio del teatro, la historieta y las artes en general, con especialización en los discursos cómicos y humorísticos, campo en el cual ha publicado más de treinta artículos en revistas especializadas. Investigador del Instituto de Lingüística, dicta clases en la Universidad Nacional de las Artes y en la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA. Su tesis doctoral se centró en la obra del historietista, humorista gráfico y escritor Roberto Fontanarrosa.

**Fecha de recepción:** 23 de marzo de 2022

**Fecha de aceptación definitiva:** 8 de junio de 2022

**DOI:** 10.37536/cuco.2022.18.1689

---

## Resumen

Tomando como punto de partida la distinción entre dos modalidades de la risa a las que denominamos cómica y humorística, este trabajo se propone revelar las estrategias discursivas a partir de las cuales la revista humorística *Tía Vicenta*, creación de Juan Carlos Colombres, más conocido como Landrú, fue constituyendo una imagen autoral predominantemente cómica que abrazó en última instancia la defensa del *statu quo*, pese a la novedad que llegó a representar para los lectores de la época en un contexto cultural y político de extrema inestabilidad. Nos proponemos investigar cuáles son los mecanismos a través de los que una publicación de esta índole puede constituir una imagen de sí misma determinando no solo aquello que los lectores pueden esperar encontrar en ella, sino también quienes son aquellos lectores que la leen.

**Palabras Clave:** Cómic, humor, Landrú, Tía Vicenta

## Abstract

Taking as starting point the distinction between the two modalities of the laughable that we call humour and the comic, this work intends to reveal the discursive strategies from which the humoristic magazine *Tía Vicenta*, creation of Juan Carlos Colombres, best known as Landrú, was building a predominantly comic author's image that embrace the defence of the *statu quo* in a political and cultural context of extreme instability, even if was seen as a novelty by the readers of the time. We will try to understand the means from which this kind of publications manage to constitute an image of themselves determining not only what the reader could expect to find in their pages but also who are those readers that read them.

**Keywords:** Humour, Landrú, The Comic, Tía Vicenta

## Cita bibliográfica

PALACIOS, C. «Dime qué lees y te diré quién eres. *Ethos* cómico y constitución de la subjetividad humorística en *Tía Vicenta*», en *CuCo, Cuadernos de cómic*, n.º 18 (2022), pp. 95-116.

El 14 de agosto de 1957, poco menos de dos años después del golpe de Estado que había derrocado al presidente Perón y en simultáneo con la aparición de *El Eternauta* (uno de los hitos más grandes de la historieta argentina), sale por primera vez a la calle la revista *Tía Vicenta*, creación de Juan Carlos Colombres, conocido como Landrú. En un contexto de violencia política creciente, signado por la creciente consolidación de los jóvenes como un nuevo actor social y con la progresiva irrupción de las segundas vanguardias, *Tía Vicenta* fue una revista que nació vieja. Nació presa de una tensión que se plasmaba de manera evidente en el título y su respectiva bajada: *Tía Vicenta. La revista del nuevo humor*, es decir, el apelativo cariñoso brindado a una señora mayor de la cual se declaraba, sin embargo, que era la portavoz del *nuevo* humor argentino. Los diversos estudios que se le han dedicado<sup>1</sup> coinciden en señalar el punto de novedad que implicó para los lectores de la época. En este trabajo haremos hincapié en el elemento contrario: en un contexto cultural y político cambiante, *Tía Vicenta* abrazó, en última instancia la defensa del *statu quo*. Ello solo fue posible a través de la consolidación, a lo largo de sus números, de lo que llamaremos un *ethos* o imagen de autor cómica, por la cual se presentaba a sus lectores. Esta imagen se imponía incluso por sobre los proyectos de producción humorística que daban a conocer entre sus páginas algunos de sus jóvenes autores: Oski, Quino, Copi o César Bruto (Carlos Warnes). La repentina partida del primero, en medio de una polémica, pone en primer plano las tensiones que caracterizan cualquier proyecto de producción colectiva de esta índole. En una carta abierta dirigida a su editor en jefe, aseguraba que «mientras todo era una broma no me molestaba que hasta te la agarraras con la gente decente, pero ahora que te metiste a hablar de política en serio y te has ubicado en pro yanqui y anticastrista, francamente me repugna tu actitud». Landrú respondió a través de un colaborador: «Oski nunca leyó *Tía Vicenta*. Se habría enterado que *Tía Vicenta* nunca cambió y que de burlarse de los tiranos no hace excepción se llamen Trujillo, Somoza, Strossner, Franco o Fidel Castro...».<sup>2</sup> Llama la atención, en esta lista, la ausencia absoluta de tiranos locales.

<sup>1</sup> Estos son los de RIVERA, J. «Historia del humor gráfico argentino», en FORD, A., RIVERA, J. y ROMANO, E. *Medios de Comunicación y Cultura Popular*. Buenos Aires, Legasa, 1985; BURKART, M. «La prensa de humor político en la Argentina. De *El Mosquito* a *Tía Vicenta*», en *Question/Cuestión*, n.º 15 (2007). Disponible en: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/420>; GIGLI BOX, M. C. «La *Tía Vicenta* y el censurador», en *Question/Cuestión*, n.º 22 (2009). Disponible en: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/756>; GANDOLFO, A. «*Tía Vicenta*, entre Frondizi y Onganía (1957-1966)», en *Caiana*, n.º 2 (2013). Disponible en: [http://caiana.caia.org.ar/template/caiana.php?pag=articles/article\\_1.php&obj=99&vol=2](http://caiana.caia.org.ar/template/caiana.php?pag=articles/article_1.php&obj=99&vol=2); y el dossier que la revista *Estudios de Teoría Literaria* dedicó a la publicación: FAVERO, B. y BARTOLUCCI, M. «La Argentina es un chiste. Política y sociedad en los años 60 a partir de la revista *Tía Vicenta*», en *Estudios de Teoría Literaria*, n.º 18 (2020). ver online en <https://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/etl/article/view/3943>

<sup>2</sup> Citado en BURKART, M. *Op. cit.*

Hablar de una revista de historietas, por lo tanto, no es solo hablar de las obras artísticas que la constituyen, de los autores que en ella se publican o se dan a conocer por primera vez. Es hablar también, o sobre todo, del modo en que esa revista se presenta a sí misma, conversa con sus lectores, opina sobre el contexto que la rodea. Toda revista de historietas (toda revista) contiene en su propio proyecto la ambición imperialista de fundar un mundo.<sup>3</sup> A menudo se ha señalado la importancia del estudio de esta clase de materiales con el objetivo de dar cuenta del momento histórico en el que fueron producidos y se pusieron en circulación. En las páginas que siguen tomaremos un camino complementario: el estudio de un texto irrisorio en aquello que tiene de más específico, que es su capacidad de hacer reír y el modo en que busca lograrlo. Según nuestro punto de vista, no se puede emprender correctamente el análisis de un discurso cómico sin tener cabal comprensión de este punto y no se puede tener cabal comprensión de este punto si no es a través del análisis del modo en que se enuncia a sí misma una publicación de tales características.

El estudio de las operaciones específicas por las que se busca divertir al auditorio no basta para explicar la atribución de humorística a una revista como un todo, dado que en la construcción de esa imagen se juegan también otros factores, no necesariamente chistosos. Esos factores incluyen, además, el rol que se asigna al co-enunciador, es decir, el público de la revista, no el «real» y efectivamente existente sino aquel que esta misma construye entre sus páginas. Nos resulta muy difícil acceder, de una manera seria, al impacto que efectivamente conseguían los chistes publicados en *Tía Vicenta*, pero podemos analizar la forma en que esta modelaba a sus lectores, qué se pretendía de ellos, qué creía la revista que ellos creían de la revista, de ellos mismos, de los temas que se abordaban ahí.

### Una revista que nació vieja

El momento clave de nuestra historia es el año 1955. Con la caída del segundo gobierno de Perón se produce el inicio de una suerte de parlamentarismo negro o tácito, en conjunción con una progresiva militarización de la política que va a conducir poco a poco a la consolidación de una normalidad violenta. Son años de eclosión y replanteos, del nacimiento de una nueva prensa de la cual los géneros gráficos no van a estar ausentes. En 1957 aparecen de manera simultánea la editorial Frontera de Héctor

---

<sup>3</sup> Se puede citar al respecto el clásico estudio de Steimberg sobre *Patoruzú* donde se verifica cómo en el paso del *comic strip* a la revista, la emergencia de editoriales, críticas cinematográficas, notas de actualidad política, social y deportiva, junto con textos predominantemente cómicos, con o sin gráficos, ponían en primer plano el trasfondo ideológico que ya estaba implícito en la tira. Patoruzú, afirma Steimberg, narra «las aventuras de un indio muy fuerte, muy rico, muy bueno y muy feo en lucha cómica pero no humorística —es decir, en el fondo, seria y justificada— con ladrones y delincuentes tradicionales [...] fue precisamente en ese pasaje —del diario a la revista— cuando el fondo “serio” del humor de *Patoruzú* salió, como se verá, a la vista». STEIMBERG, O. *Leyendo historietas*. Buenos Aires, Eterna Cadencia, 2013. pp. 59-61.

Germán Oesterheld, la gran editorial de la historieta seria —por oposición a cómica o humorística— y la revista *Tía Vicenta*, el gran proyecto editorial humorístico. Oesterheld condensa en su enorme figura el momento de mayor apogeo de la historieta argentina de aventuras, cuya estrepitosa caída coincide con el cierre de su empresa, luego de un progresivo vaciamiento iniciado en 1960 con la partida al exterior de sus más destacados dibujantes.<sup>4</sup> Este proceso ha sido ampliamente estudiado<sup>5</sup> dado su impacto en la historia de la historieta argentina de la segunda mitad del siglo xx.

Por su parte *Tía Vicenta*. *La revista del nuevo humor* es también, a su manera, un programa fronterizo. La industria local de la historieta y de la producción gráfica en general, se encontraba en la etapa final de la que luego sería conocida como una verdadera Edad de Oro, coincidente en gran parte con el apogeo de las industrias culturales y la expansión de la industria nacional.<sup>6</sup> Con una tirada inicial de 50.000 ejemplares, la revista llegaría a sobrevivir nueve años, de manera independiente o como suplemento del diario *El Mundo*, hasta su clausura en 1966, llegando a alcanzar en sus últimos años los 450.000. Landrú canalizaba en la nueva publicación el talento de jóvenes escritores y artistas, que aportaban «una óptica más intelectual, un grado sensiblemente mayor de sofisticación (e inclusive de *snobismo*)», y aportaba «un conjunto de experiencias des- prejuiciadas y realmente innovadoras, como sus parodias de publicaciones, sus números “bilingües”, sus fotomontajes, su manejo satírico».<sup>7</sup> En su redil darían sus primeros pasos artistas luego híper consagrados como Quino o Copi y tendrían lugar otros ya consagrados como César Bruto y Oski. A la vez, sin embargo, *Tía Vicenta* fue una revista predominantemente cómica (no humorística)<sup>8</sup> con asidero en ese extraño monstruo mitológico que se conoce como sentido común: un constructo discursivo conformado por aquellos presupuestos ideológicos que se presentan a sí mismos como evidentes, en cuya constitución los discursos irrisorios cumplen un rol fundacional.

En esa dialéctica entre lo viejo (el *statu quo*) y lo nuevo en la cual su personalísimo editor optaría por declararse partidario de lo primero, la revista apelaría a una de las funciones clásicas de lo irrisorio —esto es, su capacidad para decir lo-que-no-pueder-ser-dicho— en un momento histórico atravesado por una interdicción central.<sup>9</sup> El 9

<sup>4</sup> La editorial Frontera existe como tal hasta 1961. A partir de entonces, vende sus títulos a Editorial Ramírez y ésta a Ve y Lea, que los publica hasta 1963.

<sup>5</sup> Así por ejemplo STEIMBERG, O. «La historieta argentina desde 1960. Un espíritu innovador en la articulación y en la oposición de textos y dibujos», en A.A.V.V. 1983. *Historia de los Comics*, Barcelona, Toutain, 1983.

<sup>6</sup> VÁZQUEZ, L. *El oficio de las viñetas. La industria de la historieta argentina*. Buenos Aires, Paidós, 2010, pp. 25-43.

<sup>7</sup> RIVERA, J. *Op. cit.*

<sup>8</sup> Esta distinción se aclarará más adelante.

<sup>9</sup> En un movimiento similar al que el cómico televisivo Tato Bores realizaba en el mismo período con sus monólogos cada domingo, desde 1958. El dato es significativo porque Juan Carlos Colom-

de marzo de 1956, un año antes, un decreto presidencial había prohibido bajo pena de cárcel la «utilización con fines de afirmación ideológica peronista o de propaganda peronista —de las imágenes de símbolos, signos, expresiones significativas, doctrinas, artículos y obras artísticas, que pretendan ese carácter o pudieran ser tenidas por alguien como tales, pertenecientes o empleados por individuos representativos y organismos del peronismo—» (Decreto Ley N° 4161 9/03/1956). Se iniciaba así un largo período de proscripción de la que sería desde entonces la principal fuerza política nacional. A este respecto resulta particularmente significativo el muy citado ejemplo del número 5 de *Tía Vicenta*, publicado en septiembre de 1957. En una página denominada «Para que lean los niños», bajo el lema «Aumentativos no son / aunque terminen en on se podían encontrar los siguientes ejemplos: «buzo/ buzón – pelo/ pelón – lecho/lechón – coraza/corazón – velo/velón – pera/decreto 4161».<sup>10</sup>

Resulta evidente aquello que aquí la revista presupone de sus lectores: que conocen el contenido de dicho decreto o cuando menos, que entienden la referencia. No existe, sin embargo, ataque, defensa u opinión alguna sobre el hecho al que se alude. Y este es uno de los aspectos más llamativos de la clase de risa con la que *Tía Vicenta* eligió presentarse ante su público. Un tipo de risa que le permitió mantenerse incólume, pese a la clausura que determinó el final de su primera etapa, ante la sucesión fervorosa de dictaduras y democracias que determinaron aquel período. De hecho, aquella clausura, acaso demasiado publicitada, no impidió que quince días más tarde Landrú volviera a la carga con la publicación de *María Belén*, siempre como suplemento del diario *El Mundo*, cuyo cierre definitivo en diciembre de 1967 determinó la suerte de la revista. Esta aparente neutralidad demostrada por *Tía Vicenta*, que toleraba sin demasiados escrúpulos la presencia de las Fuerzas Armadas como actor político y su frecuente interrupción de los gobiernos democráticos<sup>11</sup> comienza a entrar en contradicción, hacia mediados de los años sesenta, con la radicalización cada vez mayor de los diversos actores. Una revista que venía a reirse de todos en partes iguales, implicaba, para el momento en cuestión una toma de posición ideológica.

Se trata, por lo tanto, de restituir los modos en que un discurso determinado en un formato determinado busca producir una imagen de autor determinada, cuyo corolario, es un lector al que dicha imagen interpela de manera directa. En otras palabras, un co-enunciador implícito en las estrategias discursivas con las cuales el enunciador se presenta. Esta imagen se construye a través de secciones y editoriales, esos espacios

---

bres integraba el equipo de sus guionistas. Véase al respecto PALACIOS, C. «La única realidad es la realidad. La proyección de la historia en los monólogos de Tato Boses», en VÁZQUEZ VILLANUEVA, G. (dir.). *Memorias del Bicentenario: Discursos e Ideologías*. Buenos Aires, Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires, 2010.

<sup>10</sup> *Tía Vicenta*, n.º 5, septiembre de 1957. He encontrado este ejemplo en numerosas publicaciones académicas frecuentemente mal citado, es decir, enunciando el nombre del líder en lugar del decreto, sin lo cual el chiste pierde enteramente su gracia.

<sup>11</sup> BURKART, M. *Op. cit.*

de intercambio «cara a cara» entre la revista y sus lectores; pero también a través de dispositivos tales como tapas, contratapas, diseño, titulaciones y paratextos. Finalmente a través de los mismos contenidos que la revista reproduce aunque posean — como todo discurso— una impronta personal que pueda complementar o incluso contradecir la imagen colectiva que la revista propone.

Es es el caso de la sección «Humor Extranjero» (FIG. 1) con la cual se buscaba adscribir la revista a una zona de influencia determinada. Los dibujos de Saúl Steinberg, por ejemplo, cuya filiación con el estilo del propio Landrú resultaba —en apariencia— bastante evidente proponían una imagen de autor particular que la revista buscaba hacer suya. «¿Quién no conoce a Saúl Steinberg?» se preguntaba el encabezado «el padre de los modernos dibujantes humorísticos», haciendo cómplice al lector en la atribución de una información que no podía no tener. Y sin embargo, pese a la semejanza en el tratamiento de la línea, el estilo «tonto» de Landrú poco tenían que ver con los experimentos conceptuales de Steinberg, algunos de los cuales se encon-



FIG.1 *Tía Vicenta*, nº 1, agosto de 1957.

traban en el extremo opuesto al del primero. Empezando por el hecho de que los chistes de este último eran claramente visuales, mientras que los de Landrú resultan predominantemente lingüísticos. En el caso del rumano se llegaba al extremo del casi-no-hay-chiste —atestiguado entre los ejemplos allí publicados—, formato que hubiera resultado inconcebible para el creador de *Tía Vicenta*.

Se sabe por declaraciones del propio Landrú que su modelo eran las revistas humorísticas europeas del momento —la alemana *Simplicissimus*, que había sido relanzada en 1954, la española *La Codorniz*, cuyo director, Álvaro de la Iglesia, también tendrá su respectiva entrada en la sección—; pero este parentesco resulta mucho más pertinente en publicaciones un poco posteriores, mucho más experimentales, como *4 Patas*, *Gregorio* o *La Hipotenusa*, revistas que en su configuración general eran claramente humorísticas, que en la propia *Tía Vicenta* cuyo perfil era a grandes rasgos cómico.

Es el caso también de las secciones «Actualidad», firmada por Eggers, compuesta enteramente por fotomontajes, un recurso novedoso para la época o en la mucho más significativa «La Cárcel de Papel», a cargo del Juez Ignacio Anzoátegui,<sup>12</sup> que a su vez se inspiraba en una sección de la revista española *La Codorniz*, donde se detenía y encarcelaba a distintos personajes del presente, como Aramburu, Frondizi, Isaac Rojas o Alicia Moreau de Justo.

### Dime cómo ríes y te diré qué quieres

La diferenciación entre cómico y humorístico a la que hemos aludido arriba nos permite entender, entre otras cosas, qué clase de relaciones establecen los discursos irrisorios con sus condiciones sociales de producción y reconocimiento.<sup>13</sup> Así, por ejemplo, Oscar Steimberg señala que todo discurso cómico posee una proposición «seria» de base travestida con el disfraz de la risa.<sup>14</sup> Ese no sería el caso del humor, cuya aparente seriedad se revela, a la larga, devastadora. El sujeto humorístico es inabordable, inaprehensible, se presenta como aquel de quien, en última instancia, no se saben en verdad sus intenciones, toda vez que a través de un rasgo de ingenio, se

---

<sup>12</sup> Considerado por Christian Ferrer como el máximo *enfant terrible* de la derecha argentina, Ignacio Braulio Anzoátegui había sido nombrado juez por decreto en el transcurso de la llamada Revolución Libertadora. Ultracatólico, antisemita, nazi confeso «en el peor sentido de la palabra» y acérrimo admirador de Hitler que había renunciado a la Subsecretaría de Cultura en 1945 cuando Argentina le declaró la guerra a Alemania era, además de todo, humorista. Ver FERRER, C. «Prólogo a la edición de *Vidas de Muertos*», en ANZOÁTEGUI, I. *Vidas de Muertos*. Buenos Aires, Ediciones de la Biblioteca Nacional, 2005.

<sup>13</sup> En lo que sigue retomaremos nuestros trabajos anteriores sobre la materia. Ver sobre todo PALACIOS, C. «¿De qué hablamos cuando hablamos de humor?», en *Luthor*, n.º 35 (2018). Disponible en: <http://www.revistaluthor.com.ar/pdfs/183.pdf>

<sup>14</sup> STEIMBERG, O. (2013). *Op. cit.*



complace en señalar todo aquello que puede ser percibido como trauma: la muerte, el absurdo, lo real.

Existe cierto consenso en reunir en tres grandes grupos aquellas teorías que buscan dar cuenta de los mecanismos de la risa. En primer lugar, aquellas que aseguran que la risa surge ante la percepción de algún tipo de incongruencia que transgrede nuestros patrones mentales y expectativas.<sup>15</sup> En segundo lugar, las que sostienen que el placer humorístico deriva del alivio de ciertas tensiones psíquicas o de la liberación de inhibiciones, leyes y convenciones sociales, de entre cuyos autores el más celebre es ciertamente Freud —aunque también la descripción de Bajtin sobre la cultura popular de la risa puede interpretarse como sublimación social de los valores impuestos por la cultura oficial. Y finalmente los que consideran que la risa surge de un sentimiento de superioridad en nosotros mismos frente a una persona u objeto, en cuya órbita se ubica la tradición del *castigat ridendo mores* que atribuye a lo cómico la función de orden moral de denunciar los vicios sociales y los comportamientos reprobables y por lo tanto, la posibilidad de su represión y corrección. Se trata, como se ve, de dimensiones distintas de un fenómeno de por sí muy complejo, que no resultan mutuamente excluyentes dado que cada una de ellas puede asociarse a diferentes instancias del proceso discursivo. Las instancias de producción (teorías de incongruencia); reconocimiento (teorías de sublimación) e inscripción del sujeto en el discurso (teorías de superioridad).

Así, por ejemplo, en el caso del primer tipo de teorías, comprendemos que lo cómico se aparta efectivamente de una norma o valor social tenida por buena, justamente en la medida en que esa norma o valor social es tan aceptada que nadie se toma la molestia de refutarla. Lo que está en juego aquí es, por lo tanto, la dimensión ideológica de los discursos, entendida como la relación que estos establecen con sus condiciones de producción, siempre y cuando estas condiciones de producción se presenten como evidentes. Partiendo de una serie de presupuestos ideológicos soportados por una comunidad de sentido —ciertos chistes pueden ser incomprensibles o antipáticos para quienes no compartan esos presupuestos— juega a desviarse de esa norma por un rato. Pero solo por un rato. Lo cómico constituye su incongruencia sobre un fondo de normatividad que a fin de cuentas resulta siempre victorioso.

Este proceso tiene por supuesto implicancias en las instancias de reconocimiento del discurso cómico, así como en el rol que se asigna al enunciador; dado que por principio, la construcción de esa evidencia, es uno de los efectos más patentes de lo cómico. El tipo de operaciones que dan lugar al chiste son a menudo tan bien conocidas que puede darse el caso de que los individuos rían reponiendo presupuestos ideológicos

<sup>15</sup> ATTARDO, S. *Linguistic theories of humor*. Nueva York, Mouton de Gruyter, 1995, pp. 47-49; MORREAL, J. *Comic Relief. A comprehensive philosophy of humor*. Oxford, Wiley-Blackwell, 2009, pp. 45-64.

que desconocen pero que a partir de ahora pasarán a formar parte de su base de creencias. Suele ser la experiencia de quienes estudiamos materiales irrisorios del pasado reciente o más lejano. Lo que resulta más llamativo es la poca frecuencia con la que necesitamos partir de fuentes secundarias para entender no solo que aquí hay chiste, sino la base sobre la cual este fue construido. En cuanto al rol del enunciador, es evidente que se trata de una posición de superioridad —moral, lingüística y cognitiva— por sobre el blanco de sus burlas. Es esta posición la que le permite erigirse en guardián de un orden como el democrático, por caso.

El humor, por su lado, parte de una aparente observancia para realizar el camino contrario. No se trata ya de la violación de una cierta clase de reglas sobre un fundamento de observancia —la aparente destrucción de un orden—; sino muy por el contrario la exacerbación de ese mismo orden sobre un fondo de nada. Tal es así que a menudo el humorista juega a obturar los posibles sentidos con los que un auditorio determinado puede intentar querer explicar qué es lo que realmente está diciendo. Si lo cómico se burla siempre de un otro del que se considera superior, lo humorístico, por su parte, se ríe de aquello que pone límites a su propia condición subjetiva. La sublimación de lo humorístico es por lo tanto real, frente a la sublimación aparente de lo cómico, en tanto y en cuanto extrae placer de aquello que debería asumirse como derrota. Lo cómico es resignado porque acepta su propia impotencia frente al mundo, dejándose conducir por las reglas que este impone, denunciando a quien no las soporta o las acata. Por el contrario, en el humor, al hacer ostensible aquello que está destinado a destruirlo es, paradójicamente, el sujeto mismo el que sale victorioso, a pesar de la descomposición de todo lo que lo rodea. La venganza cómica no es tal, puesto que deja al poderoso en su lugar, reconociendo su preeminencia.

Esta situación se traduce en la práctica en una dialéctica constante entre el puro deseo de disparatar y la reconvención cómica a descubrir una intencionalidad —ética, política, moral y cognitiva— de aquello que se presta a la risa. Entre el optimismo voluntarista de lo cómico y el pesimismo destructor del humorismo. Entre el inquietante descentramiento de este último —que por principio no conduce a ninguna parte— y el aleccionamiento tranquilizador del primero. Incluso es posible observar cómo en un mismo discurso, incluso en una misma viñeta, los diferentes modos se ponen en juego. Como veremos un poco más adelante, los chistes de Landrú, frecuentemente cómicos, incluyen también elementos humorísticos, entre otros el misterioso gato testigo que acompaña cada cuadrado. En general su obra aparece atravesada por una tensión nunca resuelta —de allí su riqueza— entre estos dos polos de lo discursivo que no curiosamente se superponen con la tensión propia de las dimensiones icónica y verbal de los chistes. Aunque el dibujo, en el caso de Landrú, se rebaja por lo común al rol de mera ilustración de una materia lingüística previa —que en la gran mayoría de los casos podría entenderse por sí misma— no es casual que sea en la línea donde encuentra aquello que lo hace singular. El absurdo de las viñetas Landrú no se verifica tanto en el remate del chiste, frecuentemente lingüístico, que acaba por resolver

la incongruencia remitiendo a una lógica impecable; sino en aquellos elementos que, por el contrario, no encuentran explicación alguna en el marco de la composición que los contiene.

### Una tapa para cada etapa

Como se deduce de todo lo precedente, la construcción de la imagen autoral que produce un determinado texto irrisorio resulta fundamental para poder determinar no solo el carácter con el que se presenta a sí mismo, sino la forma en que sus receptores son postulados en él. Se trata entonces de estipular, ante todo, el modo en que una publicación de índole colectiva puede constituir efectivamente una cierta imagen de sí, más allá de la heterogeneidad de sus contenidos. Una revista, un filme o una obra de teatro admiten la función autoral, en tanto y en cuanto sus materiales se organicen en torno a un principio de coherencia imbuido de una intencionalidad específica. Este sujeto es imaginario, pero por principio todo enunciador discursivo lo es. Para que la imagen de autor sea efectiva, el lector debe tener la capacidad de predecir «comportamientos», «opiniones», «maneras de ser y actuar» del supuesto autor que garantiza y ordena el sentido de todo lo dicho, dibujado o actuado.

Ni hay que decir que se trata de un camino de doble vía: el sujeto surge también allí donde la obra se le atribuye y quiere ser explicada por él. Aquello que Foucault famosamente describía como la función autor y que nosotros entendemos como un tipo de dispositivo cuya tarea sería evitar «la libre proliferación del sentido» no son por tanto exclusivas ni de la literatura ni del medio lingüístico, ni siquiera de aquellos textos cuya manufactura corresponde específicamente al hombre.<sup>16</sup> Esta distinción es fundamental para el propósito de este trabajo, dado que si podemos asignar una imagen autoral determinada a un texto de cualquier clase, sobre todo a un texto colectivamente constituido, podemos determinar para esa imagen una serie de rasgos característicos de un modo de ser específico y que admiten, por lo tanto, ser leídos en esta forma.

En el caso de nuestra revista, este sujeto se identifica con el propio Landrú,<sup>17</sup> que se cuidaba de ilustrar las tapas de prácticamente todos los números, con pocas excepciones —el número 67, del 18 de noviembre de 1958, por ejemplo, dibujado por Carlos del Peral, o aquellas que presentaban fotomontajes o «disfraces» de otras revistas, por lo general llevados a la práctica por Siulnas—. Como dispositivo, la portada juega un rol fundamental en la constitución de dicha imagen, dado que es la cara visible de la

<sup>16</sup> FOUCAULT, M. «¿Qué es un autor?», en *Entre filosofía y literatura*. Barcelona, Paidós, 1999.

<sup>17</sup> Dicha identificación será llevada mucho más lejos, tras la clausura de *Tía Vicenta* por parte de la dictadura de Onganía, en el proyecto *Tío Landrú* (1968-1969) que aludía a la primera pero poniendo en primer plano el nombre de su creador.

publicación. Da señales claras a los lectores, orientándolos en la lectura, marcándoles un sentido posible, una cierta modalidad de lectura de todo lo que encontrarán en el interior.

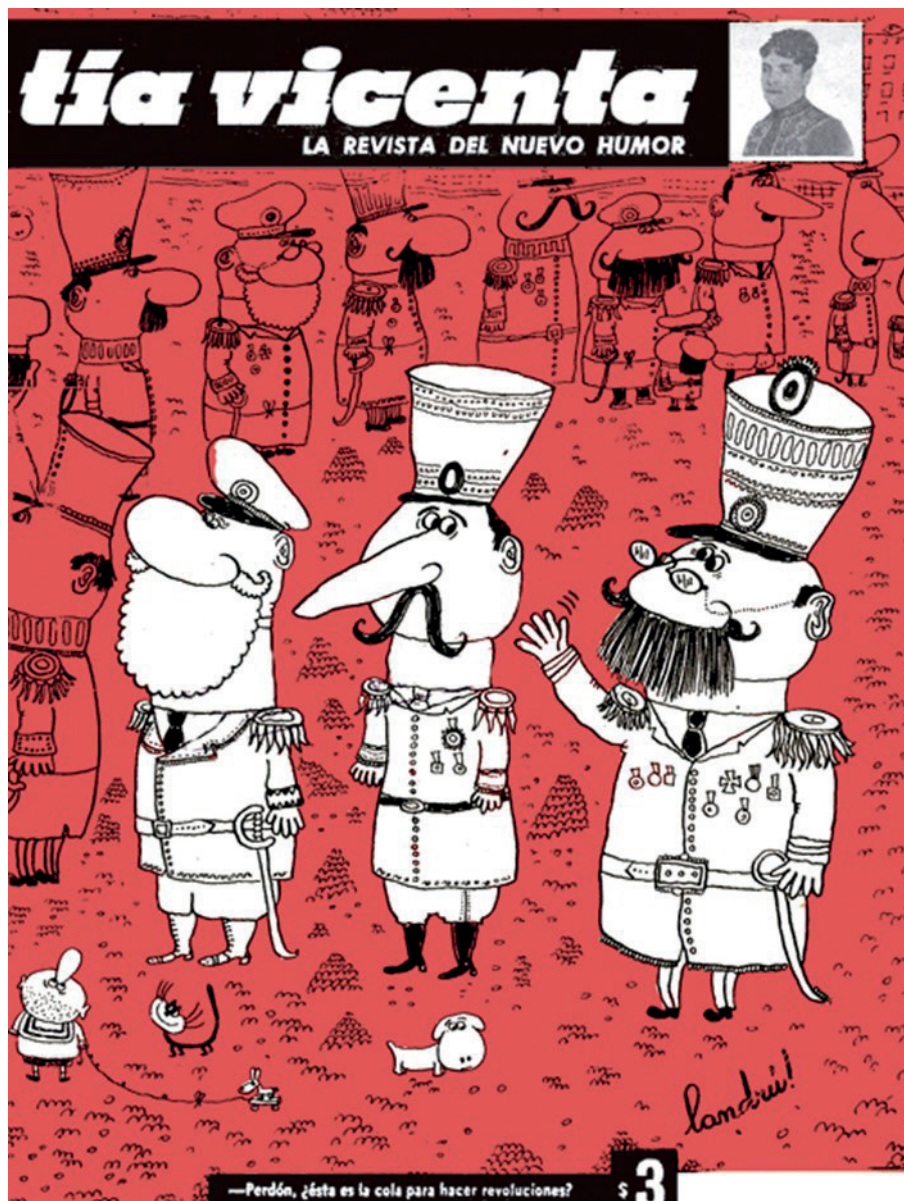


FIG. 2. *Tía Vicenta*, n.º 1, agosto de 1957.

La primera tapa de *Tía Vicenta* (FIG. 2), mostraba una larga hilera de militares de alto rango, cuya extensión excedía el límite de la página. El texto, abajo, en un recuadro negro, pequeñísimo en comparación con el tamaño de la imagen, explicitaba el diálogo: «perdón ¿ésta es la cola para hacer revoluciones?». El primer chiste era por lo tanto político, en la tradición de las revistas satíricas argentinas de finales del siglo XIX y

comienzos del siglo xx, pero en contraste con publicaciones irrisorias de gran tirada de la época como *Rico Tipo* (1944-1972) o *Patoruzú* (1936-1977), políticamente mucho más neutras —por lo menos en apariencia. El título de la revista aludía, como se sabe, a un cierto estereotipo de mujer de clase media alta a la que el mismo Landrú había caracterizado como la «señora gorda» en la sección cómica de la revista *Vea y Lea*, que estaba a su cargo. Mujeres de cierta edad, burguesas, aisladas del contexto social y político en el que vivían, pero que se permitían opinar de todo sin tener demasiada idea de nada. Junto al título, en imprenta minúscula, una pequeña foto avejentada, en blanco y negro —la tapa se imprimía a un color— mostraba lo que podría ser la efigie de tal tía. Esta foto irá cambiando a lo largo de las tapas —en el número 67 aparece invertida, en el número 91 es un kiwi con anteojos, en el número 163 es Nikita Jruschev.

De idéntico modo, el diseño de la portada irá presentando diversas variaciones lúdicas sobre un trasfondo común. Variaciones en el título: *Carestía Vicenta* (3 de abril de 1966), *Tía Vicenta en el Exilio* —con una banda que aclaraba: *Edición clandestina*, en alusión al posible regreso de Perón— (29 de abril de 1963), *Tío Vicente* (23 de julio de 1962); en los modos de presentar el contenido: generalmente en una columna a la derecha donde se alternaban frases disparatadas, junto con títulos alusivos a los contenidos del interior de la revista. En el número 67, del 18 de noviembre de 1958, junto a un dibujo de Del Peral que mostraba el interior de un manicomio, la columna de la derecha afirmaba «El país y Tía Vicenta se han vuelto locos», con la tipografía desordenada y sin incluir ningún otro dato que pudiera orientar al lector respecto de su contenido interior. Arriba, sobre el título, junto al año, el número y la fecha, se podía leer que el precio era de «0,00000001 dólar».

Otra de las portadas, la del número 75 del martes 13 de enero de 1959, muestra una caricatura del presidente Arturo Frondizi, con la característica nariz grotescamente larga con que lo dibujaba Landrú, vestido de mujer, sobre el fondo de un paisaje urbano (FIG. 3). Abajo la leyenda afirma: «parece que esta vez el Gran Cambio va en serio». El chiste surge por la superposición de dos campos semánticos, las ideas de cambio político y cambio sexual, y es reforzado por el hecho de que el travestimiento es realizado sobre una figura de autoridad. Lo que más llama la atención, sin embargo, es la presencia de distintos elementos que fugan el sentido cómico y unilateral de la tapa: un hombre que espía detrás de un árbol, un perro, un pajarito sobre una nube. Estos animales y personajes, que llegarán a ser característicos del estilo del autor, rompen con la lectura tradicional, unilateral, del chiste gráfico. Imponen una lectura cartográfica, atenta a los detalles, como en los tradicionales chistes de multitud de los almanques y calendarios decimonónicos.<sup>18</sup> Sin duda forma parte de esta

<sup>18</sup> «Los recursos lineales, ornamentales y de representación de Landrú configuraron a lo largo de los años un repertorio casi cerrado, aunque rico internamente; esto le permitió poner en paralelo con sus representaciones lineales clasificaciones sociopolíticas y culturales cargadas de un non-sense antes inédito». STEIMBERG, O. «Sobre algunos temas y problemas del análisis del humor gráfico», en *Signo & Señal*, n.º 12 (abril de 2001), pp. 113-114.

configuración el gato de bigotes puntiagudos que Landrú incorpora como una presencia unilateral en su vasta producción gráfica. Está ya presente en la tapa del número 1 y acompañará al autor a lo largo de toda su carrera. Con su sonrisa inquietante parece escapar a toda nominación. No hay texto que lo ancle. Su presencia es puramente icónica.



FIG.3. *Tía Vicenta*, n.º 75, enero de 1959.

A partir de los años sesenta, las variaciones se hacen más notorias. La tipografía del título cambia, pierde la bajada —ya no será la revista del nuevo humor—, las tapas se «disfrazan». La del número 191, por ejemplo, del 1 de septiembre de 1961, presenta un fotomontaje donde se ve al presidente Arturo Frondizi, a todo color, abrazando al Che Guevara, cuya cabeza se solapa sobre un cuerpo de mujer. Un recuadro a la izquierda, abajo, anuncia «2 revistas en 1 / hoy nos disfrazamos de / Idilio» —en alusión a la revista *Idilio* una de las primeras revistas del corazón publicadas en Argentina, a partir de 1948, dirigida a amas de casa y mujeres del hogar. Sobre el fondo de la imagen, de un celeste pleno, se lee «ARTURO FRONDIZI Y ERNESTO CHE GUEVARA EN AMOR PROHIBIDO». La tapa del número 185 (10 de junio de 1961) se disfraza de la revista *Claudia* —otra revista para mujeres—, la del 203 (2 de marzo de 1962) de la revista humorística de principios del siglo xx *Caras y Caretas*. Hay disfraces de *Billiken*, de *Enciclopedia*, de *Pravda*, de *La Chacra*, de *Selecciones del Reader's Digest*, casi todos realizados por Siulnas. Uno de esos disfraces fue censurado, el del número 201, que evocaba la tapa del diario *Clarín*. Estos juegos con el diseño —atenuados, por la leyenda de rigor «Hoy nos disfrazamos de»— contrastan de manera bastante patente con el estilo gráfico de su editor, que se conservará sorprendentemente estable a lo largo de los años y las décadas. El dato resulta aún más significativo cuando lo comparamos con otros humoristas gráficos como Fontanarrosa, Quino o Caloi, cuyo estilo se va transformando notoriamente, por simplificación o refinamiento, a lo largo de los años. En el caso de los dos últimos, por la exacerbación de un preciosismo del dibujo que abandona toda tipificación en pos de la singularización del objeto y el detalle. En el primero, al revés, por un pasaje paulatino de una línea salvaje, violenta y abigarrada que parte de una imitación más o menos fidedigna de Castagnino, Alonso y Pratt hacia un dibujo mucho más esquemático e infantil cuyo modelo, sobre todo para el caso de Inodoro Pereyra, parece ser sin duda Florencio Molina Campos. Por el contrario, el dibujo de Landrú permanece igual a sí mismo, ya sea que publique en *Tía Vicenta*, en *María Belén*, en *Satiricón* o en *Clarín*. Una posible explicación es la aparente facilidad con la que tiende a constituir estereotipos principalmente urbanos. Ello resulta sorprendente en un autor que a diferencia de Divito o Dante Quintero, echaba frecuentemente mano de la actualidad para constituir su gracia. Dicha actualidad, sin embargo, es solo aparente, como veremos. No hay grandes cambios ni transformaciones históricas posibles en *Tía Vicenta*. El estilo gráfico de Landrú es deliberadamente inactual —los uniformes que visten los militares son llamativamente anacrónicos, el uso de sombreros y bastones en los hombres, los niños con enterito y sombrero con hélices—. Como en cierto revisionismo histórico, puesto de moda en la época, pasado, presente y futuro, se aplastan en una continuidad cíclica. De allí que sus personajes puedan afirmar sin vacilaciones, tanto en ocasión de recibir al presidente democráticamente electo Arturo Frondizi como al momento de asumir el golpe de estado que lo derroca, que «al fin tenemos un gobierno como Dios manda».

## Tipos, arquetipos y estereotipos

Existen, además de las portadas, otros dispositivos por medio de los cuales la revista como un todo constituye su imagen de autor. Así, por ejemplo, los editoriales, presentación del staff, cartas de los lectores, etc. No hay que omitir tampoco los textos que introducen, sin firma, algunas de las historietas presentadas, en tanto y en cuanto actúan como el nexo de unión entre la revista y sus contenidos. Estos pequeños prefacios develan aquello que la revista dice que la historieta dice, legitimando su inclusión en la misma. Otro elemento no menor es el diseño general. ¿Qué notas se colocan primero? ¿A qué autores o historietas se elige dar prioridad? ¿Cómo se disponen estos elementos sobre la página? El diseño puede en sí mismo ser disparato, ridículo, vanguardista o atrevido. Es el caso de *Tía Vicenta*, que empleaba para su diagramación un estilo deliberadamente ecléctico, sin secciones fijas, donde las fotos podían superponerse sobre la página como en un *collage*, en diferentes formatos y tamaños.

Finalmente los paratextos: título, subtítulo, intertítulos, prefacios, epílogos, advertencias y prólogos. Los paratextos constituyen, según Genette, «uno de los lugares privilegiados de la dimensión pragmática de la obra, es decir, de su acción sobre el lector —lugar en particular de lo que se llama, desde los estudios de Philippe Lejeune sobre la autobiografía, el contrato (o pacto) genérico».<sup>19</sup> Ya hemos visto cómo la revista se permitía jugar incluso con el precio de tapa o cómo sentía la necesidad de tranquilizar a los lectores cuando tomaba la apariencia de otras publicaciones de la época, advirtiendo que era un «disfraz». Como se ve, aquí tampoco hay transformación en el estricto sentido del término. La noción de disfraz presupone la idea de que hay algo «verdadero» que se oculta detrás de esa apariencia, esto es, las revistas a la que se estaba imitando. El disfraz también es cómico. No es un descentramiento real en tanto y en cuanto existe un centro que permanece incólume.

Uno de los recursos frecuentes del humor gráfico argentino, sobre todo en la década del cuarenta, fue la constitución de personajes arquetípicos, cuya conducta se encontraba ya prefijada en sus nombres, por identidad o por contraste. Así, Fúlmine —creado por Divito, del verbo «fulminar» y por extensión «fúlmine»: persona de la cual se cree que atrae la mala suerte— atraía la mala suerte; Bólido —creado por Ferro, de «bólido»: automóvil que corre a gran velocidad— llegaba siempre tarde; Pochita Morfoni —creación de Divito, del verbo «morfar»: comer— no podía evitar atracarse de comida; Purapinta —creado por Abel Ianiro, de «pinta»: elegancia, distinción/ aspecto de una persona— no llegaba nunca a ejecutar las tareas a las que lo predisponía su físico descomunal; un poco posterior, Afanancio —creación de Adolfo Mazzone, del verbo «afanar»: robar— se caracterizaba por su propensión y su increíble habilidad para ejercitar el latrocinio. «Landrú evitó en su humor gráfico este tipo de estructura pero llevó las conductas repetidas al relato de pocas líneas, género que ejecutó con

---

<sup>19</sup> GENETTE, G. *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*. Madrid, Taurus, [1981] 1989, p. 10.



maestría».<sup>20</sup> De este modo, el dispositivo de repetición deja de depender del dibujo y pasa directamente al texto. Cateura, Rogelio, el señor Porcel, Cuculiu, María Belén o Jacinto W. Reblan fueron personajes habituales de los relatos que publicaba en su revista, bajo su propia firma. Así sucedía, por ejemplo, en los diálogos de María Belén y Alejandra, representantes femeninas de aquello que cómicamente designaba como GCU, gente como uno, lectoras de la revista *Gente* —revista dedicada a los personajes del mundo de espectáculo y la llamada farándula, el equivalente local de la *Hola* española o la *People* norteamericana—, que exhibían todo el tiempo su alto poder adquisitivo, su desinterés por los problemas sociales y su aversión por las clases bajas.

—¿Qué te pasa, gordi? Hace tiempo que no salís de noche y qué sé yo.

—Estoy cansadísima. Después del baile de inauguración de «En lo de Hansen» quedé muerta, muerta, muerta.

—¿Fue para tanto, vieji?

—Por su. Duró cuatro noches.

—¡No te puedo, gordi!

—Pódeme que es la pura. Estuvo divino. Un kilo, como diría la gente pobre.<sup>21</sup>

El tipo de operación irrisoria que constituyen esta clase de relatos forma parte de una tradición milenaria, que se remonta, por lo menos, al estudio de los caracteres de Teofrasto. Es una clase de risa cómica, de superioridad, sustentada sobre aquello de lo que Bergson se ocupó profusamente en la tercera parte de su estudio clásico sobre la risa, una clase de automatismo que no es ya el del *slapstick* o las caídas físicas sino el de la rigidez de comportamientos o actitudes sociales —asociales o antisociales.<sup>22</sup> Lo que nos hace reír en tal o cual carácter es su imposibilidad de cambiar de conducta como lo haría cualquier otro ser humano —en términos de Bergson— socialmente más dinámico y por tanto mejor entrenado para sobrevivir en sociedad. Dichos personajes están predestinados a hablar de tal manera, a pensar de tal manera, a que les sucedan tales o cuales cosas. Lo que da risa aquí no es lo inesperado, sino lo demasiado esperado. Así, Rogelio, el hombre que razonaba demasiado, no puede escapar de su propensión a constituir silogismos que le impiden ejecutar el más mínimo acto cotidiano: comprar un pasaje de tren, un helado, ir a la plaza o al banco.

Me pregunta cuántos boletos deseo.

El que vende boletos se llama boletero.

El boletero es mentiroso.

Algunos políticos son mentirosos.

<sup>20</sup> DE SANTIS, P. «Landrú escritor», en *Breve historia universal de Landrú*. Buenos Aires, Biblioteca Nacional, 2018, pp. 23-24.

<sup>21</sup> *Tío Landrú*, año I, n.º 1 (12 de junio de 1968).

<sup>22</sup> BERGSON, H. «Le comique de caractère», en *Le rire. Essai sur la signification du comique*. Paris, Les Presses universitaire de France 1959, pp. 59-87.

Balbín es político.  
Balbín tiene cara de japonés.  
Los japoneses son amarillos.  
Los amarillos son enfermos del hígado.  
Hígado en francés se dice «foie».  
El paté de foie es un fiambre.  
Luego, lo que quiere preguntarme este boletero es cuántos paté de foie deseo.<sup>23</sup>

Por el contrario, las viñetas, chistes y portadas, con la salvedad de los funcionarios y políticos de turno, rara vez se encuentran interpretadas por personajes individualizados, sino por clases sociales: señoras, muchachas, jóvenes, generales, burgueses, obreros, maestras, policías. El afán clasificatorio de Landrú, y por extensión de *Tía Vicenta*, lo lleva a constituir mundos autonomizados, previamente fijados. Como dato, no es menor el hecho de que, aunque de manera cómica, haya apelado al modelo de retrato lombrosiano, que llegó a constituir un verdadero género entre las páginas de la revista. Aunque irrisorio, el gesto de interpretar en la cara de los políticos sus opiniones y actitudes políticas, no deja de ser significativo. Es un paso más en la organización de un cosmos de increíble coherencia, pero que encuentra, a la hora de enfrentarse con el mundo real, del que pretende erigirse como interpretante, todos sus límites. «Creo que Landrú nunca abandonó la idea de fundar un universo: por detrás del humor político, que siempre es pasajero, creó sus personajes perennes. Les dio nombre, imagen y habla, y luego los lanzó al mundo».<sup>24</sup>

### A modo de conclusión

Una de las características de los discursos irrisorios es definir perfectamente bien a su auditorio, en tanto y en cuanto es él y solo él el que puede participar de los presupuestos y sobreentendidos sobre los cuales se constituye el chiste, dado que el humor y lo cómico son solo posibles sobre un terreno firme y previamente establecido. El humorista habla solo de cosas que el público, su público, reconoce. Inscribe sus enunciados en una memoria que comparte con él, un terreno ideológico común. El chiste pierde su efecto en cuanto se lo explica, por lo tanto, necesita no ser explicado, darse por sobreentendido. Se produce entonces un «efecto de reconocimiento» que instaura una complicidad entre el autor —individual, colectivo o imaginario— y sus lectores. Este efecto de reconocimiento, que constituye uno de los aspectos esenciales de todo efecto ideológico, conlleva un doble resultado: el de inclusión del lector que pasa a formar parte del universo cultural del productor, a su comunidad discursiva, y el de exclusión de quienes no posean el conocimiento previo necesario. Ahora

---

<sup>23</sup> *Tía Vicenta*, año VII, n.º 228 (7 de enero de 1963).

<sup>24</sup> DE SANTIS, P. «Landrú escritor», en *Breve historia universal de Landrú*. Buenos Aires, Biblioteca Nacional, 2018, p. 24.

bien, aun en este segundo caso, para todo lector no familiarizado con el código, el «efecto de reconocimiento» subsiste. El lector o espectador de un chiste puede reponer un presupuesto ideológico que desconoce a partir del chiste mismo. Cuando un editorial afirma «¿Quién no conoce a Saul Steinberg?» o cuando se busca hacer reír por la presencia de términos como «gordi», «vieji», «no te puedo», no solo se presupone del lector que entiende la referencia sino que se espera de aquellos que no la entiendan, que puedan intuirlo. Ya se sabe cómo muchas de las frases y expresiones de Landrú llegaron a ponerse de moda en la época, caracterizando, de esta forma, tipos sociales. Si lo cómico viola una regla implícita, un acuerdo básico previo, aún el lector o espectador no familiarizado con esa regla puede recomponerla a partir del chiste mismo, dado que lo que se reconoce, ante todo, es que se trata de un chiste. Cuando al revés, un determinado auditorio encuentra gracioso un discurso previamente producido como serio, lo hace a sabiendas de que en principio lo era. Es en ese sentido que lo cómico no solo constituye a sus lectores, sino que también erige el mundo que los rodea. En trabajos anteriores hemos demostrado por ejemplo, cómo el humorista televisivo Tato Bores se ocupaba de fundar un objeto discursivo privilegiado, «la realidad nacional», o incluso también «la Argentina», un espacio en el cual los políticos estaban condenados a fallar de manera cíclica y repetitiva. Quino, con *Mafalda*, va todavía más allá. Su objeto discursivo ya no es la Argentina, sino el mundo. Es el mundo el que está enfermo, el que debe ser curado, el que impacta sobre la realidad local, sobre la pequeña comunidad porteña en la que ella vive.

Los chistes de *Tía Vicenta*, con matices, suceden siempre en un presente sempiterno, donde todos visten más o menos igual y se hacen chistes siempre sobre las mismas cosas. Aunque adopten como trasfondo ese conglomerado de discursos que reconocemos como la actualidad: noticias, rumores, opiniones, comentarios del día a día que a través de los medios —principalmente la radio, aunque cada vez más la televisión—, iban condicionando el marco referencial de los lectores. A pesar de ello, el paisaje es siempre el mismo. No hay nostalgia del pasado en Landrú, ni en *Tía Vicenta*, pero tampoco proyección de futuro. «En los textos de Landrú [...] el pasado siempre es visto fuera de toda nostalgia. Usa el pasado por el placer del anacronismo. Lo que le gusta es enfrentar lo moderno y lo pasado de un modo brusco».<sup>25</sup> La pretendida neutralidad, por la que un presidente elegido democráticamente —al menos, hasta lo que la democracia podía permitirse en un país donde el partido mayoritario se encontraba proscrito— recibía el mismo tratamiento que un general de facto, condicionaba a la larga las capacidades de la revista para interpelar a una sociedad cada vez más convulsionada y explican la escasa repercusión que llegó a tener en su segundo período (1977-1979).<sup>26</sup>

<sup>25</sup> DE SANTIS, P. *Op. cit.*, p. 24.

<sup>26</sup> GANDOLFO, A. «Entre el humor absurdo y la risa violenta: la revista Tía Vicenta y la más reciente Dictadura Militar Argentina (1977-1979)», en *Estudios Ibero-Americanos*, n.º 44 (2018), pp. 297-310. Disponible en: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/iberoamericana/article/view/27690>

En nada es tan evidente este punto como en el tratamiento que se le da a la cuestión de la revolución. Acaso premonitorio, el chiste que corona la portada del primer número (FIG. 2) se impone, a la larga, como una clave de lectura de los dos períodos de la revista (1957-1966; 1977-1979) y de sus respectivos desprendimientos editoriales, *María Belén* y *Tío Landrú*. La revolución, en tanto paradigma de cambio, va a ser recluida una y otra vez al espacio de lo cotidiano entre las páginas de *Tía Vicenta*. Como lo cómico, solo un desvío temporal de una normalidad que se presenta siempre como impasible, inmutable, perenne, duradera.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> En tanto representante de una clase de la cual se reía, pero a la cual no dejaba de pertenecer, hubo desde siempre en Landrú una desconfianza de la política que contrastaba, por ejemplo, con la actitud que hacia la misma tenía un cómico de la época como Tato Bores, cuyo espíritu mucho más democrático le permitió erigirse en el devenir de la democracia, como el tábano socrático que buscaba con su mordacidad corregir los desvíos de dicha democracia y denunciar lo que fallaba en una lógica de buen funcionamiento. No hubo nada de eso en Landrú, que en la segunda época de *Tía Vicenta* llegó incluso a alinearse con el golpe cívico-militar argentino.

## BIBLIOGRAFÍA

- ATTARDO, S. *Linguistic theories of humor*. Nueva York, Mouton de Grouyter, 1995.
- BERGSON, H. «Le comique de caractère», en *Le rire. Essai sur la signification du comique*. París, Les Presses universitaire de France, 1959.
- BURKART, M. «La prensa de humor político en la Argentina. De *El Mosquito* a *Tía Vicenta*», en *Question/Cuestión*, n.º 15 (2007). Disponible en: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/420>
- DE SANTIS, P. «Landrú escritor», en *Breve historia universal de Landrú*. Buenos Aires, Biblioteca Nacional, 2018.
- FAVERO, B. y BARTOLUCCI, M. «La Argentina es un chiste. Política y sociedad en los años 60 a partir de la revista *Tía Vicenta*», en *Estudios de Teoría Literaria*, n.º 18 (2020). Disponible en: <https://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/etl/article/view/3943>
- FERRER, C. «Prólogo a la edición de *Vidas de Muertos*», en ANZOÁTEGUI, I. *Vidas de Muertos*. Buenos Aires, Ediciones de la Biblioteca Nacional, 2005.
- FOUCAULT, M. «¿Qué es un autor?», en *Entre filosofía y literatura*. Barcelona, Paidós, 1999.
- GANDOLFO, A. «Entre el humor absurdo y la risa violenta: la revista *Tía Vicenta* y la más reciente Dictadura Militar Argentina (1977-1979) », en *Estudios Ibero-Americanos*, n.º 44 (2018). Disponible en: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/iberoamericana/article/view/27690>
- «*Tía Vicenta*, entre Frondizi y Onganía (1957-1966)», en *Caiana*, n.º 2 (2013). Disponible en: [http://caiana.caia.org.ar/template/caiana.php?pag=articles/article\\_1.php&obj=99&vol=2](http://caiana.caia.org.ar/template/caiana.php?pag=articles/article_1.php&obj=99&vol=2)
- GENETTE, G. *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*. Madrid, Taurus, [1981] 1989.
- GIGLI BOX, M. C. «La *Tía Vicenta* y el censor», en *Question/Cuestión*, n.º 22 (2009). Disponible en: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/756>
- MORREAL, J. *Comic Relief. A comprehensive philosophy of humor*. Oxford, Wiley-Blackwell, 2009.

PALACIOS, C. «¿De qué hablamos cuando hablamos de humor?», en *Luthor*, n.º 35 (2018). Disponible en: <http://www.revistaluthor.com.ar/pdfs/183.pdf>

RIVERA, J. «Historia del humor gráfico argentino», en FORD, A., RIVERA, J. y ROMANO, E. *Medios de Comunicación y Cultura Popular*. Buenos Aires, Legasa, 1985.

STEIMBERG, O. *Leyendo historietas*. Buenos Aires, Eterna Cadencia, 2013.

— «Sobre algunos temas y problemas del análisis del humor gráfico», en *Signo & Seña*, n.º 12 (abril de 2001), pp. 113-114.

VÁZQUEZ, L. *El oficio de las viñetas. La industria de la historieta argentina*. Buenos Aires, Paidós, 2010.

VV.AA. 1983. *Historia de los Comics*, Barcelona, Toutain, 1983.