

EL RUMOR

DEL HUMOR



JORNADAS DE INVESTIGACIÓN:
INNOVACIÓN, RUPTURAS Y TRANSFORMACIONES
EN LA CULTURA HUMORÍSTICA ARGENTINA

Ana B. Flores
(Coordinadora)

El rumor del humor: Jornadas de Investigación: innovación, rupturas y transformaciones en la cultura humorística argentina / Ana Beatriz Flores ... [et al.] ; coordinación general de Ana Beatriz Flores. - 1a ed. - Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba, 2017.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-950-33-1339-8

1. Humor. 2. Cultura. 3. Arte Latinoamericano. I. Flores, Ana Beatriz II. Flores, Ana Beatriz, coord.

CDD 306.47



EL RUMOR DEL HUMOR: JORNADAS DE INVESTIGACIÓN: INNOVACIÓN,
RUPTURAS Y TRANSFORMACIONES EN LA CULTURA HUMORÍSTICA
ARGENTINA está distribuido bajo una Licencia Creative Commons
AtribuciónNoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional.

La geografía del humor gráfico actual: tensiones entre lo local y lo trans-cultural

Ana Pedrazzini¹ y Nora Scheuer².

ana.pedrazzini@crub.uncoma.edu.ar, nora.scheuer@gmail.com

Resumen

Este trabajo explora la dinámica local-transcultural y diversos interjuegos que surgen entre estos dos polos en el humor gráfico actual. Para ello, se apoya en un corpus de viñetas humorísticas pluricultural, obtenido a partir de un cuestionario en el que se solicitó a humoristas gráficos profesionales de diversos continentes elegir una viñeta representativa de su estilo y justificar su elección. Conjugamos diversos niveles para el análisis de las viñetas: temático, retórico, modal y pragmático. La aplicación de análisis multivariados visibilizó cinco interjuegos culturales que sintetizamos como local, intercultural/multicultural, glocal y transcultural, los cuales evidencian diversos posicionamientos del autor en relación con los temas abordados, los recursos desplegados, los modos semióticos de las viñetas (visual o visual-verbal) y sus propias motivaciones. Los análisis permitieron además identificar perfiles de asociación entre estos interjuegos y los cuatro subgéneros de viñetas propuestos: local en las viñetas de actualidad no política, glocal o inter/multicultural en las viñetas de actualidad política y transcultural en las viñetas atemporales lúdicas y comprometidas. El modo visual es privilegiado cuando el autor focaliza en lo transcultural mientras que la bimodalidad prima en las viñetas de actualidad. Este estudio puede contribuir a pensar en las características actuales de la profesión en la Argentina, en un mundo interconectado.

Palabras clave: humor gráfico, local, transcultural, glocalización, multicultural.

¹ Dra. en Ciencias de la Información y de la Comunicación y Dra. en Ciencias Sociales. Investigadora Asistente de CONICET. CyC IPEHCS, Universidad Nacional del Comahue.

² Dra. en Psicología. Investigadora Principal de CONICET. CyC IPEHCS, Universidad Nacional del Comahue.

¿El humor tiene fronteras geográficas? ¿Cuándo es territorial y cuándo no lo es? ¿De qué modos contribuye a formar identidades culturales, establecer puentes entre ellas o en cambio, a poner de relieve contrastes? ¿En qué casos las trasciende? Responder estas preguntas supone un particular desafío en el mundo contemporáneo, en el cual una inusitada interconectividad permite poner en contacto culturas muy distantes y a la vez trae aparejado cierto desdibujamiento de fronteras. Hoy en día es inconcebible una cultura aislada. Pero también lo es pensar en una homogeneización cultural.

En este trabajo reflexionaremos en torno a esta problemática a partir de un corpus pluricultural de viñetas humorísticas recientes, algunas de las cuales fueron creadas por autores argentinos. Nos proponemos visibilizar diferentes interjuegos entre lo local y lo transcultural en el humor gráfico, tanto a nivel de los temas abordados como de los recursos desplegados.

Comenzamos nuestro recorrido revisando diversos conceptos que nos permitirán pensar acerca de esta dinámica cultural en el campo del humor gráfico. Revisaremos cómo los conceptos local, transcultural, glocal y multicultural contribuyen a dimensionar el humor gráfico en clave geográfica. Luego presentaremos al humor gráfico como un género que alberga diversos subgéneros con características distintivas a nivel modal, temático, pragmático y retórico. Contando con estos elementos, nos adentraremos en nuestro corpus y en las categorías y procedimientos de análisis que utilizaremos para desentrañar su entramado cultural.

El interjuego de lo local y lo transcultural en el humor gráfico

Actualmente el humor gráfico tiene una amplia difusión no sólo en circuitos locales sino también a escala global. Si antes estaba generalmente anclado al aquí y ahora de un lugar relativamente acotado (localidad, comarca, región o país) y circulaba por medios destinados a un público predominantemente local, la aparición y uso masivo de Internet incrementaron

exponencialmente los canales de circulación: prensa digital, páginas web especializadas, blogs. A estos se suman concursos y exposiciones de humor gráfico internacionales y organizaciones que nuclean a profesionales de todo el mundo como *Federation of Cartoonists*, *Cartooning for Peace*, *Cartoon Movement*. No es pues inusual el humorista gráfico profesional que publica su obra simultáneamente a escala local e internacional. Esta apertura al mundo ha sin duda contribuido al amplio desarrollo de un humor de “exportación”, preocupado por problemáticas que trascienden las fronteras de un país o región, o que pone el foco en la cotidianeidad compartida entre culturas o en aspectos propios de la condición humana. Para ello moviliza recursos comprensibles por un público amplio.

Las producciones de humor gráfico están pues en tensión entre una dimensión local y otra transcultural, término que preferimos a universal o global, en tanto asumimos que nuestra mirada surge indefectiblemente en un contexto, el de la así llamada cultura occidental (Nisbett, 2003). El prefijo *trans* remite a un desdibujamiento de las fronteras culturales y comprende “la puesta en común o la adopción generalizada de formas culturales” (Yuste Frías, 2014), con lo que aumenta de forma significativa el número de personas que pueden leer la diversidad de códigos y acceder a las referencias culturales que operan en las producciones humorísticas.

Ahora bien, en el marco de un mundo globalizado, y considerando el carácter mediático de este tipo de producciones discursivas, con su alta circulación más allá de las fronteras de un país o región, cabe pensar en otros juegos de miradas además de las que se enfocan exclusivamente en el polo local o bien en el transcultural. Distinguimos en concreto dos interjuegos. Un primer interjuego, que llamamos *multicultural*, es aquel que en lugar de centrarse en lo que es propio y distintivo a una cultura, o bien en aquello que es común a muchas -desde la mirada de quien forma parte de aquello local o que se ubica en lo transcultural-, enfatiza el (des)encuentro de culturas, resaltando simultáneamente rasgos particulares de cada una. Tomando como marco pues la diversidad cultural, esta mirada multicultural (Bernabé Villodre, 2012) puede apuntar a señalar convergencias o por el contrario, divergencias.

El segundo interjuego, de carácter *glocal*, en vez de articular o contrastar dos o varios locales, articula lo local y aquello que, como hemos argumentado anteriormente, llamamos transcultural (en vez de global³). Esta articulación reviste creciente importancia en el mundo actual y pone de relieve que, lejos de producirse una homogeneización cultural en la que se imponen producciones mediáticas provenientes de fuentes hegemónicas o una resistencia local que busca preservar identidades culturales “puras”, surgen variadas síntesis. La noción de glocalización destaca que vivimos en una mezcla cultural en la que hay un complejo flujo de influencias culturales y transformaciones a nivel mundial (Kress, 2010; Machin y Van Leeuwen, 2004).

Diversos especialistas se han interesado por el impacto cultural de la circulación de las producciones mediáticas en un mundo interconectado. La forma en que ciertos conglomerados de medios masivos de comunicación occidentales difunden cultura y valores alrededor del mundo llevó a algunos a preguntarse si esto no conduciría a una homogeneización de la cultura. Otros autores, sin embargo, sugirieron que el modelo imperialista debía ser revisado para incluir los efectos de localización, argumentando que no todo el mundo acepta sin más los productos occidentales (Featherstone y Lash, 1995; Robertson, 1995 y Giddens, 1999). La recepción no es pasiva sino negociada; los receptores no occidentales hacen sus propias selecciones y lecturas de lo que llega de Occidente (Katz y Liebes, 1986). Algunos investigadores plantean que la gente suele preferir aquello que es culturalmente más cercano, reduciéndose así la influencia de los medios occidentales (Straubhaar, 1991; Moragas Spa y López, 2000).

Es en el contexto de esta negociación cultural que el concepto de glocalización emerge como una solución. Este resalta que el fenómeno de la globalización no sólo involucra homogeneización y que lo global y lo local no operan en forma independiente (ver Porto y Alonso Belmonte, 2014; Robertson, 1995).

³ Mantenemos el término *glocal* por una cuestión de usos y costumbres.

Glocalización significa que las culturas locales pueden ser valorizadas y revitalizadas a través de los medios y oportunidades ofrecidos por la globalización de forma tal que sean una fuente de enriquecimiento para todos los individuos involucrados (CERFE group, The Glocal Forum y Think Tank on Glocalisation, 2003)⁴.

La idea de fractalidad también contribuye a cuestionar la dicotomía entre local y global, con lo cual permite pensar en múltiples continuidades y discontinuidades. Fractal remite a una estructura generada por sucesivas divisiones de una mayor, siguiendo un proceso iterativo. En el terreno que nos ocupa, al interior de cada local pueden distinguirse locales más específicos, y así sucesivamente. Lo local no aparece entonces como un todo homogéneo, y lo global puede en algunos aspectos ser considerado como una estructura mayor que alberga múltiples locales encajados. En este complejo flujo de influencias culturales nada es inmutable ni monolítico. No sólo los locales varían, también surgen nuevas conexiones entre ellos.

Además de la idea de fractalidad, los conceptos de lugar y no lugar propuestos por Marc Augé (2000: 83) pueden ser oportunos en este recorrido: “Si un lugar puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico, un espacio que no puede definirse ni como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, definirá un no lugar”.

Si bien los así llamados no lugares (como los aeropuertos y centros comerciales) están situados geográficamente, no adoptan características ligadas a esa geografía específica. ¿La polaridad lugar-no lugar coincide con la polaridad local-transcultural? Pensamos que sólo parcialmente. De hecho, la noción de *local* se define como aquello relativo o perteneciente a un lugar y ambos términos (local y lugar) comparten su etimología – del latín *localis*. La definición de no lugar, por su parte, nos resulta menos operativa en este recorrido. Más que la ausencia de identidad que Augé atribuye al no lugar, ¿no sería más bien una identidad compartida la que caracterizaría lo transcultural, al menos en sus rasgos preponderantes? La

⁴ Todas las frases como esta, escritas en otro idioma, fueron traducidas por las autoras.

“puesta en común” es lo que permite delimitar esta transculturalidad, destacando aquello que une, que es compartido, que es conocido por una muy amplia comunidad.

En el apartado que sigue caracterizaremos al humor gráfico en tanto género discursivo y reflexionaremos en torno a algunos componentes locales y transculturales que lo distinguen.

El humor gráfico como género discursivo

En tanto género (Auboin, 1948; Bajtín, 1984), el humor gráfico alberga diversas formas discursivas con características distintivas a nivel modal, temático, pragmático y retórico. A nivel modal (Kress, 2010), el dibujo es indispensable para que exista humor gráfico e incluso muchas viñetas constan sólo de dibujo. Aunque el texto escrito es habitual en el humor gráfico -a través de globos, títulos, leyendas, etiquetas, carteles y onomatopeyas-, no es imprescindible. La ausencia del lenguaje verbal puede representar un desafío para el autor, quien debe dar cuenta de una habilidad técnica y conceptual para servirse de la imagen como único medio de comunicación y expresión, más aún si el tema presenta diversas facetas⁵. El lenguaje verbal da mayor precisión en la presentación de cierta información, al proporcionar cierto anclaje (Barthes, 1964) que permite, por ejemplo, situar el contexto específico de un hecho. Quizás por la misma razón, la ausencia de palabras también podría funcionar como una oportunidad para el despliegue del humor transcultural.

Con respecto al nivel temático, el humor gráfico es muy versátil, tratando temas que van desde lo socio-político, con la caricatura política como máximo exponente de la sátira visual (nos remitimos a su trayectoria histórica); pasando por lo costumbrista; hasta cuestiones despegadas de la actualidad, que retratan situaciones absurdas o insólitas de la cotidianidad y la condición humana, adoptando en ocasiones cierta mirada existencialista.

⁵ Así lo estiman -coincidentalmente con nuestra perspectiva- varios humoristas gráficos consultados sobre su profesión: ver Apartado *Corpus*.

A nivel pragmático, las motivaciones que orientan al autor y los efectos buscados en el lector (Charaudeau, 2006) pueden dar cuenta, ya sea de un compromiso con tenacidad variable, que apunta a alertar y hacer reflexionar; de una intencionalidad puramente lúdica que busca divertir o de un humor con componentes autorreferenciales que permite al autor expresar rasgos de su propia identidad. A nivel retórico, el humor gráfico propone un juego que se desprende de lo literal y esperado, mediante un amplio abanico de recursos: personificaciones, reificaciones, ironías, juegos de palabras, silepsis, repeticiones, situaciones insólitas... Algunos de estos recursos trascienden el campo humorístico y pueden localizarse en todo tipo de discursos, como es el caso de las figuras retóricas; otros son más específicos del humor, como la inversión de roles, el absurdo y la parodia —en estos dos últimos casos interviniendo como procedimientos puntuales—, y otros son recursos de humor puramente gráficos, como es el caso de la caricatura (Pedrazzini, 2012; Fromilhague, 2005; Tillier, 2005; Caillaud-Roboam, 2011).

Podría afirmarse que las características mencionadas anteriormente en el humor gráfico en los niveles modal, temático, pragmático y retórico se plasman en la dimensión transcultural, en tanto hacen al género. Lo local se manifiesta por las referencias culturales próximas -ya no transculturales- que pueden identificarse en aspectos de contenido (el *qué*) y forma (el *cómo*). En cuanto al *qué*, temas y personajes pertenecientes a una cultura dada a escala limitada. En cuanto al *cómo*, reenvíos directos o indirectos a elementos ajenos al universo del tema tratado. Estos reenvíos pueden versar sobre costumbres sociales (modos de hablar, de vestirse, creencias populares, etc.), historia, geografía, arte, medios de comunicación, personajes locales (Pedrazzini, 2011). Si la dimensión transcultural se asienta en lo compartido a una escala global en el mundo contemporáneo, y por ende puede en cierta forma considerarse como lo “dado” o naturalizado (Pozo Municio, 2014) en una producción humorística, lo local sirve para instaurar una complicidad con el lector capaz de captar aquellos reenvíos más exclusivos. Mientras más local sea la referencia, más fuerte será esta sensación de pertenecer a una comunidad particular.

De los cuatro niveles evocados, dos nos parecen especialmente operativos para clasificar las diversas formas de humor gráfico: el temático y el pragmático. A nivel temático, las

producciones pueden dividirse en dos grandes grupos por su dimensión temporal: refieren a eventos actuales o a eventos más bien atemporales, que se extienden a lo largo de la historia por su recurrencia. Las viñetas de actualidad, difundidas tradicionalmente a través de la prensa, se distinguen a su vez por abordar cuestiones políticas u otras (puesto que cubren un abanico tan amplio y dispar, optamos por llamarlas “de actualidad no política”). Recordemos que lo político reviste particular importancia, en tanto ha caracterizado los primeros pasos del género desde los siglos XVI y XVII, asociado a la caricatura que satirizaba a la dirigencia política, manteniendo luego como uno de sus pilares una actitud contestataria y de denuncia. El nivel pragmático, contemplado a partir de la motivación del autor y los efectos buscados en el lector, nos sirven para diferenciar las viñetas atemporales, en las que puede primar una actitud comprometida o, en cambio, lúdica. En las primeras, el autor se posiciona ante situaciones sociales y políticas conflictivas y busca alertar y hacer reflexionar al lector. En las segundas, aborda temas variados, de la vida cotidiana u otros, de una manera suelta y ligera, y busca divertir. Así, la clasificación que proponemos diferencia cuatro subgéneros de viñetas: viñetas de actualidad política, viñetas de actualidad no política, viñetas atemporales comprometidas y viñetas atemporales lúdicas.

La dinámica local-transcultural en un corpus pluricultural

Sobre la base de todo lo expuesto, las siguientes preguntas precisan el foco de nuestro estudio. ¿Cuál es la dinámica cultural en los cuatro subgéneros de viñetas presentados? ¿Puede establecerse una conexión entre dicha dinámica cultural y las motivaciones de los autores? Haciendo eco de la frase tan vastamente extendida de que el dibujo sin palabras no tiene fronteras, ¿se registra entonces una mayor presencia transcultural en las viñetas exclusivamente visuales? Y para aquellas viñetas que abordan hechos de actualidad, cuya comprensión requiere una contextualización específica, ¿ofrece la bimodalidad dibujo-escritura un terreno más propicio para sus fines comunicativos?

El corpus

Trabajamos con un corpus selecto de viñetas humorísticas que fueron elegidas por humoristas gráficos profesionales como aquellas producciones más representativas de su estilo. Dicha elección se dio en el marco de un cuestionario que estaba estructurado en torno a cuatro ejes temáticos: antecedentes personales, modalidad de trabajo, visión sobre el humor gráfico, visión sobre la obra personal. El cuestionario fue escrito en español, francés e inglés y se distribuyó a la mayor cantidad posible de profesionales, fundamentalmente vía correo electrónico, de forma individualizada o a través de organismos o instituciones que nucleen a humoristas gráficos.

El corpus está compuesto por 89 producciones, elegidas por 92 humoristas gráficos (algunos no eligieron ninguna y otros, en cambio, seleccionaron más de una), de las cuales 55 son multimodales -en tanto articulan los lenguajes verbal y visual- y 35 son exclusivamente visuales. 84 son de una única viñeta y 5 son tiras. En cuanto a los subgéneros en los que se inscriben las producciones, 49 % son de actualidad política, 10 % de actualidad no política, 14 % atemporales comprometidas y 27 % atemporales lúdicas. El arco de nacionalidades de los humoristas es de 22, distribuidas en cuatro (sub)continentes (Europa, 56 %; Hispanoamérica, 30 %; América del Norte, 9 %; Asia, 3 % y África, 2 %). Esta diversidad cultural nos lleva a considerar este corpus como pluricultural, pese al predominio occidental en su distribución.

Métodos

Dimensiones y categorías de análisis

Para responder a nuestros objetivos, generamos cuatro dimensiones de análisis que en conjunto ponen en juego los niveles temático, retórico, modal y pragmático que configuran el género: dinámica cultural (según los niveles temático y retórico), subgénero de viñeta

(niveles temático y pragmático), modo semiótico de la viñeta (nivel modal), motivación del autor (nivel pragmático).

(I) Dinámica cultural

Para estudiar la dinámica cultural en juego en las viñetas, focalizamos en la articulación entre lo temático (el qué), lo retórico (el cómo) y la relación cultural del autor con lo que vehiculiza en estos niveles (si lo implica desde su cultura local de origen, como participante en la cultura global o lo interpela como foráneo).

Lo local y lo transcultural en una viñeta pueden manifestarse únicamente en el qué, en el cómo o en ambos. Estas distintas combinaciones se dan desde una mirada intra-cultural, cuando el humorista gráfico moviliza principalmente aspectos de su propia cultura (sea a nivel de tema como de recursos); una mirada trans-cultural, cuando focaliza en lo que es propio a un amplio conjunto de culturas; una mirada extra-cultural, cuando se interesa por aspectos ajenos a su cultura; o una mirada intra/extra-cultural, al focalizar simultáneamente en su propia cultura y en la ajena. En el caso de la mirada extra-cultural, la alteridad suscita tal interés que lleva al autor a abordar una temática y/o a desplegar recursos en principio ajenos pero que lo interpelan de algún modo.

Para definir qué es local y qué no lo es, en este trabajo adoptamos los siguientes criterios:

- Lo transcultural en el qué refiere a temas universales (hambre, sexo, desigualdad social, etc.) o que conciernen a una diversidad de países. A nivel de recursos, se trata de referencias conocidas o compartidas a escala global, como las grandes religiones, tecnologías, ciertas actividades (pesca, caza, paseos o deportes) y producciones mediáticas (películas y series de difusión masiva a gran escala, entre otras).

- Si bien toda representación de personajes y escenarios en una viñeta se anclan socio-históricamente, al dibujar la vestimenta o la silueta de una ciudad como fondo, por ejemplo, consideramos como local solamente aquellas referencias características a una cultura, como símbolos, personajes nacionales, atuendos típicos.

- El idioma de las viñetas (fundamentalmente francés, español o inglés) no es tenido en cuenta en la codificación, exceptuando los juegos de palabras que resultan específicos de un idioma y que por ende, son difíciles de traducir. En este caso son codificados como locales.

Sobre esta base, la dimensión de análisis cultural comprende cuatro categorías:

1. Local. Qué y cómo local. El autor aborda temas de su propia cultura (país o en unos pocos casos, región, como la zona euro) con recursos locales. Son contadísimos los casos en los que el qué y el cómo son locales pero desde una mirada externa. Desde esta mirada, el autor aborda temas y emplea recursos retóricos característicos de una cultura que lo interpela pero de la que no forma parte.

2. Glocal, con dos variantes.

Glocal LT. Qué local y cómo transcultural. El autor aborda temas de su propia cultura o de otras culturas (locales) con recursos transculturales.

Glocal TL. Qué transcultural y cómo local. El autor aborda temas transculturales con recursos locales.

3. Transcultural. Qué y cómo transcultural. El autor aborda temas transculturales con recursos también transculturales.

4. Multicultural. Qué transcultural o multicultural y cómo multicultural. El autor trata temas transculturales o que conciernen a diversas culturas haciendo uso de recursos característicos de dos o más culturas locales.

(II). Subgénero de viñeta

Retomamos la clasificación de cuatro subgéneros del humor gráfico presentadas previamente: viñetas de actualidad política, viñetas de actualidad no política, viñetas atemporales comprometidas y viñetas atemporales lúdicas.

(III). Modo semiótico de la viñeta

Diferenciamos las producciones exclusivamente visuales de aquellas multimodales, es decir que articulan los modos visual y verbal.

(IV). Motivación del autor

Para clasificar este componente pragmático de las producciones tuvimos en cuenta, además del análisis de las viñetas, la justificación que los humoristas gráficos dieron a la elección de su producción en el cuestionario. Diferenciamos cuatro categorías: fuerte compromiso, compromiso atenuado, divertimento, de compromiso y divertimento.

Codificamos cada viñeta o tira humorística según las categorías de las cuatro dimensiones presentadas anteriormente, indicando la presencia de la categoría con un 1. Cada viñeta o tira fue categorizada separadamente por las autoras, quienes luego cotejaron sus codificaciones. Los casos de desacuerdo fueron discutidos y resueltos en su totalidad.

Análisis de las relaciones entre dimensiones

Aplicamos dos técnicas de la estadística descriptiva multivariada para estudiar la relación entre las cuatro dimensiones de análisis: Análisis de Correspondencias Múltiples (Greenacre, 1984) y Análisis de Clasificación Jerárquica Ascendente (Ward, 1963).

El Análisis de Correspondencias Múltiples permite estudiar un grupo de individuos (en este caso las 89 viñetas únicas y tiras) descriptos por un conjunto de variables cualitativas compuestas por categorías mutuamente excluyentes (en este caso, las cuatro dimensiones de análisis). El Análisis de Correspondencias Múltiples permite visualizar en planos factoriales las asociaciones entre las categorías y los individuos que obtengan buena calidad de representación estadística (según sus cosenos cuadrados). Este análisis puede ser utilizado como paso previo al Análisis de Clasificación Jerárquica Ascendente. Este último

clasifica los individuos según su similaridad, basado en las coordenadas obtenidas en los principales ejes factoriales resultantes del Análisis de Correspondencias. El Análisis de Clasificación es especialmente útil cuando es preciso considerar un número elevado de ejes factoriales a fin de garantizar un suficiente nivel de representación estadística de las categorías e individuos, tal como sucedió en nuestro estudio, en el que debimos considerar cinco ejes factoriales para poder interpretar adecuadamente las relaciones entre las cuatro dimensiones. La clasificación comienza con una partición de 89 viñetas y tiras humorísticas de manera que cada una de ellas sea el único elemento de una clase y en cada iteración se agrupan en una nueva clase aquellas dos más parecidas, en el sentido de que posean casi las mismas asociaciones con las categorías de las variables consideradas. Este proceso se visualiza en un dendrograma. Este método permite identificar las viñetas y tiras características de cada clase, entre las cuales hemos seleccionado los ejemplos provistos.

Resultados

Los análisis realizados muestran cinco clases principales de viñetas. A continuación las describiremos basándonos en los resultados provistos por el Análisis de Correspondencias y el de Clasificación. Tomamos como eje la dimensión I, referente a la dinámica cultural, en tanto es el eje que vertebra el estudio. Por ello, nombramos cada clase según su comportamiento cultural. Ilustraremos cada clase con un ejemplo, privilegiando producciones de autores argentinos cuando sea posible⁶. Para cada viñeta, incluimos la justificación que el autor dio de la elección realizada. Algunas de dichas justificaciones contribuyen a la reflexión en torno a la problemática de este trabajo.

Clases 1 y 2. Transcultural. La categoría Transcultural caracteriza las viñetas atemporales, ya sea aquellas lúdicas (clase 1) como las comprometidas (clase 2). Abordan así temas que son propios a un amplio conjunto de culturas con recursos reconocibles a una

⁶ Esto obedece a las características de esta publicación, centrada en producciones humorísticas argentinas.

gran escala. En las viñetas de la primera clase prima además -como era de esperarse- el divertimento y también el modo semiótico exclusivamente visual. Las viñetas de la segunda clase se asocian a un fuerte compromiso del autor.

Un ejemplo de la primera clase es la viñeta atemporal lúdica de Kristian (Figura 1). Valiéndose del dibujo como único medio, el autor se basa en un bagaje cultural ampliamente extendido: que a los gatos les deleita el pescado, por un lado, y que las sirenas tienen cola de pez, por otro, y elabora un interesante juego de símbolos y metonimias que vehiculiza a través de los globos de pensamiento. La antítesis de sentimientos adjudicados a los personajes cumple su cometido de construir una situación insólita y con potencial lúdico para lectores a escala transcultural.

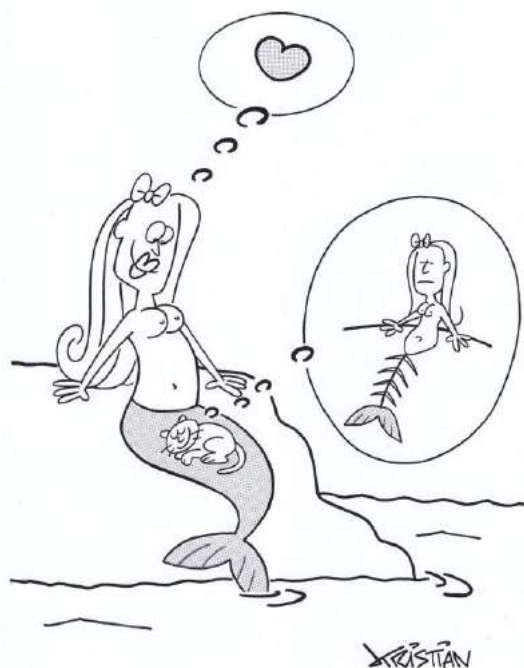


Figura 1 (izquierda). Kristian, Francia. “Simplicidad, eficacia, comprensible por todos”.

Figura 2 (derecha). Kappel, Argentina. “Uno de los chistes que más me gustan es este, ya que juega con temáticas sociales delicadas y muestra una cruda realidad. Lo que más me gustan son los chistes sociales de denuncia”.

Un ejemplo de la segunda clase es la viñeta atemporal comprometida de Kappel (Figura 2), en la que aborda una situación endémica -no sólo transcultural, incluso universal- como el hambre, con recursos que pueden ser comprendidos a una gran escala. Mediante una estrecha articulación visual-verbal, el autor dramatiza la hambruna valiéndose de una metáfora hiperbólica, la delgadez esquelética; y establece un juego de palabras -muy similares en numerosos idiomas- entre fotografía y radiografía. Kappel critica con ironía la postura del gobierno de turno mediante la creación de un personaje cuyo equívoco connota insensibilidad e incompetencia.

Clase 3. Local. La categoría Local caracteriza las viñetas de actualidad no política, que refieren a temas propios de un país, con recursos locales y apelando a la bimodalidad. En ellas prima una motivación mitigada, entre compromiso y divertimento. Un ejemplo es la viñeta de Junior (Figura 3), en la que satiriza un acontecimiento ocurrido en una ciudad de la provincia de Buenos Aires en febrero de 2014, durante un recital del grupo de rock argentino Divididos. El cantante de la banda, Ricardo Mollo, se enteró de que un padre había dejado a su hija menor de edad en el auto para poder asistir al recital, y desde el escenario, con la niña en brazos, solicitó al padre que viniese a buscarla. “Vení loco, vení a buscar a tu hija, animal” es la frase que el músico habría dirigido al padre. El carácter localista de la viñeta también se observa en el modo en que se aborda el tema, no tanto por el estereotipo archidifundido de la suegra, presente en otras culturas, sino por el modo de hablar del personaje, caracterizado por un léxico propio de la cultura argentina: loco, animal, la conjugación de venir a partir del “vos” y el término lunfardo (“vesre”) jermu.

Clase 4. Glocal. La categoría Glocal se asocia con las viñetas de actualidad política a través del modo exclusivamente visual o mixto. En la prácticamente totalidad de los casos,

el autor aborda un tema de carácter local con recursos reconocibles a una escala transcultural. En la mayoría prima una mirada intra-cultural, como en la viñeta de Coco (Figura 4), publicada menos de dos meses después de la asunción de François Hollande como presidente de la República Francesa. La metáfora de la Virgen María con su corona de doce estrellas evoca la pureza, el cumplimiento de las promesas, el honor, la gloria y protección de su pueblo (del libro: *A los Sacerdotes, hijos predilectos de la Santísima Virgen*). Proponemos leer el uso de una parodia mínima (ver Genette, 1992 y Moreno, 2009) de esta referencia católica en clave irónica, un recurso para alertar sobre la imagen mesiánica que el jefe de Estado construyó durante su campaña electoral.



Figura 3 (izquierda). Junior, Argentina. “Elegí este chiste que representa el humor que me gusta hacer, el humor irónico. En este caso es una sátira sobre un hecho que se hizo público en el que un hombre dejó encerrada a su hijita en su auto para ir a ver al grupo Divididos. El hecho trascendió, porque el Mollo, el líder del grupo, se enteró de esto y rescató a la hijita del individuo y subió con ella al escenario solicitando la presencia del padre irresponsable. La idea

del chiste representa a otro irresponsable que dejó encerrada a su mujer y su suegra para ir a ver Divididos”.

Figura 4 (derecha). Coco, Francia. “Elegí este dibujo porque es un dibujo sin palabras. Sin texto, tan sólo con un dibujo, una imagen fuerte pasa. No hay producción más universal (no hay barreras de lenguaje). Este dibujo fue publicado en *Charlie Hebdo* (fecha en el nombre del archivo)” (10/07/2012).

La Figura 5 presenta un caso de glocalización desde la bimodalidad. En esta viñeta, Rosario Córdova se vale de una parodia mínima metafórica para satirizar la política del actual presidente peruano Humala Ollanta. Traspone al contexto local la transculturalmente célebre escena de la Guerra de las Galaxias en la que el Jedi Luke Skywalker se enfrenta con su padre Darth Vader y este último pronuncia la frase “Yo soy tu padre”. El padre de Humala, Isaac Ollanta, es abogado, fundador del Movimiento Etnocacerista (Movimiento Etnonacionalista Peruano) y opositor al presidente en ejercicio. Acusa al presidente, entre otras cuestiones, de haberse alejado de su “hoja de ruta”, el plan de gobierno que propuso en su campaña electoral Humala Ollanta (ver periódicos del 13 y 16 de enero de 2016: <http://larepublica.pe> y <https://lamula.pe>). En la imagen, Rosario Córdova juega con elementos plásticos para movilizar ciertas connotaciones transculturales: el color negro predominante evoca las fuerzas del mal y la disposición espacial (arriba-abajo) de los personajes (Van Leeuwen y Kress, 2005) remite tanto a las relaciones de poder como a las genealógicas.



Figura 5 (izquierda). Rosario Córdova, Perú. “Me gusta la soltura de mi trabajo porque utilizo las características de la personalidad de los políticos, y en ocasiones la apariencia de personajes, y los adapto a escenas colosales”.

Figura 6 (derecha). Glez, Francia/Burkina Faso. “Este dibujo, que evoca los mil millones de habitantes en África, hace el puente entre mis dos nacionalidades: la europea (francesa) y la africana (burkinesa). Confronta estos dos mundos que trato regularmente. Se apoya primero sobre un visual, un visual típicamente africano (la mujer que lleva un bebé en la espalda)”.

Clase 5. Multicultural e Intercultural. La categoría Multicultural se asocia con otro grupo de viñetas de actualidad política. Como ocurre en la Figura 6, la multiculturalidad aparece, en numerosas ocasiones, bajo la forma de una biculturalidad, contrastando sólo dos estilos de vida, dos visiones de mundo. La viñeta del francés/burkinés Glez refiere a la situación demográfica actual de África, que ha alcanzado los mil millones. Mediante una fuerte antítesis visual, el autor caricaturiza el estilo de vida de la mujer europea/occidental y la africana subsahariana, tomando cierta distancia crítica hacia el estilo europeo. La hipérbole contribuye al despliegue de cierta inversión, la de dominantes y dominados, en materia de crianza.

En esta quinta clase también se encuentran los casos locales (en el qué y cómo) realizados ya no desde una mirada intra-cultural, como en la clase 3, sino desde una mirada extra-cultural. No nos parece casual que las únicas tres viñetas de todo el corpus que reúnen estas características se encuentren aquí, en tanto podría decirse que en estas opera una

dinámica intercultural. Una noticia local hace eco en el mundo o en parte de él y los autores la abordan valiéndose de recursos que enfatizan el carácter local del evento. La Figura 7 refiere a la Masacre de la Plaza de Tian'anmen. Si la tinta china hubiese sido dibujada en relación con un tema de otra cultura podría haber sido considerada transcultural, como sería el caso de un lápiz o una birome. Sin embargo, la tinta china mantiene en su nombre su origen. JL Savignac, oriundo de Francia, la utiliza como un recurso metonímico para aludir a la crudeza de los acontecimientos que allí tuvieron lugar en 1989.



Figura 7. JL Savignac, Francia.

“La masacre de la plaza de Tian'anmen en China en 1989. En China, se utiliza la tinta de China. Aquí, el frasco fue volcado y la tinta corre como sangre. Es roja. Dibuja, mientras cae del tintero, un mapa de China. No hay globo, no hay texto. El dibujo es simple”.

Conclusiones y discusión

Partiendo de la idea de que en un mundo interconectado, tanto lo local como lo transcultural deben ser pensados en un marco interrelacionado, el análisis de este corpus pluricultural aportó a visibilizar diversos interjuegos entre lo local, lo intercultural, lo multicultural, lo glocal y lo transcultural en el humor gráfico actual. La Figura 8 grafica

estos interjuegos según el juego de miradas intra/extra/trans-cultural. Ubicamos lo común a las diversas culturas -lo transcultural- en el centro mientras que elegimos emplazar los múltiples locales a distancias variadas de él y asignándoles distintos tamaños como modo de subrayar que local y transcultural no son conceptos opuestos ni internamente uniformes.

¿Cómo se posiciona el humorista gráfico al generar su obra en este mundo interconectado, en el que lo local mantiene (diversas) vigencias? El autor pone en juego una mirada exclusivamente intra-cultural cuando enfoca en la propia cultura. Los interjuegos intra-extra cultural tienen lugar entre dos o más locales a escala multicultural, perteneciendo el autor -al menos en este corpus- a una de las culturas implicadas. El interjuego intra-transcultural ocurre en los casos de glocalización mientras que el exclusivamente transcultural remite a aquello compartido por numerosas culturas. La mirada extra-cultural, por último, se da en aquellos casos en los que el autor se interesa por una cultura ajena para desplegar su humor.

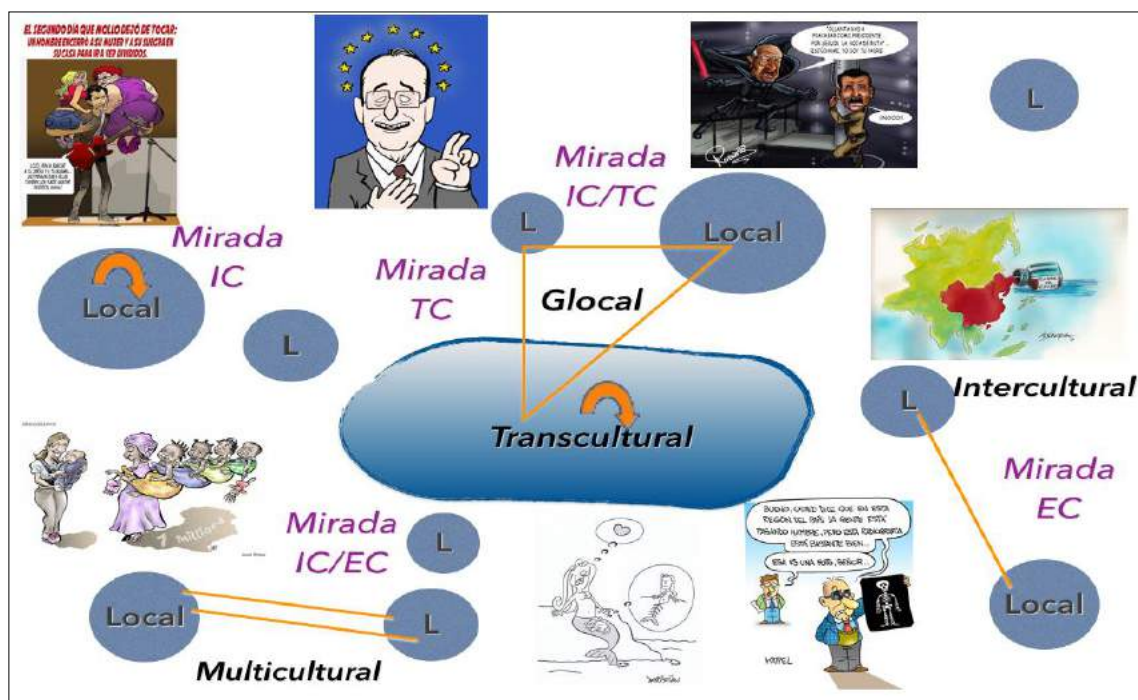


Figura 8. Representación del entramado cultural identificado en el corpus analizado, con viñetas que ejemplifican cada interjuego.

Cuando se aborda un tema local con recursos locales (característica asociada en este corpus a las viñetas de actualidad no política), en general es desde una mirada intra-cultural. Sólo en tres de las 89 producciones la mirada es extra-cultural. En estos casos, los autores parecen realizar un esfuerzo de inmersión en la cultura sobre la que versa su humor, al enfatizar el carácter local del tema con recursos muy típicos de esa localidad: la tinta china para referirse a la masacre de la Plaza de Tian'anmen, las ruinas griegas al tratar la reciente crisis griega, Uncle Sam para referirse a cuestiones de política interna estadounidense. En este sentido, esta mirada extra-cultural convoca un descentramiento cultural a nivel retórico semejante al realizado en el interjuego multicultural, en el que para contrastar diferentes culturas, los autores se valen de referencias culturales locales. Sin duda los estereotipos juegan aquí un rol destacado, en tanto son representaciones hechas, esquemas culturales preexistentes, que operan por generalización, esquematización y categorización (Amossy y Herschberg Pierrot, 2009) y que circulan a nivel local/intercultural. Los humoristas gráficos los utilizan a menudo -y además contribuyen a su cristalización- puesto que se ajustan a la lógica de rapidez, síntesis y economía que caracteriza al género. Podría ser interesante analizar cómo operan los estereotipos cuando se ponen al servicio de la transculturalidad. Los procesos de estereotipización y transculturalización presentan lógicas de funcionamiento comparables ya que también esta última se basa en la generalización, esquematización, categorización y además naturalización.

La transculturalidad se observa fundamentalmente en las viñetas atemporales, ya sea cuando la motivación es de fuerte compromiso o de divertimento. Los autores critican y denuncian grandes problemáticas socio-económicas, situaciones endémicas, o bien se centran en necesidades universales, rasgos de la condición humana, costumbres sociales compartidas a gran escala para presentar una mirada absurda, insólita, desapegada y lúdica.

La síntesis entre los polos local y transcultural, que denominamos glocal, haciendo eco de la terminología que circula, se manifiesta en este corpus a partir de temas locales, abordados con recursos que han trascendido las fronteras y que pueden ser reconocidos con relativa facilidad. Son las viñetas de actualidad política las que más se ajustan a esta dinámica. Sin embargo, su comportamiento se evidencia doble, puesto que un grupo de este subgénero opera con una dinámica multicultural. Parecería que en un mundo interconectado, la lectura política de un hecho -incluso humorística- se realiza enfocando en más de un local, sea valiéndose de un local para (re) mirar otro local (multicultural) o poniendo al local en un marco compartido (glocal).

El análisis del carácter modal de las viñetas nos permitió visibilizar cierta conexión tanto con la dinámica cultural como con los subgéneros de las viñetas. Por un lado, la transculturalidad parece encontrar en el modo exclusivamente visual un camino apto para superar barreras culturales, “comprensible por todos”, como sostiene Kristian, especialmente en las viñetas atemporales lúdicas. Este resultado se condice con la idea de “universalidad” en el dibujo que es tan extendida (ver también cita de Coco, figura 4). En cambio, la bimodalidad se asocia a las viñetas de actualidad, que deben tratar hechos con contextos específicos. Esta necesidad de abordar los hechos de actualidad desde la bimodalidad parece incrementarse en materia política, probablemente debido a la multiplicidad de aristas consideradas. De hecho, en las respuestas de numerosos humoristas gráficos a los cuestionarios presentados (ver Apartado *Corpus*) emerge la idea de que es más difícil tratar la actualidad política con viñetas exclusivamente visuales. Sin embargo, en algunos casos la elección de viñetas con estas características como obra representativa puede entenderse por la satisfacción personal de haber superado esta dificultad, como expresa Coco. Sin duda sería necesario y estimulante profundizar el estudio de este fenómeno en futuros trabajos.

Las producciones de los humoristas gráficos argentinos no son ajenas a los interjuegos culturales identificados. Este estudio de abordaje pluricultural puede contribuir a pensar en las características actuales de la profesión local, además de sentar las bases para el

desarrollo de un estudio específico sobre la “argentinidad” de las producciones humorísticas, tanto desde una mirada intra como extra-cultural.

La metáfora que utiliza Augé al abordar la polaridad lugar-no lugar ayuda a entender la dinámica local-transcultural. “El lugar y el no lugar son más bien polaridades falsas: el primero no queda nunca completamente borrado y el segundo no se cumple nunca totalmente: son palimpsestos donde se reinscribe sin cesar el juego intrincado de la identidad y de la relación” (Augé, 2000: 84).

Todos los humoristas tienen nacionalidad a la vez que forman parte de ese mundo interconectado: no sólo se inscriben en ese palimpsesto sino que a través de sus producciones discursivas contribuyen activamente a componerlo y recomponerlo.

Agradecimientos

Agradecemos a todos los humoristas gráficos que colaboraron con esta investigación contestando nuestras preguntas y eligiendo una/s viñeta/s representativa/s de su obra.

Esta investigación cuenta con el financiamiento de la Agencia Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (proyecto PICT 2014-2929), de la Universidad Nacional del Comahue (C-107), de CONICET (PIP 112 201301 00142 CO).

Bibliografía

Amossy, Ruth y Herschberg Pierrot, Anne (2009) *Stéréotypes et clichés*, Armand Collin, París.

Auboin, Elie (1948) *Les genres du risible. Ridicule, comique, esprit, humour*, Ofep, Marsella.

Augé, Marc (2000) *Los “no lugares”. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*, Gedisa, Barcelona.

Bajtin, Mijail (1998) *Estética de la creación verbal*, Siglo XXI editores, México.

Barthes, Roland (1964) “Rhétorique de l’image”. En *Communications*, 4(1), Ed. du Seuil, París, 40-51.

Bernabé Villodre, María del Mar (2012) “Pluriculturalidad, multiculturalidad e interculturalidad, conocimientos necesarios para la labor docente”. En *Revista Educativa Hekademos*, 11(V), Sevilla. Disponible en: <http://hekademos.com/hekademos/content/view/244/32/>, consultado el 6 de febrero de 2017.

Caillaud-Roboam, Laurence (2011) *Les figures de style illustrées par des dessins de Plantu*, Bescherelle, París.

Charaudeau, Patrick (2006) “De nouvelles catégories pour l’humour?”. En *Questions de communication*, 10, Université de Lorraine, Metz, pp. 19-41.

CERFE group, The Glocal Forum y Think Tank on Glocalisation (2003). *Glocalisation. Research Study and Policy Recommendations*, Roma. Disponible en: <http://www.peacepalacelibrary.nl/ebooks/files/371402492.pdf>, consultado el 30 de marzo de 2016.

Featherstone, Mike y Lash, Scott (1995) “Globalisation, modernity and the spatialisation of social theory: an introduction”. En Featherstone, M.; Lash, S. y Robertson, R. (Eds.), *Global Modernities*, Sage, Londres.

Fromilhague, Cathérine (1995) *Les figures de style*, Nathan, París.

Genette, Gérard (1982) *Palimpsestes. La littérature au second degré*, Seuil, París.

Giddens, Anthony (1999) *Runaway World: How Globalisation is Reshaping our Lives*, Profile, Londres.

Greenacre, Michael J. (1984) *Theory and Applications of Correspondence Analysis*, Academic Press, Londres.

Katz, Elihu y Liebes, Tamar (1986) “Mutual aid in the decoding of Dallas: notes from a cross-cultural study”. En Drummond, P. y Paterson, R. (Eds.) *Television in Transition*, BFI, Londres.

Kress, Gunther (2010) *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*, Routledge, Londres.

Machin, David y Van Leeuwen, Theo (2004) “Global Media: Generic Homogeneity and Discursive Diversity”. En *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies* Vol. 18, Nro. 1, Taylor and Francis, Londres, pp. 99–120.

Moragas Spa, Miguel y López, Bernat (2000) ‘Decentralisation process and “proximate television” in Europe’. En Wang, G. y Servaes, J. (Eds.) *The New Communications Landscape: Demystifying Media Globalisation*, Routledge, Londres.

Moreno, Marcelo (2009) “Parodia” En Flores, A. B. (Ed.) *Diccionario crítico de términos del humor y breve enciclopedia de la cultura humorística argentina*, Ferreyra Editor, Córdoba.

Nisbett, Richard E. (2003) *The geography of thought: How Asians and Westerns think Differently... and Why*, The Free Press, New York.

Pedrazzini, Ana (2011) *La construction de l'image présidentielle dans la presse satirique : vers une grammaire de l'humour. Jacques Chirac dans l'hebdomadaire français Le Canard enchaîné et Carlos Menem dans le supplément argentin Sátira/12*. Tesis doctoral en Ciencias de la Información y la Comunicación, Universidad Paris-Sorbonne. Disponible en: <http://www.e-sorbonne.fr/theses/2010pa040203>, consultado el 31 de marzo de 2016.

Pedrazzini, Ana (2012) “Dos presidentes bajo la mirada del dibujante satírico: el caso de la caricatura política y sus recursos en dos producciones de Francia y Argentina”. En *Antíteses*, 5(9), Universidad Estatal de Londrina, Londrina, pp. 25-53.

Porto, M. Dolores y Alonso Belmonte, Isabel (2014). “From local to global: Visual strategies of glocalisation in digital storytelling”. En *Language & Communication*, 39, Elsevier, Amsterdam, pp. 14–23.

Pozo Municio, Juan Ignacio (2014) *Psicología del Aprendizaje Humano. Adquisición de conocimiento y cambio personal*, Ediciones Morata, Madrid.

Robertson, Roland (1995). “Glocalisation: time-space and homogeneity-heterogeneity” En: Featherstone, M., Lash, S., Robertson, R. (Eds.), *Global Modernities*. Sage Publications, Londres, pp. 91–107.

Straubhar, Joe (1991) “Beyond media imperialism: asymmetrical interdependence and cultural Proximity”. En *Critical Studies in Mass Communications*, vol. 8, Routledge, Londres, pp. 39–59.

Tillier, Bertrand (2005) *A la charge! La caricature en France de 1789 à 2000*. Les Editions de l’Amateur, París.

Van Leeuwen, T. y Kress, G. (2006). *Reading images: the grammar of visual design*. Routledge, New York.

Yuste Frías, José (2014) “Interculturalité, multiculturalité et transculturalité dans la Traduction et l’Interprétation en Milieu Social”. En *Çedille, Monografías* 4, Asociación de Francesistas de la Universidad Española, pp. 91-111.

Ward, Joe (1963) “Hierarchical grouping to optimize an objective function”. En *Journal American Statistical Association*, 58, Taylor and Francis, Londres, pp. 236-244.