



# ANAIS DO XXXII COLÓQUIO CBHA 2012

## DIREÇÕES E SENTIDOS DA HISTÓRIA DA ARTE

Organização

Ana Maria Tavares Cavalcanti

Emerson Dionisio Gomes de Oliveira

Maria de Fátima Morethy Couto

Marize Malta

**Universidade de Brasília**

**Outubro 2012**





## **Imágenes cómicas en tiempos de dictadura. Estudio comparado de O Pasquim y HUM®**

Mara E. Burkart

Universidad de Buenos Aires/Consejo Nacional de  
Investigaciones Científicas y Tecnológicas

**Resumen:** En las décadas del sesenta y setenta, se instauraron en Brasil y Argentina dictaduras institucionales de las Fuerzas Armadas. En ambos países, bajo dichos regímenes irrumpió la risa cómica como un espacio crítico, opositor y desafiante de los proyectos de orden que los militares quisieron imponer. En 1969, en Brasil apareció O Pasquim y en 1978, en Argentina, HUM®. Ambas fueron publicaciones de humor gráfico masivas e independientes que interpellaron a una clase media urbana culta y comprometida. Y cada una a su modo aportó aire fresco en un clima marcado por la violencia política, la censura, la clausura del espacio público y la ausencia de libertades civiles y políticas. Este artículo analiza de modo comparativo las experiencias de O Pasquim y HUM® bajo sus respectivas dictaduras militares, poniendo especial énfasis en el uso que cada una hizo de la caricatura política.

**Palabras-clave:** dictadura militar- caricatura política- O Pasquim- revista HUMOR

**Abstract:** In the sixties and seventies, were established in Brazil and Argentina institutional dictatorships of the Armed Forces. In both countries, under such regimes comic laughter erupted as a critical space and defiant opponent of the foundational project that the militaries tried to impose. In 1969, in Brazil, O Pasquim appeared; and in 1978, in Argentina, HUMOR magazine. Both were a massive and independent type of humour graphic publication that interpellated an educated and committed urban middle class. And each of them, in its own way, contributed with fresh air in a social context marked by political violence, censorship, the closure of public space and the absence of civil and political liberties. This article analyzes comparatively the experiences of O Pasquim and HUMOR under their military dictatorships, with special emphasis on the use of political caricature made by each of them.

**Keywords:** military dictatorship- political caricature- cartoon- HUMOR magazine - O Pasquim

En las décadas del sesenta y setenta, se instauraron en Brasil (1964-1985) y en Argentina (1966-1973 y 1976-1983) dictaduras institucionales de las Fuerzas Armadas. En ambos países, las Fuerzas Armadas como institución asumieron el poder con la pretensión de corregir lo que consideraban “vicios de la democracia” y llevar adelante una transformación de todos los aspectos del Estado y de

la sociedad.<sup>1</sup> Legitimadas en su origen por la Doctrina de Seguridad Nacional, las dictaduras militares buscaron imponer un nuevo orden social a la vez que desmovilizar y desarticular a los sectores organizados y movilizados de sus respectivas sociedades. La censura y la violencia a través del terrorismo de Estado fueron dos modos de alcanzar aquellos objetivos tanto en Brasil entre 1968 y 1974 y en Argentina entre 1976 y 1983.

Bajo el imperio de estas dictaduras, en Brasil como en Argentina irrumpieron publicaciones de humor gráfico que se caracterizaron por constituirse en espacios críticos y desafiantes de la censura y de los proyectos de orden que los militares quisieron imponer. En Brasil, en 1969 apareció *O Pasquim* y, en Argentina, en 1978, *HUMOR Registrado (HUM®)*. Estas publicaciones se caracterizaron por salir a la conquista del público masivo, por jugar bajo las reglas del mercado y del campo editorial y por ser independientes, es decir, por no haber sido editadas por una gran casa editorial sino por dibujantes devenidos editores. Asimismo, interpellaron a una clase media culta, urbana, comprometida y ansiosa de libertad. Ambas fomentaron la modernización cultural, pero mientras *O Pasquim* se inscribió abiertamente en la cultura de izquierdas, *HUM®* guardó una relación de explícita distancia con ésta. Cada una, a su modo, aportó aire fresco en un clima político social marcado por la censura, la clausura del espacio público, la ausencia de libertades civiles y políticas, la violencia política

---

<sup>1</sup> ANSALDI, Waldo: "Matriuskas del terror. Algunos elementos para analizar la dictadura argentina dentro de las dictaduras del Cono Sur". En Pucciarelli, A. (coord.): *Empresarios, tecnócratas y militares. La trama corporativa de la última dictadura*. Buenos Aires, Siglo XXI, 2004. pp. 27-51.

y el terrorismo de Estado. Por todo esto y por desafiar los límites de lo permitido y autorizado por las autoridades *de facto*, fueron objeto de censura y persecución.

La propuesta de este artículo es analizar de modo comparativo las experiencias de *O Pasquim* y *HUM®* bajo sus respectivas dictaduras militares,<sup>2</sup> poniendo especial énfasis en la iconografía política de las caricaturas de las autoridades militares y civiles que cada una difundió. *O Pasquim* y *HUM®* son aún hoy en día recordadas en cada país como ejemplos de la “resistencia cultural”, *O Pasquim* ha sido objeto de numerosas investigaciones, sin embargo, por lo general, ha sido soslayado el análisis de sus imágenes y el énfasis se ha colocado en sus primeros años de existencia.<sup>3</sup> El caso de *HUM®* lo he analizado en otros trabajos,<sup>4</sup> pero en esta ocasión propongo una comparación que permita comprender el período dictatorial y los artefactos culturales desde un punto de vista regional para así definir especificidades nacionales y fenómenos de más amplio alcance en el uso de las imágenes en

---

<sup>2</sup> La revista *O Pasquim* se editó hasta 1991 y la revista *HUM®* hasta 1999; es decir, ambas sobrevivieron a las dictaduras.

<sup>3</sup> Un trabajo que analiza las imágenes de *O Pasquim* es el de Paulo Petrini, no obstante, se concentra en los años setenta y no avanza en los años posteriores, cuando fue más recurrente el uso de la caricatura política. Véase PETRINI, Paulo: *Gêneros discursivos iconográficos de humor no jornal O Pasquim: uma janela para a liberdade de expressão*, Dissertação (Mestrado) – Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2012.

<sup>4</sup> Véase BURKART, Mara: *HUM®: La risa como espacio crítico bajo la dictadura militar (1978-1983)*, Tesis de Doctorado, Universidad de Buenos Aires, inédita, 2012; BURKART, Mara: “Horcas, guillotinas y verdugos. La representación de la ‘guerra antisubversiva’ en la revista *HUM®* (1978-1983)” *Revista Eadem Utraque Europa*, Año 5, N° 9, Escuela de Humanidades de la UNSAM- Miño y Dávila Editores, Buenos Aires, dic. 2009. pp.155-190. BURKART, Mara: “La oposición de la revista *HUM®* a la política económica de la dictadura militar (1978-1979)”, *Intersticios. Revista Sociológica de Pensamiento Crítico*. Vol 1. n° 2, Murcia, Junio 2007. pp. 187-202. <http://www.intersticios.es>; BURKART, Mara: “Dictadura y Caricaturas. Estudio sobre la revista *HUM®*”, *e-I@tina*, vol.3, N° 12, Buenos Aires, jul-set. 2005. pp. 27-42. <http://www.iealc.sociales.uba.ar/elatina>

las luchas políticas. El análisis se centra en los retratos caricaturescos principalmente de tapa publicadas por *HUM®* en su portada entre 1978 y 1983 y en *O Pasquim* entre 1978 y 1985, período en que irrumpió este tipo de imágenes en dicho periódico.

En *HUM®*, el retrato caricaturesco fue central en sus tapas desde su primer número como también lo fueron, en sus páginas interiores, los *charges* y *cartoons* políticos realizados por sus diversos colaboradores. Las tapas, realizadas en su gran mayoría por el director de la revista, Andrés Cascioli, fueron su marca distintiva. Las imágenes creadas por Cascioli eran de estilo figurativo, se caracterizaban por un trazo bien definido e intensos colores que, abarrotados, reforzaban la potencia del dibujo al aparecer sobre fondo blanco. Las imágenes eran producto del excelente dibujo y del ingenio de Cascioli para plasmar en imágenes metáforas de la oralidad o, en el sentido inverso, encontrar metáforas burlonas en otras imágenes, en especial, aquellas que remitían a la cultura popular y masiva autorizada por el régimen en aquel entonces. Cascioli fue sumamente efectivo en las síntesis visuales que propuso, al punto que hoy en día muchos argentinos recuerdan aquellas imágenes que, como señala Gombrich, “embrujaaron” a sus víctimas.<sup>5</sup>

En cambio, en *O Pasquim*, la fotografía y el fotomontaje fueron más importantes que la caricatura política. Como señala Braga, fue recién “com Figueiredo, desde antes da

---

<sup>5</sup> GOMBRICH, Ernst (1982): “El experimento de la caricatura” en *Arte e ilusión. Estudio sobre la psicología de la representación pictórica*. Barcelona, Editorial Gustavo Gilli, 1982. pp. 286-309.

posse, que vai haver uma retomada da caricatura política”.<sup>6</sup> Esta novedad de *O Pasquim* coincidió con el despliegue que tuvo la caricatura de Chico Caruso en el *Jornal do Brasil*. Según Ziraldo, Chico “reavivou a caricatura brasileira” y él mismo tuvo que “reaprender a fazer caricatura pessoal”.<sup>7</sup> La incorporación de la caricatura política en *O Pasquim* se produjo cuando, hacia fines de 1978, buena parte de la sociedad brasileira estaba esperando la distensión política y el fin del *Ato Institucional* n° 5, instaurado diez años antes. Para esa fecha, hacía tres años que se había levantado la censura previa a *O Pasquim*, sin embargo ésta siguió vigente para la revista *Veja* y los periódicos alternativos *Opinão* y *Movimento*. Es posible que el temor a verse nuevamente sometidos a su imperio haya postergado la incorporación de la caricatura política en *O Pasquim*, sumado al hecho de que los humoristas no estaban habituados a realizar este tipo de arte.

Las caricaturas de *O Pasquim* no fueron realizadas por un único humorista sino por varios, en ellas el color no fue un aspecto central como tampoco lo fue el retrato grotesco, aunque éste no estuvo del todo ausente. La mayor parte de los dibujantes privilegiaron la esquematización y, en muchos casos, la representación de situaciones jocosas en las cuales el texto, más que la imagen, era el que contenía la comicidad. En otras palabras, la caricatura era parte del *charge*, del abordaje cómico de una situación o hecho, donde la persona caricaturizada es un elemento más.

---

<sup>6</sup> BRAGA, José Luiz: *O Pasquim e os anos 70. Mais pra epa que pra oba...*. Brasilia, Editora UNB, 1991. p.91.

<sup>7</sup> *Folhetim*, n° 269, 14/03/1982 en BRAGA, op.cit., p. 91

A continuación analizaremos de modo comparativo dos grupos de imágenes publicadas en ambas revistas. En primer lugar, las representaciones cómicas de dos figuras civiles claves de cada dictadura: José Alfredo Martínez de Hoz, ministro de economía de Argentina entre 1976 y 1981 y principal exponente e impulsor del modelo económico liberal que la dictadura procuró instaurar; y Delfim Netto, ministro de hacienda entre 1967 y 1974 y de *planejamento* entre 1979 y 1985, que tuvo un papel similar al de su par argentino aunque difirió con éste en la orientación económica que le dio a su política. En segundo lugar, compararemos las caricaturas de los presidentes *de facto* de cada país. Por último y a modo de cierre, reflexionaremos sobre los usos que cada revista hizo de la caricatura política.

## **Imágenes cómicas en O Pasquim y HUM®**

### **Los aliados civiles: Martínez de Hoz y Delfim**

*HUM®* se caracterizó por ilustrar su portada con un retrato caricaturesco en continuidad con sus antecedentes más inmediatos: *Satiricón* y *Chaupinela*. Desde sus inicios, las caricaturas de tapa tuvieron como blanco predilecto a las figuras del espectáculo, del deporte y al principal responsable de la política económica, el ministro José Alfredo Martínez de Hoz. Su primera portada fue una caricatura que mostraba una hibridación entre el director técnico de la selección nacional de fútbol, César Luis Menotti, y Martínez de Hoz cuyo resultado era el personaje *Menotti de Hoz* al que se le adjudicaba la frase “El Mundial

se hace cueste lo que cueste”.<sup>8</sup> La hibridación consistía en colocarle a Menotti las grandes orejas del ministro y unía a los dos civiles en los cuales las Fuerzas Armadas habían depositado sus más elevadas expectativas para llevar a cabo dos de sus proyectos más inmediatos: la obtención del Campeonato Mundial de Fútbol que acababa de iniciarse en el país y la transformación de la economía. La frase se refería a las garantías totales con las que ambos contaban para realizar aquellos objetivos. De este modo, *Menotti de Hoz* representaba a quienes no tolerarían obstáculos a los proyectos del Proceso y si los hubiera, se podía deducir que serían hechos a un lado también “cueste lo que cueste”. (Figura 1)

Este primer número fue clasificado de “exhibición limitada” lo cual implicó que dicha imagen no pudo exhibirse en los escaparates de los kioscos de diarios. Este acto de censura era la bienvenida que le daba el poder dictatorial a la flamante revista, era el modo de hacerles saber a sus editores que la estarían controlando. Los editores de *HUM*®, que ya tenían una extensa experiencia en confrontar y lidiar con la censura de la dictadura, se caracterizaron por la prudencia y por el gradualismo para ampliar el campo de lo risible, lo visible y lo criticable. En sus inicios predominó la crítica a las costumbres, a la cultura dominante y a la política económica que luego, se ampliaría a la crítica política. En todo caso, la caricaturización de Martínez de Hoz fue posible porque éste no era un miembro de las Fuerzas Armadas y porque el rumbo de la economía, además de no

---

<sup>8</sup> *HUM*® n° 1, 1978.



Figura1 - HUMOR n° 1, jun. 1978

ser compartido por toda la jerarquía castrense, era criticado abiertamente en los principales medios de comunicación.

*HUM®* recibió al año 1979 con una caricatura de Martínez de Hoz. De aquellas orejas emblemáticas,

pasó a representarlo de cuerpo entero, huyendo en sky acuático de las fauces de la inflación, representada por el tiburón asesino de la película *Jaws 2* de Steven Spielberg, estrenada en aquel entonces en el país.<sup>9</sup> *HUM*® resignificaba la reaparición del caos, el cual en 1976 había servido de excusa para legitimar el golpe de Estado y el programa económico patrocinado por el ministro. En 1979, el caos ya no aparecía asociado al gobierno peronista depuesto sino a la dictadura militar misma. No obstante, la degradación de la figura del ministro quedaba matizada por la representación de éste como víctima más que como responsable de la inflación y del caos.

A medida que la revista se fue consolidando en el mercado y en el campo cultural y mediático, fue incorporando nuevos blancos de crítica y sátira como fueron la censura y la política, entendida ésta en un sentido restringido. Así, mientras en diciembre de 1979, *HUM*® se proclamó explícitamente en “lucha contra la importación” y a favor de la industria nacional, en tapa publicó por primera vez una caricatura del presidente de facto, Jorge Rafael Videla,<sup>10</sup> la cual será analizada en la siguiente sección de este artículo. Y dos números después, publicó una nueva caricatura de Martínez de Hoz. Se trató de unas de las caricaturas más duras contra el ministro; en ella, Martínez de Hoz representaba la muerte. Como una parca cuya sombra proyectaba un ave de rapiña y bajo el nombre de “Martín Pescador”, como la popular canción, venía a llevarse consigo a la industria nacional y por implícita

<sup>9</sup> *HUM*® n° 8, 1979.

<sup>10</sup> *HUM*® n° 24, 1979, p. 11.

extensión a los trabajadores y a la burguesía nacional.<sup>11</sup> La predicción no estuvo errada, en marzo de 1980 estalló la crisis económico-financiera que dejó a los entusiastas de antaño endeudados, quebrados y empobrecidos.

A partir de la publicación en tapa de la caricatura de Videla antes mencionada, la revista comenzó a incluir a las autoridades militares entre los blancos de sus sátiras visuales, disminuyendo el protagonismo del superministro. No obstante, antes del fin de su mandato, Martínez de Hoz reapareció en un par de ocasiones.

Si bien, desde sus inicios, *O Pasquim* publicó *cartoons* críticos del “milagro económico”, la sátira del “*pai do milagre*” fue tardía. Recién cuando Delfim Netto se hizo cargo del ministerio de Planeamiento en 1979 y cuando el “milagro” llegaba a su fin, aparecieron las caricaturas. *O Pasquim* lo tomó como uno de sus blancos predilectos junto con el presidente *de facto* João Figueiredo y el gobernador de São Paulo, Paulo Maluf. De aquellas caricaturas de Delfim publicadas en tapa sobresalen aquellas que representan un alto nivel de confrontación e incluso de violencia. Como por ejemplo, aquella realizada por Reinaldo que muestra a Delfim Netto recibir un tomatazo en la cara y se lee: “*Splásft!!*”. Mientras un periodista acerca el micrófono y pregunta: “*Splásft!?!*”. El título a grandes letras anunciaba: “Chocante! Entrevista com um TOMATE”.<sup>12</sup> A su modo, *O Pasquim* convocaba a confrontar y a debilitar al régimen. La revista se posicionaba explícitamente entre los opositores al régimen y era a éstos a los que había que darles la palabra

<sup>11</sup> *HUM®* n° 26, 1980.

<sup>12</sup> *O Pasquim* n° 513, 1979.

y escuchar. Asimismo, imágenes como esta sublimaban deseos e instintos con una fuerte carga de violencia que no se podían concretar.

Al igual que para *HUM*®, para *O Pasquim* el problema de la inflación no sólo era grave sino que inspiró gran cantidad de chistes y humoradas. Su persistencia generó chistes sobre la incapacidad del ministro para frenarla pero también la puesta en duda de si esa fuera realmente su intención. La robustez de Delfim fue uno de los aspectos que tomaron los humoristas para burlarse y dudar de él. Un *cartoon* muestra a dos hombres que, al ver a Delfim con su gran barriga, comentaban: “não sei porque... não acredito que ele seja **contra** a inflação...”.<sup>13</sup> En *O Pasquim* como en *HUM*® fue común dudar de la disposición del ministro para controlar la inflación, remarcar el carácter antipopular de las medidas económicas y sugerir que éstas beneficiaban a sectores económicos muy reducidos.

Una de las caricaturas más potentes de Delfim que fue publicada en tapa lo muestra como una fornida prostituta que aclaraba con soberbia: “... de vaca, gente! De vaca!!”.<sup>14</sup> La metáfora de la prostituta para aludir al popular alimento también fue utilizada en *HUM*® para aludir al mismo problema, el alto precio de un alimento de primera necesidad como era la carne vacuna.

*HUM*® como *O Pasquim* se opusieron al rumbo de la economía diseñado por los ministros de cada dictadura. Ambos ministros concentraron mucho poder pero también fueron cuestionados desde distintos sectores sociales y

<sup>13</sup> *O Pasquim* n° 512, 1979.

<sup>14</sup> *O Pasquim* n° 556, 1980.

políticos, especialmente, ante su incapacidad de revertir las situaciones críticas de la economía. Si bien, ninguna de las dos publicaciones estuvo a la vanguardia de esas críticas, muchas de las cuales provenían de sectores mismos de las Fuerzas Armadas o de las clases dominantes que se veían perjudicadas, sus imágenes cómicas profundizaban las críticas y a través de la risa reforzaban la comunidad de opositores y descontentos con el régimen. Las caricaturas de *HUM®* fueron estéticamente más sofisticadas y potentes, pero las de *O Pasquim*, apelando a otros recursos, también fueron agresivas.

Los humoristas de ambas publicaciones tornaron grotescos los rasgos físicos de sus víctimas y apelaron a elementos de la cultura popular y masiva, como el cine y el deporte, para la construcción de metáforas visuales. El fútbol fue recurrente en *HUM®* y el *voley* en *O Pasquim*. Un ejemplo de este último caso, es la caricatura que muestra a Delfim como un jugador del seleccionado nacional de *voley*, a punto de hacer el célebre saque que Bernard Rajzman popularizó en los años ochenta, el “Jornada nas estrelas”.<sup>15</sup> Generando una sonrisa amarga, *O Pasquim* presentaba “a arma secreta do time do Planejamento”: llevar la inflación lo más alto posible para que cayera a gran velocidad, como un rayo, sobre el equipo contrario que no sería otro que el pueblo.<sup>16</sup> De este modo, quedaba representada la violencia de clase, la violencia “desde arriba” sobre

---

<sup>15</sup> Es un tipo específico de saque desde abajo, por el cual la pelota alcanza grandes alturas (en torno a los 25 metros). El aumento del radio de la parábola descrito por la trayectoria hace que la pelota descienda casi en línea recta y en velocidades del orden de los 70 km/h.

<sup>16</sup> *O Pasquim* n° 692, 1982.

las clases subalternas. Además, el deporte habilitaba la metáfora de la confrontación entre dos grupos o equipos; en este caso, y como también fue bien explotado por *HUM*®, se contraponía al gobierno dictatorial con el pueblo, víctima de sus “ataques”.

## Militares caricatos

Videla fue el primer militar en ser caricaturizado en la portada de *HUM*®. Esa imagen marcó una ampliación en los blancos de la sátira de dicha revista y significó un salto en cuanto a su audacia, que generó un aumento en sus ventas. Publicada en diciembre de 1979, la imagen tenía un fuerte sesgo economicista: Videla, representando a la industria nacional, se hundía en el mar acosado por las “pirañas de la importación”.<sup>17</sup> Nuevamente, había un gesto de cautela en los humoristas al representar al dictador como una víctima. *HUM*® pudo sortear la censura, pero pasaron unos meses para que Videla volviera a ser caricaturizado en tapa.

En 1980, en simultaneidad con el desarrollo del “diálogo político”,<sup>18</sup> *HUM*® alternó en sus tapas caricaturas de militares y de dirigentes de los partidos políticos dispuestos a “dialogar”. *HUM*® se rió de estos últimos y desenmascaró las intenciones de los primeros de continuar en el poder por tiempo indefinido. La alternancia entre caricaturas de

---

<sup>17</sup> *HUM*® n° 24, 1979.

<sup>18</sup> El “diálogo político” fue una política oficial tributaria de las “Bases Políticas de las Fuerzas Armadas para el Proceso de Reorganización Nacional”, documento publicado por la Junta Militar en diciembre de 1979. A través del mismo se quería llegar a un pacto con las fuerzas políticas existentes y confluir con ellas en una convergencia cívico-militar.

políticos y militares le dio a *HUM®* cierto margen frente a la censura, ya que al satirizar a los dos se corría de una posición estrictamente antimilitar. Esta posición ambigua y de revista que se reía de todos cambió en 1981, cuando quedó en evidencia que las Fuerzas Armadas no estaban dispuestas a entregar el poder a los civiles en 1984.

Las caricaturas de las autoridades militares se hicieron más audaces a medida que *HUM®* adquiría mayor centralidad en el campo cultural y mediático y se consolidaba en el mercado. No obstante, durante el gobierno de Viola, mientras las imágenes cómicas mantenían su ya reconocido nivel de agresividad, las notas escritas expresaron cierta tolerancia hacia este representante del sector blando de las Fuerzas Armadas, que se había declarado dispuesto a aflojar la censura y dar lugar a la transición democrática. Esta combinación le permitió a la revista evitar una postura obsecuente con el poder, en un contexto de recrudecimiento de la interna militar. A lo largo de 1981, *HUM®* denigró al presidente Viola, lo desenmascaró al sugerir que detrás de la apariencia de grandiosidad, de defensor de la industria y la libertad no había más que un personaje harapiento.

La creciente crisis en la que se vio sumido el gobierno de Viola hizo que la crítica y la sátira del presidente dejaran de significar una audacia. En cambio, sí lo era caricaturizar a un representante del sector duro de las Fuerzas Armadas, como fue el caso del ex-ministro del Interior general Albano Harguindeguy. El político conservador, Francisco Manrique, había declarado que el ex-ministro era un “gordito travieso” y Cascioli plasmó en una imagen dicha idea. El poder de

esta imagen se potenciaba con la frase que promocionó ese número de la revista en el diario *Clarín*: “Después de tanta violencia irracional, reencuéntrese con un poco de cordura”.<sup>19</sup> En un contexto en el cual los “grupos de tarea” seguían acechando, *HUM*® los asociaba con la avanzada del sector duro de las Fuerzas Armadas, representado por Harguindeguy quien intentó, sin éxito, impedir la circulación de ese número de la revista.

Tras el golpe palaciego que desplazó a Viola de la presidencia. En medio de la crisis institucional que llevaría al sector duro de las Fuerzas Armadas al poder, *HUM*® publicó por primera vez una caricatura que representaba al “Proceso” como un todo, y ya no a figuras individuales. La caricatura “El naufragio del ‘Proceso’” apelaba a la tradicional metáfora del gobierno o del Estado como un gran navío, en este caso, que naufragaba.<sup>20</sup> Cascioli nuevamente plasmó en una imagen las palabras críticas emitidas por una personalidad pública con una voz más autorizada que *HUM*® frente a las autoridades. Se trataba de una nota publicada por el conservador diario *La Nación* en la cual su autor se refería al viraje de personalidades del periodismo y del espectáculo que se habían caracterizado por apoyar al régimen, pero en ese entonces “han medido la conveniencia de abandonar el barco que suponen cerca

---

<sup>19</sup> *Clarín*, 10/10/1981.

<sup>20</sup> En el barco “El Proceso” estaban los militares Videla, Harguindeguy, Viola, Osvaldo Cacciatore, Armando Lambruschini, Omar Graffigna, Horacio Liendo y Carlos Lacoste; y los más destacados funcionarios del ministerio de economía: Carlos García Martínez, José Martínez de Hoz, Walter Klein y Lorenzo Sigaut. *HUM*® n° 73, 1981. Para un análisis pormenorizado de esta imagen, véase BURKART, Mara y Lautaro COSSIA: “El naufragio del Proceso: representación política de la dictadura en la revista *Humor Registrado* (1982-1983)” Revista *Question*, n° 25, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, verano 2010. [www.perio.unlp.edu.ar/question](http://www.perio.unlp.edu.ar/question)

del naufragio”.<sup>21</sup> La imagen de Cascioli es más potente, eficaz y memorable que las palabras del periodista de *La Nación*. El “naufragio del Proceso” era el fracaso del proyecto de transformación radical, excluyente, autoritaria y violenta de la sociedad argentina que las Fuerzas Armadas en alianza con la tecnocracia liberal intentaron imponer desde marzo de 1976. Estaban quienes se hundían con él y quienes “abandonaban el barco”, como era el caso de la actriz y presentadora televisiva Mirtha Legrand y el ex integrante de la Junta Militar, el almirante Emilio Massera. El “Proceso” naufragaba en un mar embravecido: las voces sociales discordantes, que ya no embrionarias como en 1978, más bien precipitaban el naufragio a la vez que auguraban el renacer de la sociedad civil. [Figura 2]

Desde fines de 1981, las caricaturas de las principales autoridades militares fueron constantes en la tapa de *HUM®* reduciéndose la cantidad de aquellas dedicadas a la crítica cultural y económica. También desaparecieron las caricaturas de los dirigentes políticos, éstos dejaron de ser blanco de su sátira. La sucesión de caricaturas de militares contribuyó a socavar la legitimidad de éstos como actores políticos. En ellas, los militares fueron denigrados, expuestos en las contradicciones en las que incurrían y en las mentiras que decían a la vez que desenmascarados en sus verdaderas intenciones. La pluma de Cascioli se convirtió en un arma contra esas autoridades militares que se resistían a abandonar el poder.

---

<sup>21</sup> *La Nación*, 28/11/1981.



Figura 2 - HUMOR nº 73, dic.81

En *O Pasquim* fueron pocas las autoridades militares caricaturizadas. El blanco más frecuente fue el presidente *de facto* João Figueiredo, pero no escapó a la

mordaz pluma de los humoristas, su antecesor, Ernesto Geisel. Este último fue representado como un viejo pastor que arriaba lobos que se hacían pasar por corderos. Este desenmascaramiento aludía al hecho de que Geisel, cuando había asumido, había prometido la liberalización del régimen pero lo cierto era que nada de eso había sucedido. Geisel o Figueiredo podían aparecer caricaturizados solos o junto a otros integrantes del gobierno, sin embargo, en *O Pasquim*, a diferencia de *HUM®*, no ofreció una representación satírica de la dictadura militar como un todo ni de las Fuerzas Armadas como la institución. En este sentido, se podría decir que las caricaturas de *HUM®* expresaron un sentimiento antimilitar más fuerte que *O Pasquim*, que se limitó a criticar las acciones de gobierno.

João Figueiredo tenía cargo avanzar en la lenta y gradual transición democrática pero su frase “Cheiro de cavalo é melhor (do que o do povo)” dejó en evidencia con qué espíritu estaba dispuesto a cumplir tal proyecto. La frase y su predilección por dicho animal inspiraron múltiples chistes a lo largo de su presidencia cuya reiterada publicación fue un modo de recordarles a sus lectores el desprecio que el mandatario tenía por el pueblo o por quienes consideraba sus subordinados. Por ejemplo, en un *cartoon* de Agner, Figueiredo aspiraba “odor de cavalo” con una máscara de gas antes de tener contacto con el “pueblo”.<sup>22</sup>

Figueiredo se caracterizó por su verbosidad y por no medir las consecuencias de sus palabras, como

---

<sup>22</sup> *O Pasquim* n° 479, 1978.

cuando dijo “Sou pelas Diretas”, en relación al reclamo por elecciones directas a presidente, en el clima de fuerte movilización social generado el movimiento *Diretas, ja!*. Inmediatamente, la prensa dio la noticia y *O Pasquim* anunció en su portada: “Inédito. *O Pasquim* apóia o governo federal” y un suplicante Figueiredo, con lágrimas en los ojos, le rogaba a Sig: “Por favor” Não me apóie! Não me comprometa!”.<sup>23</sup> En el siguiente número, tras la desmentida del mandatario, *O Pasquim* mostraba a un serio y circunspecto Figueiredo decir: “...Não era bem isso...” y, a un costado, Mário Juruna comentaba: homen branco também se atrapalha com língua...”.<sup>24</sup> La diferencia estilística entre una y otra caricatura potenciaban la sátira. En el primer caso, el estilo esquemático y redondeado de Jaguar permitía cierta empatía con el personaje; en cambio, el trazo más figurativo y grotesco de Cavalcante y la rigidez dada a ese cuerpo, la ausencia de cuello y los anteojos oscuros, imponían una distancia que eliminaba cualquier tipo de simpatía. [Figura 3]

## El uso de la caricatura en HUM® y O Pasquim

La imagen cómica en sus diferentes formatos fue central en *O Pasquim* y en *HUM®*. No sólo ocupó las portadas de ambas revistas, sino que jugó un papel clave en las luchas simbólicas que cada publicación llevó adelante en el campo político pero también en el cultural y mediático en el cual se insertaron y desplegaron. En

<sup>23</sup> *O Pasquim* n° 751, 1983.

<sup>24</sup> *O Pasquim* n° 752, 1983.



Figura 3 - O PASQUIM Nº 752 - nov.1983

*HUM®*, la caricatura política fue, entre los distintos tipos de imágenes cómicas, el arma predilecta contra los militares y sus aliados civiles. En cambio, en *O Pasquim* este tipo de imágenes ocupó un lugar secundario, y fue el fotomontaje el modo elegido que tuvo mayor despliegue.

*HUM*® recuperó una larga y rica tradición de retrato caricaturesco que estaba muy vigente en Argentina; en cambio, *O Pasquim* no tenía en su pasado cercano un antecedente similar. El lugar secundario y el poco espacio que tuvo el retrato caricaturesco en esta revista se explica por esa falta de antecedentes y experiencias directas previas pero también por los largos años de censura previa que sufrió la cultura brasileña, que impidieron el despliegue de este tipo de arte en la prensa gráfica. Recién en 1978, se dieron las condiciones políticas para incorporar este tipo de imágenes a los contenidos de la revista y éstas se sumaban a un contrato de lectura que se había definido hacía casi diez años.

No obstante, una vez incorporada, la caricatura política de *O Pasquim* careció del tratamiento estético y la calidad gráfica que caracterizaron a la de *HUM*®. El desarrollo de la caricatura en cada publicación implicó una relación distinta entre texto e imagen. En *HUM*®, la imagen más que el texto era la que transmitía el mensaje y expresaba la comicidad. En cambio, en *O Pasquim*, por lo general, la caricatura formaba parte del chiste gráfico o *cartoon*, en el cual el texto era el que contenía la comicidad. Otra diferencia concierne al estilo de los humoristas, la pluma de Cascioli se caracterizó por el uso del grotesco desde un trazo figurativo, con trazos bien definidos, apelando a los detalles y a intensos colores. En *O Pasquim*, Reinaldo, Mariano y Jaguar tenían un trazo más esquemático, redondeado y de extrema simplificación, y el uso del color no fue un aporte significativo a la hora de definir la potencia de la imagen.

En *HUM®*, la caricatura tuvo un uso estratégico aunque sujeto a la práctica de ensayo y error con la cual la revista fue adquiriendo sus características específicas y definiendo su contrato de lectura. En otras palabras, si bien el devenir de la revista no siguió un plan preestablecido, la caricatura política de tapa siempre fue central y constituyó una instancia, mas no la única, a través de la cual *HUM®* fue empujando y ampliando los umbrales del campo de lo visible y lo decible bajo la dictadura militar. En *O Pasquim* el papel de la caricatura fue más modesto y menos estratégico, lo cual no significa que en su momento esas imágenes hayan sido menos eficaces.

En las imágenes cómicas de ambas publicaciones quedaron plasmadas las luchas por la representación de cada coyuntura. En el caso argentino, claramente la caricatura política se convirtió en un elemento central y estratégico en lucha antidictatorial y antimilitar; en *O Pasquim* fue un elemento más entre otros, pero también expresaron su oposición a las políticas de la dictadura militar. En todo caso, en *O Pasquim* la lucha antidictatorial plasmada en las imágenes no implicó una lucha antimilitar tan fuerte como en Argentina. En Argentina, la centralidad y potencia de la caricatura política contribuyó al éxito de *HUM®* y al papel de ésta en la erosión de la legitimidad de las Fuerzas Armadas como actor político.

