

# EL «SENTIDO COMÚN VISUAL» SOBRE EL MERCOSUR Y LA IZQUIERDA DESDE EL HUMOR POLÍTICO

## THE «VISUAL COMMON SENSE» ON THE MERCOSUR AND THE LEFT FROM THE POLITICAL HUMOR

Por **Willian Jesús Campo Quintero**

[willian.campo@gmail.com](mailto:willian.campo@gmail.com)

[orcid.org/0000-0003-1734-8807](http://orcid.org/0000-0003-1734-8807)

**RECIBIDO 07-07-2015**  
**ACEPTADO 09-10-2015**

Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción  
Paraguay

### RESUMEN

El artículo analiza el conflicto diplomático entre Paraguay y el mercosur, suscitado en 2012, desde el humor político del diario *ABC Color*. El análisis se centra en cuatro caricaturas que guardan continuidades representativas en la construcción de sentido y en sus trazos estilísticos, correspondientes a mayo y a junio de 2013, y a febrero de 2014. Se observa que el humor gráfico refuerza la posición institucional del diario frente al conflicto diplomático, valiéndose del chiste hostil, tendencioso, estereotípico, de aparición recurrente y sistemática; asimismo, contribuye a posicionar un «sentido común visual», respecto a los representantes de la izquierda política y a las relaciones del Paraguay con el MERCOSUR, en los niveles político e ideológico.

### PALABRAS CLAVE

sentido común visual, humor político, caricaturas, diarios

### ABSTRACT

The article analyzes the diplomatic conflict between Paraguay and the mercosur, raised in 2012, seen from the political humor of the diary *ABC Color*. Four cartoons were selected that reflect continuities in the «construction of meaning» and in its stylistic lines, corresponding to May and June, 2013, and to February, 2014. It is observed that humor strengthens the institutional position of *ABC Color* about the diplomatic conflict, using the hostile and tendentious joke, stereotypical, recurrent and systematic; also serves the purpose of positioning a «visual sense» regarding the representatives of the political left and relations of Paraguay with MERCOSUR at the political and ideological levels.

### KEYWORDS

visual common sense, political humor, cartoons, newspaper



# EL «SENTIDO COMÚN VISUAL» SOBRE EL MERCOSUR Y LA IZQUIERDA DESDE EL HÚMOR POLÍTICO

Por Willian Jesús Campo Quintero

Tiempo atrás, la comicidad y el humor no despertaban interés científico social, en tanto se los consideraba objetos marginales. No obstante, en la actual coyuntura del conocimiento, este tipo de fenómenos psico-socio-semióticos generan interrogantes de la más candente centralidad (Abril, 1991), en un mundo tan amplio como el de la comunicación. Nada más humano que la risa y el humor, como ingredientes de la vida cotidiana. Al ser una expresión humana, producto de lo propiamente humano, Henri Bergson (1985) alude, implícitamente, al humor como parte de la construcción social de sentido, porque la risa no puede darse al margen de lo social, de la complicidad de grupo. Es muy poco probable que un evento pueda generar placer e hilaridad entre interlocutores, si no existen códigos comunes y complicidad entre ellos.

Fuera de lo propiamente *humano*, no hay nada cómico. Un paisaje podrá ser bello, sublime, insignificante o feo, pero nunca ridículo. Si reímos a la vista de un animal, será por haber sorprendido en él una actitud o una expresión humana. [...] Cualquier cosa inanimada que produce risa será, necesariamente, por su relación de semejanza con el hombre. Por la marca impresa por el hombre o por el uso hecho por el hombre (Bergson, 1985: 12).

Dado que el mundo que nos rodea es demasiado grande como para acceder a toda la información disponible, los medios de comunicación se han convertido en las principales fuentes de creación de imágenes del mundo exterior en nuestras mentes (Lippmann, [1922] 1998). A través del trabajo de mediación (selección, creación, tratamiento y difusión pública) de informaciones que realizan, podemos tener contacto con acontecimientos y con temas –además de formarnos una opinión sobre ellos– que, de otra manera, nos serían ajenos.

En el diario *ABC Color*, el de mayor tirada en el Paraguay, hay un apartado llamado «Ñembeguepe» (que en guaraní significa ‘en voz baja’, o ‘aquí entre nos’) que, en broma y en serio, aborda diversos hechos de la vida política nacional e internacional, en una especie de chisme de corrillo. En este espacio la noticia es sustituida por el rumor, que va acompañado de una caricatura, generalmente, humorística.

La tradición que ha construido este medio a lo largo de los años lo convierte en una tribuna privilegiada de información y de opinión. Es parte de su capital simbólico. De allí que incluso el rumor y el comentario de pasillo sean seguidos por sus lectores. Pierre Bourdieu (1987) denomina capital simbólico al poder de autoridad y/o de reconocimiento que un grupo otorga a un agente social para imponer o para tratar de imponer una cierta visión de mundo. Se trata de una autoridad que sostiene la eficacia performativa del discurso y que permite imponerse frente a todos y en nombre de todos. Esa autoridad la otorga el prestigio, la reputación, la tradición, la fama, el crédito, la notoriedad, la honorabilidad, el buen gusto, etc. (Bourdieu, 1987).

Como máximo, el lenguaje se limita a *representar esta autoridad*, la manifiesta, la simboliza: en todos los discursos de institución, es decir, de la palabra oficial de un portavoz autorizado, que se expresa en situación solemne con una autoridad cuyos límites coinciden con los de la delegación de la institución, hay siempre una retórica característica. Las características estilísticas del lenguaje de los sacerdotes y de los profesores, y en general, de todas las instituciones, características tales como la rutinización, la estereotipización y la neutralización, proceden de la posición que ocupan en un campo de competencia esos depositarios de una autoridad delegada (Bourdieu, 1987: 69).

*ABC Color* es un diario conservador, con un agudo discurso nacionalista y de tendencia antizquierdista y anticomunista. Esto se observa al realizar el seguimiento del tratamiento agresivo que da a ciertos temas en sus editoriales, en sus secciones de opinión y en algunos contenidos informativos. Los partidos políticos, en general, y las organizaciones de izquierda, en particular, han sido blanco permanente de estos ataques y no se han quedado al margen los países de la región que son gobernados por presidentes ubicados en el ala izquierda de los matices ideológicos. En especial, después del conflicto diplomático ocurrido en 2012, que ocasionó que el Paraguay fuera objeto de sanciones por parte de los demás países de la región; incluso aunque, años atrás, el mismo *ABC Color* acompañó, y en algunos casos hasta sugirió en sus editoriales, la necesidad de «deshacerse» del entonces presidente Fernando Lugo,<sup>1</sup> por omitir un supuesto peligro de guerra con Bolivia.

En el contexto institucional del diario más influyente en la agenda política del país y de mayor tradición se sitúa el humor gráfico de Ñembeguepe, a cargo del dibujante Caló, Carlos Sosa Sanabria, que es responsable de este espacio y de otras secciones del diario. En el caso analizado, la sección Ñembeguepe expresa con imágenes y con opiniones el conflicto del Paraguay con el MERCOSUR. De aquí surgieron las siguientes preguntas de investigación: ¿Qué nos muestran esas imágenes del conflicto y cómo lo hacen? ¿Qué personajes aparecen apreciados y despreciados? ¿Qué nos dejan ver, qué nos ocultan? ¿Cuáles son sus estrategias?

## MÉTODO Y TIPO DE ANÁLISIS

Entre junio de 2012 y abril de 2014 se publicaron en la sección Ñembeguepe del diario *ABC Color* caricaturas recurrentes sobre el conflicto diplomático entre Paraguay y el MERCOSUR, suscitado por la destitución del entonces presidente Fernando Lugo, las sanciones impuestas al Paraguay a raíz de esto y la entrada de Venezuela al MERCOSUR, sin el visto bueno del congreso paraguayo.

En el período de seguimiento, comprendido entre el 20 de abril de 2013 (día de las elecciones generales en el Paraguay) y el 20 de abril de 2014, el diario publicó 30 caricaturas relacionadas con el conflicto diplomático, de las cuales se seleccionaron cuatro, atendiendo a los siguientes criterios:

- Imágenes que aluden, exclusivamente, al conflicto y donde son protagonistas los presidentes y los expresidentes de los cinco países.
- Imágenes que abordan con mayor agudeza sarcástica las relaciones entre la izquierda paraguaya y el MERCOSUR.
- Imágenes que son recurrentes en sus sesgos y en sus trazos estilísticos.

A partir de este muestreo intencional y opinático, se seleccionaron como parte del corpus analítico las imágenes correspondientes a las ediciones del 5 de mayo, el 16 y el 30 de junio de 2013, y del 16 de febrero de 2014. Las caricaturas escogidas guardan continuidades representativas en la «construcción de sentido» y en sus trazos estilísticos, aun siendo de periodos diferentes, razón que afianza aún más el hecho de su selección.

El análisis se plantea dentro del paradigma hermenéutico o interpretativo que define el análisis de la acción humana como una ciencia interpretativa en busca de sentido (Geertz, 1983) y cuyo elemento común es el rol que juegan el lenguaje y otros sistemas de signos en la construcción de la realidad social (Alasuutari, 1995, Sautu, 2005; Blumer, 1969). Esta realidad es «reconstruida» a partir del análisis exhaustivo de lenguajes, de discursos y de habla, es decir, como objetos en sí mismos de investigación y no solo como medios de transmisión o de reproducción (Sautu, 2005). En este caso, desde la sociosemiótica (Verón, 1993, 1987), el análisis crítico del discurso (Van Dijk, 1996), y las disputas culturales, los imaginarios y la cultura visual (Caggiano, 2012), que permiten analizar objetos cuyo propósito es reproducir ideas, valores, e ideologías.

## FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Identificar la comicidad del mensaje de las caricaturas seleccionadas en relación con el MERCOSUR es, en primera instancia, ser capaces de identificar que en ellas hay códigos comunes que son entendidos por un público. Porque los códigos del humor, antes que humorísticos, son códigos compartidos socialmente. Es sobre esta base de sentido común visual sobre

la que operan los dibujos y las caricaturas de la prensa escrita, sintetizando y expresando valores y creencias generales, al ritmo cotidiano de los acontecimientos (Caggiano, 2012).

### LA NOCIÓN DE CARICATURA (DIBUJO HUMORÍSTICO)

En el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española hay dos acepciones para el término caricatura: «Dibujo satírico en que se deforman las facciones y el aspecto de alguien», y «Obra de arte que ridiculiza o toma en broma el modelo que tiene por objeto» (DRAE, 2014: en línea). Otras acepciones, como la propuesta por Carlos Abreu (2001, Meléndez, 2005: 106), definen caricatura como un género que comprende modalidades como el chiste gráfico, el dibujo de humor y el dibujo satírico. La caricatura suele estar presente en el humor gráfico porque viene definida por la deformación de personajes y de objetos, con el propósito de generar efectos grotescos y de ridiculizar acontecimientos o actuaciones. De esta manera, asumimos para este trabajo que cualquier dibujo que utilice la deformación de facciones de personajes o de objetos, con el propósito de ridiculizarlos y de generar efectos grotescos, es, necesariamente, una caricatura, en alguna de sus variantes.

En términos semióticos, los signos que constituyen las caricaturas seleccionadas muestran trazos que permiten relacionar a los dibujos con sus personajes reales, lo que Charles Peirce (1974) denomina la relación del representamen (signo) con el objeto al cual alude y lo conecta con la realidad; el objeto dinámico. En las caricaturas seleccionadas hay un acercamiento, porque la figura aún es identificable, pero, a la vez, existe un alejamiento, en el momento en el que estas son exageradas y descontextualizadas.

Asimismo, dentro de los niveles de iconicidad que estudiosos de la teoría de la imagen atribuyen a las diferentes formas de representación icónica, que van del nivel 11, asignado a la imagen natural, al nivel 1, correspondiente a la representación no figurativa o abstracta, en la escala de Villafañe (2006), las caricaturas se ubican en el nivel 5, que compete a la representación figurativa no realista. Aquella donde aún se produce la identificación del objeto, pero cuyas relaciones espaciales están alteradas (acentuadas, exageradas, descontextualizadas). Esto significa que los objetos representados son identificables, pero con parámetros que no corresponden a las características de su imagen natural.

En lo cómico intervienen, como mínimo, dos personas, la que elabora la comicidad y la persona o el objeto de la comicidad. La exageración de los elementos constitutivos (pérdida de las relaciones dimensionales persona-cuerpo-imagen) de un cuerpo para producir comicidad, es una de las características principales del humor gráfico en la caricatura.

Toda representación del ser humano, como representación del cuerpo, es obtenida de la aparición. Trata de un ser que solo puede ser representado en la apariencia. Muestra lo que el ser humano es en una imagen que lo hace aparecer. Y, por otro lado, la imagen realiza esto en sustitución de un cuerpo. El cuerpo es en sí mismo una imagen desde antes de ser imitado en imágenes. La copia no es aquello que afirma ser, es decir, *reproducción* del cuerpo. En realidad, es *producción* de una imagen del cuerpo que ya está dada de antemano en la autorepresentación del cuerpo. No es posible descomponer el triángulo

persona-cuerpo-imagen si no se quieren perder las relaciones dimensionales entre los tres elementos (Belting, 2007, Caggiano, 2012: 54).

La pérdida de relaciones entre estos tres elementos se hace más enfática en la caricatura cuando se suman recursos literarios como el sarcasmo, la ironía y la sátira, aplicados al discurso visual humorístico.

## EL HUMOR GRÁFICO COMO DISCURSO

El humor es un fenómeno social complejo e históricamente determinado que amerita abordajes multidisciplinares, desde campos tan diversos como la antropología, la sociología, la semiótica, el análisis semántico, la lingüística, el análisis del discurso, entre otros. El concepto de humor, y de humor gráfico, en particular, resulta bastante amplio de definir, porque podría incluir desde un cómic (historieta), hasta una caricatura que encabeza una sección de periódico o de revista, la una ilustración de un artículo, etcétera.

En la edad Media, la comicidad solo se circunscribía al límite de las fiestas populares; entre ellas, el carnaval. La risa era su mayor forma de expresión; era la que rompía convenciones, la que permitía obtener victorias sobre el miedo, no solo sobre el miedo a los horrores del más allá, sino sobre los miedos que produce el poder terrenal de los monarcas, la aristocracia, la religión, y las demás fuerzas limitadoras y opresoras. La expresión cómica, la vulgaridad, la bufonería, contribuyeron a debilitar el poder, a la espera de una nueva era de conciencia renacentista (Bajtín, 1987). En el espacio de las fiestas, todo lo sagrado, lo espiritual, lo solemne, es parodiado, ridiculizado al nivel más grotesco. Las jerarquías se invierten. Lo sagrado es profanado. En la escena carnavalesca, el poder produce risa. El bufón se convierte en rey y es vilipendiado, ultrajado por el pueblo al nivel de convertirlo en burla (Flores, 2007). De allí la fuerza de las fiestas y, en especial, del carnaval como espacio cómico simbólico.

En la actualidad, el discurso humorístico dispone de una capacidad de burla que con su propio lenguaje puede desafiar las normas y las convenciones sociales que sostienen el poder, y que no serían posibles de trasgredir desde prácticas discursivas más solemnes. En la medida en la que el humor gráfico elabora un estilo, como acto de habla, se hace recurrente, cotidiano y conquista espacios visibles del saber, se hace discurso y, por lo tanto, adquiere poder (Foucault, [1970] 1992). La construcción de ese saber y de ese poder discursivo implica que hay algunas cosas que se priorizan y otras que se dejan de lado; algunas que se refuerzan y que trascienden y otras que desaparecen. Es cuando aflora la ideología a partir del discurso. «Hay muchas maneras discursivas de reforzar o de mitigar las cosas buenas / malas de nosotros / ellos, y de marcar ideológicamente el discurso. En el análisis crítico del discurso (ACD) esta es la teoría más o menos normal» (Van Dijk, 2005: 21).

El mismo ejercicio de priorizar y de instalar, también es un ejercicio de «olvidar» y de excluir o de opacar otras «imágenes» a través de las cuales se explican los acontecimientos históricos. Verón (1993) considera que el «poder» no surge de las relaciones del discurso con sus condiciones de producción, como la ideología, sino de las relaciones del discurso con las condiciones de reconocimiento (sus efectos de sentido) y de las creencias que moviliza dentro de la base de una sociedad. Sin dejar de lado que todo discurso se articula a los procesos

de producción, de circulación y de recepción social. El discurso humorístico construye su «poder» enunciativo a partir de las expectativas no expresadas de parte de los destinatarios y de su contexto, de las cuales el humorista tiene algún conocimiento. Una vez que los destinatarios –que, generalmente, se sienten identificados si comparten sus códigos comunes– las reconocen en la propuesta de humor responden con beneplácito y con risa.

#### HUMOR POLÍTICO, PREJUICIOS Y ESTEREOTIPOS

Si en el lenguaje verbal existen expresiones, generalmente breves, que resumen valores y creencias de una sociedad o de una parte de ella (Caggiano, 2012), el humor gráfico es, ante todo, un ejercicio de síntesis y de condensación de atributos, que, además de producir risa, contribuye a fijar estereotipos y un «sentido común visual» sobre ciertos temas cuando es recurrente y sistemático. Los atributos de humor que «explotan» los dibujos tienen historias y contextos previos, y es por lo cual se refuerza su carácter ideológico y el «sentido común» (carácter dialógico de los textos en el discurso como lo entiende Mijail Bajtin) compartido entre dibujante, medio de comunicación y público.

La imagen que nos hacemos de los otros se relaciona con las categorías a las que los vinculamos. Diremos, por ejemplo, que fulano es alemán, que mengano es negro o judío, que zutano es «zurdo», socialista o reaccionario. Las representaciones colectivas, a menudo superficiales, que se relacionan con estas y con otras categorías, tienen un impacto considerable sobre la identidad social e influyen en el tipo de relaciones que establecen los grupos y sus miembros (Amossy & Pierrot, 2001: 36). En los últimos años, las imágenes que se movilizan a partir de esto y las creencias que las afianzan a nivel social son parte de la preocupación de las ciencias sociales.

Desde su origen, como obra tipográfica (impreso con planchas cuyos caracteres carecen de movimiento y que se puede conservar para nuevos tirajes), la noción de estereotipo ha evolucionado. Con el tiempo, la idea de estereotipo impreso se traspasó a la acepción de rigidez, para asociarla con situaciones que se mantienen inmutables. En ocasiones, incluso, se ha puesto al mismo nivel del concepto de prejuicio. «Estereotipo: prejuicio que es más común pero más peyorativo, y cargado afectivamente» (Amossy & Pierrot, 2001: 38). No obstante, la psicología social se ha preocupado por diferenciar entre la dimensión clasificatoria y la emocional. El estereotipo aparece, entonces, como una creencia, una imagen, una representación relativa a un grupo social y a sus miembros (Amossy & Pierrot, 2001: 39). El prejuicio, en tanto, se puede entender como «una actitud hacia los miembros de un grupo externo en la que predomina la tendencia a la evaluación negativa» (Harding, 1968, Amossy & Pierrot, 2001: 39).

La síntesis visual, propia de la caricatura, que pone de manifiesto la función emotiva, apoya su trabajo en la construcción de estereotipos. Con frecuencia, las mismas deformaciones y las exageraciones sobre eventos y personajes ayudan a disimular los sesgos de los dibujantes. De esta manera, entre más prejuicios tengan los creadores sobre algunos temas o personajes, los estereotipos serán cada vez más negativos, aunque quizás no tan notorios por la licencia deformatoria que ofrecen la caricatura y el texto humorístico como prácticas semiótico-discursivas. Se convierte, entonces, en un «arma» claramente ideológica. Así, en

palabras de Ernst Gombrich, «el dibujante, por desdeñable que sea su calidad artística, tiene más probabilidades de impresionar en una campaña de odio que el orador de masas y el periodista» (1968: 177).

Ridiculizar para generar risa es una estrategia política que ha sido usada por diversos sectores sociales para enfrentar a un poder que a todas luces se ve más fuerte y que es difícil de enfrentar por otros medios. A través de la sátira y de la burla, que ponen en ridículo su «acción, su apariencia o su institucionalidad», se busca debilitarlo desde lo simbólico. En esa búsqueda simbólica de debilidad del poder se genera un valor político, «más educativo que confrontativo» (Flores, 2007: 41).

Como acto de lenguaje históricamente situado, la publicación recurrente y sistemática de dibujos en torno a ciertos temas y personajes es un acto político, puesto que ofrece a los lectores del diario un comentario, una opinión o un pronunciamiento político sostenido por la firma de un autor e inserto en un medio de publicación masiva (Levín, 2013). El espacio Ñembeguepe apunta a tratar temas políticos, a nivel nacional e internacional, en cuanto a personajes, a hechos y a decisiones. Podríamos considerar que su orientación apunta al uso de la caricatura como herramienta de opinión política e ideológica, desde una mirada institucional. Como lo expresa Carlos Sosa Sanabria, dibujante de Ñembeguepe: «Siempre la política es la que te da una gama de posibilidades para explayarte y para criticar, ¿verdad? Porque lo que en 50 páginas no podés decir, lo podés decir en un solo dibujo» (*ABC Color*, 23/11/2011: en línea).

## RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN

La IMAGEN 1, publicada el 5 de mayo de 2013, muestra las caricaturas de los cinco presidentes del MERCOSUR. Horacio Cartes, presidente del Paraguay, con traje (es el único que tiene y que muestra sobriedad), parece pronunciar un regaño hacia los otros presidentes, mientras estos están distraídos con presidente el venezolano, Nicolás Maduro. Este último aparece en medio de las presidentas de Brasil, Dilma Rousseff (con una llave gigante que se supone es la del MERCOSUR), y de la Argentina, Cristina Fernández (que se lima las uñas con actitud desinteresada). Las dos tienen vestidos con base de miriñaque, de colores alusivos a sus países. El de Dilma es lo suficientemente grande como para que puedan caber Maduro, cómodamente sentado, y el texto «MERCOSUR». Las dos presidentas llevan coronas. Sobre la de Dilma está el globo de la bandera de Brasil, que reza «orden y progreso». Sobre la cabeza de Maduro, aparece, silbando, un pájaro con cabeza de Hugo Chávez. El presidente José Mujica, del Uruguay, está vestido de bufón y parece interpretar un número de comedia. El expresidente del Paraguay, Fernando Lugo, aparece sentado en el piso, en forma de lustrabotas salivoso, limpiando lo que podría ser un pie de Dilma Rousseff, que no tiene forma humana.



Todo hace suponer que la política prepotente que siguen estos gobiernos vecinos, alimentados por un cordón ideológico con el solo objeto de perpetuarse en el poder, no va a cambiar. Con sus calumnias, pretenderán extorsionar al próximo gobierno hasta quebrarlo y convertirlo en su perro faldero. Habrá que ver hasta dónde llegarán con su intromisión en nuestros asuntos internos. Lo peor es que tienen legionarios locales que les siguen la corriente.

El texto que acompaña, o que complementa, la caricatura, exalta la posición de la cancillería paraguaya al votar ante la ONU por otro candidato que no sea el de Brasil. Utiliza la expresión despectiva «imperio bandeirante»<sup>3</sup> para dirigirse a Brasil. También se queja de las declaraciones de un político brasileño sobre la decisión de excluir al Paraguay del MERCOSUR, que considera arbitraria, y lo acusa de ser un «marxista esquizofrénico» que odia al país porque el Congreso fue capaz de echar por tierra un supuesto «plan bolivariano» para instalar una marioneta en el gobierno del país (se refiere al juicio a Fernando Lugo). Cierra con vaticinios sobre el futuro, en el que considera que estos países en su afán de imponer una ideología seguirán actuando de la misma manera y no se cansarán hasta doblegar al nuevo gobierno elegido y hacerlo actuar de manera errática. Es decir, no tienen remedio.

La IMAGEN 2, publicada el 16 de junio de 2013, muestra a Nicolás Maduro cayendo en paracaídas sobre un sillón que dice «presidencia» (se supone que es la del MERCOSUR). El paracaídas está hecho con las banderas de los otros países del MERCOSUR: Uruguay, Brasil y Argentina. En la parte inferior izquierda (bastante visible), se muestra un basurero donde están tirados el Tratado de Asunción, que dio vida al MERCOSUR, y la bandera de Paraguay. «Pepe» Mujica (en tamaño pequeño y con la pierna izquierda atada con grillos y con cadenas), Dilma Rousseff (que tiene en las manos dos grandes llaves) y Cristina Fernández (ambas usando vestidos de miriñaque, con los colores de las banderas de sus respectivos países), aplauden, muy entusiasmados, a Maduro, mientras cae sobre ellos un paracaídas con los colores de la bandera venezolana, con un maletín cargado de billetes que salen por los costados. En la parte externa del maletín se puede leer «De los venezolanos». Completa la escena un pajarito con la cabeza de Hugo Chávez, que observa al grupo mientras vuela y canta (según la nota gráfica musical).

La caricatura es acompañada de textos que, por su literalidad, posiblemente hayan sido inspiración del dibujo.

Imagen 2: ABC Color,  
16 de junio de 2013<sup>4</sup>



Como si fuésemos perritos falderos al llamado de su dueño (como dijo el excanciller Ramírez Boettner), los gorilas del Mercosur quieren forzar al Paraguay a aceptar su política de prepotencia y de hechos consumados. No aceptan que Venezuela entró por la ventana. Es más, le van a dar la presidencia pro t mpore del Mercosur a Maduro. Qué otra cosa se puede esperar de estos gobernantes iluminados, embriagados de poder y de petrodólares.

El vicepresidente uruguayo, Astori, anunció que todos los presidentes del Mercosur estarán presentes el 15 de agosto para la asunción de Cartes. Mujica tendrá la brillante oportunidad de explicar al nuevo jefe de Estado qué quiso decir hace un año cuando afirmó que el «golpe» contra Lugo se originó en el «narcocoloradismo». También podrá aclarar si lo político sigue primando sobre lo jurídico en las relaciones internacionales.

Qué puede ser lo cómico que puede tener esta caricatura. Esencialmente, su capacidad de condensar hechos e ideas en una sola imagen, mediante las metáforas y las hipérboles que establece. Sugiere y afianza que estos gobernantes reciben dinero del gobierno de Maduro, que utiliza los fondos públicos venezolanos para financiar a los tres países del bloque. Que la decisión del ingreso de Venezuela sin la aprobación de Paraguay es ilegal, al igual que la presidencia pro tempore del MERCOSUR en manos de Venezuela. Que el Tratado de Asunción y el miembro del bloque Paraguay fueron arrojados al tacho de la basura. También da por hecho

que el bloque está preso de Venezuela, mediante los grillos y la cadena que atan a Mujica. A esto se suma un elemento común a todas las viñetas seleccionadas: el pajarito de Chávez.

En cuanto a la relación imagen texto, la fuerza de la imagen es imponente al lado del texto. La síntesis visual que incorpora elementos caricaturescos y exagerados realza lo que menciona el texto. Mostrar en la misma escena lo que se hizo con el Tratado de Asunción y con el Paraguay y los rostros burlescos de los mandatarios, que, además, «usan» dinero ajeno, apunta a generar indignación en el espectador, mediante la concentración de detalles que resultan tendenciosos.

La IMAGEN 3, publicada el 30 de junio de 2013, muestra a Maduro, que aparece con el cuerpo de un mono, vestido con la bandera de Venezuela, y ea mismo pájaro con cara de Hugo Chávez, silbando y posado sobre su cabeza. Cristina Fernández y Dilma Rousseff aparecen, nuevamente, con vestidos con miriñaque y de colores alusivos a sus países y sendas coronas. En el caso de Dilma, a la corona se le suma el trofeo de la Copa del Mundo de fútbol y un cayado largo en forma de serpiente. También aparecen, con cuerpo de borrego, las caras de José Mujica, como oveja blanca y mansa, y la de Horacio Cartes, como oveja negra que se sale del rebaño. Cartes es el único que posee banda presidencial. Dilma parece indicarle al presidente del Paraguay que vuelva al rebaño y que sea como el de Uruguay. También aparece el documento del Tratado del MERCOSUR (Asunción) y la bandera del Paraguay, rota, en tamaño pequeño dentro de un basurero ubicado en la parte inferior derecha (que es el mismo que aparece en otras caricaturas similares del autor y en la misma sección del diario).

Imagen 3: ABC Color,  
30 de junio de 2013<sup>5</sup>



La postura paraguaya saca de sus casillas a nuestros controvertidos socios del Mercosur que a toda costa quieren imponer como una religión su ideología bolivariana trasnochada. No creyeron que les iba a salir una oveja negra en el rebaño. La prensa argentina comentó que el gobierno de la petulante viuda se opone a que Paraguay ocupe la presidencia pro t mpore del bloque, en similar posición de su camarada bandelirante.

Tanto tiempo transcurrido después de la tragedia de la Triple Alianza, reaparecen gobernantes iluminados que con su impredecible conducta provocan solo división e intolerancia en el vecindario y entre sus propios compatriotas.

Con poses y propaganda irradian hipocresía. Al Paraguay ya no le conviene insistir con el Mercosur. Solo le cabe esperar que retornen estadistas –como ellos tuvieron en el pasado– que actúen en función de los intereses de sus países y de la región y no de sus caprichos imperialistas.

El texto refuerza las ideas de la caricatura. Insiste en expresiones como la «petulante viuda», en referencia a Cristina Fernández, y su «camarada bandeirante», en alusión a Dilma Rousseff.

La IMAGEN 4, publicada el 16 de febrero de 2014, muestra a Nicolás Maduro, a Fernando Lugo y a la senadora Esperanza Martínez, compañeros en el grupo político Frente Guazú; además de un pequeño grupo de gatos que usan boinas rojas con estrella, un pájaro que silba, posado sobre el espaldar del sillón, también con boina roja (esta vez no tiene la cara de Hugo Chávez, pero se supone que es él, por continuidad de la saga gráfica); y atrás una manifestación (se supone que es en Venezuela, porque está su bandera), donde encapuchados apalean a un individuo, mientras la policía dispara para otro lado.

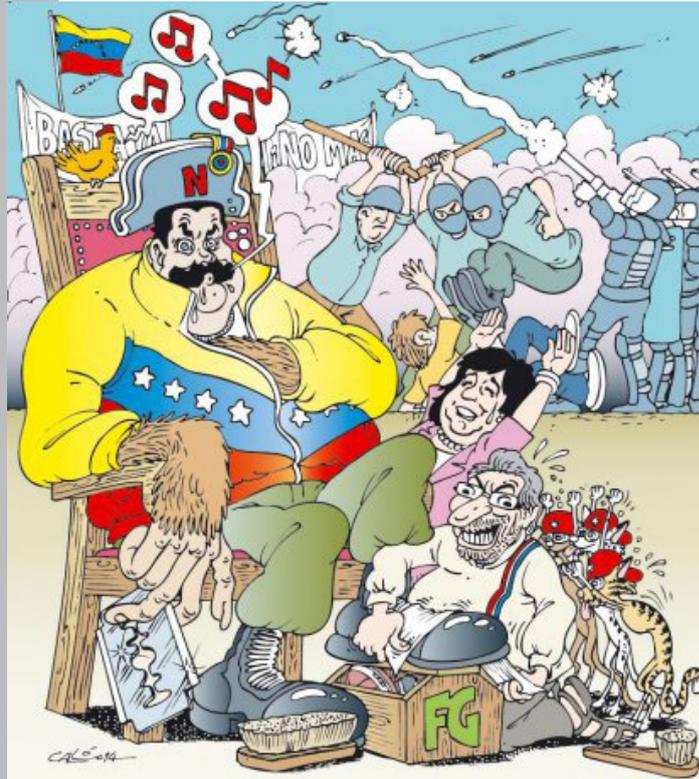
La caricatura sintetiza, bastante bien, la carga de sentido en cada uno de los personajes. Maduro, por ejemplo, es representado con cuerpo grande, de gorila, ojos desorbitados, un gorro al estilo Napoleón Bonaparte, botas militares y una chaqueta deportiva con los colores de la bandera venezolana. Está sentado en una especie de trono de madera, silbando, mientras hace caso omiso de lo que pasa detrás suyo. En la mano tiene una cuchilla de afeitar de gran tamaño.

Las botas militares connotan el corte autoritario que los opositores le atribuyen a su gobierno. El gorro napoleónico y los ojos desorbitados sugieren «locura» o deficiencia mental. La cuchilla gigante hace alusión a la conocida expresión popular «más peligroso que un mono con Gillette». El pájaro con boina roja se supone que es el espíritu de Chávez, dado que Maduro en algún momento dijo que Hugo Chávez se le apareció en forma de «pajarito», lo cual lo convirtió en blanco de burlas por parte de la oposición. Tanto Maduro como el pajarito silban al unísono, lo que sugiere que Maduro es la extensión de Chávez.

A los senadores Fernando Lugo y Esperanza Martínez se los muestra en un tamaño de cuerpo bastante menor al de Maduro, y rendidos a sus pies. Ella hace loas a Maduro mientras Lugo limpia, con esmero, las botas gigantes del presidente venezolano. Detrás, tres gatos

con boina roja y estrellitas aparentan «hacer hurras». Esta última representación sugiere aquella expresión de «son sólo unos pocos gatos locos», con la que los sectores más poderosos del Paraguay tratan de minimizar a la izquierda en cuanto a su representación popular. También es una constante en *ABC Color*, cuando se trata de cuantificar o de dimensionar las manifestaciones públicas de la izquierda política.

Imagen 4: *ABC Color*,  
16 de febrero de 2014<sup>6</sup>



Sorprende que el «hiperactivo» exobispo y los «cerebrales» miembros de su primer anillo, el exwalkitoquero Richer, Esperanza,

Canese, Carrillo y sus miles de seguidores, no estén presentes ya en Venezuela, a la orden del camarada Maduro, para arremeter contra los «fascistas-golpistas» que salieron a las calles de Caracas «para derrocarlo».

Lo máximo que hicieron fue ir tímidamente a tocar la puerta del embajador bolivariano en Asunción el viernes, para transmitirle «solidaridad en la distancia» con el jefe. Qué contraste con la actitud de Maduro quien vino al Palacio de López a arengar a la cúpula militar para desobedecer al Congreso y para reinstalar a Lugo en el poder. Conste que la eventual caída del venezolano terminará de desinflar como globito de carnaval el incubo bolivariano Paraguay.

El texto, además de criticar, gratuitamente, al grupo político del Frente Guazú, llama la atención, una vez más, sobre lo ocurrido en junio de 2012 y acusa a Maduro de arengar a la cúpula militar para desobedecer al Congreso (algo que, según videos de circuito cerrado, nunca ocurrió). La reiteración de este acontecimiento es frecuente en el espacio. También sugiere que el partido de izquierda Frente Guazú tiene doble moral o es incoherente al dar la espalda a lo que pasa en Venezuela, e insiste en que tiene pocos seguidores, al hacer un comentario irónico textual como el de «miiiles de seguidores».

## DISCUSIÓN

Las cuatro caricaturas analizadas recuperan, en particular, dos incidentes que tuvieron gran repercusión mediática y que aquí se mezclan en la construcción discursiva. El primero, una anécdota jocosa y hasta ridícula: la alusión al pajarito de Chávez, presente en tres de ellas. El segundo, grave y polémico en términos democráticos: el conflicto con el MERCOSUR, que fue percibido como una afrenta a la dignidad del país, por una parte de la sociedad paraguaya que condenó las sanciones al Paraguay y que apoyó la destitución del gobierno de Fernando Lugo. No obstante, hubo otra parte de la sociedad que condenó la destitución de Fernando Lugo y que apoyó, plenamente, las sanciones al gobierno que lo reemplazó.

El primer caso recupera un relato del presidente Nicolás Maduro, durante un conversatorio en una población del Estado Barinas, en plena campaña electoral, en el que manifestó que en una capilla se le apareció un pajarito que cantó y que revoloteó sobre él, y que sintió que era el espíritu de Chávez que les había dado su bendición para iniciar la batalla electoral. Desde ese momento, el episodio cobró fuerza de avalancha y llenó páginas enteras, noticieros, programas de televisión, en Venezuela y en otros países del mundo, convirtiéndose, literalmente, en una «caricatura sin desperdicio», no ausente cuando se trata de arremeter contra el gobierno de Maduro y sus seguidores, y de descalificar sus propuestas, sus acciones, su capacidad intelectual y su ideología. Pese a esto, o, tal vez, a raíz de estas reacciones, Maduro continuó utilizando esta figura en varios de sus discursos.

En el segundo caso, las caricaturas aluden al conflicto diplomático ocurrido en julio de 2012, cuando el MERCOSUR se pronunció en pleno, igual que la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR), respecto al juicio político que se le siguió al entonces presidente Fernando Lugo, que no dispuso de las mínimas garantías de defensa. Ese hecho incluyó una visita urgente de cancilleres de UNASUR a Asunción, durante el sonado juicio político, para intentar que se reviera la situación, por las consecuencias que podría tener para el país. Al no obtener resultados la visita, y al darse la destitución, se produjeron sanciones inmediatas al Paraguay, que solo fueron levantadas después de la elección de Horacio Cartes como presidente de la república, en abril de 2013. Las caricaturas se centran en este conflicto.

A estos grandes «detonadores de humor y de indignación» se suman detalles grotescos que agudizan la mordacidad con la que se plantea la crítica. La representación de Maduro con cuerpo de gorila corresponde, por caso, a utilizar una expresión racista y «estigmatizadora» que le fue adjudicada por parte de sus detractores, tal vez como herencia de su predecesor, Hugo Chávez. La expresión «gorila»<sup>7</sup> se atribuye, en algunos casos, al racismo de la oposición

y de los gobernantes estadounidenses, utilizada para referirse al expresidente Chávez, por ser un hombre de tez morena y por cometer exabruptos en público, además del odio que les generaba. *ABC Color* utilizó reiteradas veces el término «gorila»<sup>8</sup> en sus editoriales,<sup>9</sup> de tal manera que la caricatura lo que hace es graficar y reiterar la opinión editorial. Desde allí hay quienes han retomado el insulto para dirigirlo sobre Maduro, como quien, además de heredar un gobierno y un proceso político, hereda, también, un apodo y un estigma. Tal fuerza agarró el remoquete que, incluso, Vicente Fox, expresidente mexicano, utilizó el término para referirse, despectivamente, al presidente venezolano en unas declaraciones en marzo de 2014.<sup>10</sup>

En las caricaturas analizadas, la aversión que despierta el presidente Maduro en la oposición de su país, y en los grupos afines en otros países, se suma a la representación que se hace de los demás presidentes y expresidentes del MERCOSUR. Los muestran como marionetas que bailan al ritmo que les imponga el presidente venezolano. Se los mostraba de esta manera con Chávez, y también con Maduro. Se insinúa, de manera cruda y permanente, que el ritmo lo impone el dinero venezolano [imagen 2] y que, por tal razón, responden a la voluntad de Maduro, quien, a su vez, responde a la voluntad de Chávez, a través del pajarito que le dicta sus instrucciones.

En estas imágenes también convergen dos aspectos que aluden a las «rupturas disyuntivas» de las que habla Edgar Morín (1970, Caggiano, 2012), a través de elementos incompatibles según la secuencia de dibujos. Por ejemplo, según las caricaturas analizadas, se sugiere que el MERCOSUR, encabezado por los presidentes de Argentina, de Brasil, de Uruguay y de Venezuela, no tiene sintonía con el Paraguay ni con su presidente. A los mandatarios de los países miembros, con excepción de Paraguay, se los muestra girando en torno a Maduro. Mostrar al presidente de Paraguay como la oveja negra que se sale del corral, porque no acompaña las acciones de los demás presidentes, a los que se muestra como bufones y obsecuentes del régimen venezolano, lo catapulta en forma positiva, contrario a lo que sería el significado habitual de la expresión «oveja negra» (un sarcasmo gráfico). Que Cartes sea ignorado por el grupo de presidentes, embriagados de servidumbre a Maduro y al pajarito Chávez, es el equivalente a dignificar al Paraguay en su institucionalidad y en su soberanía (otro sarcasmo gráfico). En especial, si se considera la manera en la que se representa a los otros presidentes. Una Cristina Fernández egocéntrica, con una corona en la cabeza, preocupada por su apariencia física y despreocupada de otras cosas; con una lima de uñas y un pintalabios siempre a mano. Una Dilma Rousseff liderando la obediencia y el servilismo a Maduro, con detalles como el escudo del Brasil, la Copa del Mundo sobre su cabeza, además de una corona, y las llaves que insinúan la posesión de la entrada al MERCOSUR. Un José Mujica representado como un hombrecito pequeño y complaciente; como una oveja obediente dentro del corral y como un bufón divertido, que es la antítesis del presidente Cartes. En la tercera caricatura [imagen 3], hay un detalle que no pasa inadvertido: en la entrada de un corral aparece un texto que en lugar de decir MERCOSUR, dice «MERCOZUR», en una clara alusión a la expresión peyorativa «zurdo», usada para señalar de forma despectiva y para estigmatizar a quienes se identifican con la izquierda política.

En la última caricatura se condensan, visualmente, dos escenas atemporales para comunicar contradicción (sarcasmo gráfico): una en donde reconocidos políticos paraguayos de izquierda rinden pleitesía al «loco dictadorzuelo»<sup>11</sup> venezolano, mientras dan la espalda a la segunda escena que grafica cómo se reprime a los opositores del gobierno (hay una bandera

venezolana que sugiere el contexto de la escena). Aquí está claramente marcada la disyuntiva, los tres agentes que participan (dibujante, lector, sujetos y acciones representados) y, por supuesto, la posición del diario en relación con ella. Es poner en relación, mediante una estrategia retórica de síntesis visual, la contradicción («incoherencia») en la que el enunciador desea situar a los políticos de izquierda paraguayos respecto de la situación de Venezuela.

Teniendo como referencia el análisis crítico del discurso, estas dicotomías surgen a partir del rol que puede cumplir la prensa como disciplinadora social y como herramienta de construcción y de conservación del poder (Ducrot, 2009), lo que inspira la construcción de los «otros» –los adversarios político-ideológicos– como objetos de burla y como una suerte de «enemigos públicos», utilizando herramientas semiótico-discursivas humorísticas: «Dado que en las ideologías, las relaciones y los intereses de grupo se encuentran en juego, observamos también que ponen de manifiesto una estructura polarizada entre NOSOTROS Y ELLOS» (Van Dijk, 1996: 19).

La «incompatibilidad» entre Paraguay y los demás países del bloque –presentada a través del nosotros / ellos y encarnada en sus presidentes–, se convierte en la disyuntiva expuesta en las tres primeras caricaturas. Una disyuntiva marcada por la burla y por el desprecio hacia un gobierno y hacia un presidente que entró al MERCOSUR sin autorización del Paraguay. Unos países miembros que no solo sancionaron al Paraguay sino que, además, se someten con indignidad a recibir órdenes y dinero de Venezuela. Se considera peligroso un supuesto bolivarianismo al que se identifica como una ideología compartida por los países agresores del Paraguay, debido a las «barbaridades» que este puede generar a nivel local y regional. Estos dibujos y estas expresiones reiteradas sobre los mismos temas plantean un guiño cómplice entre el dibujante y el lector del diario, que comparten una mirada sobre los hechos graficados, en relación con terceros de los cuales se habla; el *prodestinatario*, en términos de Eliseo Verón (1987). Aquí las caricaturas, como huellas, ponen en evidencia una clara postura político-ideológica en el discurso institucional, porque son explícitas, sistemáticas y reconocibles. Postura que también se puede confirmar en otras publicaciones del diario (referenciadas en la publicación).

En los cuatro casos, estaríamos enmarcados en lo que Sigmund Freud ([1905] 1991) denomina chistes con tendencia hostil, aquellos que se caracterizan porque la hostilidad violenta, que es prohibida por ley, se ha sustituido por la inventiva verbal; en este caso, por su equivalencia en la creación gráfica. Para que se cumpla su cometido, su dinámica requiere de tres actores: «El chiste tendencioso precisa, en general, de tres personas. Además de aquella que lo dice, una segunda a la que se toma por objeto de la agresión hostil [...] y una tercera en la que se cumple la intención creadora de placer del chiste» ([1905] 1991: 94).

La sección Ñembeguepe plantea una evidente editorialización del humor político, dado que varias publicaciones institucionales anteriores han tratado el tema de la misma manera, e incluso han usado insultos y calificativos denigrantes contra los presidentes del bloque. La diferencia temporal entre las caricaturas 3 y 4 es de ocho meses. No obstante, la manera en la que se representa a Maduro es recurrente, incluso más hostil, dado que se le suman dos características más: la «locura napoleónica», literalmente representada en el gorro con la letra «N», y los ojos desorbitados; así como la figura del simio que sostiene en la mano derecha una cuchilla de afeitar gigante. Dos estereotipos utilizados para calificar a alguien al que se

considera que está completamente loco (está tan loco como Napoleón, por sus delirios de grandeza y sus acciones desmedidas), y que obra de manera absurda e irracional al punto de volverse peligroso. «Es un mono con Gillette»; en este caso, elevado, visualmente, a simio de gran tamaño.

## CONCLUSIONES

La elaboración de imágenes y su posicionamiento en determinados contextos es el resultado de diversas formas de elección o de selección. Es un proceso de recorte, de composición, de jerarquización que, en este caso, realiza el dibujante. Incluir y enfocar significa también excluir y no enfocar (Caggiano, 2012: 259). Es parte de su función creativa, pero dicha función no está al margen de su elección estética, política e ideológica. Porque en algunos casos, como en los que analizamos, podría hablarse, también, de ocultamientos y de des-apariciones, en un sentido política y teóricamente fuertes (Caggiano, 2012: 259). En el espacio Ñembeguepe encontramos una recurrente expresión de estigmas, de reducciones, de construcción de imágenes desde preconceptos. Prejuicios sobre la izquierda política nacional e internacional, sobre el MERCOSUR, en el espacio central de un medio de comunicación de amplia trayectoria. Lo que nos plantea interrogantes sobre la relación entre imágenes visuales y representaciones sociales.

Del grupo de caricaturas que se publicaron durante el periodo de seguimiento del tema (20 de abril de 2013 al 20 de abril de 2014) no hubo alguna que no estuviera planteada en el mismo sentido de las cuatro analizadas: con representaciones hostiles, tendenciosas, que, por reiteración, contribuyen a formar estereotipos sobre la izquierda («legionarios», «pocos gatos locos», «zurdos haraganes»), sobre sus representantes y sobre su legitimidad; estereotipos sobre el MERCOSUR («no sirve», «no funciona», «hay que salir de allí») y sobre cada uno de los presidentes y sus gobiernos («gorila», «loco»; «petulante viuda»; «bandelirante», «imperio bandelirante»; «bufón» y «oveja obediente»).

Colocar a los presidentes del MERCOSUR en el mismo nivel, con el liderazgo de un presidente «gorila», evidencia la intencionalidad de desacreditarlos y de deslegitimarlos a todos, así como al MERCOSUR, con excepción del Paraguay. Reiterarlo de manera sistemática, a través de expresiones semiótico discursivas, lo afianza. Es aprovechar la síntesis visual y la deformación que posibilita la caricatura para eliminar las diferencias de posiciones de cada uno de ellos y de sus países frente a diversos temas. Es hacer preponderar una mirada subjetiva y antojadiza, dentro de un espacio de opinión que redundante en el mismo mensaje, tanto a nivel visual como textual. No obstante, las opiniones y los rumores que producen no se conciben solo como contenidos parciales o aislados, sino como elementos constitutivos de construcciones discursivas mayores del propio medio *ABC Color* y de una parte de la sociedad paraguaya. De esta manera, se hace manifiesta una clara función ideológica y hasta propagandística.

En relación con el contexto nacional, se reitera, por ejemplo, la idea de que los «gatos locos» que se manifiestan son izquierdistas y son financiados desde el exterior. En el Paraguay, la organización y la movilización ciudadana son escasas. La gente aún tiene miedo de disentir

con el poder, prolongando el temor que, durante mucho tiempo, generó la dictadura y que, en la actualidad, se combina con apatía y con indolencia. Pese a las situaciones graves que ocurren en el país, la gente no se moviliza masivamente, le cuesta hacerlo. Los «gatos locos», sin embargo, son aquellos que a pesar de tener mucho que perder (ser sujetos de persecución, de judicialización, de señalamientos, con problemas laborales) se manifiestan y ocupan el espacio público de manera visible por causas que consideran justas. Se atreven a desafiar el temor al estigma y al abuso de autoridad. No obstante, son «etiquetados» a través del humor gráfico y textual, porque son pocos, porque se los asocia a la izquierda política visible; son los «zurdos haraganes». Una izquierda política que es «combatida» desde los editoriales, las columnas de opinión y el dibujo humorístico del diario, y que utiliza a sus figuras principales, autoridades nacionales e internacionales, como objetivos de deslegitimación política, a partir de lo anecdótico y de los prejuicios. Estas recurrentes estrategias discursivas recuerdan, parcialmente, los aciagos tiempos de las dictaduras en el continente y sus voces estigmatizadoras, y afianzan, hoy, la actitud apática de una sociedad con un presente poco auspicioso en términos de ciudadanía. ■■■

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....

ABRIL, Gonzalo (1991). *Terminología científico social*. Barcelona: Anthropos.

AMOSSY, Ruth; PIERROT, Anne (2001). *Estereotipos y clichés*. Buenos Aires: Eudeba.

BAJTÍN, Mijaíl (1987). *La cultura popular en la edad media y en el renacimiento: el contexto de Francois Rabelais*. Madrid: Alianza.

BLUMER, Herbert (1969). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

BOURDIEU, Pierre (1987). *Cosas dichas* (trad. Marta Mizraji). Buenos Aires: Gedisa.

CAGGIANO, Sergio (2012). *El sentido común visual. Disputas en torno a género, «raza» y clase, en imágenes de circulación pública*. Buenos Aires: Miño Dávila.

DIJK, Teun van (1996). «Opiniones e ideologías en la prensa». *Voces y Culturas*, 2 (10), pp. 9-50.

DIJK, Teun van (2005). «Ideología y análisis del discurso». *Revista Utopía y praxis latinoamericana*, 10 (29), pp. 9-36. Maracaibo: Universidad del Zulia.

DUCROT, Victor (comp.) (2009). *Intencionalidad Editorial. El siglo y la nocturnidad de las prácticas periodísticas hegemónicas*. Buenos Aires: Centro Cultural de la Cooperación.

FLORES, Ana (2007). *Políticas de humor*. Córdoba: Ferreyra Editor.

FOUCAULT, Michel [1970] (1992). *El orden del discurso*. Buenos Aires: Tusquets.

FREUD, Sigmund [1905] (1991). *Obras completas: El chiste y su relación con lo inconsciente* (trad. José L. Etcheverry), Volumen 8. Buenos Aires: Amorrortu.

GEERTZ, Clifford (1983). *The interpretation of cultures: selected essays*. Nueva York: Basic Books.

GOMBRICH, Ernst (1968). *Meditaciones sobre un caballo de juguete*. Barcelona: Seix Barral.

LEVÍN, Florencia (2013). *Humor político en tiempos de represión: Clarín, 1973-1983*. Buenos Aires: Siglo XXI.

LIPPMANN, Walter [1922] (1998). *Public Opinion*. New Brunswick: Transaction Publishers.

MELÉNDEZ, Natalia (2005). *El Humor Gráfico en el diario El País durante la Transición Política española (1976-1978)*. Tesis doctoral. Málaga: Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad de Málaga.

PEIRCE, Charles (1974). *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires: Nueva Visión.

SAUTU, Ruth (2005). *Todo es teoría. Objetivos y métodos de investigación*. Buenos Aires: Lumiere.

VERÓN, Eliseo (1987). «La palabra adversativa: observaciones sobre la enunciación política». En AA.VV. *Discurso Político: Lenguaje y acontecimientos* (pp. 1-12). Buenos Aires: Hachette.

VERÓN, Eliseo (1993). *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.

VILLAFANE, Justo (2006). *Introducción a la Teoría de la Imagen*. Madrid: Pirámide.

## REFERENCIAS ELECTRÓNICAS .....

*ABC Color* (2011, 23 de septiembre). «Caló: el hombre detrás del dibujo» [en línea]. Recuperado de <<http://www.abc.com.py/articulos/caló-el-hombre-detras-del-dibujo-311305.html>>.

*ABC Color* (2012, 18 de octubre). «Bolivia se arma hasta los dientes en las barbas de Lugo» [en línea]. Recuperado de <<http://www.abc.com.py/articulos/bolivia-se-arma-hasta-los-dientes-en-las-barbas-de-lugo-91524.html>>.

Real Academia Española (2001). *Diccionario* [en línea]. Recuperado de <<http://lema.rae.es/drae/?val=caricatura>>.

## NOTAS .....

1 «En este escenario de manifiesta indiferencia gubernamental por la defensa nacional ante la clara amenaza bélica boliviana, lo que cabe es que el Congreso Nacional y la clase política dirigente de todos los colores suplan la peligrosa omisión del Ejecutivo ante la crisis en ciernes y fuercen un cambio de rumbo en la política de defensa nacional, con o sin Fernando Lugo en la Presidencia de la República, empezando con la diplomacia, mientras se arbitran recursos y disposiciones para mejorar el apresto de las Fuerzas Armadas de la Nación, como lo hizo Eligio Ayala en su tiempo, para disuadir a Bolivia de una nueva aventura militar en el Chaco» (*ABC Color*, 18/10/2012: en línea).

2 *ABC Color*, 5 de mayo de 2014 [en línea]. Recuperado de <<http://www.abc.com.py/edicion-impresanembeweb/nembeweb-568589.html>>.

3 Hombres que formaban parte de las *bandeiras* (bandas, banderas), expediciones que se dedicaban a explorar el territorio de Brasil durante la colonia. También se llamó *bandeiras* a las bandas armadas (una especie de piratas terrestres) que realizaron incursiones portuguesas en territorios reclamados por Portugal.

4 *ABC Color*, 16 de junio de 2014 [en línea]. Recuperado de <<http://www.abc.com.py/edicion-impresanembeweb/nembeweb-584868.html>>.

5 *ABC Color*, 30 de junio de 2014 [en línea]. Recuperado de <<http://www.abc.com.py/edicion-impresanembeweb/nembeweb-590222.html>>.

6 *ABC Color*, 16 de febrero 2014 [en línea]. Recuperado de <<http://www.abc.com.py/edicion-impresanembeweb/nembeweb-1215536.html>>.

7 La RAE, además del mono antropomorfo de origen africano, reconoce tres acepciones más: «Policía o militar que actúa con violación de los derechos humanos»; «Individuo, casi siempre militar, que toma el poder por la fuerza»; «Militar (hombre que profesa la milicia)».

8 En 1955, cuando los rumores de golpe a Juan Domingo Perón inundaban el ambiente, Délfor Dicasolo, quien hacía la revista radial *Dislocada*, junto con Aldo Cammarota, utilizaron la expresión «deben ser lo gorila», durante un *sketch* basado en la película *Mogambo*. Desde entonces, se utiliza el término «gorila» para denominar a los antiperonistas, militares o civiles, conspiradores y reaccionarios. La expresión se volvió de uso popular y se extendió a otros países de Latinoamérica para denominar a los militares golpistas y a sus séquitos.

9 Ver, por ejemplo, «El enojo del gorila Chávez». *ABC Color*, 18 de octubre de 2012 [en línea]. Recuperado de <<http://www.abc.com.py/edicion-impresanembeweb/editorial/el-enojo-del-gorila-chavez-466130.html>>.

10 Ver, por ejemplo, «Nicolás Maduro es un barbaján: Fox». *Milenio*, 2 de marzo de 2014 [en línea]. Recuperado de <[http://www.milenio.com/politica/Nicolas-Maduro-barbajan-Fox\\_0\\_254974817.html](http://www.milenio.com/politica/Nicolas-Maduro-barbajan-Fox_0_254974817.html)>.

11 Las comillas son del autor.