

Una periodización de los programas cómicos: Paleo, Neo y Humor Post-televisivo¹

por Damián Fraticelli*

Resumen: En este trabajo describiremos tres momentos de la vida de los programas cómicos emitidos por la televisión abierta de Buenos Aires. Para dar cuenta de ellos expondremos la manera en que se dieron el chiste, lo cómico y el humor, en términos freudianos, y las escenas enunciativas que los caracterizaron. De la descripción observaremos que la enunciación de los programas cómicos fue transformándose quebrando la lógica de representación que se instaló en el nacimiento del género, lo que produjo que el chiste y lo cómico adquirieran una *tendencia humorística*.

Palabras claves: Programas cómicos, periodización, post-televisión.

Abstract: This paper describes three periods in the comedies broadcast by open television in Buenos Aires. We offer a Freudian approach to the contextualization of jokes, comedy and humor, and focus on their respective scenes of enunciation. We conclude that the enunciation of the comedies underwent a transformation that undermined the logic of representation installed at the inception of the genre, which lead to a *humorous tendency* in jokes and comedies.

Keywords: Sketch comedy programs, periodization, post-television.

¹ Parte de los resultados que se presentan en este trabajo fueron expuestos en “El chiste y su relación con el fuera de campo de los programas cómicos posmodernos”, ponencia presentada en el VII Jornadas de Sociología de la UNLP, La Plata en diciembre del 2012. Ambos trabajos fueron realizados en el marco de una beca de doctorado de la Universidad de Buenos Aires, vinculada con el proyecto de investigación “Mediatizaciones de la política y el arte. Entre los viejos y los nuevos medios”, dirigido por el Dr. Mario Carlón.

1. Introducción

En este artículo propondremos una periodización de los programas cómicos² emitidos por la televisión abierta de Buenos Aires. La pregunta que haremos para delimitar cada uno de sus momentos será ¿qué transformaciones enunciativas³ se dieron en los programas cómicos desde su aparición a la actualidad? Ella apunta a dos aspectos fundamentales de la vida del género: las diferentes maneras en que los programas le propusieron al público contactarse con el placer reidero y las características mediáticas que los han diferenciado de lo cómico en otros medios⁴. Prestando atención a estos dos aspectos podremos construir una periodización que respete la especificidad del género y que sea útil para estudios de recepción que se interesen por el efecto reidero de los programas.

Analizando entonces las transformaciones enunciativas, identificaremos tres momentos en la vida del género que denominaremos Paleo Humor, Neo Humor y Humor Post-televisivo. Comparando un momento con otro, observaremos que en un comienzo los programas cómicos desplegaron una lógica de representación que fomentó el chiste y lo cómico, en términos de Freud, pero que luego sus cambios enunciativos hicieron que ambos adquirieran una *tendencia humorística*.

² Llamamos “programas cómicos” a los programas cuya macro estructura está organizada en sketches o micro relatos que construyen una situación cómica.

³ Comprendemos la enunciación como “el efecto de sentido de los procesos de semiotización por los que en un texto se construye una situación comunicacional, a través de dispositivos que podrán ser o no de carácter lingüísticos” (Steimberg 1993:44). Atendiendo a esa definición, debemos distinguir la escena enunciativa de la escena de comunicación. Ésta última es la situación de intercambio de discursos efectivamente dada. Las conclusiones de nuestro análisis serán sobre las escenas enunciativas que se construyeron en los programas. Ellas podrán servir de hipótesis para futuros análisis en recepción.

⁴ Seguimos aquí las proporciones de Steimberg sobre género, quien ha señalado que es condición de existencia de los géneros circunscribirse a un medio, lenguaje o área de desempeño semiótico como la narración ficcional, el entretenimiento, la prueba, etc. (1993: 61).

2. Una historia de los programas cómicos que no atiende a la televisión

El primer paso que daremos para desarrollar nuestra propuesta será detenernos en la periodización formulada por Landi (1992) que fue la que mayor influencia tuvo en los estudios del género en el ámbito nacional. En “Historia del humor” el autor postula tres vertientes entre las que circulan chistes, recursos y estilos. La primera ocupa las décadas iniciales del género y “tiene orígenes lejanos y mezclados: el circo criollo, el sainete, el teatro de comedias y revistas, el balneario y la radio” (Ibid: 23). Entre sus figuras se encuentran: Fidel Pintos, Jorge Porcel, Juan Carlos Calabro, Javier Portales, Tato Bores, Pepe Biondi, Nelly Lainez, Juan Carlos Altavista, Alberto Olmedo, entre otros. La segunda vertiente convive con la primera, pero ocupa un lugar secundario. Su origen proviene del relato y el chiste de provincia. En ella se mantiene viva la tradición narrativa oral y su máxima expresión sería Luis Landriscina (Ibid: 24). La tercera y última vertiente es la que surgió del café-concert o los teatros “under” de los 70’. Aparece en la televisión a fines de los 80’ y paulatinamente desplaza a las vertientes anteriores. Se trataba de un humor más sofisticado que enfrentaba a los tabúes tradicionales e influenciado por el pop, “comenzó a expresarse en relación con un público de clase media que poseía un nivel educativo medio o alto (Ibid: 24). Sus exponentes serían: Antonio Gasalla y Carlos Perciavale.

La periodización de Landi se enmarcó en un libro dedicado a la televisión que produjo un debate entre intelectuales como Sarlo (1992; 1994) y Romano (1993). Circunscribiéndonos al tema de lo reidero, la inquietud que ganó la escena fue si las parodias de los programas podían crear en el público una mirada crítica sobre el medio. La preocupación se centraba en la posibilidad de concientizar a un público que se lo presuponía como incapaz de evaluar al medio. Más allá de que el debate nunca abogó por realizar estudios de la recepción que ratificaran esas presunciones, pasaron desapercibidas ciertas

cuestiones que no deberían desatenderse si se quiere dar cuenta de la historia de un género televisivo.

Landi realiza un aporte enriquecedor en tanto que propone una clasificación donde no existía ningún ordenamiento sistemático previo. Sin embargo, como su interés estaba puesto en detectar las tradiciones reideras presentes en los programas, se concentró en el contenido de los mismos y sus relaciones intertextuales y no prestó atención a la dimensión mediática del género.⁵ Como señalamos en la introducción, para nosotros esa dimensión hace a la definición del género y a sus posibilidades de producir lo reidero. Para Landi, la generación de lo reidero de Pepe Biondi y de Alberto Olmedo es semejante. Para nosotros sus programas presentaron diferencias enunciativas que afectaron la producción del chiste, lo cómico y el humor y, por lo tanto, a sus efectos reideros.

En ese sentido, nuestro trabajo sigue la estrategia de análisis propuesta por Steimberg (1996) quien analiza lo reidero en los medios de comunicación partiendo de los planteos de Freud sobre el chiste, lo cómico y el humor (2006 [1905]). Steimberg observa que se puede aprovechar el conocimiento que Freud produjo sobre esas categorías siempre y cuando se advierta que las formuló sobre los intercambios cara a cara. Si se quiere transponerlas al estudio de lo reidero mediatizado debe atenderse a las propiedades específicas que adquieren en cada medio. Siguiendo su postura, en otro artículo (Fratlicelli: 2013), elaboramos una tipología de los modos que adquiere el chiste, lo cómico y el humor en los programas cómicos, que utilizaremos aquí para caracterizar la producción reidera de cada período que circunscribimos.

⁵ Esa desatención por lo mediático no ocurre cuando Landi describe los programas de Olmedo en ese mismo libro. Nuestra observación se restringe a su periodización.

3. Tres momentos en la historia de los programas cómicos

Antes de plantear nuestra periodización, haremos dos advertencias. La primera es que la secuencia de momentos que expondremos no implica que la aparición de uno signifique la eliminación del anterior. En cada momento existe una modalidad enunciativa que prevalece, pero en ese mismo momento puede haber programas exitosos que poseen la modalidad predominante del momento anterior. El programa cómico *Calabromas* (1978-1986), por ejemplo, era contemporáneo a *No toca botón* (1981-1987), pero, como veremos luego, ambos proceden de momentos diferentes de la historia de lo reidero televisivo. La segunda advertencia es que dentro de un programa pueden convivir diferentes modalidades. Un sketch de *El mundo de Antonio Gasalla* (1987-1990) puede tener la enunciación del primer momento y otro sketch, del mismo programa, puede tener la modalidad del segundo. Es decir, la periodización que plantearemos resulta de un esfuerzo de síntesis de la producción de los programas cómicos televisivos con el fin de distinguir sus transformaciones enunciativas generales.

3.1. El Paleo Humor: lo cómico del mundo

El primer momento lo ubicamos a principios de 1960, cuando se estabiliza el género bajo la estructura de un conjunto de sketches que narran situaciones cómicas breves y, la mayoría de las veces, no tienen continuidad de personajes.⁶ Como ejemplos podemos nombrar *Viendo a Biondi* (1961-1969), *La tuerca* (1965-1974), o *Tato siempre en domingo* (1961-1969). Lo reidero en él es costumbrista, basado en la caricatura de estereotipos sociales como el compadrito, el chanta, el picaflor, el jubilado, el funcionario, etc. El plano de la imagen se construye por medio de una cámara con un punto de vista frontal que es el punto de vista del espectador. Los decorados aluden a los espacios

⁶ Su antecedente televisivo fueron las escenas cómicas de pocos minutos que aparecían entre programa y programa cuando comenzó la televisión en la década de 1950 (Varela: 2005).

de la vida cotidiana urbana: las calles del barrio, el bar, la oficina, el living de una casa, etc. El fuera de campo se integra al plano por medio del desplazamiento de la cámara que siempre sigue al capo cómico buscando generar el efecto reidero. Ese desplazamiento se limita al espacio de los decorados y la diégesis ficcional. En *Viendo a Biondi*, “El Guapo” habla con sus amigos en la calle y luego entra a un bar.⁷ Nunca se muestra el “detrás de cámara”, como sucede en el momento siguiente.

En el *Paleo Humor* la interacción entre el plano y el fuera de campo funciona como la ventana que describió Eco en la *Paleo televisión* (1987). El mundo construido en la diégesis se figura como semejante al que existe fuera de la pantalla. Los personajes que habitan en él actúan como si nadie los viera. La televisión se esfuerza por ser transparente, desaparece como sujeto de la enunciación y se concentra en introducir al espectador en el universo de la ficción. En esa escena enunciativa, el chiste que predomina es el chiste con *tendencia cómica* (Fratlicelli 2013) en tanto que se produce el chiste como lo describe Freud, pero éste se desarrolla como si el espectador no estuviera presente. El cómico realizando el chiste se construye como objeto de su mirada. Junto con ese chiste convive lo cómico como los cachetazos, las caricaturas, los tropezones, etc. Los diálogos de los personajes se estructuran como chistes, cada dos intervenciones se cierra con un remate. En un sketch de *La tuerca*⁸ dos porteros detienen a un panadero que está por entrar al edificio dándose el siguiente diálogo:

Portero 1: ¡Alto ahí! ¿Usted quién es?

Panadero: Soy el panadero, soy nuevo.

Portero 2: ¡Ja! Si así es nuevo, ¡cómo va a quedar cuando sea usado!⁹

⁷ Sketch visto en *Youtube* el 14/06/2012 en http://www.youtube.com/watch?v=EP_RKh2xcYc

⁸ *La tuerca* fue un programa cómico emitido entre 1965 y 1974. Su elenco estuvo formado por Guido Gorgati, Vicente Rubino, Tono Adreu, Nelly Láinez, Joe Rígoli, Rafael Carret, entre otros.

⁹ Sketch visto el 03/06/2012 en <http://www.youtube.com/watch?v=Fbb0Ywq38tM>.

El portero 2 realiza el remate del chiste tomando como objeto de burla al panadero. Cuando el objeto de la burla está ausente en la escena, se hace referencia a algún estereotipo social como la suegra, el carnicero, el vigilante, etc. Junto con el chiste con tendencia cómica y lo cómico aparecía el *chiste televisivo*, ese tipo de chiste que se asemeja al chiste analizado por Freud en el intercambio cara a cara. En un momento del sketch, el capo cómico mira a cámara y le hace un comentario risueño al espectador. En *Viendo a Biondi*¹⁰, el guapo “Pepe abrojo” le declara su amor a una joven diciéndole que lo transporta a otra dimensión, cuando, de pronto, es interrumpido por una fea vecina corpulenta que busca su atención. Pepe abrojo mira entonces a cámara y dice: “Hablando de transporte, ¡llegó el Expreso a Necochea!”. La mirada a cámara de Pepe construye un enunciatario-espectador que es cómplice de su chiste. Ambos comparten el placer de burlarse de la vecina corpulenta, no obstante, existe una diferencia de estatuto entre Pepe y el enunciatario-espectador construido: uno pertenece al universo de la ficción y el otro al de la no-ficción.

Desde sus inicios los programas cómicos presentan una fuerte interacción entre la ficción y la no-ficción heredada de la vida del género en el cine y el teatro. La situación cómica televisiva se construye como ficcional, porque los personajes actúan como si nadie los viera, pero en un momento determinado, el capo cómico mira a cámara y se dirige al televidente mostrando que todo se hace para él. Se produce el efecto de que existe un público fuera de cuadro para el que se realiza el sketch. Sin embargo, a pesar de la desficcionalización que conlleva la mirada, el actor nunca sale de su personaje, se mantiene siempre en el universo ficcional. Cuando Pepe abrojo mira a cámara lo hace como un guapo y lo mismo ocurre cuando *Tato* hace sus monólogos, ninguno abandona su personaje. El enunciatario espectador habita fuera de la ficción,

¹⁰ Sketch visto el 03/06/2012 en <http://www.youtube.com/watch?v=iUu8llx3nkW&feature=related>.

pero el personaje lo apela desde ella. El chiste televisivo de este primer momento implica la interacción de esos dos regímenes de creencia.

Ahora bien, la mirada a cámara no es el único recurso para construir el público espectador, también están las risas en off. Como señala Barreiros (2005), las risas en off fueron creadas para compensar la falta de público. Tanto en lo cómico como en los remates de los chistes televisivos y los chistes con tendencia cómica se escuchan las risas en off. Ellas desbordan la pantalla y envuelven al espectador produciendo el efecto enunciativo de que no está solo. No podemos suponer que el espectador de ese momento creyera que lo acompañaban extraños en su casa. Sabía que las risas eran grabadas o de profesionales, sin embargo, los programas las ofrecían como interpretantes que señalaban dónde debía reír.

El último tipo de chiste que aparece en este período es el *chiste humorístico*, semejante al que describe Freud. Éste se circunscribe a los sketches de humor político, como los de *Tato siempre en domingo*. Allí construye un enunciatario-espectador que se identifica con el capo cómico en tanto víctimas de los políticos y funcionarios, y se alía a él para burlarse de los poderosos.¹¹

3.2. El Neo Humor: lo cómico de la representación

Llamaremos Neo Humor al modo de enunciación de los programas cómicos que se consolida en la década de 80' y continúa en la década del 90' y 2000' con programas como *Rompeportones* (1998-1999) o *El nieto de Don Mateo* (1996-1997). En él sigue lo reidero costumbrista con sus caricaturas de estereotipos sociales y decorados de la vida urbana, pero, además, se suma lo picaresco. El barrio o oficina se pueblan de mujeres exuberantes que hacen de

¹¹ Steimberg (2001) ha postulado que para en los medios se dé el humor del que habla Freud debe producirse una identificación entre en enunciator y el enunciatario, como para que ambos experimenten una situación penosa de la que puedan obtener placer al burlarse de sí mismos.

mucamas, secretarias o vecinas y sobre ellas recaen chistes de doble sentido obscenos. Pero más allá de esa diferencia temática, lo que justifica distinguir este momento del anterior, es que su enunciación se hace *reflexiva* o *auto-referencial*. Los programas ya no funcionan como una ventana al mundo sino que denuncian que son una representación.

En el Paleo Humor, los actores se esfuerzan por mantenerse dentro del régimen de la ficción y cuando algo se sale del libreto, lo enmarcan en el juego ficcional. En el sketch de los porteros de *La tuerca*, uno de ellos quiere guardar el pan que le roba al panadero en una bolsa, pero la bolsa no se abre. El imprevisto es rápidamente solucionado por el panadero que, sin salirse del personaje, ofrece su ayuda para abrirla. Los actores se esfuerzan por integrar lo inesperado al devenir de la ficción. En el Neo Humor ocurre exactamente lo contrario, la improvisación se expone y gana la escena quebrando continuamente la ficción. El ejemplo más claro de ese proceder es *No toca botón*. Su capo-cómico, Alberto Olmedo, se hace famoso por salirse de los libretos e improvisar sin disimulo y de una manera desprolija. Duda sobre lo que debe decir, se pierde en lo que está diciendo y hasta se critica por el chiste malo que ha hecho. Sus compañeros de elenco tratan de seguir sus improvisaciones y muchas veces ríen sorprendidos por sus ocurrencias. Pero no ríen como personajes sino como actores que están tratando de interpretar personajes. Sus actuaciones tienen una explícita función meta, enuncian todo el tiempo que están actuando (o jugando a actuar). A veces, la situación que se narra en el sketch es interrumpida y su trabajo como cómicos se transforma en el tema del sketch. En un sketch de "El Nene", donde Olmedo interpreta a un adolescente rebelde y Javier Portales a su padre, un actor hace de empresario cordobés cuando, de pronto, Olmedo lo interrumpe para señalarle lo mal que hace la tonada:

Olmedo (al empresario): ¿Usted es cordobés? ¿Dónde vive en Córdoba? ¡En la calle Córdoba vive usted!

Portales a Olmedo: ¿De dónde sacás a esta gente? ¿De dónde?

Olmedo: Es un compañero del colegio.

Portales: ¡Pero no se puede hacer beneficencia de este tipo! Yo lo he visto en *Polémica en el fútbol*¹² a éste.

Olmedo: ¿Y de dónde pensás que saco los actores yo?¹³

Con ese breve diálogo se rompe la ficción y se expone el artificio. Esa operación no se da solamente en la actuación sino también en el uso del fuera de campo y del decorado. En *Las gatitas y los ratones de Porcel* (1987-1990), por ejemplo, Porcel se desmaya ante una exuberante vecina y rompe el mostrador de una carnicería, dejando ver que es de utilería¹⁴. Algo similar ocurre con el fuera de campo que construyen las risas en off. Mientras que en el Paleo Humor los personajes actúan como si no las escucharan, en el Neo Humor el capo cómico hace referencia a ellas exponiendo a los reidores. Olmedo puede preguntarle si les gusta el chiste que acaba de hacer y de esa manera ubicarlos en el mismo espacio que habita él, el estudio de televisión. Las risas en off ya no producen el efecto de desbordar la pantalla y envolver al espectador conformando un público de extraños.

Los dispositivos productivos del programa se muestran de una manera semejante a la descrita por Eco en la Neo Televisión (1987: 57), ese segundo período de la televisión en el que el medio deja de funcionar como una “ventana al mundo” para volcarse sobre sí mismo y sobre el contacto con el televidente. Lo reidero del Neo Humor se funda en ese proceder de la televisión mostrándose como productora de lo que da a ver al espectador. Es cómico ver a los actores salirse de sus personajes, descubrir la precariedad de sus artilugios y reír con ellos por las sorpresas de la improvisación. Esa exposición de los simulacros televisivos convive con la inclusión de referentes de la propia

¹² Programa deportivo que se emitió por diversos canales desde 1961 a 1999.

¹³ Sketch visto el 28/03/2012 en <http://www.youtube.com/watch?v=scFYdfG3nLw&feature=related>.

¹⁴ Sketch visto el 15/05/2012 en <http://www.youtube.com/watch?v=zsVeqxEVK6w>

televisión. Aparecen parodias de personajes y géneros del medio y, algunos programas, incorporan reportajes a personajes públicos, especialmente provenientes de la televisión como lo hace *Peor es nada* (1989-1994) donde Guinzburg siempre les termina preguntando sobre su primera experiencia sexual.¹⁵

¿Cómo afecta la enunciación del Neo Humor a lo cómico, el chiste y el humor? En primer lugar, sabemos que se introduce el chiste obsceno que habilita el acceso a fuentes del placer censuradas por el decoro. Pero más allá de ese cambio temático, deberíamos decir que mientras que en el Paleo Humor predomina el chiste sobre las demás formas de lo reidero, en el Neo Humor prevalece la chanza en términos de Freud (2000 [1905]: 125). La improvisación hace que sea habitual que lo reidero pase por juegos lingüísticos que generan placer sin agregar un sentido novedoso, como sí lo hace el chiste. En un sketch de *Polémica en el bar* (1963-2005) de ese momento, Minguito le dice “gordo” a Portales y él se ofende generando risas en off. La interacción es graciosa, porque la figura seria y erudita que encarna Portales se ve degradada por la frase descuidada de Minguito, pero no aparece un sentido nuevo, porque todos podemos ver a Portales excedido de peso. Las chanzas se dan acompañadas por lo cómico de las caricaturas que hacen los actores sobre estereotipos sociales y personajes públicos. También hay chistes con tendencia cómica, pero esos chistes no son “prolijos” como el del Paleo Humor, en el sentido de que cada dos intervenciones de diálogo aparece el remate. Los juegos de palabras, desplazamientos y demás figuraciones se dan de manera desordenada según las ocurrencias de la improvisación. Por otra parte, las chanzas y los chistes oscilan entre el universo ficcional construido en la diégesis del sketch y la no-ficción de la exposición de los dispositivos que producen esa diégesis. En esa oscilación, ambos recaen en la vida de los actores. En ese mismo sketch de *Polémica en el bar* Portales y Minguito son

¹⁵ Sketch visto el 20/06/2012 en <http://www.youtube.com/watch?v=Xivl9R5jUHc>

interrumpidos por un mozo que les sirve café y les anuncia que es su cumpleaños. Portales se ríe porque el actor se salió del libreto para contar algo personal¹⁶ y no pierde oportunidad para robar cámara. En esos casos, se produce una espectación particular, porque el enunciatario-espectador es testigo de un chiste que no va dirigido a él. Es decir, de un chiste sobre el que debe conocer detalles de la vida de los actores para llegar a comprenderlo acabadamente. Se da una escena de espectación comparable a la que podemos tener cuando presenciamos un chiste en un grupo de amigos al que no pertenecemos. Nos puede causar gracia el chiste aunque no compartamos sus presupuestos. A veces, en esos momentos de referencia a la vida privada, aparece el chiste humorístico. Olmedo, por ejemplo, suele presentarse como un hombre común, esforzado, que trabajaba de actor y tiene que batallar con los problemas que surgen en la vida. Sus comentarios suelen ser melancólicos y, cuando ya parece deprimido y desesperanzado, hace algún chiste burlándose de sí mismo. En esos momentos surge el chiste humorístico. Se construye un enunciatario-espectador que se identifica con el capo cómico en tanto integrantes sufrientes de la clase media trabajadora que logran obtener placer burlándose de su penosa situación.¹⁷

¿Qué sucede con las chanzas y chistes televisivos? Como en el Paleo Humor, el único que mira a cámara para buscar la complicidad del espectador y burlarse de un tercero es el capo-cómico, sin embargo, esa mirada no pasa de manera inadvertida para el resto de los personajes. Ellos se muestran concientes de la presencia del público y hasta pueden referirse a ellos, redoblando los chistes del capo-cómico. Pero la mirada a cámara no está circunscripta a la generación de chistes televisivos solamente. En el Neo Humor el capo cómico puede mirar a cámara para realizar otras acciones.

¹⁶ Sketch visto el 13/06/2012 en <http://www.youtube.com/watch?v=OpsEdl2CO4g&feature=related>

¹⁷ Además de aparecer de esta manera, el chiste humorístico se instala en el humor político como ocurría en el Paleo Humor, pero se mantienen los rasgos enunciativos que estamos describiendo.

Moria Casán, en su personaje de “Rita Turdero”, por ejemplo, saluda a los televidentes que le han escrito al canal.¹⁸

3.3. El Humor Post-televisivo: lo humorístico de la representación

Llamaremos Humor Post-televisivo al último momento de las transformaciones enunciativas de los programas cómicos. El mismo se inicia en la década del 90' con *De la Cabeza* (1992) y continúa con *Cha-cha-cha* (1993-1997), *Magazine For Fai* (1995-1999), *Todo x 2 pesos* (1999-2002) y *Peter Capusotto y sus videos* (2006-2011). Un rasgo característico de esos programas es que la mayoría de sus sketches son parodias y pastiches de géneros y estilos televisivos y de otras producciones culturales. Es verdad que en el Paleo Humor ya aparecen parodias a los géneros televisivos y que en el Neo Humor estas parodias ocupan un lugar significativo, pero nunca llegan a abarcar la totalidad de los programas ni presentan las mismas características que tienen en el Humor Post-televisivo. Las parodias del Paleo Humor y Neo Humor poseen unidad estilística. El sketch de *Salame grasulín* de *Telecómicos* (1962-1965)¹⁹ degrada al aviso publicitario y la telenovela utilizando el estilo que le es contemporáneo. El sketch de Sapag *Si lo sabe, ladre*, mantiene el estilo de *Si lo sabe, cante*²⁰ de Roberto Galán. En el Humor Post-televisivo, en cambio, las parodias suelen edificarse en pastiches estilísticos pasados y contemporáneos. El personaje de “Bombita Rodríguez” de *Peter Capusotto y sus videos*, por ejemplo, canta canciones al ritmo de la Nueva Ola, pero sus letras son consignas revolucionarias del Movimiento Montonero de los 70'.

A esa mixtura de estilos debe sumarse el carácter posmoderno de su sátira. En el Paleo Humor y el Neo Humor la sátira funciona de manera moderna construyendo una moral desde donde se pretende corregir ciertos vicios e

¹⁸ Sketch visto el 13/06/2012 en <http://www.youtube.com/watch?v=oEkYA6b5h78&feature=related>

¹⁹ Video visto el 02/06/2012 en http://www.youtube.com/watch?v=Xx7JXjlye_g

²⁰ Video visto el 02/06/2012 en http://www.youtube.com/watch?v=Xx5DXjlye_g

ineptitudes del comportamiento humano ridiculizándolo (Hutcheon 2006 [1981]: 28). En el Humor Post-televisivo, en cambio, la sátira deslegitima todas las creencias morales desde donde se puede criticar. Pero esa destitución tiene una doble naturaleza, al mismo tiempo que subvierte sus principios los legitima por vía de una nostalgia autoconsciente que apela al sujeto para que se responsabilice emocionalmente con la realidad. “Los garfios mágicos” de *Peor es nada*²¹, parodia a “Las manos mágicas”²² mostrándonos cómo hacer estafas en lugar de trucos de magia. En ese mostrar la estafa la denuncia construyendo una moral honesta que no es objeto de burla. En cambio, la sátira posmoderna del sketch de “Micky Vainilla”²³ ridiculiza los principios morales progresistas que están enfrentados al fascismo del cantante pop y, al mismo tiempo, promueve una afectividad comprometida con el sector social que el personaje ataca.

Otra característica de las parodias del Humor Post-televisivo es que no sólo toman como objeto de burla a los personajes de la televisión, como hacía el Neo Humor, sino que también incluyen las maneras en que los programas usan los recursos de los lenguajes televisivos²⁴ (la toma directa, los trazados gráficos, los efectos especiales, etc.) retomando la incipiente propuesta que aparecía en algunos sketches del Paleo-Humor que parodiaban géneros televisivos, como el caso de *Telecómicos*. El montaje de los sketches de *De la cabeza* crea un “efecto zapping” en el que se pasa de un sketch a otro, como si se recorriera la grilla de programación. *Magazine For Fai* se configura como una parodia de un magazine de la década del 50’ con secciones que funcionan como sketches. *Todo x 2 pesos* adopta un formato similar, pero parodiando a un show en vivo contemporáneo en el que hay invitados y video clips. *Peter*

²¹ Video visto el 02/06/2012 en http://www.youtube.com/watch?v=RfX_1Q8vb0

²² Las manos mágicas era un corto televisivo que enseñaba a ser trucos de magia. Se emitió en Argentina en 1967 y permaneció en pantalla, de manera interrumpida, hasta fines de 1980.

²³ Micky Vainilla fue un personaje del programa *Peter Capusotto y sus videos*. Se trataba de un cantante pop amanerado y fascista.

²⁴ Hablamos de lenguajes televisivos siguiendo los planteos de Carlón (2006) quien reconoce en la televisión los lenguajes del directo y el grabado. Aprea (2010) señaló previamente este proceder de la parodia en el programa *Peter Capusotto y sus videos*.

Capusotto y sus videos toma la forma paródica de un programa de rock con informes sobre el mundo de la música. Ese rasgo de parodiar la manera en que los programas usan los recursos televisivos afecta a las risas en off. Mientras que en el Paleo Humor y el Neo Humor las risas en off están presentes en todos los sketches, en el Humor Post-televisivo únicamente aparecen cuando el programa que se parodia las utiliza. Cuando se parodia a las telenovelas las risas en off no aparecen porque las telenovelas no las usan, en cambio, cuando se parodia al contador de chistes, las risas en off se presentan porque los contadores de chistes las utilizan. Esa ausencia de las risas en off en el Humor Post-televisivo nos señala que ya no se recrea el espectáculo público previo a la televisión como lo hacía el Paleo-Humor. Su enunciatario-espectador está solo, como siempre lo está el espectador de la televisión. De esta manera, el Humor Post-televisivo le suelta la mano al espectador y no le indica dónde debe liberar su risa. El espectador sólo cuenta con su saber sobre la cultura para advertir las parodias y constituirse como el espectador ideal de los sketches. Así, mientras que el público construido por el Paleo Humor posee un saber sobre la vida social y el Neo Humor conjuga ese saber con el de la vida privada de los actores, el espectador del Humor Post-televisivo posee un saber sobre géneros, estilos y lenguajes de la historia de la televisión y, también, de otras producciones culturales.

Otro de los recursos televisivos que se ve afectado por las parodias del Humor Post-televisivo es la mirada a cámara. En el Paleo Humor y en el Neo Humor la mirada a cámara se reserva para momentos especiales. En el Paleo Humor para realizar chistes televisivos y en el Neo Humor para reforzar el contacto con el espectador. En el Humor Post-televisivo, la mirada a cámara se presenta como una regularidad. En la mayoría de sus sketches, el cómico mira a cámara dirigiéndose al espectador, cuando eso no ocurre es porque se realiza la parodia de un género que no la utiliza, como sucedía con las risas en off. Ahora bien, la mirada a cámara del Humor Post-televisivo presenta grandes diferencias con la del Paleo Humor y el Neo Humor, porque se trata de una

mirada que imita la mirada de los géneros parodiados para burlarse del contacto que los programas establecen con su público.

Como sucede con cualquier parodia, la mirada del Humor Post-televisivo supone una doble producción de sentido. Por un lado, implica la producción de sentido dentro del horizonte de expectativas del género o estilo imitado y, por otro lado, promueve sentidos que se apartan de éste ridiculizándolo. Así, “Nadia”, la meteoróloga de *Cha-cha-cha*, puede mirar a cámara como hacen los meteorólogos de los noticieros y decirnos: “Muy buenas noches, vamos claramente a explicarles a ustedes cual es el estado meteorológico del país. Van a saber si tienen que salir con paraguas o ponerse un pilotín como una prima mía que se puso un pilotín, se subió arriba de una moto y se agarró una bronquitis de la san puta ...”.

La pretendida seriedad y veracidad que promueve el horizonte de expectativas del género informe meteorológico se ve ridiculizada por los enunciados de Nadia.²⁵ La mirada a cámara del Humor Post-televisivo se revela entonces como intertextual, porque pone en relación las miradas ya aparecidas en discursos anteriores (Genette, 1989 [1982]) y, a su vez, es irónica, porque instala una distancia crítica y burlona en relación al discurso parodiado (Hutcheon 1993). Ese doble sentido de la mirada se expande al enunciatario-espectador que construye porque se trata del espectador de los géneros y los estilos parodiados y, a su vez, del espectador de la parodia, es decir, del que toma distancia y se ríe de esos géneros y estilos. Esa construcción paródica de la espectación televisiva se expande en *Peter Capusotto y sus videos* hacia los nuevos medios como sucede en los sketches de “El Emo” en los que la imagen se configura a la manera de la pantalla de Myspace con múltiples pantallas internas y videos.²⁶

²⁵ Video visto el 06/06/2012 en <http://www.youtube.com/watch?v=3wTLcwXgAZs>

²⁶ Video visto el 06/06/2012 en <http://www.youtube.com/watch?v=NBRDmsO3f5Q&feature=fvst>

Podemos observar, entonces, el Humor Post-televisivo realiza un giro metadiscursivo no sólo sobre la historia de los géneros y estilos de la televisión sino también sobre sus lenguajes y enunciación. Si comparamos esa metadiscursividad con la realizada por el Neo Humor, encontramos, al menos, dos diferencias. La primera es que la metadiscursividad del Neo Humor se limita a mostrar su propio mecanismo técnico (las cámaras, los libretos, etc.) y a parodiar los programas que le son contemporáneos. La segunda es que su metadiscursividad construye un espectador televisivo. Es decir, un espectador al que se le ofrece el programa y que, por lo tanto, está por fuera del universo ficcional construido. La enunciación metadiscursiva del Neo Humor busca afianzar el vínculo entre el programa y el espectador. La exposición de sus mecanismos productivos configura un enunciatario con una entidad unificada: la de ser el espectador televisivo de un espectáculo cómico. El Humor Post-televisivo, en cambio, construye un enunciatario partido. Por un lado, es el espectador de los géneros y estilos que imita, pero, al mismo tiempo, es el enunciatario de la parodia. Es decir, que es un enunciatario que toma distancia del espectador de esos géneros y estilos parodiados. Si el Post-Humor parodia al discurso televisivo, tal como hemos expuesto, su enunciatario ya no es el espectador televisivo pleno del Neo Humor sino que es uno que se configura distanciándose de la espectación televisiva y burlándose de ella. De esa manera, el Post-Humor construye un “estar afuera” de la televisión. Si no lo hiciese, no existiría la posibilidad de la interpretación irónica que da lugar a lo reidero. El giro metadiscursivo y ese “estar afuera” de lo televisivo ya fue señalado por Carlón en la *metatelevisión* (Carlón 2005, 2006) que es uno de los síntomas del momento de crisis que vive la televisión y que varios autores han denominado como Post-televisión. A esto se suma otro rasgo característico de este momento que es que los programas se ven en hipermedios (Carlón 2012). *Peter Capusotto y sus videos*, por ejemplo, ha tenido una alta tasa de espectadores en *Youtube* en el mismo momento se emitía por televisión.

Ahora bien, atendiendo a estas características del Humor Post-televisivo, ¿qué sucede con el chiste, lo cómico y el humor? En primer lugar, debemos notar que en el Humor Post-televisivo sobrevive una manera de lo cómico heredada del Paleo Humor. Muchos de sus personajes son grotescos, siguen teniendo movimientos ridículos y exagerados, y sus maquillajes y vestimentas los caricaturizan. Algo similar ocurre con las chanzas con tendencia cómica. Se dan juegos de palabras y operaciones retóricas que generan placer, pero no traen sentidos nuevos. Pero más allá de esas sobrevivencias, en el Humor Post-televisivo prevalece una poética que fomenta una enunciación irónica. Los enunciadores de los pastiches y las parodias imitan a los enunciadores de los programas parodiados, pero los juegos retóricos de sus enunciados construyen una enunciación que los distancian de ellos, burlándolos. Si tuviésemos que describir el espectador ideal que produce esa enunciación diríamos que es un sujeto que apela a su experiencia de espectación televisiva de géneros y estilos presentes y pasados y, a la vez, se distancia de esa experiencia, ridiculizándola y burlándose de ella. En ese sentido, podríamos decir que en el Humor Post-televisivo lo cómico, el chiste y el humor quedan sujetos a un marco de interpretación irónica. En *Todo x 2 pesos*, por ejemplo, el sketch de “El hombre bobo” se trata de una parodia de “El hombre lobo”, pero el personaje, en lugar de transformarse en un lobo, se convierte en un cómico que hace chistes sin parar como Pepe Biondi o Marrone. La estructura de sus chistes es la misma que la que utilizaban esos cómicos, pero sus remates no son ingeniosos sino ingenuos y “bobos”. En un sketch, por ejemplo, el Hombre Bobo le prepara un trago a una mujer y el vaso empieza a crecer y crecer. La mujer, sorprendida le pregunta qué hace y él responde: “¡Un trago largo!”. El chiste es tonto, pero el modo exagerado en que es actuado advierte que lo gracioso no está en el chiste, sino en la remisión a la historia del chiste en la televisión.

Lo mismo ocurre con los chistes plenamente televisivos en los que hay mirada a cámara. Dos sketches en particular trabajan sobre ellos. Uno es el de

“Alacrán”²⁷, un contador de chistes que aparece en *De la Cabeza y Cha-cha-cha*, y otro es “Beto Tony y su muñeco”²⁸, un ventrílocuo que cuenta chistes en *Todo x 2 pesos*²⁹. Ambos personajes miran a cámara y cuentan chistes buscando la complicidad de su público, pero, como en “El hombre bobo”, los remates desconciertan por lo malos que son. Tal vez en esos dos sketches sea donde mejor se aprecie el límite de la producción de lo reidero del Humor Post-televisivo. Su interpretación irónica impide realizar chistes como lo hacían Pepe Biondi y Olmedo. Estos cómicos, cuando miraban a cámara construían un público que habitaba fuera del universo ficcional. Era el público televidente del programa cómico que realizaban. Con él construían el lazo de complicidad necesario para que se dé el chiste. En los sketches de Alacrán y Beto Tony la producción del chiste ya no se da de esta manera. La mirada a cámara de ambos ya no crea un fuera de campo donde habita el espectador que ve el programa, sino que su fuera de campo es ficcional; imita al fuera de campo que se construye en los programas de contadores de chistes que ambos están parodiando. Por lo tanto, su mirada ya no tiene un lazo directo de complicidad con el televidente que habita por fuera de la ficción del sketch, como sucedía con Pepe Biondi y Olmedo. La complicidad del chiste en el Humor Post-televisivo no se establece en la mirada sino en la enunciación total del sketch. Ella es la que construye el interpretante de la parodia y posibilita comprender de manera irónica los chistes que cuentan Alacrán y Beto Tony.

Esta relación enunciativa produce un cambio en el objeto de la burla. En el Paleo y Neo Humor el que cuenta el chiste y el que lo escucha están a salvo de ser burlados. El capo cómico y el sujeto espectador se alían para reírse de otro, que es el objeto de la burla. La separación entre el sujeto y el objeto está claramente diferenciada. En el Humor Post-televisivo, en cambio, esa

²⁷ Sketch visto en Youtube el 28/03/2012: <http://www.youtube.com/watch?v=SAhrUeJ0uc4&feature=related>

²⁸ Sketch visto en Youtube el 28/03/2012: <http://www.youtube.com/watch?v=fynpHSttxRg>

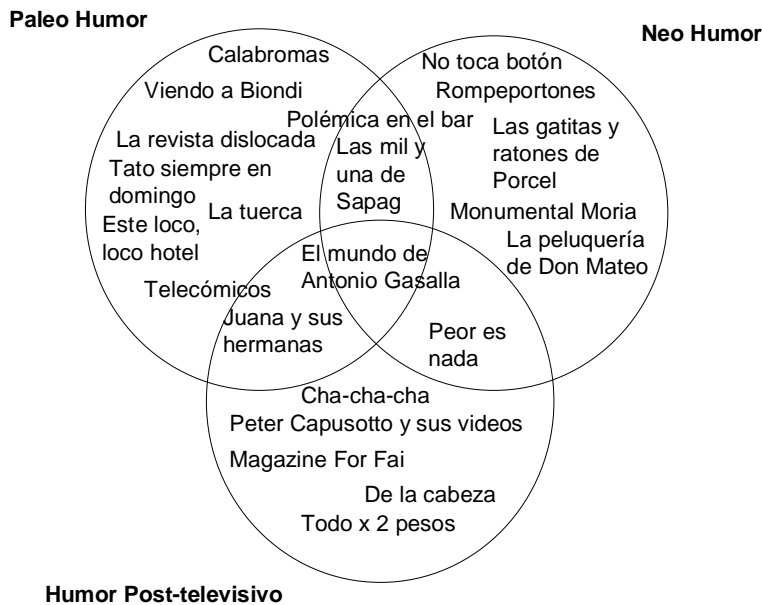
²⁹ Moglia (2010) ha analizado los chistes de estos personajes como ejemplos de innovación en el humor televisivo.

separación se desdibuja. El que cuenta el chiste y el que lo escucha son objeto de burla. Esto se debe a que ambos interactúan mediante una relación reflexiva en donde son enunciadores y enunciatarios del chiste parodiado y, a la vez, de la parodia. Es decir, el cómico ya no se alía al espectador para reírse de un tercero, porque su mirada está dirigida al espectador del género parodiado, como explicábamos recién. Y, a su vez, ese espectador es un elemento que constituye el género que se está parodiando. La relación que establece el cómico con ese espectador es parte del objeto de burla. Luego, sí hay otro espectador que se construye que está diferenciado de este objeto de la burla que es el espectador de la parodia, que posibilita la interpretación irónica del sketch. Con esta enunciación, el Humor Post-televisivo construye un televidente ideal que sería aquel que apela a su experiencia de espectador televisivo, pero toma distancia con respecto a esa posición y se burla de ella. De esa manera, el espectador puede obtener placer de un chiste malo, porque al mismo tiempo que se ríe del chiste, se reía de sí mismo riéndose del chiste. Eco (1998) observa que en el humor las reglas que se quiebran no están presupuestas sino que se exhiben a nivel enunciativo en forma de comentario. Ese es el caso del chiste del humor Post-televisivo, lo que hace que adquiera una *tendencia humorística*.

4. Del Paleo Humor al Humor Post-televisivo: un quiebre en la lógica de representación televisiva

Para concluir nos ocuparemos de algunas de las cuestiones que planteábamos al comienzo de nuestro trabajo. En primer lugar, volvamos a la periodización que postuló Landi y comparémosla con la que expusimos aquí. Su propuesta se fundamentó en las tradiciones de los programas cómicos lo que le permitió establecer relaciones intertextuales con producciones cómicas anteriores como las provenientes del circo y el teatro. Sin embargo, el problema que plantea su sistematización es que conviven en una misma categoría Olmedo con Pepe Biondi. Como tratamos de demostrar aquí, si nos quedamos con esa relación

de semejanza no advertiremos que en sus programas los efectos reideros se podían producir por causas diferentes. Los programas cómicos no se agotan en las temáticas a las que refieren ni en la actuación de sus capos cómicos. Para realizar una clasificación que permita construir una historia de lo cómico en la televisión distinguiéndolo de lo cómico en el teatro o la radio, es necesario prestar atención a las características específicas de los dispositivos y lenguajes televisivos como a sus escenas enunciativas. A diferencia de la propuesta de Landi, nuestra clasificación permite advertir la complejidad de la producción de lo reidero y cómo en un mismo programa pueden convivir rasgos de uno y otro momento. Así, sin pretender agotar la totalidad de los programas cómicos que existieron, podemos proponer el siguiente esquema de clasificación:



La atención sobre los dispositivos enunciativos televisivos, articulada con la teoría de Freud sobre el chiste, lo cómico y el humor, permite construir un instrumental de análisis para estudiar minuciosamente las maneras en que se produce lo reidero en los programas cómicos. Si seguimos los planteos de Freud, debemos entender que los programas cómicos le permiten a la sociedad

contactarse con fuentes de placer que le son escatimadas por diferentes tipos de censura crítica. Su espectación produce placeres que pueden generar risas, pero las risas se pueden provocar de muy diversas maneras y esas maneras pueden variar de un medio a otro y de un momento histórico a otro. El estudio enunciativo del chiste, la chanza, lo cómico y el humor en la televisión permite realizar análisis de las maneras en que cada programa propone a sus espectadores contactarse con las fuentes de placer. Así se pueden encontrar programas donde lo reidero se genera por el chiste con tendencia cómica y otros programas donde lo cómico tiene un lugar preponderante. Por otra parte, utilizar ese instrumental de análisis permite postular hipótesis que sirven para realizar estudios de audiencias que puedan explicar las preferencias de los diversos públicos por los distintos programas.

Para finalizar, nos detendremos en los cambios que sufrieron los programas cómicos en su producción de lo reidero. Hemos notado que, al comienzo, prevaleció en ellos una tendencia cómica, pero luego terminó ganando la escena una tendencia humorística, ¿cuál fue la razón de tal transformación? Restringiéndonos a lo analizado, nuestra hipótesis es que la transformación se debió a un cambio en la lógica de representación que se había instalado en los primeros programas cómicos. En el *Paleo Humor*, la enunciación de los programas sostiene una lógica de representación en la que la identidad del plano y del fuera de campo se constituyen en una oposición de estatuto de existencia. Lo que se encuentra en el plano pertenece a la ficción y lo que se encuentra en el fuera de campo pertenece a la no-ficción, que es tomado como "lo real". La ficción del plano es una representación de la realidad y se configura como semejante a ella (los personajes son estereotipos sociales urbanos y los decorados simulan ser espacios de la vida cotidiana de la ciudad). La televisión no se expone como productora de la ficción y su posición enunciativa es similar a la descrita por Eco en la *Paleo Televisión*. Se configura así misma como transparente, como si fuese una ventana al mundo. En esa lógica representacional, se configura una relación dual entre el sujeto y

un objeto de la mirada. El sujeto espectador se constituye como un testigo de la escena que se le da a ver y la escena es objeto de su mirada. Esa propuesta relacional potencia la producción cómica de lo reidero. Como señalaba Freud con respecto a lo cómico, existen dos elementos, uno es el objeto cómico y el otro es el sujeto que encuentra lo cómico. El mundo se le da a ver al espectador y él descubre lo cómico guiado por las risas en off. El chiste que le hace el capo cómico al mirar a cámara, lo apela en tanto testigo de la escena que se le da a ver, manteniendo la dualidad entre el sujeto y el objeto de la mirada. Esa relación cómica hace que el televidente se encuentre separado del objeto de la burla.

En el Neo Humor, la enunciación expone el artilugio que se ocultaba en el momento anterior provocando constantes quiebres en la ficción. Como señala Eco con respecto a la Neo televisión, los programas ponen en escena el propio acto de la enunciación a través de simulacros de enunciación. Exhiben sus dispositivos de producción en pos de generar un efecto de verdad sostenido por la relación entre el acto de enunciación y la experiencia de recepción por parte del espectador. Este procedimiento hace que la ficción se ponga en cuestión y lo que se vea en el plano adquiera el mismo estatuto de existencia no-ficcional del fuera de campo. El plano ya no funciona como una ventana al mundo, sino como una ventana hacia un espectáculo que muestra sus mecanismos de producción. Sin embargo, a pesar de esa auto-referencialidad, la interacción entre el plano y el fuera de campo sigue dentro de una lógica dual de representación. Existe un objeto de la mirada y un sujeto, solamente que ahora el objeto, por momentos, se ubica en el mismo espacio de no-ficción del sujeto. Esta relación hace que lo cómico se expanda en la mayoría de los sketches. El enunciatario construido como televidente ve un espectáculo que muestra sus artilugios de producción. En esa mostración encuentra lo cómico guiado por las risas en off y sigue diferenciándose del objeto de la burla.

El Humor Post-televisivo sale de la lógica de representación del Paleo y Neo Humor. La interacción del plano y fuera de campo ya no se da en términos de ficción/no-ficción. En el Paleo Humor, como dijimos, el plano se constituye en el espacio de la ficción y el fuera de campo en el de la no-ficción. El enunciatario de la mirada del capo cómico se configuraba como el público que veía el programa y “habitaba” el espacio de la realidad no-ficcional. Ese mismo enunciatario existe en el Neo Humor, nada más que en él, el objeto de la mirada también habita, a veces, el espacio no ficcional. En el Post Humor, en cambio, el fuera de campo y el enunciatario ya no se configuran enteramente como no-ficcionales. En un nivel, ambos se incluyen en el “como si” de la ficción. Como explicábamos antes, la mirada a cámara construye un fuera de campo y un público que no son el fuera de campo y el público del programa cómico sino del género y estilo que son parodiados. Nadia, la meteoróloga de *Cha-cha-cha*, construye un fuera de campo como el de los informes meteorológicos. Ese fuera de campo es ficcional, su enunciatario es el espectador del género que se parodia, por lo tanto, es parte del objeto de burla. Al mismo tiempo, se construye otro enunciatario que es el espectador que esta fuera del objeto de la burla y es el que posibilita la interpretación irónica del sketch.

Esta nueva configuración del enunciatario y el fuera de campo, cambia la lógica de relación entre el sujeto de la mirada y el objeto de la burla. Ya no se da una interacción donde el objeto está separado del sujeto sino que hay algo del sujeto en el objeto. En el caso del sketch de Nadia, el televidente ideal es apelado en tanto espectador de informe meteorológico, es decir, que forma parte de la ficción y del objeto burlado, pero al mismo tiempo ese televidente sólo podrá obtener placer de esa burla si toma distancia de esa posición enunciativa identificándose en el enunciatario de la ironía. De esta manera, la escena enunciativa del Post-Humor ya no está compuesta por un objeto que se le da ver a un sujeto (relación que fomentaba la tendencia cómica del Paleo y Neo Humor). Su espectador está construido por dos enunciatarios, uno que es

parte del objeto de la burla y otro que toma distancia de él. Esa burla y desdoblamiento del espectador construido implica una exposición y un comentario humorístico de las reglas de los géneros, estilos y lenguajes que se parodian.

Dada esta escena enunciativa, podríamos decir que los televidentes de los programas cómicos post-televisivos adoptarían una posición que ya no estaría dentro de una lógica donde hay una realidad auténtica anterior al simulacro. Una realidad que lo mantiene a salvo de la burla, como sucedía en el Paleo y el Neo Humor. En el Post-Humor, el televidente tendría la capacidad de participar de la imaginaria espectacular sin nostalgia por lo real. Con sus juegos irónicos, el pastiche paródico post-televisivo desnaturaliza la realidad que se asume como verdad. Tal vez, ese sea uno de los placeres que podrán analizarse en futuras investigaciones sobre los efectos de los programas cómicos post-televisivos. Lo que sabemos hasta ahora, a partir de nuestro análisis, es que, en estos tiempos de crisis de la televisión, la producción de lo reidero de los programas cómicos se ha modificado. Lo cómico y el chiste *tienden* a ser humorísticos.

Bibliografía

- Aprea, G. (2010). "Los videos de Peter Capusotto entre la crítica a la televisión y la televisión crítica". En: Carbone, R. y Muraca, M. (coord.) (2010) *La sonrisa de mamá es como la de Perón. Capusotto: realidad política y cultura*. Buenos Aires: UNGS.
- Barreiros, R. (2005). "Paisaje del público en la pantalla de televisión. Hoy, lo cómico", en *Figuraciones, El arte y lo cómico*, N° 3. Buenos Aires: IUNA.
- Carlón, M. (2005). "La metatelevisión: un giro metadiscursivo de la televisión argentina", en *Designis* n° 7/8. Barcelona: Gedisa.
- ___ (2006). *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad*. Buenos Aires: La Crujía.
- ___ (2009). "¿Autopsia a la televisión? Dispositivo y lenguaje en el fin de una era", en Carlón, M y Scolari, C. *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía.

- ___ (2012). "Una reflexión sobre los debates anglosajón y latinoamericano sobre el fin de la televisión. México: Productora de Contenidos Culturales Sagahón Repoll.
- Eco, U. (1987). "TV: La transparencia perdida", *La estrategia de la ilusión*. Buenos Aires: Lumen y Editorial De la flor.
- ___ (1998). *Entre mentira e ironía*. Barcelona: Lumen.
- Fraticelli, D. (2010). "Desenmascarando al ciudadano (porteño). El humor político de Micky Vainilla en Peter Capusotto y sus videos". *Revista L.I.S Letra. Imagen. Sonido. Ciudad Mediatizada*. N° 5. Buenos Aires: Editorial José Luis Fernández y equipo UBACyT SO94.
- ___ (2012). "Lo cómico, la ficción y el directo. Las modalidades de enunciación de los programas cómicos en vivo", *Imagofagia*, N° 4. Revista de la Asociación Argentina de Estudios de cine y audiovisual. <http://www.asaeca.org/imagofagia/sitio/>.
- ___ (2013). "Lo reidero en los programas cómicos nacionales. Una tipología del chiste, lo cómico y el humor televisivos", *Cuadernos de Estudios en Diseño y Comunicación* (en prensa). Buenos Aires.
- Freud, S. (2006 [1905]). *El chiste y su relación con lo inconsciente. Obras completas*. Tomo VIII. Buenos Aires: Amorrortu.
- Genette, G. (1989 [1982]). *Palimpsestos (la literatura en segundo grado)*. Madrid: Taurus.
- Hutcheon, L. (1993). "La política de la parodia postmoderna", en *Revista Criterios*. La Habana.
- Landi, Oscar (1992). *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente. Qué hace la gente con al televisión*. Buenos Aires: Planeta.
- Metz, C. (1991). "La enunciación antropoide", en *La enunciación impersonal o la visión del filme*. París: Meridiens Klincksieck.
- ___ (2001 [1977]). *Psicoanálisis y cine. El significante imaginario*. Barcelona: Paidós.
- Moglia, M. (2010). *Un análisis cultural de las tradiciones y las dinámicas de innovación del humor televisivo argentino (1990-2009)*, tesis de doctorado. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales-UBA.
- Romano, E. (1993). "Parodia televisiva y sobre otros géneros discursivos populares", *Cuadernos Hispanoamericanos*, N° 517-519. Madrid.
- Sarlo, B. (1992). "La teoría como chatarra. Tesis de Oscar Landi sobre la televisión", *Punto de vista*, N° 44. Buenos Aires.
- ___ (1994). "El sueño insomne", *Escenas de la vida posmoderna – Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*. Buenos Aires: Ariel.
- Steimberg, O. (1994). *Semiótica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares*. Buenos Aires: Atuel.
- ___ (1996). "Humor, experimentación y esquematización en el estilo de época", *Revista Actualidad Psicológica*. Buenos Aires.

___ (2001). "Sobre algunos temas y problemas del análisis del humor gráfico", *Signo y seña*. Buenos Aires: Instituto de Lingüística, Facultad de Filosofía y Letras. UBA.

___ (2005). "Géneros mediáticos: Cuando el texto ya trae su crítica", *Encrucijadas*, N° 33. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

Schaeffer, J. M. (2002 [1999]). *¿Por qué la ficción?* Toledo: Ediciones Lengua de Trapo SL.

Verón, E. (2009). "El fin de la historia de un mueble", en Carlón, M y Scolari, C. (comp.) *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía.

* Damián Fraticelli es licenciado en Ciencias de la Comunicación – Facultad de Ciencias Sociales UBA, IIGG. E-Mail: damianfraticelli@yahoo.com