

Titres et résumés des interventions de la séance du séminaire ADAL du 26 avril 2013

Análisis de los Discursos Cómicos y Humorísticos. El pasaje de lo cómico a lo humorístico en las historietas de Roberto Fontanarrosa – Cristian Palacios (Universidad de Buenos Aires – CONICET)

El objetivo de este encuentro es el análisis de los distintos procedimientos discursivos asociados al campo del humor y lo cómico en su dimensión ideológica y en relación con los acontecimientos políticos que afectaron a la sociedad argentina entre los años 1972-2008 a través de la producción gráfica de Roberto Fontanarrosa. Forma parte de mi trabajo de tesis doctoral sobre la obra de Fontanarrosa y retoma las conclusiones elaboradas en los proyectos UBACyT “Entre el Centenario y el Bicentenario: ideologías lingüísticas y políticas en la construcción del imaginario de la integración”, e “Imaginarios nacionales en discursos sociales en la Argentina del Bicentenario: construcciones históricas y proyecciones utópicas” dirigidos por la Dra. Graciana Vázquez Villanueva, así como de las clases del seminarios de Análisis del Discurso dictados en la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA en 2011 “Análisis del Discurso: postulados teóricos, recorridos metodológicos y casos”.

La obra de Roberto Fontanarrosa dentro de la tradición del humor en la Argentina nos resulta sumamente interesante al momento de revisar las categorías teóricas con las cuales el análisis del discurso ha pensado todo aquello asociado al campo de lo risible: por su presencia en medios gráficos humorísticos significativos: Hortensia, Satiricón, Superhumor, Fierro y, desde 1973, en medios como Clarín y la revista Viva; por su emergencia en un momento clave de la historia política del país; por su trabajo en torno a algunos de los tópicos de la escena cultural argentina: la gauchesca (Inodoro Pereyra), el deporte y el fútbol (Semblanzas deportivas, El fútbol es sagrado, Puro fútbol, Fontanarrosa es mundial), la violencia (Boggie el aceitoso); por su trabajo en la página final de Clarín, donde con chistes de una sola viñeta realizaba sucintos comentarios de actualidad, y, finalmente, por su relación con el mundo de la cultura letrada (Fontanarrosa contra la cultura, Los clásicos según Fontanarrosa). Todo ello la coloca en un lugar privilegiado para el estudio de las relaciones entre el humor, los géneros populares y los medios masivos de comunicación en la configuración del imaginario socio-discursivo de la sociedad argentina de fin de milenio.

Antes de adentrarnos en la obra de Fontanarrosa, sin embargo, debemos detenernos en la especificidad de los discursos analizados. A partir de la lectura y discusión de textos clásicos - Bergson (1991 [1900]), Freud (1990 [1905] y 1991 [1927]) y Bajtín (2003 [1941])- y contemporáneos -Raskin (1985), Attardo (1994, 2010), Pollock (2002)- hemos arribado al concepto de “lo irrisorio” (Palacios 2011a, b, c y d, en prensa a) buscando dar cuenta del extenso campo que cubre los discursos cómicos y humorísticos. Al anteponer el artículo neutro al adjetivo de “todo lo que mueve a risa y burla”, pero además “lo insignificante por pequeño” (D.R.A.E.), intentamos así dar cuenta de un vasto dominio que incluye el humor y lo cómico, la burla, la sátira, la parodia, el pastiche, el chiste en todas sus manifestaciones, el humor negro, el absurdo, la mueca, la ironía, en definitiva, todo aquello que se asocia al

campo de la risa; pero también – en cierta medida – el discurso melancólico, sin el cual no sería posible comprender el humor. Irrisorio no es meramente “lo que hace reír”, ni se reconoce tan sólo por sus efectos, sino un modo particular de decir (o de actuar o de dibujar) que se separa de todo aquello que reconocemos como serio. Sobre el extenso dominio de lo irrisorio, se constituyen los dispositivos de lo cómico y lo humorístico.

Nuestra hipótesis central es que en las historietas de Fontanarrosa se produce un pasaje gradual de lo cómico a lo humorístico que hemos de analizar en comparación con otros humoristas gráficos argentinos como Quino o Copi.

Sports, médias et péronisme : politiques, discours et représentations du sport de la « Nueva Argentina » (1946-1955) – Lucie Hêmeury (IHEAL-CREDA – Paris 3 – Sorbonne Nouvelle)

L’irruption du péronisme constitue une rupture majeure dans l’histoire contemporaine de l’Argentine, tant dans ses dimensions politiques et sociales que culturelles. Ainsi, les historiens du sport argentin mettent en avant cette césure, les années péronistes restant associées dans la mémoire collective nationale à l’époque de la « fête sportive », fortement animée par le nouveau régime. Perón lui-même était un fervent pratiquant, spectateur et promoteur des activités sportives, n’hésitant pas à se mettre en scène revêtu de la panoplie du boxeur, de l’escrimeur ou du pilote automobile.

Son gouvernement mène une politique active de développement et d’encouragement du sport, qui prétend se démarquer de l’attitude adoptée par les gouvernements antérieurs qui laissaient à l’initiative privée le soin d’organiser et de fonder les activités sportives. On peut distinguer deux volets distincts dans l’ensemble des initiatives gouvernementales, qui visent des publics différents mais qui se rejoignent dans les objectifs poursuivis par le régime péroniste. D’une part, un grand nombre de sportifs de haut niveau sont soutenus par le régime qui leur octroie subventions, aide matérielle et récompenses en cas de victoires dans les grandes compétitions internationales. D’autre part, l’accès aux activités de plein air est facilité pour tous les enfants et les jeunes du pays, grâce à une politique soutenue de construction d’infrastructures et de terrains de sport dans les écoles et dans l’espace public. Parallèlement, Perón déploie une certaine conception du sport qui l’inscrit pleinement dans le projet global d’édification d’une « Nueva Argentina ». A travers l’étude de sources institutionnelles, gouvernementales et iconographiques, nous chercherons à préciser cette conception du sport et les représentations qui y sont associées en nous interrogeant sur leur dimension novatrice. Nous tenterons également d’analyser la place accordée par le nouveau régime au sport : dans quelle mesure devient-il un support, voire un instrument de propagande, pour les dirigeants péronistes, permettant de projeter à l’étranger mais aussi au sein de la société argentine une image positive et dynamique attestant de la réussite du projet péroniste ?

La caricature politique en cas de crise politique. Étude d'un type de discours en Argentine, à partir des caricatures de D. Paz et Rudy parues en une de *Página/12* durant la crise argentine (1999-2004) – Eugénie Roy (Université de Versailles – Saint-Quentin-en-Yvelines / Université de Paris 1 – Panthéon Sorbonne)

L'objectif de cette présentation est de présenter une forme dérivée de discours politique, à savoir les caricatures de Daniel Paz et de Rudy dans la crise argentine de 2001. Cette présentation reprend des éléments de mon mémoire de Master 1 « La caricature politique en cas de crise : reflet et créatrice d'opinion. Le cas de la crise argentine de 2001 ». Cette période m'avait semblé propice à l'étude de la caricature politique, en ce qu'elle se caractérise par une crise généralisée, c'est-à-dire à la fois politique, économique et sociale, où la contestation sociale emporte tout sur son passage, y compris l'intérêt pour les idées et les hommes politiques.

Les caricaturistes m'apparaissent à la fois comme des artistes et des journalistes puisque quelques coups de crayons leur suffisent pour donner une image à la fois claire, concise, certes biaisée mais souvent drôle de l'actualité, qui peut être comprise par une majorité de personnes au fait des événements majeurs. La caricature permet donc un accès nouveau à l'actualité. Ceci est d'autant plus vrai pour les travaux de Daniel Paz et de Rudy présentés dans le journal *Página/12* puisque d'une part il s'agit d'un quotidien avant-gardiste, toujours à la pointe de l'innovation dans la façon de présenter l'actualité et réputé pour sa « une » toujours à la recherche du sensationnel, et que d'autre part, D. Paz et Rudy sont des artistes hors du commun qui ne se contentent pas de faire des caricatures pour *Página/12* mais qui sont présents dans divers journaux et médias.

Nous nous attarderons principalement ici sur les portraits des différents Présidents qui se sont succédés entre décembre 1999 et 2004 (Fernando de la Rúa, Eduardo Duhalde et Néstor Kirchner, mais également les intérimaires Ramon Puerta, Eduardo Camaño et Adolfo Rodríguez Saá), tels qu'ils ressortent des caricatures de D. Paz et de Rudy publiées dans *Página/12*. Il s'agira notamment de trouver des facteurs explicatifs de ces images dans l'évolution de la crise traversée par le pays. Cependant, faire ce lien entre les caricatures et l'actualité de l'époque suppose d'abord de s'intéresser au fonctionnement même de la caricature. En effet, si les dessins de Paz et Rudy peuvent être facilement accessibles, y compris pour des étudiants français qui s'intéressent à l'Argentine, sans y avoir jamais mis les pieds, le sens profond des caricatures n'apparaît pas à tout le monde car l'art des caricaturistes est d'utiliser des symboles dont la signification n'apparaît qu'aux initiés.

L'hypothèse qui a guidé mon travail est que les caricatures de D. Paz et Rudy correspondaient assez bien à la vision que la population avait des présidents, à savoir qu'ils ne valaient pas mieux les uns que les autres.