



## **UNIVERSIDAD DEL SALVADOR**

**Facultad de Ciencias de la Educación y la Comunicación Social**

Ciclo de Licenciatura en Periodismo

TESIS MONOGRÁFICA

### **La construcción de los programas de humor político en la Televisión Argentina**

Análisis y comparación entre Caiga Quien Caiga, Gran Cuñado, Good Show, La Noticia Rebelde y Las Patas de la Mentira, para dar cuenta de la resignificación que tuvo el género humorístico en la televisión entre 1986 y 2001.

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

Alumno: María Florencia Catelli

Cátedra: Prof. Lic. Erica Walter y Profesor Leonardo Cozza

Directora de la carrera de Periodismo: Prof. Lic. Ana Laura García Luna

Tutor designado por la tesis monográfica: Prof. Máximo Paz

Asignatura: Tesina

## **Abstract**

Esta investigación aborda el concepto del humor político como género televisivo, desde 1986 a 2001.

Los programas de este tipo tienen una doble función: en primer lugar, proveer información sobre el ámbito político y sus personajes, y en segundo lugar, sumarle a eso el condimento del humor, razón por la cual este formato resulta llamativo para los televidentes e innovador para las empresas comunicacionales.

La hipótesis que guiará a este trabajo es la siguiente: El humor político en la televisión actual se presenta como un elemento de banalización y farandulización del escenario político, en contraposición a sus orígenes, en los que se posicionaba como un formato no convencional de denuncia e información.

Se utilizará un modo de estudio cualitativo para detectar los elementos constitutivos del humor político en televisión, su estructura, los cambios con el correr del tiempo y el tipo de público al que iba dirigido cada programa. Se intentará verificar si cumplen o no con la función de divertir y hacer reír, pero basados en información y contenido político. A su vez, la investigación tratará de analizar si cada programa intentó contribuir en la formación de un espectador activo, crítico y racional.

Esto será posible gracias a bibliografía especializada, material audiovisual y al análisis de experiencias, que serán trasladadas al campo académico.

Gracias a esta investigación, se podrá detectar el cambio que ha ocurrido en los programas televisivos de este tipo, donde en principio se consideraba al humor como herramienta concientizadora, para luego transformarse en un simple bien de consumo dentro de la sociedad de masas, donde es consumido de manera efímera, por un público cada vez menos activo.

Palabras claves: humor, política, información, banalización, audiencia televisiva.

# ÍNDICE

## Contenido

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Marco Metodológico .....	6
2. EL HUMOR .....	9
2.1 Historia del Humor .....	9
1.2 Diferentes Concepciones sobre el Humor .....	12
1.3 Características del Humor .....	14
1.4 Humor y Psicoanálisis .....	15
1.5 Humor Político .....	17
2. DINÁMICA ENTRE EL HUMOR Y LA SOCIEDAD.....	19
2.1 El Humor como elemento socializador .....	19
2.2 Teoría del Contrato de Lectura.....	22
2.3 Teoría de la Enunciación .....	24
2.4 Análisis Estructural del Relato .....	25
2.5 Humor, televisión y política .....	27
3. MARCO TEÓRICO .....	34
3.1 Visión Semiótica .....	34
3.2 Visión Crítica.....	38
3.3 Los Estudios Culturales .....	41
4. LA POSMODERNIDAD .....	46
4.1 Zygmunt Bauman .....	46
4.2 Jean Baudrillard.....	50
5. ANÁLISIS DE LOS CASOS .....	56
5.1 Contexto histórico .....	56
5.1.1 <i>Presidencia de Raúl Alfonsín</i> .....	56
5.1.2 <i>Presidencia de Carlos Menem</i> .....	58
5.1.3 <i>Presidencia de Fernando de la Rúa</i> .....	60
5.2 Análisis de los programas televisivos.....	62
5.2.1 La noticia Rebelde (1986) .....	62
5.2.2 Good Show (1993) .....	64
5.2.2 Caiga Quien Caiga (1995).....	67
5.2.4 Las Patas de la Mentira (1996).....	69
5.2.4 Gran Cuñado (2001) .....	71
6. CONCLUSIONES.....	73
7. BIBLIOGRAFÍA .....	79
8. RESEÑA.....	82
9. APÉNDICE .....	91

# 1. INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación masivos cumplen un rol fundamental en la construcción de la realidad, pero también contribuyen a la formación de un espectador crítico a través de los contenidos que presentan. En este proceso, dichos agentes no reflejan una realidad preexistente, sino que seleccionan aquello que quieren reproducir o analizar y lo adecuan al lenguaje de su propia empresa periodística.

Este es el caso de los programas de humor político que surgen en el año 1957 con la figura de Tato Bores (*Caras y morisquetas, canal 7*), donde se pone en juego un doble sentido: en primer lugar, proveer información sobre el ámbito político y sus personajes, y en segundo lugar, sumarle a eso el condimento del humor, razón por la cual este nuevo formato resulta llamativo para los televidentes e innovador para las empresas comunicacionales.

Esta característica de los programas que se analizarán, encuentran un correlato con uno de los axiomas exploratorios de la comunicación, que postula lo siguiente:

El aspecto referencial de un mensaje transmite información y, por ende, en la comunicación humana es sinónimo de contenido del mensaje. Al aspecto conativo se refiere a que tipo de mensaje debe entender que es, y, por ende, en última instancia, a la relación entre los comunicantes. El primero transmite los datos y el segundo como debe entenderse dicha comunicación.<sup>1</sup>

Debido a que la televisión no recoge al azar aquellos temas que quiere tratar, se puede decir que influyen directamente en la formación de un ciudadano, de acuerdo con los intereses del mismo medio. Todo tipo de comunicación tiene un fin, una intencionalidad, la cual, tomando como objeto de análisis los programas de humor político, han cambiado a lo largo de los años.

Baylon y Mignot aseguran en relación al tema:

La influencia en la comunicación es inevitable y en todo proceso comunicativo cuando se realiza la transmisión de un mensaje se pueden ejercer de forma

---

<sup>1</sup> WATZLAWICK, P., et al, "Algunos axiomas exploratorios de la comunicación" en Teoría de la comunicación humana. Interacciones, Patologías y Paradojas. Barcelona. Herder, 1981. Pág. 49-71.

camuflada maniobras de influencia o de persuasión dirigidas al televidente. Esto lo que hace es coartar la libertad de información de las personas<sup>2</sup>.

Pero lo que se intentará responder es, ¿cumplen el mismo papel los programas humorísticos de la década del 50 que los del año 2000? ¿Cuál es su objetivo? ¿Por qué cambió su estructura y alcance? ¿Pretenden formar un espectador crítico, informado por medio de una interpretación no tradicional de los hechos o simplemente se convirtieron en una forma de hacer reír y de reírse de políticos sin importar que, por su falta de contenidos, el televidente ahora sea un receptor pasivo?

Según comenta Santiago Varela, uno de los últimos libretistas de Tato Bores, en un artículo publicado en clarin.com: “Él buscaba el sentido común de las cosas, era un tipo creíble e inspiraba confianza en su público. Decía lo que todo el mundo sabía pero de otra forma”<sup>3</sup>.

Sin embargo, pareciera ser que se dejó de lado el humor crítico, para pasar a un sistema humorístico basado en la imitación, en la burla acerca de características físicas y en la ridiculización, donde el contenido político en sí solo resulta ser el nombre de un candidato.

Aquello que distinguía a Tato Bores, Jorge Guinzburg, Carlos Abrevaya, Alfredo Castelo y Raúl Becerra, que era informar con un poco de risas, cuyo cimiento eran datos políticos sobre los cuales ocurría la magia del humor y del chiste, con el correr del tiempo fue desapareciendo, dejando en primer plano al chiste. La noticia, la teoría, aquello que debían absorber los espectadores para conformar su propio juicio de valores, había desaparecido.

En los comienzos de este tipo de emisiones, si bien se percibía la orientación ideológica del programa o del conductor, se podía diferenciar un espacio donde se fomentaba la racionalización y el discernimiento entre las diferentes posturas. Se ponía al alcance de las personas toda la información para que pudieran construir un pensamiento propio que podía o no coincidir con aquello que se miraba.

Resulta que los medios de comunicación tienen un potencial emancipador. La pregunta es: ¿logran que funcione o no utilizan esta ventaja a favor de los ciudadanos?

---

<sup>2</sup> BAYLON, Christian y MIGNOT Xavier. La comunicación. Madrid, Cátedra, 1996. Pág.8

<sup>3</sup> “Homenajearon a Tato, el creador del humor político en televisión”. Clarín.com 28 de abril de 2011. Disponible en: [http://www.clarin.com/sociedad/Homenajearon-Tato-creador-politico-television\\_0\\_470953000.html](http://www.clarin.com/sociedad/Homenajearon-Tato-creador-politico-television_0_470953000.html)

Las emisiones que se tendrán en cuenta para estudiar al humor político son: Tato Bores (Good Show), La noticia Rebelde, CQC, Las patas de la mentira y Gran Cuñado en Showmatch (emisión del año 2000).

El contexto histórico se torna primordial en este tema, ya que permitirá entender muchos cambios de los programas en cuestión. Si bien no será lo mismo ver cómo y de qué forma hacía humor político Tato Bores luego de realizar sus emisiones en el marco de un gobierno de facto a como lo hacían otros programas, segmentos o informativos durante la democracia, va a ser un vector importante la forma en la que se transmitían los contenidos políticos y las ideologías de cada emisora.

El problema de la actualidad radica en que los programas, al perder el tinte político en cuanto a contenido informativo, también pierden aquello que se tiene que desentrañar, que develar para que el televidente lo entienda y conforme su propia postura frente a un accionar o a un comportamiento de un determinado actor político.

La televisión se ocupó de parodiar, imitar, crear programas de archivo y escenas de humor mediante la ironía. Este tipo de contenidos prevalecen porque hay una farandulización de la política donde se busca canalizar aquello que de otra forma no podría ser tratado. Dicho de otra forma, hay una creciente banalización de la política.

Otro factor importante en esta investigación, será analizar el motivo por el cual podría haber ocurrido un desmejoramiento del contenido político en los programas. Es decir, ver la transformación que se produjo teniendo en cuenta al humor, primero como elemento o herramienta concientizadora, y luego como una simple mercancía de la sociedad de masas a la cual va dirigida, no ya a un público activo, sino a un sujeto pasivo que solo la consumirá durante un periodo efímero.

Adorno analiza la función del jazz, pero sus conclusiones pueden ser fácilmente aplicadas al tema en cuestión: “Su función social consiste en reducir la distancia entre el individuo alienado y la cultura afirmativa, es decir, una cultura que favorece no lo que debería, a saber, la resistencia, sino por el contrario, la integración en el statu quo”.<sup>4</sup>

Por medio de la constante reproducción de chistes simples y sin contenido, queda obsoleta la función principal del humor con la que aparece en la televisión hace 50 años.

La importancia de investigar este tema radica en buscar el motivo acerca del cual se dejaron de lado los monólogos y dramatizaciones donde se opinaba o criticaba con

---

<sup>4</sup> MATTELART, Armand. Industria cultural, ideología y poder, en: Historia de las teorías de la Comunicación. Barcelona. Paidós, 1997. Pág. 57

fundamentos, para pasar a una televisión actual donde prevalece el hacer reír a costa de aquello que se imita.

Es evidente que hubo un quiebre en cuanto al humor político en la TV. Es decir, hoy ya no existe una forma más cómica o ridícula de contar la realidad, y por consecuencia no hay un televidente crítico y medios interesados en generar contenidos “inteligentes”. Es interesante analizar entonces, el camino que ha transitado el humor político televisivo para que se pueda desentrañar por qué ese tipo de emisiones que Tato Bores hizo tan populares e interesantes, hoy hayan quedado de lado.

Este trabajo tiene como fin principal analizar el motivo por el cual se dejó de lado la construcción de programas de humor político en televisión que tuvieran una base de información, contenidos y fundamentos para convertirse en emisiones constituidas a raíz de chistes burdos, imitaciones, videos de archivo y burla de los principales agentes políticos. A raíz de esto, se pretende también ver por qué hubo una resignificación del televidente, donde pasó de ser activo a pasivo, en cuanto a la recepción de contenidos.

Principalmente, se buscará encontrar elementos constitutivos del humor político en televisión dentro de un grupo seleccionado de programas, para poder determinar en qué momento el eje de los mismos cambió, dejando de lado una contribución muy importante que realizaban en la sociedad: la creación de un espectador activo, crítico, racional que pudiera tomar o dejar aquello que estaba mirando para poder conformar su propia opinión frente a un tema o un agente político.

El hilo conductor de este trabajo, consistirá en diferenciar los distintos programas, identificar la estructura, el tipo de humor empleado, el público al que apuntan y si cumplen o no con la finalidad con la que Tato Bores inauguró esta categoría: reír y hacer reír, pero con contenido información.

Si bien el tema del humor político se ha tratado desde diversos aspectos, la novedad del mismo y el motivo por el cual es relevante investigarlo desde esta perspectiva, radica en que académicamente, es necesario buscar razones, fundamentos y elementos que muestren el deterioro de la oferta televisiva en la Argentina, donde se privilegia el hacer reír, sin importar el contenido y el televidente. Esto será posible gracias a bibliografía especializada, material audiovisual y al análisis de experiencias, que serán trasladadas al campo académico.

Se convierte así en una investigación exhaustiva que cobra relevancia dentro del ámbito periodístico, ya que va a permitir que los diferentes medios reorganicen y orienten sus productos de otra forma, privilegiando el contenido y no la forma. Si los

programas de humor político tuvieron siempre grandes audiencias, podría ocurrir nuevamente sin que se caiga en una banalización de la política o de las bases sobre las cuales se conforman.

Acerca de la forma en la que se hace humor político en la televisión como medio masivo de comunicación, el dibujante Fernando Sendra realiza un aporte muy importante en el momento de hacer una diferenciación entre el humor y el chiste que se tendrá en cuenta como base de la tesina:

El humor es una cosa y el chiste es otra. El humor busca dar una opinión a través de un mecanismo original que no busca la risa como fin, sino dejar una opinión. En el chiste, lo que se busca es dejar la risa como fin y la opinión es intrascendente<sup>5</sup>.

Esto nos permitirá determinar si con el correr de los años, las diferentes emisiones basaron la planificación de sus contenidos en el humor o en el chiste y, si por lo tanto, privilegiaron la formación de un público activo, capaz de generar una opinión frente al contenido emitido, o si por el contrario, sus programas buscaban la banalización de la política cuyo objetivo era simplemente “hacer reír”.

En el momento de discutir si hubo una resignificación del humor político como género televisivo, es necesario tener en cuenta que todos los gobiernos, ya sea en democracia o no, tuvieron que convivir con dicha temática en los medios.

Jorge Palacio, nieto del célebre dibujante Lino Palacio, establece una clara descripción de por qué es tan atractivo aplicar al humor al ámbito político:

A los argentinos nos gusta reírnos de los políticos con poder. Es nuestra forma secreta de vengarnos, de ejercer la oposición de manera un poco más enconada que mediante la simple crítica, nunca dejamos de burlarnos de nuestras autoridades.<sup>6</sup>

Dado que vivimos en una sociedad mediática, es necesario analizar la relevancia de los medios de comunicación en la formación de opiniones, ideas y nociones acerca de diferentes cuestiones. Para poder efectuarlo, se tomará como referente La Vision Mediática de Pierre Bourdieu, quién acuña la siguiente afirmación:

Los malestares sociales sólo tienen existencia visible cuando los medios hablan de ellos, es decir, cuando los periodistas los reconocen como tales. Ahora bien, no se

---

<sup>5</sup> UTPBA, Qué se dice y qué no se muestra del humor político. Buenos Aires. Observatorio. 2002. Pág. 58

<sup>6</sup> PALACIO, Jorge. *Humor político en Argentina*. Ediciones Sudamericanas, 1993. Pág. 28



reducen a los meros malestares mediáticamente constituidos ni, sobre todo, a la imagen que los medios dan de ellos cuando los perciben. No todos los malestares son igualmente “mediáticos”, y los que lo son sufren inevitablemente una cierta cantidad de deformaciones desde el momento en que los medios los abordan, puesto que, lejos de limitarse a registrarlos, el trabajo periodístico los somete a un verdadero trabajo de construcción que depende en gran medida de los intereses propios de ese sector de actividad.<sup>7</sup>

El aporte del autor va a permitir enmarcar teóricamente a las diferentes prácticas humorísticas como constructoras de contenido político, para poder diferenciar aquellos programas que están constituidos sobre información, datos o hechos de la realidad política de aquellos que tienen como finalidad “mediatizar” situaciones o personajes de dicho ámbito persiguiendo una finalidad que se aleja de la de manifestar un humor político: farandulización de la política.

El interés de este tema, radica en que siempre divierte y entretiene ver televisión y más si hace reír y permite que uno se distienda. Sin embargo, el poder emancipador de los diferentes programas orientados al humor se pierde cuando deja de interesar decir cosas de la realidad política o de ciertas personalidades con cargos en el gobierno con un doble sentido, o con humor. Se vive así, en una sociedad donde interesa más la “risa vacía”, sin fundamentos, el cual no privilegia para nada a aquella persona que mira televisión para poder construir una visión más crítica de la sociedad en donde vive.

### *1.1 Marco Metodológico*

Para poder analizar la construcción de programas de humor político en televisión se empleará una técnica de investigación cualitativa que tiene como finalidad interpretar el sentido que el actor le asigna a su conducta. Esto se realizará en función de que el objeto de estudio comprende pocas unidades de análisis en muchas dimensiones, es decir, que los diferentes programas televisivos responden a objetivos propuestos por los conductores/actores/guionistas, por lo que es necesario encontrar en ellos significados comunes y diferentes.

---

<sup>7</sup> La visión mediática En: Bourdieu, P. *La miseria del mundo*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2000.

La investigación cualitativa es una forma de observación a largo plazo, acompañada del fenómeno que se va a estudiar. Se caracteriza por una serie de métodos de recogida de datos, pero en este caso en particular se emplearán entrevistas, análisis de los programas y observaciones no estructuradas de los mismos. Esto va a permitir una mayor comprensión del objeto de estudio y la utilización de diferentes métodos va a generar una mayor variedad de resultados.

Se utilizará una técnica descriptivo- analítica ya que la finalidad de este trabajo es describir hechos, situaciones y características de las emisiones a analizar que van a suceder en un escenario social determinado.

Se utilizará también el método estructuralista de análisis de los mensajes, basado en encontrar formas invariantes en contenidos aparentemente diferentes. Por medio de este método de investigación cualitativo, se buscará encontrar las características que permiten que haya un significado determinado en los mensajes que difunden los programas de humor político. Esto quiere decir, que la importancia se centrará en el objeto de estudio, independientemente del contexto en el que sucede.

Para poder cumplir con dichos objetivos el trabajo se guiará a través de una serie de interrogantes:

- 1- ¿Qué se entiende por humor político y cuando aparece en la televisión argentina?
- 2- ¿Quiénes son los principales referentes y cuáles son sus características?
- 3- ¿Qué métodos se utilizan para hacer humor político y como van cambiando con el correr de los años?
- 4- ¿Qué ocurre con el contenido informativo y político de los programas de humor político y por qué va desapareciendo?
- 5- ¿A qué público apuntaban este tipo de emisiones en sus comienzos y a quien se dirigió en los últimos 10 años?
- 6- ¿Cuáles son las causas por las que se pasa de un receptor activo a uno pasivo?
- 7- ¿Qué elementos constituyentes conformaban el humor político de la televisión en la década del 50 y cuales lo hacen ahora? ¿Hay similitudes o diferencias?
- 8- ¿Qué objetivo perseguían al hacer política en televisión pero con otra mirada? ¿Segue siendo la misma en la actualidad?
- 9- ¿Se perdió el interés sobre la realidad política y por eso se trata de atrapar mediante el humor?