

Hacia la conformación de una comunidad discursiva: la *Barcelona* y sus lectores

Mauro Orellana

maesemau@yahoo.com.ar

Licenciatura en Letras Modernas

Directora del TFL: Dra. Ana Beatriz Flores

Resumen

La desaparición de Julio López horas previas al finalizar el juicio contra el represor Miguel Etchecolatz en setiembre de 2006 y en un contexto donde los DDHH son política de Estado, se constituyó en un verdadero acontecimiento y tr

La revista argentina titulada *Barcelona*, en un marco de enunciación paródico, sostiene desde un primer momento el tema de esta desaparición y esa permanencia en sus páginas pone en tensión la idea misma de noticia, de género de información y de agenda mediática, porque vuelve actual aquello que escasamente aparece en los otros medios. El abordaje de la investigación se inscribió desde la sociosemiótica, perspectiva que posibilita articular una variedad de herramientas teóricas-metodológicas con el propósito de hacer inteligible los procesos sociales desde las materialidades significantes.

En esta ocasión se presenta una síntesis/fragmento de la tesina, operación que implicó dejar afuera aspectos referidos al análisis propiamente del corpus. A partir de la categoría "comunidad discursiva" se interroga sobre qué otras experiencias de lectura de la prensa gráfica se fueron conformando los lectores de la revista.

Palabras claves: revista *Barcelona* Comunidad discursiva Parodia Lectores Prensa gráfica.

1. Introducción

Hay que analizar cuáles son las condiciones para que un texto, un género, un conjunto de procedimientos, un estilo, una obra, un escritor, lo que uds. quieran, pueda ser parodiado. No se trata de una decisión arbitraria, quiero decir, lo aparentemente arbitrario del gesto paródico está siempre determinado por ciertas condiciones que lo hacen posible, y esas condiciones dependen del conjunto del sistema y de sus transformaciones.

Ricardo Piglia, *Crítica y ficción*.

Una revista no es sólo una revista sino también aquellos que la leen.

Los miles de tipos y tipas que piensan, sienten y creen lo que leen.

Enrique Symns, *Cerdos y Peces*.

En Argentina, en un escenario aún aquejado por el estallido de la crisis política, económica y social producida dos años antes, surge en 2003 con una modesta tirada la revista *Barcelona*. Sin embargo desde el primer número insta un modo de noticiar que provocará risa, descolocará o, en algunos casos, incomodará por sus tapas irreverentes, noticias delirantes -o no tanto- e imágenes trucadas de manera desprolija.

La revista de publicación quincenal nació de la iniciativa de un grupo de jóvenes periodistas que se propusieron narrar la actualidad a partir de la agenda de los otros medios de comunicación, de allí que se la reconozca como un discurso paródico, ya que como sostiene Hutcheon: "un texto paródico es la articulación de una síntesis, una incorporación de un texto parodiado (de segundo plano) en un texto parodiante, un engarce de lo viejo en lo nuevo" (1985: 177).

Desde hace unos años la *Barcelona* empezó a ser analizada en el ámbito académico (Alonso, 2007; Fraticelli, 2008; Corso, 2010; López Whine, 2010) y en general identifican un núcleo común: reconocen que la parodia opera como un procedimiento para realizar una crítica a los modos de construcción de la prensa gráfica actual, y en particular al diario *Clarín*. En nuestro caso coincidimos con ese señalamiento y, a su vez, consideramos que la revista abre un nuevo espacio de crítica metasemiótica sobre la prensa gráfica, ya que hay un juego con el discurso en el interior del mismo discurso.

A diferencia de los trabajos anteriores, en nuestro estudio, hemos construido el problema de investigación a partir de lo que denominamos el caso Julio López -testigo clave en el juicio a Miguel Etchecolatz-, ya que el tema de su desaparición en setiembre de 2006 ingresa inmediatamente en la agenda de los medios¹ y, consecuentemente, es absorbido por la *Barcelona*, aunque la permanencia del tema no se mantuvo igual a la de los otros diarios donde tiene apariciones esporádicas. Desde la desaparición, la revista sostuvo el tema con distintas intensidades durante todo el 2007 -periodo que comprendió nuestro corpus- hasta que, en febrero de 2008, instituye una columna en la página 2 denominada "Día a día. Qué se hizo en la quincena en la búsqueda de Julio López" que perdura hasta el presente. Todo ello pone de

relieve el estatuto particular que ocupa este caso en la *Barcelona*.

En inminencias de la condena a Etchecolatz, la desaparición de Julio López -por segunda vez, pero ahora en un régimen democrático-, y consecuentemente, el ingreso y permanencia de ese tema en el espacio discursivo de la *Barcelona*, caracterizado por el uso de la parodia, la ironía y la sátira, adquiere un espesor particular, lo cual nos incitó a analizar los sentidos sociales puestos en juego. En nuestra investigación planteamos un doble movimiento de lectura: a) al analizar los modos de construcción de lo noticiable en la *Barcelona*, indagamos qué estrategias discursivas se ponen en funcionamiento y, para ello, se seleccionó el caso Julio López; y b) en los modos específicos de construcción discursiva de la revista, interrogamos cómo aborda el tema de esta desaparición, el cual no constituye un caso más sino que, por la complejidad de este en relación con el presente y el pasado reciente, se ubica en un lugar ineludible para indagar.

El objetivo general de nuestro trabajo fue analizar los rasgos característicos de la revista *Barcelona* como una manifestación del discurso social y su relación con otros discursos del género de la información. En cuanto a los objetivos específicos que postulamos, estos fueron: analizar las condiciones de producción que hacen posible la emergencia de la revista en la discursividad social; indagar las estrategias utilizadas en la construcción de las noticias; contrastar con los otros medios de comunicación, en especial con *Clarín* y *La Nación*, tomando como referencia el acontecimiento de la desaparición de Julio López; y, por último, identificar similitudes y diferencias en las estrategias de construcción de la realidad en *Barcelona* y los otros medios que fijan la agenda mediática.

De acuerdo con el primer objetivo, reconstruimos una serie discursiva en torno a ciertas propuestas periodísticas de la prensa gráfica, tomando como punto de referencia los inicios de los ochenta y parte de los noventa en Argentina. Esta indicación temporal, “la transición democrática”, supuso no solo un cambio en el régimen de gobierno sino que además implicó una transformación en las modalidades de enunciación. En ese sentido, nos interesó recuperar la hipótesis veroneana: “si las condiciones productivas asociadas a un determinado nivel de pertinencia varían, los discursos también, en alguna parte, variarán” (Verón, 2004: 138). Este señalamiento abrió la posibilidad para analizar sobre la aparición de un periodismo que asume temas y modos de tratamiento que distan de la hegemonía discursiva de la época.

A continuación, trazaremos una modesta genealogía mediante una serie de publicaciones precedentes: *Humor*, *El Porteño*, *Cerdos y Peces*, *Página/12* y *La García*, que irán construyendo una comunidad discursiva conformada por lectores avezados en ciertos temas y en los modos de tratamientos de estos, lo cual nos permitirá comprender un doble fenómeno: la aparición de la *Barcelona* y la existencia de un público dispuesto a leerla y sostenerla en el tiempo.

2. Desarrollo

En las derivas y desplazamientos que conduce una posible genealogía, indagaremos, a modo de hipótesis, sobre la conformación en el tiempo de una comunidad discursiva que comparte códigos que posibilitan leer e interpretar ciertas producciones culturales que se presentan de manera disonantes ante las tonalidades de una época. Este es el caso de la *Barcelona*. Intentaremos demostrar que en esta publicación el “gesto paródico”, según

Piglia, no es arbitrario ni espontáneo, sino el resultado de un proceso mediante el cual se conformó un público lector a partir de otras experiencias de lectura vinculadas al universo de la prensa.

Lo que indagaremos es si, desde esos tempranos años ochenta y con la emergencia de revistas con propuestas estéticas particulares, se va constituyendo una comunidad discursiva que configurará un público, fundamentalmente joven, dispuesto a compartir códigos respecto a los temas tratados y los modos de abordarlos. En nuestra hipótesis, advertimos un primer momento que se ampliará y complejizará en los años posteriores con otras publicaciones como *Página/12* y las revistas vinculadas al universo musical en los noventa. En especial, aquellas referidas al rock y en las que, en muchos de los casos, tuvieron participación los periodistas de la *Barcelona*.

La noción de comunidad discursiva (Maingueneau, 2005) resulta fértil para indagar cómo se fue formando un grupo de escritores y lectores que comparten códigos sobre aquello que se vuelve enunciable y en las modalidades propias de lo decible, como así también en la configuración de ciertas representaciones. Uno de los primeros aspectos a tener en cuenta en esta categoría es que hay una relación de carácter indisociable entre los modos de organización de los hombres y de sus discursos. Arnoux señala:

Una comunidad discursiva refiere al grupo o red de grupos que generan formas particulares de producir, interpretar y poner en circulación los discursos. Este concepto permite identificar espacios de cierta estabilidad en los modos en que se producen e interpretan los discursos, en los modos en que una comunidad

se comunica internamente o hacia afuera (2009: 16).

Dentro de cada comunidad es posible identificar regularidades vinculadas con las modalidades de producción y circulación de los discursos y en lo concerniente a las prácticas de lectura. Siguiendo a Beacco (en Arnoux, 2009), los roles de escritura y lectura se delimitan en el interior de dicha comunidad discursiva, se fijan estatutos o jerarquizaciones entre ellos. Por ejemplo, en el caso de la prensa, quienes producen los textos pueden guardar relación de dependencia con la empresa periodística o pueden participar esporádicamente. Se establece una jerarquía entre directores, jefes de redacción, cronistas y quienes elaboran las noticias. En el caso de los lectores, están los que se suscriben o compran permanentemente la publicación y los que acceden de otro modo: a través de préstamo, regalo o por casualidad.

Por otra parte, dentro de cada comunidad, prevalecen ciertos géneros discursivos por sobre otros y se establecen cadenas genéricas al plantearse determinadas relaciones. En la prensa, por ejemplo a partir del cable informativo, se elabora la noticia o la crónica, se puede entrevistar a los protagonistas de los hechos, acompañándolo con una nota de opinión por parte de un periodista destacado. Los lectores de esa comunidad recorren estos géneros conocidos por ellos, advierten el tema en común y reconocen asimismo diferencias en cuanto a aspectos informativos en cada caso (Arnoux, 2009).

Desde otro enfoque, Hutchon (2000) considera que la producción e interpretación de la ironía -procedimiento que interesa en este trabajo- está dada por determinada comunidad discursiva que la hace posible. En ese sentido, la autora explicita su intención de "definir esas 'comunidades discursivas' en

general por la configuración compleja de creencias, valores y estrategias comunicativas compartidas" (Hutcheon, 2000: 136).ⁱⁱ

Con resonancias del Foucault del *Orden del discurso*, Hutcheon entiende que dentro de cada comunidad existen ciertas reglas que: a) prescriben las condiciones para la producción y recepción de significados; b) determinan quién/es puede/n producir o comunicar y, a su vez, quién/es comprenden los significados; y c) fijan sobre qué tópicos hablar, en qué circunstancias y con qué modalidades.

Justamente aquí reside la tesis de la autora al subrayar que el proceso de decodificación de las ironías se da porque hubo un aprendizaje cultural, existe una memoria común entre los participantes: autores y destinatarios. "(...) las comunidades discursivas (...) son simultáneamente inclusivas y excluyentes, no lo son las ironías en sí mismas" (Hutcheon, 2000:144).

Abrevamos en este planteo porque nos permite leer la conformación de una determinada comunidad que se inicia a principios de los ochenta y en donde se comparten creencias. Asimismo el uso de la ironía, la parodia y la sátira estarán presentes y se vincularán con los modos de presentar la información. Estos rasgos, a modo de una memoria discursiva, se intensificarán en la *Barcelona*.

Las publicaciones en las que nos detendremos fueron producidas, en general, por jóvenes de cada periodo y configuran respectivamente un destinatario vinculado al universo juvenil. Así se generó un conocimiento diferente al de las generaciones precedentes. De allí, también, el interés en nuestro caso por conocer qué entramado se establece entre editores, escritores, periodistas y lectores, como también así en los temas que

adquirirán relevancia y en los modos de tratarlos.

Por último, nos interesa articular lo presentado hasta ahora con lo planteado por Verón (2004), quien señala que si las condiciones de producción varían, de algún modo, los discursos harían visible esos cambios. Es decir, si tenemos en cuenta que el periodo analizado comprende el inicio de los ochenta, en donde hay un progresivo debilitamiento de las fuerzas militares como actores políticos representantes del Poder Ejecutivo, advertimos paralelamente un paulatino avance de posiciones enunciativas que pondrán a circular discursos disidentes con el régimen y, al mismo tiempo, harán ingresar un conjunto de temas que habían estado marginados hasta el momento en la topografía discursiva.

Entre lo viejo y lo nuevo: el posicionamiento de las revistas culturales durante los ochenta

En 1978, con una caricatura del director técnico de la selección argentina bajo el irónico título "Menotti de Hoz dijo: 'El mundial se hace, cueste lo que cueste'", aparece la revista *Humor* bajo la dirección del diseñador Andrés Cascioli y con una tirada de 40.000 ejemplares. En general, los temas vinculados con el universo político y económico ocuparon un espacio importante (Ulanovsky, 1997; Matallana, 1999).

Esta publicación quincenal se caracterizó por un periodismo de análisis, de tal manera que no trabajó con la inmediatez de los hechos como ocurre con los diarios (Codebo, 2010). Este rasgo también está presente dos décadas después en la *Barcelona*, ya que por su periodicidad y, en consecuencia, por su forma de presentar la noticia más que

contar lo sucedido "con pretensión de objetividad", realiza valoraciones sobre los modos de narrar los hechos por parte de otros medios al mismo tiempo que los presenta.

En esos primeros años de *Humor*, había una clara política para diezmar la palabra ajena de partidos políticos, gremios y medios masivos de comunicación. La revista, entonces, se constituye en un lugar de oposición apelando a recursos como la sátira y la caricatura donde el objeto de la burla eran las figuras políticas de la época. Así, las tapas fueron claves para expresar la línea editorial; es decir, había una evaluación por medio del humor de lo que ocurría en ese entonces. Ese uso estratégico del lugar de mayor visibilidad de toda publicación, las tapas, también se actualiza en la *Barcelona*.

Esta publicación tuvo una dilatada historia (1978-1999) y, con los cambios de gobierno, fue modificando aquello que se criticaba. En el primer periodo, contó con la participación de los dibujantes Grondona White, Tomás Sanz, Tabaré, y de los escritores Jorge Guinzbur y Alejandro Dolina. En un segundo momento, se sumaron Santiago Kovadloff, Pacho O'Donnell, José Pablo Feinmann, Aida Bortnik, Osvaldo Soriano, Carlos Abrevaya, entre otros. La impronta que deja en la cultura argentina es innegable y se convierte en uno de los canales de comunicación por medio del cual se volvió audible una voz que, por medio del humor, criticó la opresión de aquellos años de plomo hasta 1983, cuando llega la democracia. De este modo, comienza a delinearse una comunidad discursiva que, según nuestra hipótesis, adquiere mayor espesor durante los años ochenta y noventa.

Ahora bien, a diferencia de las publicaciones que analizaremos a continuación, *Humor* ya indica desde su título una clave de lectura del contenidoⁱⁱⁱ y, a su vez,

se engarza con la tradición de las revistas humorísticas-satíricas en nuestro país. Mientras tanto, *El Porteño* y *Cerdos y Peces* apelarán a recursos paródicos, irónicos o satíricos, pero su enfoque es, fundamentalmente, periodístico. De allí, su lazo con la *Barcelona*. Lo que *Humor*, *Cerdos y Peces* y *El Porteño* tienen en común es que contienen también artículos críticos o de oposición caracterizados por una "enunciación desde la seriedad". En cambio, en la *Barcelona* esto no existe y, en ese sentido, representa una "revuelta" de los semanarios de finales del siglo XIX, como *Don Quijote*.

Si bien se utiliza con frecuencia el sintagma "transición democrática" para aludir al cambio en el régimen político, consideramos pertinente utilizarlo en un sentido más amplio para leer las transformaciones registradas también en el ámbito cultural en los ochenta. En consecuencia, uno de los espacios privilegiados para la lectura de las discusiones/reformulaciones de la cultura argentina es el de las denominadas revistas culturales. Estas, a través de distintas modalidades, llevaron adelante el debate sobre cultura y política, y la redefinición del rol del intelectual como resultado de las secuelas del pasado inmediato.

Patiño (1997) analiza las revistas culturales del periodo comprendido entre 1981-1987 y señala que, desde *Punto de Vista*, *El ornitorrinco*, *Sitio*, etc., se sostienen debates en torno a la redefinición y función del intelectual y se produce una revisión, indagación y experimentación en torno a nuevas prácticas estéticas. En el marco de discusión en torno a la política y la cultura que se manifestaba en una gran variedad de publicaciones con posicionamientos particulares (estéticos y políticos), una de las revistas que construye un discurso opositor es *El Porteño* (1982-1993) y va consolidándose a

medida que el régimen democrático se instala en el país.

Aunque estas publicaciones pueden englobarse en un primer momento de modo muy general bajo la rúbrica de revistas culturales, existen notables diferencias entre unas y otras. En este punto, se puede establecer una demarcación en términos de circulación, por ejemplo, entre *Punto de vista* y *El Porteño*. Es decir, mientras que la primera convoca a un público más restringido (especialmente, intelectual) por el tipo de temas que aborda, la segunda tiene mayor alcance e instala en su agenda una gran variedad de temas de órdenes distintos.

***El Porteño* y *Cerdos y Peces*: transgresiones en el espacio público^{iv}**

Pocos meses antes de iniciar la Guerra de Malvinas, surge una revista mensual llamada *El Porteño*, cuyo primer número vendió 5.000 ejemplares de una tirada de 8.000. Su existencia comprendió desde enero de 1982 hasta febrero de 1993 y el editor responsable fue Gabriel Levinas hasta 1985 cuando abandona el proyecto. En ese entonces, para evitar el cierre, se constituye la Cooperativa de Periodistas Independientes que contó con los nombres, entre otros, de Ernesto Tiffenberg y Jorge Lanata, dos colaboradores de esta revista que, pocos años después, crearán el mentado diario *Página/12* (Ulanovsky, 1997).^v

En *El Porteño* participaron un conjunto de periodistas y escritores, algunos tuvieron una presencia más o menos permanente, mientras que otros colaboraron en algunos números. En el primer período -como mencionamos anteriormente-, el director editorial fue Gabriel Levinas y el jefe de redacción, Miguel Briante. En cuanto a los colaboradores, algunos de ellos fueron Jorge

Di Paola, Christofher Jones, María Eugenia Estenssoro, Eduardo Grüner, María Moreno, Diana Belessi, Emeterio Cerro, Fernando Noy y Daniel Molina.^{vi}

Del primer número, nos interesa hacer los siguientes señalamientos. La sección "Carta del director" presenta una referencia al contexto histórico del país, a la imposibilidad de poder imaginar cuándo la democracia se haría cuerpo en las instituciones del Estado y, a su vez, la dificultad de la participación ciudadana bajo el régimen militar:

En esa misma sección se explicita el sentido de "la porteñidad" que ellos conciben en ese proyecto. Es decir que rechazando una imagen folklórica del "ser porteño", como podría ser la figura de Minguito, dan lugar a las distintas vertientes culturales como Spinetta, Goyeneche y Borges.

Ya en el segundo número, en la misma sección de "Carta del director", hay una referencia no menor a la luz de nuestro interés y del derrotero de la misma revista sobre la relación de este proyecto con otras publicaciones: "Intentamos hacer (inventar) o llegar a hacer en los números sucesivos una publicación que sea para muchos, el lugar de las notas que excluyen las revistas de difusión masiva" (1982, Nº 2: 5).

De este modo, se irá trazando un recorrido por áreas temáticas que no aparecían o lo hacían de manera limitada en los otros medios de la prensa gráfica. Así, ya en el primer número, bajo el título de la tapa "Aborígenes: la memoria perdida", ingresa el tema de la precariedad en las condiciones de vida de tobas y maticos, que no aparecían como cuestión central en las otras publicaciones. Asimismo, este medio fue el único que publicó una nota completa de la periodista italiana Oriana Fallacci al entonces presidente de facto Leopoldo Galtieri al

conceder ella misma dicho material de manera gratuita para su publicación. Por otra parte, aunque el tema del Sida fue apareciendo en distintos medios, la primera nota sobre los muertos que estaba produciendo esta enfermedad en Argentina tuvo lugar en este mensuario y estaba firmada por Daniel Molina y Néstor Perlongher, quien colaboró desde Brasil.^{vii}

De manera que, desde cierta incorrección para la época, la revista fue abordando cuestiones nodales relacionadas con la política, las organizaciones de DDHH, las minorías marginadas (indígenas, gay, entre otras) o las nuevas propuestas culturales tanto del cine independiente como de la literatura y el rock. Y lo hizo, como sostiene Warley (1993), con un lenguaje ajeno a las formalidades y estereotipos del periodismo tradicional. Por su parte, Ulanovsky señala: "El lenguaje abierto y no censurado de la redacción llamó la atención de los lectores, que la apoyaron fuertemente desde el principio y la hicieron ubicarse en la oposición" (1997: 292-293). Jorge Lanata, lector y colaborador de *El Porteño*, precisa que "Lo más interesante era su mirada antropológica traducida al periodismo. Otra cosa que aportó fue un desenfado, no el de la revista *Humor*, sino algo más punky, más duro" (Ulanovsky, 1997: 293).

En cuanto a *Cerdos y Peces*, surge en 1983 como un suplemento cultural dentro de *El Porteño* bajo la dirección de Enrique Symns, emblemática figura del *under*.^{viii} Se publican, en ese primer periodo, 12 números. Al año siguiente aparece ya con el carácter de revista contando con un público propio. Con intermitencias, sobrevivió hasta 2004, cuando se cierra definitivamente el proyecto editorial.^{ix} Si bien a lo largo de tantos años fueron variando los periodistas que participaron, nos interesa mencionar a los siguientes de la primera etapa: Indio Solari, Eduardo Blaustein, Raúl Perrone y la colaboración de

Néstor Perlongher y Juan José Saer. Nombres que además dejaron su impronta en la música, la literatura y el cine, desde los ochenta en adelante.^x

Desde el primer número, la revista asume un tono provocador. Su director, bajo el título de la editorial "Sacarse las caretas", que puede ser leída como un manifiesto, marca las coordenadas sobre las cuales se moverá y qué tipo de identidades sociales tienen cabida en ese espacio discursivo.

No son drogadictos... no son delincuentes, no son punk... son jóvenes que quieren encontrar una identidad propia fuera de los mediocres modales que el Sistema propone para vestir la existencia ([1983] 2011: 17).

A estas, opone otras identidades: policías, maestros, psiquiatras, sacerdotes, que coartan y disciplinan modos de ser diferentes. "Solamente un despojamiento colectivo de todas esas etiquetas (...) sembrarían las semillas de una auténtica convivencia basada en el amor, el respeto y la tolerancia" (Symns[1983], 2011:17).

Así, pensada para un público fundamentalmente juvenil, *Cerdos y Peces* dio lugar al abordaje de la sexualidad a través de notas específicas sobre la homosexualidad ("Los gay responden", Nº 3, es una entrevista a tres personas que ofrecen una serie de contraargumentos a la frase de quien era ministro del interior en aquel entonces, Antonio Tróccoli. Este había sostenido que era una enfermedad que puede provocar conductas sociales peligrosas) o mediante relatos y encuestas sobre prácticas sexuales ("Amores con mi mano", Nº 20, que caracteriza a través de entrevistas el lugar que posee en los adultos la masturbación). También tuvo su espacio el tema de las drogas ("La elegancia

que pierden mis amigos cuando toman cocaína", Nº 18); las nuevas identidades constituidas a partir de la música como los *punk*; el rock nacional y su transformación estético ideológico ("Proceso al rock argentino", Nº 3). Contó, a su vez, con importantes reportajes a figuras de la época: Tomás Abraham, Néstor Perlongher, Indio Solari, Horacio Fontova, Rodolfo Fogwill, entre otros.

La revista se caracterizó por el trabajo con las tapas, ya que funcionan como una nota en sí misma donde la imagen tiene un fuerte peso. Además, crearon suplementos que parodiaban a los otros medios. "(...) en vez de *El Porteño* era *El Bolcheño*; en vez de *Clarín*, *Clonín*; en vez de *Crónica*, *Mórbica*; en vez de *Página 12*, *Pajita 12* dirigida por Jorge La Rata" (Symns, 2011: 9).

Otra de las particularidades de *Cerdos y Peces* era el espacio para las notas y reportajes "inventados", autores y entrevistados apócrifos, lo que fue el resultado de condiciones objetivas que impidieron la participación de otros periodistas por problemas económicos. Así, el director y la jefa de redacción fueron los encargados de armar los textos que componían cada una de las ediciones. Este es un rasgo propio de la *Barcelona*, donde la noticia no es más que pura ficción o lo que podemos llamar la ficcionalización de la noticia, en tanto no son los cables informativos ni las palabras de los actores vinculados con los acontecimientos las herramientas utilizadas para la construcción de los textos. Es decir que se simula que el texto se construyó a partir de cables informativos y de consultas a varias fuentes, cuando en realidad era un puro artificio.

Con estos breves señalamientos, nos interesa reconocer cómo con *El Porteño* y *Cerdos y Peces* se empieza a constituir una comunidad discursiva que guardará interés

por ciertos temas, poco frecuentados en otros medios de la prensa gráfica, y por los modos en que son tratados. Estas publicaciones, con sus matices, irrumpen en el universo periodístico y proponen nuevos modos de abordaje de la información al asumir un tono provocador que tensiona con el clima de los primeros años ochenta cuando los efectos de la dictadura eran marcas palpables aún en los discursos mediáticos.

***Página/12* o el desafío de informar de un modo distinto**

La década del ochenta fue para muchos una usina de experimentación, un modo de buscar alternativas a lo ya dicho y a lo ya hecho. Esas búsquedas realizadas en el teatro, la música y la literatura, también fueron una preocupación en el mundo del periodismo. Y la caracterización realizada párrafos arriba nos permite reconocer parte de esa experiencia.

Página/12 se constituyó desde el momento de su nacimiento, el 26 de mayo de 1987, como una propuesta diferente al momento de informar. Esto es, exploró formas distintas de plantear lo noticiable y tomó distancia de lo que hacían los otros medios importantes del país. En ese sentido, uno de los rasgos más notables fue -y aún lo es- las tapas donde se conjugan títulos de tono irónico, satírico y paródico, tomando nombres de películas o dichos populares y que son acompañadas, en algunos casos, con fotomontaje. De esta manera, presenta en su "puerta de entrada" (Valderatto, 2003) una carga valorativa que funciona a su vez como editorial.^{xi}

La idea de generar este nuevo medio gráfico surge en *El Porteño*, en especial en una sección llamada "The Posta Post", ubicada en las cuatro páginas centrales, y que funcionaba

como un espacio de contra información cuyo slogan era "Todos los demás saben, pero no se animaron a publicar". En esa sección, participaban Jorge Lanata y Ernesto Tiffenberg, responsables del nuevo diario. De este modo, construyeron una propuesta editorial que generó interés en los lectores de *El Porteño* y, al mismo tiempo, se amplió a otros nuevos. En el primer número se publicaron 30.000 ejemplares y se vendieron 26.000. Es decir, contó con una significativa aceptación desde su nacimiento.

En la etapa previa, cuando se barajaron distintos nombres, se decidieron por aquel que hacía referencia a las doce páginas que iba a contener en un primer momento. Al tomar distancia de la sobre información que caracterizaba a los otros medios, *Página/12* construyó su propia agenda con pocos temas, referidos al mundo de la política argentina fundamentalmente. Incluía importantes investigaciones realizadas, en muchas oportunidades, por Horacio Verbysky, quien denunciaba la corrupción política y las secuelas de la dictadura militar. También dio lugar a noticias sobre grupos minoritarios como gay, lesbianas, feministas, ecologistas, militantes de derechos humanos, entre otros. Al mismo tiempo, abordó temas sobre educación y universidad en dos secciones específicas (Ulanovsky, 1997).

Entre sus puntos innovadores se encuentran la preocupación sobre la forma, un concepto gráfico singular que se advirtió rápidamente desde sus tapas. Ulanovsky (1997) señala que Osvaldo Soriano fue quien introdujo ese concepto, basándose en el periódico francés *Liberation*. A su vez, en la redacción convivió una nueva generación de periodistas que estaba acompañada por nombres como Mario Benedetti, Eduardo Galeano, Miguel Briante, Juan Gelman, Tomás Eloy Martínez, entre otros. Estos escritores, pertenecientes a una generación anterior,

tenían una dilatada experiencia no solo en el campo literario sino también en el periodístico, de manera tal que nutrieron al nuevo proyecto editorial.

Página/12 abordó lo noticiable con un lenguaje más directo, sin solemnidad y con humor. Es decir, adquirió un estilo coloquial y burlón. (Ulanovsky, 1997) Y de ese modo, fue configurando una retórica satírica, al decir de Horacio González. "*Página/12* dio un paso trascendental al convertir el discurso periodístico en una retórica basada en collages, ironías, parodias, atmósferas ficcionales y sátiras ingeniosas (...)" (González en Corso, 2010: 29). Aunque sus propios límites eran los hechos catastróficos o sucesos de carácter luctuoso.

Este diario se constituyó en un jalón importante en la historia de la prensa gráfica por las innovaciones que realiza para abordar la información. En este punto, consideramos que también incide en la comunidad discursiva, ya que muchos de sus lectores eran jóvenes de sectores de clase media, en algunos casos con formación universitaria y otros con trayectoria de militancia en partidos de izquierda. Por lo tanto, entre los que participaron como periodistas y los lectores se van generando códigos comunes para interpretar aquello que se publica en ese espacio discursivo.

Algo cambia y algo se consolida en los noventa. La génesis de la *Barcelona*: *La García*

En los noventa se reconfigura el mapa comunicacional por las privatizaciones de algunos medios en el marco de las políticas neoliberales. Esto trae como consecuencia la producción de programas televisivos y radiales, así como también de publicaciones

destinadas específicamente a los jóvenes. Aunque en los ochenta se registra algo de todo esto, como advertimos con *El Porteño* y, en especial, con *Cerdos y Peces* (a lo que se puede agregar la aparición en 1985 de la *Rock and Pop*^{xii}, en lo que a radio se refiere); en los noventa, este proceso se intensifica, ya que hay más producciones y, muchas de ellas, ingresan en espacios de circulación masiva.

Nos detendremos ahora en cierta zona de la producción discursiva de la época, más precisamente aquellas referidas al universo del rock y que configuran a un destinatario que directa o parcialmente se inscribe en una identidad rocker. Entre la variedad de publicaciones que circularon en aquellos años, nos interesa en especial *La García* porque allí participaron algunos integrantes de la revista que analizamos en este trabajo. Además, presenta marcas que nos permiten leer en ese discurso la génesis de la *Barcelona*. Con este recorrido, intentamos demostrar cómo se consolidó una comunidad discursiva que fue construyendo en su interior a un público lector que podrá interpretar la propuesta periodística de la *Barcelona*.

En aquellos años noventa, los diarios nacionales incorporaron espacios específicos destinados a un público juvenil. Tal es el caso de *Clarín* con el suplemento *Sí*, mientras que *Página/12* -y como réplica al anterior- pone a circular desde marzo de 1992 hasta la actualidad el suplemento de los jueves *No*.^{xiii} En sus páginas, aparecen temas referidos a la cultura joven, el rock y la tecnología. Ya avanzada la década, en 1998, la famosa revista *Rolling Stone*, que nace en 1967 en Estados Unidos, es editada también en Argentina por el grupo *La Nación Revista*. Contó en el staff con el periodista Fernando Sánchez, uno de los integrantes de la *Barcelona*. Allí tendrá un lugar destacado la información referida al mundo del rock, tanto nacional como internacional.

A mediados de 1999, nace *La García*. Este nombre alude a uno de los principales referentes de la música argentina, Charly García (lo que es sin duda un homenaje a este), y funciona de algún modo como clave de lectura del contenido de las páginas, ya que hay un interés especial por las distintas bandas vernáculas como *Los Redondos*, *La Renga*, *Los Piojos*, *La Bersuit*, *Almafuerte*, *Divididos*, *Las Pelotas*, entre otras. Este constituye un rasgo distintivo en comparación con las otras revistas, como *La Rolling Stone*, donde la información sobre el rock internacional tiene un lugar importante. Esta nueva revista salió semanalmente; aunque, a finales de 1999, debió aparecer en forma mensual como consecuencia de la crisis económica.

Como señalamos anteriormente, algunos de los nombres del staff de la *Barcelona* participaron en este proyecto editorial: Ingrid Beck, jefa de redacción; Pablo Marchetti, secretario; Mariano Lucano, jefe de la sección arte. Durante gran parte del periodo que se editó, el director fue Carlos Ares, quien a su vez dirigió la publicación cultural *La Maga* (1991-1997 y en 2011 fue reeditada). Esta última, además, contó la participación de algunos de los profesionales indicados arriba.^{xiv}

Entre las páginas de *La García*, al igual que en revistas similares, predomina la información sobre las bandas, los nuevos discos, extensas entrevistas a las figuras del rock, crónicas sobre los shows. Sin embargo, a diferencia de aquellas, hay elementos interesantes en tanto se despuntan rasgos que se intensificarán en la *Barcelona*. Es decir, aparecen procedimientos paródicos e irónicos sobre ciertos discursos propios de otras revistas y diarios. En este sentido, por ejemplo, junto con las crónicas de determinados shows, hay una evaluación del recital, destacándose los siguientes ítems (como ocurre luego de los partidos de fútbol): nivel de pogo, olor a faso,

aguante, fisura, entre otros. De este modo, se construye una tipificación de comportamientos/estados/sensaciones que resulta singular en relación con otras publicaciones donde no aparece este tipo de evaluación. También se encuentra una sección donde se mide, a través de un determinado test (similar a los presentes en las publicaciones destinadas a un público femenino), cuál es el grado de conocimientos sobre las bandas. Las opciones presentadas en dicho test resultan desopilantes.^{xv}

Asimismo, existe, como en publicaciones dirigidas a adolescentes y mujeres, un especialista que responde a las inquietudes de los lectores. La sección se denomina "Consultorio de autoayuda para rockers" y está a cargo del Dr. Feel, quien responde a los lectores sobre qué prácticas/gustos alterarían la identidad de un rocker. Como ejemplo: "¿sigo siendo un rocker, si me gustan algunos grupos bailanteros?", "¿qué programas debería ver?".^{xvi} De este modo, se construye una voz que en general recibe de manera eufórica la pregunta y, luego, al modo de un enunciador pedagógico, responde a la inquietud, combinando un lenguaje formal con el léxico del universo del rock. Esto es, añadirá expresiones como "al taco", "bardeando", "del palo", "vieja", entre otras, que aparecen siempre entre comillas. En todas las respuestas se traza una división entre lo que es formar parte del "palo" (o sea, del mundo del rock) y lo que es estar fuera de él, donde se ubica a los "caretas" o a los que le gusta la "bailanta". Tanto por el uso del lenguaje, el tipo de pregunta, las valoraciones realizadas, hay un efecto de comicidad en esta sección.

Otra de las zonas interesantes de esta revista es el apartado titulado *Sending fruit*, dentro de la sección "Cualquiera". Allí se presentan noticias referidas a las distintas bandas o solistas. Este apartado comenzó a

crecer a medida que avanzaron los números, ya que aparecían varios recuadros donde se construyen ficcionalmente noticias que se caracterizaban por su rasgo de inverosimilitud. Así, por ejemplo, en una oportunidad se narró el enfrentamiento pugilístico entre "La rubia tarada", título de la canción de *Los Redonditos de Ricota*, y "Avanti morocha", nombre del tema de *Los Caballeros de la Quema*. De este modo, el enunciador se asemeja al relator de una pelea de box que va narrando las distintas secuencias del combate y, al tiempo, describe los movimientos de las "boxeadoras".^{xvii}

En esos apartados, la noticia se construye a partir de lo que el enunciador denomina "rumores frutales". A modo de un cable informativo, este provee determinada información. En algunos casos, el punto de partida es un hecho ocurrido, aunque el desarrollo resulte inverosímil: por ejemplo, "Proponen a Lito Vitale para escribir el himno del planeta tierra", luego del éxito de la interpretación de este músico en el Glaciar Perito Moreno en el marco de los shows que se hicieron a nivel mundial para recibir el nuevo siglo.^{xviii} Algunas de las estrategias que aparecen de modo recurrente son: incorporación de las voces de los protagonistas de las notas a través de citas directas; utilización de procedimientos irónicos; referencias a la propia revista; empleos de enunciados eufóricos y del léxico rocker ("¡Aguanten Los Villanos, vieja!"); construcción de personajes argentinos ficticios que, por sus cualidades, adquieren reconocimiento mundial; utilización de un 'nosotros inclusivo' por parte del enunciador, para inscribirse en la identidad rocker y denunciar el uso de ciertos símbolos de representantes de otros géneros musicales.^{xix}

En otras ocasiones la revista recupera ciertas noticias de otros medios (nacionales o internacionales) y, junto a estas, que aparecen de fondo, presenta un nuevo texto, un

comentario, en palabras de Genette (1989), donde se precisa determinada información, acompañado de fotografías trucadas. Tanto en el texto como en las imágenes, hay una evaluación irónica por parte del enunciador de la revista, lo que produce un efecto de comicidad.^{xx}

En síntesis, *La García*, además de los lineamientos propios de este tipo de publicaciones donde el interés es difundir información sobre el rock y todo lo relacionado con este, imprime en sus páginas ciertos rasgos peculiares. Por un lado, configura un enunciador que construye una relación de horizontalidad con el destinatario. Esto sucede porque hay un uso informal del lenguaje que se manifiesta en el empleo de términos propios de una identidad rocker y en los modos de interpelación entre uno y otro, lo que se advierte, por ejemplo, en la sección "Correo". En ese sentido, presenta un abandono del tono solemne, propio de algunos diarios, donde el destinatario tiene otras características.

Esta horizontalidad es posible porque quienes producen la revista comparten una identidad común con quienes la leen, lo que se reconoce en el uso del nosotros inclusivo. No obstante, esa identidad, en la modalidad de construcción, en su exageración, genera efectos humorísticos, como lo señalamos en algunas de las secciones mencionadas anteriormente.

La García, por otra parte, absorbe otros discursos de los medios y juega con ellos a través de procedimientos paródicos e irónicos, siempre dentro del universo del rock. Todos estos rasgos se actualizarán en la *Barcelona*. Ya no se tratará de una revista que aborda una temática específica, sino de un periódico donde ingresa una diversidad de temas políticos, sociales, económicos, entre otros.

3. Conclusiones: el entramado

En el recorrido realizado, nos propusimos establecer ciertos rasgos en común entre *El Porteño*, *Cerdos y Peces*, *Página/12* y *La García*, los que reaparecen de algún modo en la *Barcelona*. Las primeras dos, emergentes de los años ochenta, tuvieron características de irreverencia en los temas tratados, en las modalidades de enunciación, en el punto de vista que construyen las notas, en la configuración de las tapas, en los elementos icónicos que acompañan los textos. Estas revistas resultan interesantes de leer en relación con las condiciones de producción de aquel entonces, época en la cual no solo hubo una política de disciplinamiento de los cuerpos, sino también una captura de las voces, un desquiciante control de la palabra. A medida que la transición democrática iba adquiriendo fuerza, primero como horizonte de posibilidad y luego como materialización en las instituciones del Estado, se inauguran nuevos lugares de enunciación como es el caso de las revistas *Cerdos y Peces* y *El Porteño*.

En todas las publicaciones referidas en el capítulo, se delinearán con distintos matices rasgos paródicos e irónicos que se convierten en componentes relevantes a tener en cuenta por las operaciones que realizan los lectores al enfrentarse con estos textos. Aquellos que se desenvuelven con mayor ductilidad es el resultado de cierta frecuentación con ese tipo de producciones periodísticas. Por lo tanto, podemos sostener que cuando surgió la *Barcelona* existió un público lector que se había conformado en función de sus otras experiencias de lectura con revistas de rock o diarios como *Página/12*.^{xxi}

En ese sentido, es que hemos decidido referir este proceso mediante la categoría de comunidad discursiva, cuya particularidad es funcionar como bisagra entre la figura del enunciatario y el público. En este caso la

comunidad analizada tiene contornos flexibles, es heterogénea y no se define en términos cuantitativos, ya que quienes participan pueden hacerlo de manera permanente o con intermitencias. En este marco, es que nos interesa aclarar que los roles de escritores y lectores han ido mutando con el tiempo; en algunos casos, aquellos que leyeron las publicaciones de los años ochenta se convirtieron tiempo después en periodistas de revistas contemporáneas.

Uno de los aspectos claves que permite entrelazar las publicaciones presentadas es lo que hemos llamado la *ficcionalización de la noticia*, en tanto los modos de producción de ese discurso no se asientan rigurosamente en las reglas convencionales del género. En algunos casos este rasgo resulta más notorio, mientras que en *Página/12* habrá cierta preocupación por otorgarle ritmo a las noticias bajo los preceptos del nuevo periodismo sin soslayar el uso y el respeto a las fuentes.

El cable informativo, la entrevista a los protagonistas, las indicaciones espaciotemporales de los hechos -todo aquello que reenvía a un referente extratextual, otorgándole "efecto de verdad", al decir de Verón (1987)- se emplearán con matices en las publicaciones presentadas. Los procedimientos de ficcionalización se inician con las revistas de los ochenta, adquiere mayor fuerza en algunas secciones de *La García* y se consolida definitivamente con la *Barcelona*. En la última página, en letra minúscula la revista aclara: "Barcelona es una obra de ficción. Cualquier semejanza con la realidad es pura coincidencia".

En suma, hemos intentado desandar un camino que nos permitiera leer el "gesto paródico" de la *Barcelona* no como un acto de generación espontánea sino como parte de una tradición reciente de la prensa gráfica y que, al mismo tiempo, contribuyó a conformar

lectores para esta revista. A su vez, en la *Barcelona* hay innovación al desbaratar la distinción entre lo serio y lo cómico y desestabilizar el verosímil del discurso periodístico a través de la parodia. Además hace ingresar, en ese espacio marcado por una impronta humorística, el tema de los DDHH y los usos políticos de estos, como en el caso de la desaparición de Julio López. Rasgo que la distingue y que, a su vez, produce una dislocación de la hegemonía discursiva de la prensa gráfica en nuestro país.

4. Bibliografía

- Alonso, Paúl, "Prensa Barcelona: una ácida revista argentina", *Revista latinoamericana de Comunicación Chasqui*, Nº 97, 2007.
- Arnoux, Elvira (dir.), (2009) *Pasajes. Escuela media-enseñanza superior*, Buenos Aires: Biblos.
- Codebo, Agnese, "La oposición a un régimen represivo a través de la sátira, la caricatura y la historieta: la revista Humor y la dictadura argentina (1976-1983)", *Revista Afuera. Estudios de crítica cultural*, Nº 9. Noviembre, 2010, [en línea] <http://www.revistaafuera.com/articulo.php?id=119&nro=9> [Consulta: 12 de mayo de 2013].
- Constantini, Marcelo (1992) "Entrevista a Jorge Lanata", en González Horacio, *La realidad satírica. 12 hipótesis sobre Página 12*, Buenos Aires: Paradiso ediciones.
- Corso, Pablo (2010) *La revista Barcelona y el fin de los límites*, Buenos Aires: Universidad Nacional de Buenos Aires, 2010, [en línea]. <http://newpagecomunicacion.sociales.uba.ar/files/2013/02/2127.pdf> [Consulta: 15 de mayo de 2013].
- Fratlicelli, Damián (2008) "La revista Barcelona y el humor local", *Revista Lis. Letra Imagen Sonido. Ciudad Mediatizada*, Año 1, Nº, 2. [en línea] <http://semioticafernandez.com.ar/wp-content/uploads/2010/12/10-LIS2-RevistaBarcelona-DF.pdf> [Consulta: 15 de mayo de 2013].
- Genette, Gérard (1989) *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*, Madrid: Taurus.
- González, Horacio (1992) *La realidad satírica. 12 hipótesis sobre Página 12*, Buenos Aires: Paradiso ediciones.
- Hutcheon, Linda (1985) "Ironía, sátira, parodia. Una aproximación pragmática a la ironía", Traducción de la cátedra de Teoría Literaria, UNC.
- Hutcheon, Linda (2000) "Comunidades discursivas. Como a ironia 'acontece'", en *Teoria e política da ironia*, Belo Horizonte: Ed. UFMG.
- López Winne, Hernán (2010) *Lo cómico, la risa, la crítica. La parodia como ejercicio crítico en la revista Barcelona*, Argentina: Ediciones Godot.
- Maingueneau, Dominique (2005) "Comunidad discursiva", en Charadeau P. y D. Maingueneau, *Diccionario de análisis del discurso*, Buenos Aires: Amorrortu.
- Manzi, Federico y Pablo, Vigliano, "Aquí, Radio Bangkok. Historia del programa que cambió para siempre la radiofonía, contada por sus protagonistas". Informe audiovisual, 2008, [en línea] <http://www.youtube.com/watch?v=OrxkREKtbdw> [Consulta: 13 de mayo de 2013].
- Matallana, Andrea (1999) *Humor y política. Un estudio comparativo de tres publicaciones de humor político*, Buenos Aires: Eudeba.
- Molina, Daniel (2011) "Historia de una relación" [en línea] <http://unperroviejo.wordpress.com/2011/11/11/historia-de-una-relacion-perlongher-y-yo/> [Consulta: 12 de mayo de 2013]
- Moreno, María, "La generación del 80", en *Radar, Página/12*, 28 de diciembre de 2003 [en línea] <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-1149-2003-12-28.html> [Consulta: 13 de mayo de 2013].
- Patiño, Roxana (1997) *Intelectuales en transición: las revistas culturales argentinas (1981-1987)*, Sao Paulo, Depto. de Letras Modernas/FFLCH/USP. En formato PDF, [en línea] <http://dlm.fflch.usp.br/sites/dlm.fflch.usp.br/files/recienvenido04.pdf> [Consulta: 15 de mayo de 2013].
- Sánchez, Camilo, "El hombre que habla", en *Clarín*, 26 de junio de 2002, [en línea] <http://edant.clarin.com/diario/2002/06/26/c-00611.htm> [Consulta: 13 de mayo de 2013].
- Symns, Enrique (2011) *Cerdos y Peces: lo mejor*, Buenos Aires: El Cuenco de Plata.

Ulanovsky, Carlos (2007) "Noticias de los años de plomo", "Noticias de los años 80", en *Paren las rotativas*, Buenos Aires: Editora Espasa Calpe.

Valdettaro, Sandra, "La puerta de entrada a Página/12", en *La Trama de la Comunicación* Vol. 8, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. UNR Editora, 2003. En formato PDF, Rosario: [en línea] http://rehip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/701/La%20puerta%20de%20entrada%20a%20P%C3%A1gina%2012_A1a.pdf?sequence=1 [Consulta: 13 de mayo de 2013].

Verón, Eliseo (1987) *Construir el acontecimiento*, Argentina: Gedisa editorial.

Verón, Eliseo (2004) *La semiosis social*, México: Gedisa editorial.

Warley, Jorge, "Las revistas culturales de dos décadas (1970-1990)". *Cuadernos Hispanoamericanos*, nº 517-519, 1993.

La García, Año 1, Nº 22, 11 de noviembre de 1999.

La García, Año 1. Nº 23, 18 de noviembre de 1999

La García, Año 1, Nº 24, diciembre de 1999.

La García, Año 2, Nº 32, julio de 2000.

La García, Año 2. Nº 32, agosto de 2000.

La García, Año 2, Nº 37, marzo de 2001.

El Porteño, Año 1, Nº 1, 1982.

El Porteño, Año 1, Nº 2, 1982.

Revistas consultadas

La Maga, Año 1, Nº 1, (S/D).

La García, Año 1. Nº 11, 26 de agosto de 1999.

La García, Año 1, Nº 21, 4 de noviembre de 1999.

Notas

ⁱ López Winne (2010) y Corso (2010) hacen referencias a este caso junto con otros. En nuestro trabajo indagamos sobre la relevancia y densidad que posee este tema, ubicándose en un lugar diferencial en relación con los otros tópicos de la agenda de la *Barcelona*.

ⁱⁱ Agradecemos a la Lic. Marilyn Fassi, quien nos facilitó unos fragmentos traducidos por ella del capítulo en portugués "*Comunidades discursivas. Como a ironía 'acontece'*", de Hutcheon. Algunas citas pertenecen a esa traducción y otras fueron realizadas por nosotros.

ⁱⁱⁱ Ante los cuestionamientos de otras revistas de la época, en 1981, en una editorial, *Humor* define su posición en relación con las demás: "Nuestro equipo, extrañamente heterogéneo, tiene una sola bandera: la del HUMOR" (1981, nº 54: 5 en Codebo, 2010).

^{iv} Para el análisis de *El Porteño* y *Cerdos y Peces*, accedimos a los primeros números de cada revista en la Biblioteca Nacional. En noviembre de 2011 se publica *Cerdos y Peces: lo mejor*, de Enrique Symns y bajo la selección de artículos y tapas de Juan Mendoza. Dicho material, adquirió un valor inestimable pues viene abonar a la hipótesis que planteamos en este trabajo.

^v Esta Cooperativa emprendió el proyecto *Babel, revista de libros*: un reconocido espacio en donde participaron un conjunto de jóvenes escritores, entre los cuales se encontraban Alan Pauls, Luis Chitarroni, Martín Caparrós, Jorge Dorio, entre otros.

^{vi} Daniel Molina convenció a César Aira para que en esa revista escribiera sobre Néstor Perlongher, Arturo Carrera y Osvaldo Lamborghini, de manera que sirvió para difundir las propuestas literarias innovadoras y que, en los años de la dictadura, circularon de manera restringida. Ver: María Moreno. "La generación del ochenta" en *Página/12*. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-1149-2003-12-28.html>

^{vii} Daniel Molina, en un texto que rememora el vínculo construido con Perlongher a partir del intercambio de cartas producto de la distancia que los separaba (Argentina-Brasil), cita una frase que da cuenta de la preocupación y también del dolor que generaba la secuela del Sida: "(...) por cierto, la campaña 'de salud' es represiva, pero el contagio es explosivo, ¿en Buenos Aires también cada semana se te muere un amigo?". Ver Daniel Molina: "Historia de una relación (Perlongher y yo)". Disponible en: <http://unperroviejo.wordpress.com/2011/11/11/historia-de-una-relacion-perlongher-y-yo/>

^{viii} Symns explica cómo surge el nombre de la revista: "(...) a Levinas se le ocurrió tirar el *I ching*. Salió el hexagrama sesenta y uno: La Verdad Interior, donde dice que los cerdos y los peces son los animales más difíciles de ser influenciados. Cuando leímos eso, Levinas dijo: 'Ese es el nombre. *Cerdos y Peces*. El logo lo inventó Douglas Vinci, que fue compañero de Lalo Mir en el programa 'Radio Bangkok'" (Symns, 2011:7).

^{ix} La revista tuvo distintas interrupciones a lo largo de los años. El primer periodo comprende cuatro números y cierra en 1984, a causa de una denuncia por apología del delito, ya que se había reproducido parcialmente un artículo canadiense titulado "Hombres que aman a muchachos que aman a hombres" que versaba sobre la pedofilia y que, en aquel país, generó un juicio a la revista *The body politic* donde se publicó por primera vez. El nº 5 salió en el 1986 y cierra al año siguiente con el nº 16. Reaparece en 1989 con el nº 18, deciden saltarse el 17 porque es el número de la mala suerte. Este fue un periodo extenso que culmina en 1992 y cuenta con la participación como productor de Leonardo Sacco, quien era editor a su vez de la *Rock and Pop*. En ese tiempo, la revista vendía alrededor de 20.000 ejemplares. Luego tuvo dos periodos breves, uno en 1996 y otro en 2004 con solo dos números.

^x En abril de 1987 se publica en esta revista el cuento "Evita vive", de Néstor Perlongher. Dos años después, aparecerá en *El Porteño* donde generó un debate con posiciones más ortodoxas del peronismo. El relato, de modo provocador y actualizando el mito, construye una Eva que, venida del cielo, ingresa en el mundo marginal, lumpen, y mantiene encuentros orgiásticos con maricas y marineros.

^{xi} En uno de los primeros libros sobre este diario, con autoría de Horacio González, se incorpora una entrevista realizada por Marcelo Constantini a Jorge Lanata. El director del diario de aquel entonces señalaba: "(...) nosotros, al hacer el título, tratamos de encarnar el pensamiento del lector al enterarse de la noticia. Lo que decimos con el título es lo que el tipo pensaría después de leer la volanta, por eso la volanta siempre es seca y objetiva y el título es un comentario". (1992: 143-144)

^{xii} En 1987, se convocó a Lalo Mir, Mario Pergolini y Ari Paluch para incorporar la estructura de programas radiales. *Aquí, Radio Bangkok* fue un emblemático programa de la emisora por las innovaciones que introdujo en la radiofonía. El nombre se le ocurrió a Lalo Mir, parodiando lo que fue Radio Colonia (única que informaba desde Uruguay sobre los golpes de Estados en Argentina). Eligió el nombre de la capital de Tailandia porque "para saber qué ocurre en el país, tenés que escuchar una radio de afuera". Este programa se caracterizó por el humor irónico, la trasgresión y la ruptura con las formalidades de la radio AM. Ver "Aquí, Radio Bangkok. Historia del programa que cambió para siempre la radiofonía, contada por sus protagonistas", informe realizado por Federico Manzi y Pablo Vigliano. Disponible en http://www.youtube.com/watch?v=IZTQoLFQ_s0

Camilo Sánchez. "El hombre que habla", entrevista realizada a Lalo Mir. Diario Clarín, 26 de junio de 2002. Disponible en <http://edant.clarin.com/diario/2002/06/26/c-00611.htm>

^{xiii} En relación con el suplemento *No*, Jorge Lanata precisa: "Nadie se lo quería poner; yo era el único que quería ese título. Se lo puse por dos cosas: primero, porque obviamente era una joda a *Clarín* y, después, porque sinceramente creo que tiene más que ver con la gente joven la palabra no que la palabra sí". (Constantini, 1992: 152).

^{xiv} *La Maga*, revista de carácter quincenal, fue una publicación independiente que surge del Taller Escuela Agencia de Periodismo (TEA). En su primer número, se presenta como "La revista en la que se prevé publicar avisos gratuitos, se propone informar sobre la actividad cultural dentro de una amplia gama que abarca artes, espectáculos y medios masivos de comunicación" (5 de octubre, Año 1, Nº1). Entre los colaboradores de ese primer número, algunos de los cuales lo harán en lo sucesivo, figuran: Juan Manuel Barraca, Diego Batle, Ingrid Beckinschtein -quien en el segundo número aparecerá como Ingrid Beck-, Fernando González, Carlos Inzillo, Diego Lerer, Pablo Marchetti, Lisandro Ruiz, Miguel Russo, Fernando Sánchez, Carlos Ulanovsky, Sylvina Walger. Por otro lado, el Taller Escuela Agencia de Periodismo (TEA) nace en 1987 y allí se formaron algunos de los integrantes de la *Barcelona*: Javier Aguirre, Ingrid Beck, Eduardo Blanco, Pablo Marchetti, Daniel Riera, Paula Rodríguez y Fernando Sánchez. Ver: <http://www.tea.edu/es/tea/egresados-medios.html>

^{xv} Por ejemplo, con el título "¿Sos fan de Los abuelos de la nada?", se presenta una serie de preguntas con cuatro respuestas posibles bajo el formato múltiple opción: "¿Cuándo murió Miguel Abuelo? A) el 24 de diciembre de 1977. B) El 26 de marzo de 1988. C) El 3 de enero de 1983. D) El 15 de abril de 1431". Ver: *La García*. Año 1, Nº 22, jueves 11 de noviembre de 1999.

^{xvi} Entre otras de las preguntas, están las siguientes: "¿seguiré siendo rocker, si estudio en la universidad?", "¿se puede ser rocker y, al mismo tiempo, vivir en Belgrano, ir al colegio y tener buenas notas"? *La García*, Año 1, Nº 27, 27 de marzo de 2000.

^{xvii} Ver *La García*, Año 1, Nº 11, jueves 26 de agosto de 1999.

^{xviii} Ver *La García*, Año 1, Nº 27, marzo de 2000.

^{xix} Algunas de las notas consultadas fueron: "¡Continúa la fuga de cerebro! Michel Jackson compró el catálogo de Villanos". "¡Relato conmovedor! Benigno Tagliatti, el hombre más bueno del rock". "Cada día estamos peor. ¡La bailanta le está robando los íconos al rock!". "¡Exportamos talento! Un argentino radicado en Estados Unidos baja mp3 en casetes". "¡Nuestro compromiso con la verdad no cesa! Seguimos tramitando la nota con los Rolling Stones". "Ya no se puede confiar ni en los Globetrotters... ¡Cualquier gil profana los templos del rock!".

^{xx} Ver: "Cuando la ciencia es un apostado. ¡Otro triunfo argentino!" (en alusión a la noticia aparecida en *Clarín*, cuyo título es: "Detectaron en Neuquén una nueva especie de marihuana"). *La García*. Año 1. Nº 22. Noviembre de 1999.

^{xxi} Es cierto que en una cultura mediatizada donde tiene fuerza importante los otros medios, estos jóvenes estuvieron en contacto con toda una oferta humorística proveniente de la televisión y de programas radiales.