

Humor gráfico, radio, cine: la configuración del estereotipo del chanta en Avivato y El Gordo Villanueva.

Lucía Rodríguez Riva.

Cita:

Lucía Rodríguez Riva, "*Humor gráfico, radio, cine: la configuración del estereotipo del chanta en Avivato y El Gordo Villanueva.*" e-ISSN: 0797-3691 - Dixit (2020): 1-15.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/lucia.rodriguez.riva/48>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pVV0/usx>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Humor gráfico, radio, cine: la configuración del estereotipo del *chanta* en *Avivato* y *El Gordo Villanueva*

*Graphic humor, broadcasting, cinema: the configuration
of the chanta stereotype in Avivato and El Gordo Villanueva*

<https://doi.org/10.22235/d.vi32.2036>

Lucía Rodríguez Riva

Universidad de Buenos Aires. Argentina

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Argentina

ORCID:0000-0002-5950-3994

RESUMEN

En este artículo son reconstruidas las trayectorias de dos personajes ficticiales, desde sus inicios hasta la llegada al cine: *Avivato* y *El Gordo Villanueva*. Ambos tuvieron sus orígenes en la prensa, pero su atractivo para los públicos fue tan importante que pasaron a la radio y el cinematógrafo. Si bien no se trata de los únicos personajes gráficos que atravesaron ese pasaje, el interés por ellos radica en que componen un tipo característico: el *chanta*. Los dos comparten cierta idiosincrasia y modo de comportamiento representativo de una fracción de las clases populares urbanas en Argentina. La lectura de estos casos se inscribe dentro de la historia cultural y permite observar cómo se articulaba la proyección de un personaje ficcional en su configuración transmedial. Finalmente, el análisis textual y situado de ambos filmes despliega algunas permanencias y transformaciones producidas entre los años 1949 y 1964 dentro de la industria cultural argentina.

Palabras clave: cine argentino; industria cultural; personajes populares; estereotipo; *chanta*.

ABSTRACT

In this article, trajectories of two fictional characters are reconstructed from their beginnings to their arrival at cinema: Avivato and El Gordo Villanueva. Both had their origins in magazines, but their allure for audiences was such, that they were brought to broadcasting and to the big screen. Although they are not the unique graphic characters that crossed this passage, interest in them lies in that they feature a characteristic type: the chanta. The two of them share certain idiosyncrasy and mode of behavior representative of an urban popular classes fraction in Argentina. Reading of these cases is conducted from cultural history and allows to observe how projection of a fictional character was articulated in its transmedial configuration. Finally, textual and situated analysis of both films unfolds some continuities and transformations produced between 1949 and 1964 within the Argentine cultural industry.

Keywords: Argentine cinema; cultural industries; popular characters; stereotype; *chanta*.

Cómo citar: Rodríguez Riva, L. (2020). Humor gráfico, radio, cine: la configuración del estereotipo del *chanta* en *Avivato* y *El Gordo Villanueva*. *Dixit*, 32, 01-15. <https://doi.org/10.22235/d.vi32.2036>

Recepción: 09/01/2020 :: Revisión: 07/05/2020 :: Aceptación: 08/05/2020

Introducción

El desarrollo industrial de la cinematografía en Argentina implicó la imbricación de diversos medios dentro de un mismo sistema. La radio y el teatro popular constituyeron fuentes privilegiadas para apropiarse de ciertos formatos, temas y figuras. Pero también lo fue el humor gráfico, especialmente en la década de los años cuarenta, cuando se consolidó la producción industrial (Levín, 2009) y el circuito entre revistas y cine se vio beneficiado. De este modo, algunos personajes de la prensa gráfica se trasladaron a la gran pantalla.

En este artículo se examinan dos casos: *Avivato* y *El Gordo Villanueva*. Ambos fueron creados para su publicación en diarios o revistas de humor gráfico, pasaron por la radio y más tarde tuvieron su versión cinematográfica (1949 y 1964, respectivamente). Todas las veces fueron encarnados por actores populares, lo cual da la pauta de su resonancia y sintonía con sus públicos.

El interés por estos personajes radica en que comparten una cualidad central: forman parte del estereotipo del *chanta*. Se trata de un carácter habitual en el humor que constituye uno de los más asociados a la “argentinidad”, considerada en un sentido no esencialista, sino como un constructo cultural e histórico dentro del cual se coexisten diversas figuraciones en tensión. La noción de estereotipo aquí adoptada sostiene que “se lo puede definir como una representación social, un esquema colectivo cristalizado que corresponde a un modelo cultural dado” (Amossy y Herschberg Pierrot, 2010, p. 69). Es decir, que no se trata de un patrón fijo y estático, sino de una interrelación constante fruto de intercambios culturales y simbolizaciones propias de las artes o los medios de comunicación.

Los quince años que transcurren entre la primera y la segunda película (1949-1964) son aquellos en los que el llamado modo de representación clásico

(dominante) en el cine industrial se transformó y dio lugar al moderno. Se pueden apreciar pliegues y transformaciones en la puesta en escena en ambos filmes, los cuales comparten algunas pautas: la estructura cómica, su centro en un personaje y la presencia activa de un actor popular como eje.

Para encuadrar este análisis, se emplea el “modelo de crisis” que Vicente Benet retoma de Rick Altman, lo cual implica distanciarse de un modelo evolutivo de historia del cine para atender intervalos significativos con una mirada atenta a lo sincrónico. Se trata entonces “de observar en el estilo el reflejo de los variados y heterogéneos factores que intervienen en la definición del arte cinematográfico en cada momento” (Benet, 2004, p. 68). Es cardinal, de acuerdo con este paradigma, trazar los recorridos de los objetos culturales, así como también tener en cuenta su recepción.

En este sentido, las estrellas y los géneros resultan dos ejes clave para pensar las relaciones, en tanto entrecruzan imágenes o estructuras narrativas junto a construcciones de sentido fuertemente asentadas en el público. Tales ejes, a su vez, son leídos desde la historia cultural y la historia comparada, ya que es necesario vincular “creación, producción, mercado, economía, sociedad, mentalidades, política, instituciones” (Paranaguá, 2004, p. 18) para comprender el fenómeno cinematográfico, especialmente el latinoamericano. Esa articulación debe superar el mero paralelismo e inscribir el devenir del cine en un mapa histórico-cultural amplio.

Este artículo forma parte de una investigación de largo alcance, en la cual se indaga la figuración del *chanta* en el cine argentino como un estereotipo privilegiado para representar los sectores populares urbanos, atendiendo sus precedentes en otros medios. Es preciso señalar que no se trata de un personaje-tipo específicamente cinematográfico, sino que se hallan antecedentes en otras ramas de la industria cultural como el teatro, la literatura popular

*Este escrito fue realizado dentro del marco de mi pesquisa doctoral, para la cual cuento con el apoyo del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) de la República Argentina. Consulté buena parte de las fuentes en el Centro de Historieta y Humor Gráfico Argentinos y en la Hemeroteca de la Biblioteca Nacional.

Agradezco a sus trabajadores por las orientaciones brindadas.

o la historieta. Por ello cabe prestar atención al éxito de productos transmediales como los abordados aquí, ya que aún décadas después de sus primeras apariciones se constituyen en fuente de nuevos relatos en otro medio. Tal proceso es evidencia de la alta productividad del estereotipo, en tanto se organiza un sistema de referencias que incluso puede sortear los encuadres genéricos, así como de su calado profundo en la sensibilidad popular —por ejemplo, a través de la incorporación del “avivato” en el habla cotidiana. Los personajes abordados aquí son pertinentes con este planteo general, en la medida en que su devenir en los medios permite visualizar estos intercambios y transformaciones, aunque no se trata de los únicos ejemplos.¹

Avivato y *El Gordo Villanueva* serán analizados como casos clave para entender los procesos de transmedialización que son posibilitados por el estereotipo del *chanta*. Su selección radica en dos motivos: por un lado, en que tienen recorridos equivalentes a través de diversos medios (prensa - radio - cine) que son vehiculizados a través del estereotipo, en la medida en que sintoniza fuertemente con el sentir de sus públicos. La preferencia por actores populares (no “académicos”) para representarlos es prueba de ello. Por otro lado, porque los años que van del primer filme al segundo (1949-1964) son aquellos en los que las formas de representación genéricas se ven transformadas por los nuevos modos de producción y la influencia de la televisión. En el género cómico, la recepción de la comedia italiana resultó también un factor de importancia para la producción nacional. Todos estos aspectos se detallarán a partir del examen de ambos filmes.

Las publicaciones gráficas: un sitio privilegiado para el *chanta*. Definición del estereotipo

Los años cuarenta, aquellos en los que “la historieta argentina se asume en conjunto como lenguaje artístico” (Steimberg, 2013a, p. 55), propician el espacio dentro del cual se gestan las criaturas analizadas

aquí. Esta historieta “clásica”, de acuerdo con Oscar Steimberg, se caracteriza por su contenido sociopolítico, así como por la explotación de temas y jergas de otros géneros, donde la intertextualidad hacia la “sabiduría popular” y las reformulaciones del sainete, respecto de la escena social de la inmigración, ocupan un espacio central. Asimismo, en este período se postula la singularidad casi como condición de existencia para el personaje (Steimberg, 2013b). Por ello, no resulta casual que Judith Gociol y Diego Rosemberg (2000) organicen su historia global de las tiras cómicas producidas en el país en función de los tipos de personajes dominantes. El primer y más importante capítulo es “Los hombres”, donde los autores sostienen:

La repercusión alcanzada por Sarrasqueta —el primer protagonista unitario de la historieta argentina— ayudó a moldear el estereotipo del porteño, que el género explotó desde sus inicios hasta estos días: personajes ambiciosos, mandapartes, mujeriegos, nostálgicos de café, frustrados de oficina. Chantas de diversa clase, más y menos queribles. Según el psicoanalista José Eduardo Abadi, están los “chantas light” —esos “descomprometidos sin cura, que recitan el ‘yo qué tengo que ver’ como una afirmación de principios— y los “chantas psicopáticos”, peligrosos porque son manipuladores e impostores: “les falta un código de valores, una normatividad ética”. Es la diferencia que va de Tijereta o Avivato a Piccafeces o el Dr. Cureta, de los chantas a los truchos (Gociol y Rosemberg, 2000, p. 108).

La tipología con sus múltiples variantes fue central en el desarrollo de la historieta en Argentina. A su vez, el estereotipo habilita una serie de variaciones amplias. ¿Qué es un *chanta*? ¿Cuáles son sus características definitorias? ¿Cuáles sus bordes?

1:: Otros personajes son Don Goyo Sarrasqueta y Obes, creado por Manuel Redondo y publicado desde 1913 en *Caras y caretas*, durante 15 años, o Isidoro Cañones, de Dante Quintero, que apareció en 1935 como secundario de Patoruzú y logró su propia revista (*Las locuras de Isidoro*) editada hasta 1977. Incluso tuvo una adaptación cinematográfica animada más de 70 años después de su primera aparición (*Isidoro, la película*, José Luis Massa, 2007).

Según el *Diccionario de argentinismos* (De Santillán, 1976, p. 133) el término *chanta* proviene del genovés *ciantapuffi* y se utiliza para designar a aquellos sujetos que eluden los esfuerzos laborales y, además, contraen deudas que no pagarán, lo cual necesariamente implica una serie de astucias para cumplir estos propósitos. En la Academia del Lunfardo la delimitación del término fue objeto de un intercambio. En ella, José Gobello retomó la definición anterior y señaló además que se trata de una flexión del verbo *ciantá* ('clavar') que procede del latino *plantare*, el cual dio también el gallego *chantar*, de igual significado. Por su parte, Luis Aposta afirmaba que "el chanta da, generalmente, una imagen irreal de sí mismo, aparentando ser lo que no es o haciendo alarde de capacidades inexistentes." (Gobello, Aposta y López Peña, 1978, p. 3). La intervención de Arturo López Peña sostenía que "el chanta representa una variedad específica del tipo de comportamiento inconformista, anómalo y, por ende, distinto a los tipos del delincuente y del linyera" (Gobello et al., 1978, p. 6). Relacionaba esta característica con el estado de "anomia" en términos de Durkheim. Se trataría, entonces de un producto social.

En 1971, el uso de este vocablo como insulto había derivado en una denuncia penal por injurias.² Ese mismo año, el catedrático López Peña había publicado una nota donde advertía el uso de la palabra como un fenómeno porteño. Allí sostenía:

Lo importante del caso es el aire zumbón que envuelve a la palabra le quita solemnidad. Hasta en su acepción más áspera e injuriosa, la alusión se descolora y deslíe, mas lo que pierde en precisión conceptual lo gana en mordacidad, en potencia de irrisión, en reproche burlesco. [...] La palabra *chanta* tiene el tono risueño que vengo de señalar, lleva en su seno la fuerza sancionadora de la risa (1971, pp. 58-59).

Hacia 1977, el término parecía haberse incorporado definitivamente al habla cotidiana y poseía ya un matiz más claro, sin esa carga negativa. Ese año José Evaristo Ferrari publicó *La república de los chantas*, un libro cómico orientado al lector popular donde proponía en un tono irónico que imitaba el de las ciencias un "chantuario", es decir, una descripción de los diversos especímenes que podían representar al carácter. Allí, Ferrari añadía otras características:

El *chanta* es inauténtico. Un personaje que se ha fabricado una personalidad ficticia que se esfuerza por imponer. [...] La primera impresión que provoca el *chanta* es muy positiva. [...] Está dotado de una dosis de magnetismo personal que fascina a las mujeres e impresiona a los hombres (1977, p. 14).

En suma, las definiciones precedentes delinean un tipo que se caracteriza por desentenderse de algunos compromisos de la vida social, pero que en esa misma contrariedad presenta un aspecto irreverente, que tiende hacia lo cómico. Un rasgo fundamental del chanta en tanto personaje se encuentra en que, aunque su accionar no sea completamente legal ni moralmente positivo, suele producir empatía con el público. No es juzgado por inmoral: su proceder se encuentra, más bien, en el campo de lo amoral. Su oposición al trabajo formal se transforma en prácticas que cuestionan el modelo productivo dominante. Su arte de hacer corresponde a lo que Michel de Certeau denominó *tácticas*: "un cálculo que no puede contar con un lugar propio, ni por tanto con una frontera que distinga al otro como una totalidad visible" (1996, p. 51).

En este terreno, los sofistas ocupan un sitio privilegiado: "tienen como principio [...] hacer que 'la posición del más débil' sea 'la más fuerte' y pretenden poseer el arte de trastornar el poder mediante una manera de aprovechar la ocasión" (De Certeau, 1996, p. 51).

2:: "La Cámara del Crimen, Sala II condenó a un productor de televisión, Hugo Moser, argentino, de 44 años, casado, a seis meses de prisión en suspenso, y al pago de 10.000 pesos moneda nacional, como autor del delito de injurias contra un letrado a quien calificó de 'chanta'. La Razón, 5-7-71" (Ferrari, 1977, p. 5).

Imagen 1



Avivato, diario La Razón, miércoles 25 de setiembre de 1946.

Este uso persuasivo del discurso se reconfigura, para el *chanta*, como *chamuyo*. Oscar Conde sostiene que “la utilización de un lunfardismo, con todas sus connotaciones, es algo más que una rebelión contra las normas lingüísticas: implica un cuestionamiento tácito al modo en el que funciona la sociedad” (2013, p. 82). Se trata de un tipo de personaje fundamentalmente urbano, que suele ser síntoma de las desigualdades propias del desarrollo económico-productivo en un período y espacio determinados.

El *chanta* se relaciona estrechamente, además, con la *viveza criolla*. El sociólogo Julio Mafud (1965) dedicó un libro a este concepto. El origen de la *viveza*, para Mafud, fue una respuesta de los criollos frente al alud inmigratorio,³ una especie de reacción al sentirse en peligro por las formas de ser de los europeos frente a la cual los primeros debían mostrar su superioridad (aprovechándose de ellos). La importancia de este volumen radica en que estructuró una serie de lugares comunes como régimen de verdad y estableció así una “lógica de la argentinidad” (Venturelli, 2010).

A partir de estas definiciones, y de la importancia que cobró este tipo para el desarrollo de la historieta argentina, se presentará el recorrido de dos personajes afines a esta caracterización para encontrar puntos en común entre medios, formas de representación y sentidos.

Avivato y “la apoteosis del saber práctico”

Avivato comenzó a publicarse como una tira cómica el 23 de septiembre de 1946 en el diario *La Razón*. Aparecía entre las páginas de clasificados o en las de información general, desligada de otras tiras cómicas. En 1953, ya tuvo su propia revista. Fue una creación de Lino Palacio —reconocido creador de caricaturas que se hospedaron en la cultura popular, como Don Fulgencio o Ramona—, quien también compuso un tango con su semblanza:⁴

Siempre elegís en la vida
Un buen papel para actuar
Pues tenés la condición
De hacer reír
Y también la habilidad para hacer llorar.
La vida es la calesita
Que no deja de girar
Y vos en su rodar sin fin
Siempre encontrás un “boncha”
Que pague el copetín.

Que *Avivato* posea un tango habla sin dudas de su carácter porteño.⁵ Según Jorge Faruk Palacio —hijo del autor, editor de la revista *Avivato*, también humorista, escritor y estudioso del tango— forma parte de un *corpus* de letras “humorísticas” de este género (1996, pp. 171–172). La canción le habla directamente al personaje —“sos siempre oportuno”—, pero hace uso

3:: La población de Argentina pasó de 1.737.076 a 3.954.911 habitantes entre 1869 y 1895, siendo los años de mayor afluencia 1887, 1888 y 1889 (Mozejko de Costa y Costa, 2002, p. 58).

4:: Hay una grabación disponible en MaJesusOlivera (2018).

5:: Originario de la ciudad de Buenos Aires.

también de lugares comunes de la poética tanguera —“la vida es una calesita”—, agregándole una dosis de melancolía propia del género.

El humor de *Avivato* es simple, como lo es el de los personajes de Palacio. Son tiras de tres o cuatro viñetas que presentan una pequeña situación y se resuelven en sí mismas, sin continuidad entre una y otra. Pequeñas anécdotas o *gags* que siempre tratan sobre su protagonista tomando ventaja de alguna situación. Puede ser tanto en cuestiones monetarias como de índole práctico, o bien para facilitarse el acercamiento a alguna mujer pulposa. Las líneas del dibujo son simples y hay poco detalle en las escenas. *Avivato* posee rasgos desproporcionados: es bajito y regordete, tiene una nariz excesivamente grande, una cabeza cónica y ojos pícaros. Estos trazos contrastan con los demás personajes, especialmente con las féminas que persigue (esbeltas, con muchas curvas y de finos rasgos faciales).

En el diseño de esta historieta todo apunta a la simplicidad. La eficacia de la treta correcta. No hay en *Avivato* un trasfondo sentimental ni mucho menos ideológico. Es un ser de pura acción que solo pretende facilitarse la vida aprovechándose de quienes lo rodean. Alan Pauls lo define así:

Es la apoteosis del saber práctico, ciencia picaresca cuyo paisaje el personaje desmenuza en la confusa serie de magias menores, trucos, pases, recetas, fórmulas, todas armas destinadas a sacar ventaja [...] el principio básico que rige a *Avivato* es el de la *rentabilidad*, y la pregunta a la que responde es siempre la misma: ¿cómo obtener rentas sin capital, con ese único capital simbólico que es la astucia popular? (1995, pp. 86–87).

6:: Según estos autores, *Avivato* también tuvo un espacio en *Radio Argentina* a cargo de Dringue Farías. No se han conseguido más referencias sobre ello (bibliográficas, hemerográficas ni material de audio), pero se deja consignado aquí ya que se trataría de un recorrido equivalente al que realizó *El Gordo Villanueva*.

En línea con esta idea, sostienen Gociol y Rosenberg:

Avivato está siempre a punto de pasarse de listo, moviéndose en la frontera entre la astucia popular (la famosa viveza criolla) y ciertas formas leves de la ilegalidad. Su única ley es la del menor esfuerzo y su mentalidad, excesivamente pragmática: hacer lo mínimo —si es posible, nada— con el beneficio máximo. [...] Su nombre se incorporó al vocabulario porteño para rebautizar a quienes hicieron de la viveza criolla un dogma de vida (2000, p. 108).⁶

La película *Avivato* (Enrique Cahen Salaberry, 1949) es un caso claro de *chanta* en el cine clásico. El filme “se compone de una serie de divertidos sketches enlazados por una ligera trama, en los cuales el personaje titular, un simpático caradura, pone en juego una serie de recurrentes recursos para vivir gratis, despertando la hilaridad del espectador constantemente” (“*Avivato*”, 1949). ¿Cómo elegir un cuerpo que encarne y dé vida a un personaje ficticio, cuyo diseño caricaturesco lo define? Sobre la selección de Pepe Iglesias como protagonista del filme, he aquí una pista del porqué:

En 1949 José Ángel ‘Pepe’ Iglesias redondea una trayectoria de triunfos: viene de hacer ocho temporadas consecutivas por *El Mundo* con libretos de Julio Porter y cuando parecía que no le quedaba más por conseguir arrasa en cine con *Avivato*, una película basada en una historieta muy popular; tiene éxito por su novedoso humor en el Maipo, una sala muy exigente con los cómicos, y obtiene su mejor temporada radial por Belgrano (Ulano-vsky, Merkin, Panno, y Tijman, 1999, p. 172).

Avivato constituyó el puntapié inicial de una serie de adaptaciones de historietas que resultaron muy convocantes. Según Kelly-Hopfenblatt, “en estas películas las innovaciones y desviaciones del modelo clásico

[de representación] buscaron mayormente explicitar el origen industrial de los relatos y recordar al espectador el entramado mediático en que se inscribían” (2015, p. 84). La idea de una industria cultural efervescente está presente en estos filmes como elemento constitutivo, como una fuente que podían usufructuar con altas chances de éxito los productores, pero también como un mecanismo de referencia y reconocimiento para sus públicos, que disfrutaban de sus artistas preferidos a través del entramado mediático.

La película hace uso de todos los recursos cómicos posibles, ya sea desde la construcción del guion, los ardidés de los actores populares y las reminiscencias *chaplinescas* (“Una comedia cómica”, 1949) que encarna Iglesias, incluyendo secuencias con velocidad acelerada. En términos de personaje, lo que define a Tito (Pepe Iglesias) es su desavenencia frente a una ocupación formal. Para evitarlo, utiliza su labia y seducción con todas las personas que se le cruzan, especialmente si son mujeres. Se hace pasar por distintas personas, miente y actúa para alcanzar sus intenciones y así consigue no pagar nada. En realidad, en esto consiste su faena cotidiana, ya que todo lo que hace es prácticamente un oficio. Su vida es una constante puesta en escena que tiene como objetivos 1) evitar trabajar en un sistema formal; 2) conseguir objetos y servicios gratuitamente. En el marco del filme, hay otro propósito: 3) casarse con una mujer rica para alcanzar los dos previos de una sola vez. Pero la historia amorosa que rige la trama hace tambalear la identidad de Tito.

Por un lado, se encuentra la familia de Lucía (Lilian Valmar), que acaba de llegar a la ciudad y pretende insertarse de un modo “decente” en este nuevo ámbito social. Su padre busca un puesto en un importante banco y el hermano es una promesa del fútbol profesional. Frente a ello se encuentra Tito, que fortuitamente se enfrenta con el padre, Don Gervasio (Alberto Terrones), en diversas situaciones. Cuando Agustín (Tono Andreu), amigo de



Imagen 2

Créditos de la película *Avivato* (Enrique Cahen Salaberry, 1949).

Tito, le hace notar que Lucía está genuinamente enamorada de él, Tito decide modificar su accionar y volverse un “hombre de trabajo”. No obstante, las circunstancias lo llevan por el “mal camino” y entonces debe actuar y mentir a pesar suyo, es decir, volver a comportarse como lo hacía antes de conocerla. La apoteosis ocurre en la secuencia final, cuando Tito ocupa el lugar del hermano durante su debut en primera. Pero gracias a él Don Gervasio consigue el trabajo deseado, por lo cual su futuro suegro prefiere aceptar la pantomima ocurrida en el partido de fútbol.

Esta comedia es una adaptación de la francesa *Le roi des resquilleurs*, la cual tuvo dos versiones filmicas previas, ambas absolutamente exitosas en términos de taquilla.⁷ De hecho, la película se llamaría *El rey de los vivos* (cercano al galo original) y solo cuando se terminó de filmar se agregó *Avivato* como primera parte del título.⁸ A su vez, los créditos incorporan al personaje de Palacio en diversas poses. Es una operación que claramente usufructúa la popularidad del personaje historietístico, al tiempo que acerca el filme a unas coordenadas más localistas en términos culturales. El vocativo “¡avivato!” –vociferado en la película por Don Gervasio– es una

7:: De 1930 y 1945, fueron dirigidas por Pierre Colombier y Jean Devaivre y protagonizadas por Georges Milton y Rellys, respectivamente. La adaptación argentina fue elaborada por Enrique Cahen Salaberry junto a Ariel Cortazzo.

8:: “Dio fin, ya, al proceso de laboratorio de la película protagonizada por Pepe Iglesias que lleva por título *El rey de los vivos*, rodada por Interamericana. Pepe encarna al popular ‘Avivato’ y esto ha movido a modificar el título inicial de la película” (“Avivato terminada”, 1949).

deformación del español “avivado” que significa “aprovechado, que actúa en beneficio propio” (Real Academia Española, 2014). Es un argentinismo ligado, a su vez, a la *viveza criolla*. La deformación de la “d” por la “t”, que le otorga una sonoridad italiana, acerca aún más el término a *chanta*.

En *Le roi des resquilleurs*,⁹ la primera secuencia transcurre en el hipódromo. Así se establece un escenario de apuestas y juegos que introduce el azar y sus posibles manipulaciones a través de un personaje como tema central. También propone un ritmo vertiginoso en la acción, subrayado con el evento de la carrera, que se sostendrá a lo largo del relato. En la versión argentina, en cambio, el comienzo se produce dentro de la pensión donde vive Tito y sirve para caracterizar al personaje. A continuación, el guion respeta en buena medida las peripecias, espacios de acción e incluso *gags* —casi calcados— de la original francesa.

El estilo de actuación de la muchacha, su acompañante y el padre son similares en ambos filmes. Pero la composición de Tito (Pepe Iglesias) y Mimile (Rellys) son muy distintas. Mientras que el francés tiene un talante triste —por ejemplo, ve el dinero y se le van los ojos, remarcando su preocupación—, Iglesias presenta un carácter pícaro que parece estar por encima de las preocupaciones mundanas. Ambos protagonistas cantan, haciendo gala de las habilidades de sus intérpretes, aunque incorporan las canciones de maneras diferentes. Mientras que Mimile es un cantante callejero, Tito vocaliza en la *boîte* solo a modo de entretenimiento y con un sentido puramente espectacular: no forma parte de la caracterización del personaje el hecho de que sepa cantar.¹⁰ Es decir, Tito no posee destreza laboral alguna para ganarse el sustento —más allá de su labia habilidosa—, diferencia que lo emparenta al *chanta*. Además, es él quien protagoniza la historia romántica. En cambio, en la francesa Mimile no se caracteriza

por ser buen mozo y la línea sentimental pasa por su compañero, que no es tan fiel como Agustín en *Avivato*. Evidentemente, la figura de Iglesias no solo convocaba en tanto cómico, sino también como galán, a diferencia de su par francés.

Por otra parte, la versión argentina introduce una dinámica familiar que la francesa no posee. El jugador a quien Tito reemplaza sorpresivamente al final es el hermano de Lucía e hijo del señor que lo persigue durante todo el filme. Le agrega así un perfil melodramático a la historia y, con él, “la economía moral de los pobres” que “consiste en mirar y sentir la realidad a través de las relaciones familiares en su sentido fuerte, esto es, las relaciones de parentesco [en oposición a] la abstracción impuesta por la mercantilización de la vida y los sueños” (Martín-Barbero, 1988, p. 117).

Más significativo aún resulta que en la versión argentina todo ocurre entre trabajadores (por ejemplo, no hay un encuentro de Tito con el dueño del estadio, como sí lo hay en la francesa). Este aspecto, sumado al comienzo en la pensión, indican la decisión de situar la historia dentro del mundo de las clases populares. Tal elección se debe, sin dudas, a la orientación fuertemente clasista del cine industrial argentino, como ha demostrado Karush (2013).¹¹

Aunque ya no se trata de una oposición férrea entre ricos y pobres como en películas de los años treinta, este espacio social se compone de trabajadores (y desocupados) que viven en pensiones. La cuestión social no aparece como una problemática dentro de la trama —lo que sí ocurría en los filmes de Manuel Romero, por ejemplo—, pero es notable que todos los personajes estén buscando la manera de encajar y sostenerse a través de diversas ocupaciones laborales (o tácticas de supervivencia). Por este motivo, la narrativa se mantiene dentro del universo de las clases populares, las cuales, aun siendo múltiples en su sentido de pertenencia, se definen por compartir la

9:: La versión de 1930, de la que no queda registro, fue una de las más populares de toda la década en París, junto con *La gran ilusión*. Estrenada el 15 de noviembre de 1930, estuvo en cartel 18 meses y recaudó 30 millones de francos (Crisp, 2015, p. 28). En este artículo se analiza, entonces, la versión de 1945. Dados los años de producción de la historieta y la película argentinas, probablemente haya sido la versión utilizada para la adaptación.

10:: Aunque se trataba de una habilidad desarrollada por el actor, quien tuvo un famosísimo éxito: “Esmeralda, ráscame la espalda”. Su modo de cantar era cómico, con excesivas mímicas.

11:: Cfr. el análisis comparativo que realiza Karush (2013) entre *It happened one night* (Fran Capra, 1934) y su adaptación argentina, *La rubia del camino* (Manuel Romero, 1938).

situación común de *subalterinidad* respecto de las élites y el poder social, económico y político (Adamovsky, 2012).

Se puede inferir que lo que está en juego en *Avivato* es la manera en que los personajes populares se asimilan y ajustan a un determinado entramado social. Mientras algunos se presentan sobre unos límites morales aparentemente muy sólidos y otros escapando a ellos —es decir, como opuestos—, lo que finalmente queda en evidencia es que, en función de las circunstancias, todos deben acceder a negociaciones. Y entonces, esos límites éticos y de acción tan estrictos pueden y deben ser “vencidos” por los sujetos populares en determinadas ocasiones. Así, aquel que estaba contrariando el sistema formal e intenta incluirse en él (Tito) no lo logra, mientras que quien quería férreamente hacerlo (Don Gervasio) solo lo consigue a través de una puesta en escena, una actuación y una mentira. Ambos forman parte, además, de generaciones distintas, lo cual puede indicar tensiones en este sentido: nuevas formas de trabajo y socialización en los más jóvenes frente a modelos laborales formales más tradicionales. Finalmente, las maneras propias de la sociedad en la que se ven inmersos llevan a todos los personajes a actuar y sostener falsedades para sobrevivir en ella (incluyendo tangencialmente, en este caso, a Angélica, una mujer). Tito, en tanto protagonista, al igual que *chantas* que lo preceden y otros posteriores, funciona como un vector que pone en evidencia el sistema de hipocresías en la sociedad en la cual está inserto.

En suma, “la anécdota es muy sencilla y su herencia podría reconocerse, salvando las obvias distancias, hasta en el dueto Olmedo-Porcel” (Taccetta, s. f.). Simple, aunque no tanto: los múltiples juegos de representación que incluye el accionar de *Avivato* y sus compañeros de historia la convierten en una comedia de enredos de ritmo acelerado. La referencia al “dueto Olmedo-Porcel” señala otra continuidad histórica que lleva directamente al siguiente caso en cuestión.



Imagen 3

Publicidad para el estreno de *El Gordo Villanueva* en la radio. *Radiolandia*, año XXII, 3 de marzo de 1951, N° 1194.

El Gordo Villanueva: las letras que llevaron a Porcel al cine

El Gordo Villanueva se publicó en la revista *Patoruzú* a partir del 20 de mayo de 1940. A diferencia de *Avivato*, no consistía en una tira, sino en un relato cómico con una ilustración, a cargo de Divito. El autor de las historias era Luis de la Plaza. Más tarde, *El Gordo Villanueva* pasó a la revista *Rico Tipo*, donde las figuras quedaron a cargo de Pedro Seguí. Tras una década en papel, en marzo de 1951 fue llevado a *Radio Belgrano LR3*. Allí era interpretado por Tincho Zabala, un importante actor popular. “Ríase con el más simpático de los ‘vivos’ porteños”, anunciaba la publicidad.¹²

Veinticuatro años después de su primera publicación, el personaje fue adaptado para el cine. “Jorge Porcel, el obeso cómico semi-independizado este año de *La Revista Dislocada*, hace su presentación estelar en cine personificando a Villanueva, y demuestra ser el actor justo para el caradura jovial”, señalaba la crítica del *Heraldo*

12:: El programa se emitía por *Radio Belgrano* “y su cadena gigante de emisoras” los miércoles y domingos a las 20 horas. La publicidad se componía de tres caricaturas del Gordo, El Fiel Cireneo y el libretista, resaltando las figuras de Tincho Zabala, Mario Giusti y Luis de la Plaza, respectivamente.

al momento de su estreno (“El Gordo Villanueva”, 1964). En efecto, la película *El Gordo Villanueva* (Julio Saraceni, 1964) constituyó el debut protagónico de Jorge Porcel en la pantalla grande y fue clave para su texto estrella. Sobre su elección, caben similares observaciones a las realizadas respecto a Pepe Iglesias, solo que en los años sesenta el medio que se encontraba en ebullición era la televisión. En este caso, la semejanza con su personaje ficcional puede atribuirse también a sus cualidades físicas, que serían cada vez más explotadas.

El Gordo Villanueva fue creado como una figura propia de la Ciudad de Buenos Aires. Desde sus inicios, se anunció así: “¡Es fenómeno el Gordo Villanueva!”, “Nació en Boedo y Chiclana y se graduó en Corrientes y Esmeralda”,¹³ “¡Usted se identificará con este personaje típicamente porteño y vivirá cada uno de sus pasos...!” (Vázquez, 2012). Sobre su relación con el *chanta* —a pesar de que no sea utilizado este término en particular, sino otros sinónimos del lunfardo— el asunto es señalado en varias críticas en el estreno de la película:

El popular tipo de porteño de muchacho ‘pier-na’,¹⁴ inagotable filón que nuestros saineteros criollos explotaron con evidente fortuna, viene ahora a dar el motivo principal de su realización a una película argentina. [...] Es siempre aquello del tipo ‘vivo’, que sale de todas las situaciones difíciles con el mayor desparpajo, recurriendo a ardidés conocidos y a supuestas relaciones e influencias que solamente sirven para impresionar incautos (PAM, 1964).

Aquí el crítico se remonta, a través del estereotipo, a las producciones del teatro popular durante su momento de consolidación y auge, en las décadas de los veinte y treinta (Pellettieri, 2008). En el sistema del sainete este tipo cobró una particular importancia, especialmente durante la segunda fase. Dicho mo-

delo teatral se encontraba destinado específicamente a los públicos populares y la escuela de actuación correspondía al “actor nacional”.¹⁵

Los productores de cine en los inicios del período sonoro usufructuaron creadores, estilos y artistas de aquel medio para constituirse en una prominente industria. Las huellas de esa tradición entonces se mantienen en las lógicas actorales y narrativas dentro del modelo genérico, particularmente a través de uno de los estereotipos ligados a la comedia que más permanencia demostró en la historia de las artes en Argentina. A nivel cinematográfico, otras referencias se hacen ineludibles. También fueron indicadas por la crítica durante su estreno:

El Gordo Villanueva, arquetipo bufo del porteño vivo, existe desde hace alrededor de un cuarto de siglo en la revista humorística Patoruzú, donde su creador Luis de la Plaza narra semanalmente, desde entonces, cómo se las ingenia para ser fiel a su divisa: ‘El trabajo es alegría, que trabajen los tristes’. Es anterior, en letra impresa, a personajes semejantes que Gassman y Sordi han interpretado con gran éxito en Italia. En cine aparece después de ellos, pero sin duda es la fiel corporización de cómo lo han imaginado millones de lectores (“El Gordo Villanueva”, 1964).

Los vínculos de la cultura argentina con la italiana son vastos. En teatro, pueden encontrarse desde el siglo XIX, con particular énfasis en las primeras décadas del siglo XX, dado el desarrollo del sistema teatral autóctono (Pellettieri, 1999, p. 11). En la pantalla grande, la cinematografía italiana cobra una fuerte presencia durante la década de los cincuenta —y continúa, al menos hasta los años ochenta—, en coincidencia con su momento de auge mundial. Pero también hay motivos particulares que explican la buena acogida que recibió esta cinematografía en las salas porteñas. Sus modelos productivos

13:: Las coordenadas hacen referencia al barrio de Boedo, que posee una fuerte impronta cultural y bohemia, y al Centro, actualizando la dicotomía presente en muchos textos cinematográficos desde el comienzo del sonoro.

14:: Término lunfardo que refiere a una persona astuta, audaz y atrevida (Todo Tango, s. f.).

15:: De acuerdo con Pellettieri (2002), “las tendencias que integran el patrimonio artístico del actor nacional [son] los procedimientos del actor italiano, las técnicas del circo y del naturalismo” (p. 223).

EL GORDO VILLANUEVA

POR LUIS DE LA PLAZA

cos días antes en el café. Según parece, Bevilacqua era el verdadero mariscal de las broncas.

Cireneo, que fué quien se lo presentó, rebosaba orgullo por los cuatro costados. Y cada vez que se refería a Bevilacqua, exclamaba:

—Este pecoso es un bárbaro! ¡Yo, con el coco de él y si no tuviera el estómago caído, sería una bestia!...

Y siempre remataba el elogio con estas palabras: "Bueno, con decirles que el nene ese fué el que inventó el hilo para cortar la "pulenta", ¡está todo dicho!...

Así se explica que, cuando el pecoso propuso sacarle más jugo a la nueva industria, su nombre fuera coreado como el de un campeón.

—Mira, gordo —había dicho Bevilacqua, con su voz de soprano jubilada—; no hay derecho que nos gastermos todos para romper un biógrafo y después nos paguen unos pesos miserables.

Hubo un murmullo de aprobación en la asamblea, que cortó el gordo con un gesto imperativo. El pecoso continuó:

—Tenemos que ir a ver al que después cobra sus buenos billetes por hacer las reparaciones a la sala... ¡Y exigirle que nos dé una señora comisión!...

La moción fué aprobada sobre tablas. Y no era para menos. La idea era genial.

Esa misma tarde fueron a "interesarlo en el negocio" a don Próspero Butacca, gran especialista en instalaciones para cines. Fabricante de esas "pullman" tan cómodas, que nos hacen salir con lumbago después de la función.

El hombre lo recibió cordialmente. Discutieron algunos pequeños detalles. Pero don Próspero no parecía dispuesto a malograr las cosas por peso más o menos. En verdad, demostraba estar vivamente interesado en conocer a fondo el asunto. Y, sacrificando ganancias, para cooperar en esos nobles propósitos, le aseguró al gordo una comisión del cua-

renta por ciento sobre los trabajos de reparaciones que él hiciera en los cines destruídos.

Finalmente, don Próspero les preguntó con dulzura:

—Y hoy... ¿en qué cine "van a trabajar"?...

—¡Caéte, viejo!... ¡Esta noche rompemos las tres mil plateas del Select Esmeralda!

—contestó el gordo, con gesto de perdonavidas.

Y llegó la noche. Toda la barra fué al Select Esmeralda preparada en tren de combate. Como siempre, al aparecer en la pantalla la figura de un jefe de gobierno europeo, el gordo debía hacer sonar su silbato. Y cada uno de los demás, ubicado en un lugar distinto de la sala, "haría el resto"...

Cuando llegó el momento propicio, el gordo extrajo de un bolsillo el silbato. ¡Pero vaya a saber por qué extraña coincidencia, el gordo esa noche no las tenía todas consigo!... Lo embargaba una inquietud extraña... Tenía un palpito lechuza... Por dos veces se llevó el silbato a los

labios... ¡y no sopló!... Por último, más sereno, se decidió a hacerlo. Pero apenas si produjo un chiflido tembloroso y débil. No había terminado de soplar, cuando un gigantón que estaba a su derecha le aplicó tal trompada, que le hizo tragar el pito junto con dos dientes...

Cuando reaccionó, un buen rato después, ya estaba alojado en la comisaría. Inútil fué que el gordo invocara su título de "doctor" Villanueva y tratara de impresionar a un sargento con su famosa medalla...

¡No se explicaba lo sucedido!
¡Pobre gordo!... ¡Nunca se imaginó que don Próspero Butacca, el gran especialista en instalaciones para cines, era cuñado del empresario del Select Esmeralda!

SE PASARON DE "VIVOS"



Imagen 4

El Gordo Villanueva, "Se pasaron de vivos", Patoruzú, año IV, N° 140, 20 de mayo de 1940, p.18.

16: Se asemeja así a las entregas impresas semanales, aunque se halla en el filme una intención más firme de continuidad entre los episodios, retomándose algún elemento del inmediato anterior.

17: Cireneo fue interpretado por Juan Carlos Altavista, otro importante cómico que encarnó tipos característicos de las clases populares. Él es recordado por su icónico Minguito Tinguittella, cuyo éxito es posterior al estreno del filme que se analiza aquí, aunque Altavista ya venía desarrollando el estereotipo en radio y televisión.

18: *La barra de la esquina* (Julio Saraceni, 1951) es un ejemplo paradigmático. Sobre el cine argentino clásico y la homosociabilidad, ver las apreciaciones de Manetti (2014).

y narrativos han sido apropiados por productores locales e incluso se llevaron a cabo importantes intercambios durante la década de los sesenta (Rodríguez Riva, 2018).

En la trama y estructura de *El Gordo Villanueva* pueden reconocerse vínculos con dos comedias a la italiana estrenadas en la década anterior. Por un lado, a nivel de la historia, se liga con *El arte de acomodarse (L'arte di arrangiarsi)*, Luigi Zampa, 1954), estrenada en 1956 en Buenos Aires. Ambos filmes comienzan con la detención de su protagonista por una serie de estafas y se remontan al pasado para explicar cómo esos personajes llegaron a la situación presente.

Por otro lado, en términos de estructura, se asemeja a *Un día en el juzgado (Un giorno in pretura)*, Steno, 1953), estrenada en Buenos Aires el 27 de julio de 1955. Este último filme localiza su acción en la sala de un tribunal, donde un juez (Peppino di Filippo) debe tomar decisiones sobre los muchos sujetos populares que aparecen en su sala, todos acusados de delitos menores. Desde un espacio central (la sala del juzgado), el relato se organiza a partir de una serie de relatos por cada caso, con un sentido coral. Tal estructura es

similar a la de *El Gordo Villanueva*, solo que en esta última todos los relatos consignan las andanzas del protagonista. En ambos casos, las declaraciones de los testigos aluden a diversas anécdotas y se encuentran unidos por un espacio institucional.

Si bien la película se organiza de forma episódica,¹⁶ a partir de una situación dramática original que abre y cierra la peripecia (el juicio), la estructura se sostiene en la configuración del personaje diseñada desde su primera aparición impresa. En ella se plantea un esquema familiar con una madre que lo sostiene en sus decisiones y un hermano, empleado estatal, que lo trata de vago. A su vez, aparece su amigo Cireneo, quien lo acompaña en sus aventuras como testigo y cómplice necesario.¹⁷ Más tarde se sumaron el "zurdo Picabea" y el "pecoso Bevilacqua". Ellos aparecen también en el filme, posiblemente por la afinidad que el cine argentino había demostrado por las barras de amigos, conformando un *locus* frecuente.¹⁸

El Gordo Villanueva vestía formalmente, de traje. Al presentarse, siempre afirmaba: "Soy el Dr. Clodomiro Villanueva, [rumor incomprensible] de la Nación".

Estos atributos unidos a su seguridad le habilitaban la confianza de las personas que terminaban siendo víctimas de sus engaños. Era un verdadero maestro del *chamuyo*. Convencía y engañaba a vendedores, dueños de negocios, militares y señoras. Empero, era muy buen amigo. Sin posicionarse como un jefe de la banda, actuaba de ese modo con sus cofrades, simplemente negociando comida para ellos en cada ocasión. Este grupo de varones le era devoto y lo acompañaba en sus andanzas, de ser necesario. Asimismo, es notable que muchas de sus desventuras tengan un resultado generoso: un regalo para su madre, unos zapatos para su cuñada, un ascenso para su hermano y víveres para sus amigos.

En esta película, la puesta en evidencia de la representación no aparece solo en el personaje de Villanueva, quien se crea este pseudo-homónimo *doctor en no sé sabe qué* para realizar sus estafas. El juicio es en sí mismo presentado como un espectáculo. Hay una evidente conciencia de la representación, e inclusive Villanueva pregunta: “¿Lo están transmitiendo, no?”, que es una alusión al medio del cual provenía el actor, la televisión.

La división entre un público y un escenario; un espacio que no se pretende realista, sino que se configura como las salas de juzgados del cine norteamericano; un grupo de amigos que son más bien fanáticos y le festejan las ocurrencias; además de un exceso en las actuaciones —no solamente de Villanueva, sino del juez, el fiscal y el abogado, entre otros— demarcan un espacio que se presenta absolutamente lúdico. Todo lo que se diga allí no puede ser tomado en serio (más bien, al contrario).

Este es un aspecto central de la película. Aún inscripta dentro del sistema industrial-genérico, estos procedimientos de evidencia de la enunciación —propia de este tipo de comedia, que suele incluir comentarios

autorreferenciales y metatextuales— se encuentran aquí exacerbados. A diferencia de otras películas cómicas del período clásico, que admitían esas alusiones en determinados momentos (un prólogo o, hacia el final, diálogos, entre otras posibilidades), aquí la mostración de la farsa es constante. La intención de evidenciar el relato de esta manera puede leerse como un eco de procesos de transformación de los medios audiovisuales en la Argentina durante los años sesenta.

La defensa del abogado apela a argumentos que se reproducen desde el sainete tragicómico. Según él, Villanueva es “víctima de una sociedad mal organizada”. El afán de la “ventajita” no es individual, sino que se trata de una especie de mal colectivo y por este motivo, no debería ser sancionado. Ante la pregunta de si prefiere el trabajo o la cárcel, Villanueva pide pensarlo. Al final, el juez —que no ostenta ninguna autoridad— le pide que especifique qué es de la Nación. “Suscriptor del diario *La Nación*, lo que pasa es que lo digo rápido”. En esa declaración aparece la idea de que no mintió, simplemente dejó que los demás entendieran mal. En el último momento lo salva la hija del juez (su misteriosa novia), pero él no quiere casarse. “Trabajo y casamiento es demasiado”, le dice a su familia: escapa a los mandatos sociales.

A diferencia de *Avivato*, donde la configuración familiar liga el universo del filme a la mirada melodramática de la realidad —“el espíritu de sacrificio como entendimiento de lo real” (Monsiváis, 2000, p. 67)—, en *El Gordo Villanueva* este aspecto es uno más de la farsa. Irredimible, aun cuando está cumpliendo su “condena” a través del trabajo honrado, Villanueva prueba una estafa. El final es muy similar a la última escena de *Los chantas* (José Martínez Suárez, 1975): el timo a un ciudadano en la calle, donde se realizan obras de reacondicionamiento. La ciudad de Buenos Aires aparece nuevamente como escenario para la actuación de los *chantas*.

Conclusiones

A lo largo del artículo se ha visto la continuidad de *Avivato* y *El Gordo Villanueva* dentro de la industria cultural. En ambos casos se organiza un sistema entre los distintos medios que es posible gracias al tipo de personaje. El estereotipo del *chanta*, sumamente popular, produce atracción en los públicos y habilita una permanencia por décadas en diversos formatos. La comunidad de espectadores, artistas y productores genera una afinidad y gusto hacia ciertas formas, así como también se proyectan expectativas y deseos hacia los mundos ficcionales creados en cada ocasión. De este modo, se puede considerar que en estas escenas se encauzan deseos y ansiedades de los públicos.

“El espectador integraba simbólicamente a los actores a su núcleo familiar y establecía con ellos una corriente afectiva que excedía ampliamente los límites de la valoración que hacía de sus cualidades actorales propiamente dichas” (Rodríguez, 2002, p. 358). Se generan espacios ficcionales que producen representaciones potentes en torno a tipos populares, fácilmente reconocibles en la serie social. Los “actores nacionales” prestan el cuerpo y la voz a estos personajes característicos.

A su vez, en ambos filmes se observan vínculos con comedias europeas (francesa e italianas), dada la condición transnacional de los géneros narrativos. Aun así, *Avivato* y *El Gordo Villanueva* sufren adaptaciones importantes para adecuarse a los gustos, estilos e idiosincrasia del público nacional. El medio televisivo y la *commedia all'italiana* producen efectos notorios en las formas narrativas y los estilos del cine cómico. A partir de su llegada, la televisión sería una nueva y productiva cantera de cómicos, entre los cuales Jorge Porcel se destacó. Asimismo, el estilo realista de la comedia italiana, centrada en las clases populares, también fue un modelo al que los productores locales prestaron especial atención en los años cincuenta y sesenta, dejando de lado el estilo de humor más alo-

cado o el *gag* visual que prevaleció en los cuarenta, especialmente en las adaptaciones de historietas.

En suma, los protagonistas de estas películas coinciden en esforzarse para no trabajar formalmente, lo cual propicia una serie de artimañas, astucias y destrezas propias del saber práctico de los sectores populares. Las peripecias en las cuales se ven envueltos, ya sea por su propia voluntad o porque los acontecimientos los impulsan, siempre implican la actuación, la puesta en escena de alguna situación y, en definitiva, la farsa. Así, los procedimientos narrativos del relato clásico se ven acentuados y hasta desenmascarados.

Finalmente, hay una caracterización icónica sobre el *chanta*. El traje aparece como atributo indispensable, produciendo la imagen de una persona formal y seria. Eso se une a su talante, que es el de un sujeto vehementemente, seguro de sí mismo y encantador (en el doble sentido del término: seductor e hipnotizador). Esas particularidades son acentuadas en los afiches publicitarios de ambas películas y del programa radial, los cuales incorporan a sus actores principales caricaturizados.¹⁹

Si bien es una estrategia promocional frecuente para cierta clase de comedias, en estos casos también vincula los filmes con sus orígenes en el papel. A su vez, la caricatura funciona como una operación de remarcación sobre aquello que se retrata. Según Gombrich (2008):

“Todos los descubrimientos artísticos son descubrimientos, no de parecido, sino de equivalencias que nos permiten ver a la realidad como imagen y a la imagen como realidad. Y, siempre, esta equivalencia descansa menos en el parecido de los elementos que en la identidad de las reacciones ante ciertas relaciones. [...] Esas identidades no dependen tanto de la imitación de rasgos particulares como de la configuración de indicios (p. 292).”

19:: El afiche publicitario de *Avivato* puede verse en <https://www.pinterest.com.mx/pin/403283341626796409/> y el de *El Gordo Villanueva* en <https://www.pinterest.es/pin/320037117272186207/>.

Esta reflexión puede ampliarse a otro tipo de operaciones dentro de la ficción. La consideración sobre el personaje, el tipo de peripecias en que se ve envuelto y el mundo en el que se inscribe, tal como se ha visto aquí, organizan series de relaciones que son reconocibles para los espectadores por fuera de la ficción, en el campo social.

Así, las películas protagonizadas por *chantas* tienden a evidenciar la hipocresía en distintos niveles. En definitiva, en estos filmes no se cuestiona al personaje en sí (a pesar de que su modo de actuar no responda a los comportamientos de la buena moral), sino que este funciona como un vector que abre una rendija para mirar de manera crítica la sociedad en la cual se inscribe y a la que pertenece su espectador.

Referencias

- Adamovsky, E. (2012). *Historia de las clases populares en la Argentina: desde 1880 hasta 2003* (2ª Ed.). Buenos Aires, Argentina: Sudamericana.
- Amossy, R., y Herschberg Pierrot, A. (2010). *Estereotipos y clichés*. Buenos Aires, Argentina: Eudeba.
- Benet, V. (2004). *La cultura del cine. Introducción a la historia y la estética del cine*. Barcelona, España: Paidós.
- Conde, O. (2013). Lunfardo rioplatense: delimitación, descripción y evolución. En N. Vila Rubio (Ed.), *De parces y troncos. Nuevos enfoques sobre los argots hispánicos* (pp.77-106). Lérida, España: Edicions de la Universitat de Lleida.
- Crisp, C. (2015). *French Cinema. A Critical Filmography. Volume 1, 1929-1939*. Bloomington & Indianapolis: Indiana University Press.
- De Certeau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano. I. Artes de hacer*. México D. F., México: Universidad Iberoamericana.
- De Santillán, D. A. (1976). *Diccionario de argentinismos*. Buenos Aires, Argentina: Editora Argentina.
- Ferrari, J. E. (1977). *La "República" de los chantas. Primer chantuario urbi et orbe*. Buenos Aires, Argentina: A. Peña Lillo.
- Gobello, J., Aposta, L., López Peña, A. (1978). *Comunicación Académica No 814. Chanta*. Buenos Aires, Argentina: Academia Porteña del Lunfardo.
- Gociol, J., y Rosemberg, D. (2000). *La historieta argentina. Una historia*. Buenos Aires, Argentina: De la Flor.
- Gombrich, E. (2008). *Arte e ilusión. Estudios sobre la psicología de la representación pictórica*. Londres, Reino Unido: Phaidon.
- Karush, M. (2013). *Cultura de clase. Radio y cine en la creación de una Argentina dividida (1920-1946)*. Buenos Aires, Argentina: Ariel.
- Kelly-Hopfenblatt, A. (2015). Del papel a la pantalla: tensiones y negociaciones en la transposición de tiras cómicas en el cine argentino clásico. *Caiana*, 7, 83-94.
- Levin, F. (2009). *El humor gráfico. Un estudio preliminar (Universidad de Buenos Aires)*. Recuperado de http://repositorio.filo.uba.ar/bitstream/handle/filodigital/1408/uba_ffyl_t_2009_857206_v3.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- López Peña, A. (1971). ¿Es usted un chanta, por ventura? *El chasqui. Revista de la asociación mutual del personal de la Dirección General Impositiva*, 159, 58-59.
- Mafud, J. (1965). *Psicología de la viveza criolla. Contribuciones para una interpretación de la realidad social argentina y americana* (1º ed.). Buenos Aires, Argentina: Américalee.
- MaJesusOlivera. (20 de noviembre de 2018). *Avivato - Tango de Lino Palacio* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=cs-ZgQNYK1o&feature=youtu.be>
- Manetti, R. (2014). Aprender y consumir, legitimación de un modelo estelar. En R. Manetti y L. Rodríguez Riva (Eds.), *30-50-70. Conformación, crisis y renovación del cine industrial argentino y latinoamericano* (pp. 21-47). Buenos Aires, Argentina: Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires.
- Martín-Barbero, J. (1988). *Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

- Monsiváis, C. (2000). *Aires de familia. Cultura y sociedad en América Latina*. Barcelona, España: Anagrama.
- Mozejko de Costa, D., y Costa, R. L. (2002). Genealogía y poder. *Acta literaria*, 27, 57–66.
- Palacio, J. (1996). *El humor en el tango*. Buenos Aires, Argentina: Corregidor.
- Paranaguá, P. A. (2004). *Tradición y modernidad en el cine de América Latina*. Madrid, España: Fondo de Cultura Económica.
- Pauls, A. (1995). *Lino Palacio. La infancia de la risa*. Buenos Aires, Argentina: Espasa Calpe.
- Pellettieri, O. (Ed.). (1999). *Inmigración italiana y teatro argentino*. Buenos Aires, Argentina: Galerna/Instituto Italiano de Cultura en Buenos Aires.
- Pellettieri, O. (2002). El actor nacional: de la gauchesca al sainete. La puesta en escena. En O. Pellettieri (Ed.), *Historia del Teatro Argentino en Buenos Aires. La emancipación cultural (1884–1930). Vol. II* (pp. 223–248). Buenos Aires, Argentina: Galerna/Universidad de Buenos Aires.
- Pellettieri, O. (2008). *El sainete y el grotesco criollo: del autor al actor*. Buenos Aires, Argentina: Galerna.
- Real Academia Española. (2014). Avivato. *Diccionario de la Real Academia Española*. Recuperado de <https://dle.rae.es/avivato>
- Rodríguez, M. (2002). Recepción. En O. Pellettieri (Ed.), *Historia del Teatro Argentino en Buenos Aires. La emancipación cultural (1884–1930). Vol. II* (pp. 355–373). Buenos Aires, Argentina: Galerna/Universidad de Buenos Aires.
- Rodríguez Riva, L. (2018). Las «conocidas» de siempre. Recepción de la commedia all'italiana en Buenos Aires. *Secuencias*, 48, 35–58.
- Steimberg, O. (2013a). La historieta como historia: el caso argentino. En *Leyendo historietas* (pp. 52–56). Buenos Aires, Argentina: Eterna Cadencia.
- Steimberg, O. (2013b). Para una historia de la historieta argentina de humor. En *Leyendo historietas* (pp. 251–263). Buenos Aires, Argentina: Eterna Cadencia.
- Taccetta, N. (s. f.). *Avivato. El rey de los vivos*. Recuperado de <http://solocortos.com/RevistaSC.aspx?nroArticulo=114>
- Todo Tango. (s. f.). Pierna. *Diccionario Lunfardo*. Recuperado de <http://www.todotango.com/comunidad/lunfardo/termino.aspx?p=pierna>
- Ulanovsky, C., Merkin, M., Panno, J. J., y Tijman, G. (1999). *Días de radio. Historia de la radio argentina*. Buenos Aires, Argentina: Espasa Calpe.
- Vázquez, L. (2012). *Comunicación Académica N.º 1697, acerca de Luis De La Plaza*. Recuperado de <http://www.lunfardo.org.ar/2017/06/com-academica-no-1697-acerca-de-luis-de-la-plaza/>
- Venturelli, C. (2010). *Julio Mafud: el sociólogo del sentido común de la argentinidad*. Presentado en VI Jornadas de Sociología. Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Fuentes

- Avivato. (7 de abril de 1949). *Heraldo del cinematografista*, 19(940), p. 241.
- Avivato terminada. (13 de julio de 1949). *Radiofilm*, 4(209).
- El Gordo Villanueva. (17 de junio de 1964). *Heraldo del cinematografista*, 33(1712), p. 168.
- Ficha de *El Gordo Villanueva*. Centro de Historieta y Humor Gráfico Argentinos. Biblioteca Nacional Argentina.
- PAM. (1964). *El Gordo Villanueva en el Hindú*, registro 45095. Archivo del Museo del Cine Pablo Ducrós Hicken.
- Una comedia cómica de recursos simples, "Avivato", tiene en "El Zorro" su animador. (10 de setiembre de 1949). *Radio-landia*, XXI(1117).

Contribución autoral

- a) Concepción y diseño del trabajo; b) Adquisición de datos; c) Análisis e interpretación de datos; d) Redacción del manuscrito; e) revisión crítica del manuscrito.

L. R. R. ha contribuido en a, b, c, d, e.

Editor responsable: Leandro Delgado