



**LA REVISTA *LA MAGA* Y LA  
HEGEMONÍA DISCURSIVA DE LA  
DÉCADA DEL NOVENTA EN EL  
PERIODISMO CULTURAL**





**Carrera: Licenciatura en Comunicación Social**

Orientación: Periodismo

**Tesis de graduación**

---

La revista *LA MAGA* y la hegemonía discursiva  
de la década del noventa en el periodismo  
cultural

**Alumna: Julia del Pecho Espinosa**

Legajo: 17476/6

D.N.I: 34.253.484

**Directora: Claudia Fino**

Septiembre de 2015

## **Agradecimientos**

Gracias a la tribu del Pecho/Espinosa y a mis amigos/as que siguieron cada uno de los pasos de la investigación con días de extrema genialidad, de angustia frente a lo nuevo y de mucha alegría. Además quiero reconocer especialmente a mi abuelo Ángel porque desde el ingreso a la carrera preguntaba qué iba a ser cuando me recibiera y yo contestaba, sin preámbulos, “periodista”.

Antes terminar voy a pedir un aplaudo cálido para mi directora Claudia Fino, ella supo guiarme, bajarme de las nubes y decirme frases como “no te pongas el cotillón antes de la fiesta”.

¡Gracias totales!

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	7
Cuerpo de análisis.....	8

## UNIDAD 1: PERIODISMO CULTURAL

1.1 Un recorrido por el periodismo cultura argentino.....	10
1.2 Suplementos culturales .....	10
1.3 Periodismo tradicional y especializado.....	11
1.4 Concepto de cultura .....	12

## UNIDAD 2: LOS NOVENTA

2.1 Principales hechos y acontecimientos políticos.....	16
2.2 Prensa cultural .....	18
2.3 Antecedentes de <i>LA MAGA</i> .....	18
2.3.1 <i>CRISIS</i> .....	19
2.3.2 <i>HUMOR</i> .....	20
2.3.3 <i>EL PORTEÑO</i> .....	21
2.3.4 <i>EL PERIODISTA</i> .....	22
2.3.5 <i>EL PAÍS</i> .....	23

## UNIDAD 3: *LA MAGA*

3.1 Origen .....	26
3.2 Géneros del periodismo cultural .....	27

3.2.1 Noticias de cultura .....	27
3.2.2 Críticas y pensamientos.....	28
3.2.3 Encuentros: figuras y melancolía.....	29
3.2.4 Perfiles y breves .....	30
3.2.5 La excepción: el editorial .....	31
3.3 Cambios .....	32

#### **UNIDAD 4: MARCO TEÓRICO**

4.1 Discurso social .....	36
4.2 Hegemonía discursiva .....	39
4.3 Discurso de la información .....	42
4.3.1 Géneros mediáticos .....	43
4.4 Enunciación, enunciado y discurso .....	44
4.4.1 Subjetividad: deícticos, subjetivemas y modalizadores .....	46
4.4.2 Teoría polifónica de la enunciación .....	47

#### **UNIDAD 5: HEGEMONÍA DISCURSIVA DE LA MAGA**

5.1 Fiesta menemista (farandulomenemismo) .....	51
5.2 Hegemonía en el discurso cultural .....	53
5.3 LA MAGA y la hegemonía discursiva .....	54
5.3.1 Temática y visión del mundo.....	54
5.3.2 Fetiches y tabúes .....	65
5.3.3 Dominantes de pathos .....	68
5.3.4 Lengua legítima .....	69
5.3.5 Egnocentrismo/etnocentrismo .....	70
5.3.6 Tópica y gnoseología .....	71

<b>UNIDAD 6: CONCLUSIONES .....</b>	<b>75</b>	
 <b>UNIDAD 7: ENTREVISTAS</b>		
7.1 Carlos Ares.....	79	
7.2 Julio Petrarca .....	83	
7.3 Daniel Lalín .....	85	
 <b>APÉNDICE: ANECDOTARIO CULTURAL (de la A a la Z) .....</b>		<b>89</b>
 <b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>		<b>115</b>

# INTRODUCCIÓN

La televisión se instala en el escenario cotidiano de los argentinos -mediante la presencia de las industrias culturales- como consecuencias de políticas económicas que generan la conformación de conglomerados mediáticos. La economía se sostiene en políticas de privatizaciones y la configuración del discurso hegemónico sobre el que se asienta el gobierno menemista.

Resulta imperioso revisar los años noventa desde la prensa cultural, ya que se producen una serie de reformas que modificaron tanto el escenario socio/cultural con el proceso de privatizaciones de medios de comunicación y, en consecuencia la vida social.

En esta tesis se aborda el discurso de la revista *LA MAGA* en su relación con la hegemonía discursiva de la prensa cultural porteña de la década del noventa. Mientras el discurso hegemónico cultural redundaba en la exposición de los políticos en programas cómicos y de entretenimiento y la prensa se hacía eco de esa mirada frívola y del contacto asiduo entre funcionarios y farándula, *LA MAGA* ofrecía un tratamiento cultural alternativo a esos discursos.

El corpus seleccionado consiste en las primeras ocho publicaciones del año 1991. Esta selección corresponde al proyecto inicial del medio -tres meses- donde se posiciona como una revista cultural con tratamiento y formato de periódico. Al mismo tiempo, se toman algunos números del medio para describir su transición informativa en los nueve años de existencia.

## **Cuerpo de análisis**

1991/Año 1: **Número 0**. Jueves 1 al miércoles 14 de agosto.

**Número 1**. Jueves 5 al miércoles 18 de setiembre.

**Número 2**. Jueves 19 de setiembre al miércoles 2 de octubre.

**Número 3**. Jueves 3 al miércoles 16 de octubre.

**Número 4**. Jueves 17 a miércoles 30 de octubre.

**Número 5**. Jueves 31 al miércoles 13 de noviembre.

**Número 6**. Jueves 14 al miércoles 27 de noviembre.

**Número 7**. Jueves 28 de noviembre a miércoles 11 de diciembre.

**Número 8**. Jueves 12 de diciembre.



## PERIODISMO CULTURAL

Ambientan Patio Bullrich en el Siglo XXVII para una inedita exposición

### Buenos Aires recibe la primicia mundial del año dedicado a Rembrandt

Quienes vayan al Patio Bullrich a partir del 27 de agosto podrán imaginarse ingresando al túnel del tiempo, en caída libre hacia el siglo XVII. Como parte del inédito homenaje que el mundo ofrece este año a Rembrandt, el paseo será remodelado y ambientado en los tiempos del pintor holandés para cobijar una muestra de obras de 50 plásticos argentinos y medio centenar de dibujos y aguafuertes originales del artista homenajeado de manera tan singular.

No es sólo esto lo notable. Buenos Aires tendrá la primicia en la programación de los homenajes a Rembrandt que se realizarán a partir de setiembre en Londres, Berlín y Amsterdam, a manera de festejo por el fin de las polémicas y las controversias sobre la autenticidad de muchas obras realizadas o no por el holandés. Este año, un calificado grupo de expertos en arte pudo determinar de manera fehaciente qué lienzos habían sido pintados por Rembrandt y cuáles otros por sus discípulos.

De tal forma, así como en 1990 la conmemoración del centenario de Vincent Van Gogh fue el motivo de un homenaje internacional que se vio acompañado por un importante incremento en el va-

lor de sus obras, este Año Rembrandt parece encaminado hacia un éxito similar.

La programación pensada para Buenos Aires por la galería Palatina es auspiciada por la Embajada de Holanda y patrocinada económicamente por la empresa de aviación KLM y la tarjeta American Express, a total beneficio del Centro de Estudios sobre Desnutrición Infantil (CESNI).

Para la muestra de artistas argentinos —denominada *Forma y Color. Homenaje a Rembrandt*— fueron convocados Carlos Alonso, Horacio Butler, Leopoldo Presas, Teresio Fara, Rómulo Maccio, Marta Minujin, Luis Noc, Antonio Pujia, Aniko Szabó y

Rosa Mantegani, entre el medio centenar de plásticos que exhibirán sus obras en el *Salón Forum* del Patio Bullrich.

Pero la exposición no será todo. Habrá un curioso concurso, premiado con pasajes a Holanda, para quienes acierten las diferencias deliberadamente establecidas entre el retrato de Jan Six que Rembrandt pintó en 1654 y un modelo vivo que recreará de manera casi exacta la ropa, maquillaje y postura del original. Un actor profesional se hará cargo de la tarea. Otro certamen —con voto del público— premiará a las mejores vidrieras alusivas al pintor holandés y a su obra.

El conjunto del programa apunta a lograr que el homenaje sea el acontecimiento del año.

Página 3

### El mercado de arte de Europa centrado en París, Madrid y Berlín

El mercado de arte europeo se articulará en los últimos años de este siglo y a principios del próximo en torno a un eje formado por Berlín, París y Madrid, con Londres como importante centro de conexión con los mercados norteamericano y japonés.

Esta es la principal conclusión del encuentro *El mercado de arte en Europa frente a 1993*, celebrado días atrás en el marco de los cursos de verano de la Universidad Complutense de Madrid en El Escorial.

Dirigido por Edmund Peel, director de la sala de subastas madrileña que lleva su nombre, al seminario concurren —entre otros— el presidente de Sotheby's, Lord Gowrie y

Emmanuel de Margerie, presidente para Europa de Christie's International.

La tendencia actual del mercado de arte europeo apunta hacia el regreso de París como epicentro de la creatividad y las transacciones artísticas, con Berlín y Madrid como puntos subsidiarios.

"Por supuesto que estas previsiones de futuro dependen de que las cosas no se tuerzan a nivel político o económico", advirtió Edmund Peel. Cierta tónica de crítica quedó expuesta ante la lentitud con la que Francia trata las reformas a su actual legislación en materia de tráfico de obras de arte, hasta el momento muy restrictiva. Los europeos quieren una mayor desregulación.

### El Teatro Colón le cobró 8.000 dólares a LALCEC por su concierto benéfico

JUAN CARLOS SARASTRO Dos acontecimientos desvinculados en lo formal sirvieron para alimentar —se verá si justificadamente o no— la postura de quienes piensan que en el Teatro Colón ocurren cosas insólitas. Uno de ellos es el concierto a beneficio de la Liga Argentina de Lucha contra el Cáncer (LALCEC) realizado el 26 de julio; el otro, el ciclo de cuatro representaciones de *Manon Lescaut* y dos conciertos con la Filarmónica que dirigió el italiano Paolo Olmi.

Primer caso. LALCEC cumplió setenta años de existencia en 1991. Para celebrarlo —y de paso arrimar algunos fondos a caja— programó el concierto realizado en el Teatro Colón el 26 de julio a las nueve de la noche. Los directivos de LALCEC hablaron con la administración de la Orquesta Sinfónica Nacional, con el director Guillermo Scarabino y con el pianista argentino radicado en Ginebra (Suiza) Luis Ascot. La Sinfónica respondió que actuaría sin retribución extraordinaria y Scarabino y Ascot que donarían sus *cachets*. Tampoco cobró el taller gráfico que editó los programas.

Faltaba la respuesta afirmativa del Colón, que la gente de LALCEC daba por segura. No fue así: los 8.000 dólares que la sala municipal cobra por el alquiler para un concierto fueron puntillosamente facturados pese a los ruegos de la institución organizadora.

Al parecer, representantes de la Liga gestionaron ante la Subsecretaría de Cultura de la Municipalidad, que conduce la arquitecta Diana Saiegh, la eximición del pago o —al menos— una quita acorde con los objetivos perseguidos. El resultado fue negativo.

Segundo caso. Quienes circulan por los caminos de la música comentan negativamente el *cachet* —al que califican de desproporcionado— que el Colón pagó al joven director de orquesta italiano Paolo Olmi. Sin antecedentes que lo justifiquen, Olmi empuñó la batuta en cuatro representaciones de *Manon Lescaut*, de Puccini, y en un concierto de la Filarmónica de Buenos Aires que, imprevisamente, se repitió en funciones para jubilados. Por esto cobró cuarenta mil dólares. Se rumorea que un funcionario del Colón es su representante.



### Marceau enseña mimodrama con rigidez notable

La presentación en Buenos Aires del célebre mimo francés Marcel Marceau es uno de los acontecimientos artísticos más importantes de agosto. Pero Marceau no es sólo escenario: su *Escuela Internacional de Mimodrama*, en París, reúne a alumnos de distintas latitudes y les impone un rigor que pocos soportan. Quien estudie allí difícilmente podrá trabajar. La cuota cuesta seis millones de australes y el examen de ingreso deja fuera a centenares de postulantes cada año.

Página 4

### SUMARIO



John Barth

2 El furor minimalista de los lectores argentinos inunda los anaqueles

5 Favio tiene el millón de dólares necesario y empieza a rodar 'Gatica'

6 Si se logra acuerdo económico resucitará el célebre grupo de rock Seru Girán

7 ATC le debe a Mirtha Legrand 150.000 dólares y una cifra similar a Sofovich

8 La pasión secreta de Polesello es ser mago de galera

## 1.1 Un recorrido por el periodismo cultura argentino

El mundo de la cultura estuvo representado en la prensa gráfica a través de diversos formatos: revistas literarias, revistas culturales y suplementos culturales en diarios.

Las revistas literarias surgen a finales del siglo XIX como reflejo de modelos franceses- *Revue des deux mondes* o *Mercure de France*- y como resultado de la transformación cultural iniciada por la *generación del '80*. Estas revistas cuentan con un público restringido, movidos por interés intelectuales y artísticos muy específicos. Las integraban intelectuales que difundían sus ideas fuera de objetivos comerciales- mediáticos- y presupuesto oficial.

Entre los ejemplares sobresalientes se hallan: *Martín Fierro* y *Claridad*<sup>1</sup>. El primer número se lanza en 1924, pertenecía al grupo de *Florida*<sup>2</sup> con influencia del modernismo y el romanticismo tardío. Desde el punto de vista gráfico anticipó una genuina novedad el tamaño tabloide que luego utilizarían los diarios. Contribuyó con publicaciones de jóvenes escritores y artistas plásticos como Borges, los hermanos Enrique y Raúl González Tuñón, Xul Solar, Leopoldo Marechal, Emilio Pettoruti, Olivero Girondo. En cambio, *Claridad* se vincula con la corriente de *Boedo*, donde se destacaban apellidos tales como Nicolás Olivari, Elías Castelnuovo, Leónidas Barletta, Álvaro Yunque, etcétera.

La transformación cultural de nuestro país se puede recorrer a través del registro de los discursos generados por el periodismo cultural argentino<sup>3</sup>, que documentan y testimonian los diversos momentos históricos.

## 1.2 Suplementos culturales

Siempre que se definen los suplementos de los medios gráficos se habla de su independencia de los diarios o de las revistas con los que se publica. En este sentido presentan características que los integran (formato, diagramación y circulación del discurso) y los excluyen del mismo medio (especialización de su contenido).

---

<sup>1</sup> Dos textos importantes acerca de referencias para comprender el primer género de la prensa cultural son: *Las revistas literarias argentinas (1893- 1967)* de Héctor René Lafleur, Sergio D. Provenzano y Fernando P. Alonso (1968) y *30 años de revistas literarias argentinas (1960-1989)* de José M. Otero (1990). La última obra contabiliza más de trescientas publicaciones de lo que se denominó medios subterráneos o alternativos.

<sup>2</sup> *Florida* y *Boedo* fueron corrientes culturales de la década del veinte. La primera representaba al imaginario de la clase media porteña impregnado de ideas europeas. Mientras que la segunda reivindicaba a los sectores populares.

<sup>3</sup> Información complementaria se puede encontrar en los libros: *La paja en el ojo ajeno. El periodismo cultural argentino (1983-1998)* de Pablo E. Chacón y Jorge Fonderbrider y el *Catálogo de Revistas Culturales 1806-2006* del Centro de Documentación e Investigación de Cultura de Izquierda en Argentina, CeDInCI, (el inventario está integrado por 1.500 publicaciones de temática cultural sin discriminar en proyectos individuales, grupales, institucionales, independientes o partidarios.).

Este tipo de suplementos en los periódicos constituyen un lugar dedicado al periodismo cultural y, por medio de la selección temática, componen una determinada imagen de la cultura (Melina F. Stefanich, 2007). Este formato surge en Argentina a comienzo del siglo XX e incluye la especialización de críticas literarias, obras de teatro, música, cine, entre otras áreas. Los principales diarios nacionales tuvieron su división cultural denominada: *Suplemente multicolor (Crítica)*, *Tiempo y Cultura (Tiempo Argentino)*, *Radar (Página/12)*, *Cultura (La Nación)* y *Cultura y Nación (Clarín)*.

### **1.3 Periodismo tradicional y especializado**

Se establecen criterios de diferenciación entre el periodismo en general y la especialización periodística. En primer lugar, ambos pertenecen al – extenso-campo del periodismo y, por consiguiente, ambos se adecuan al concepto de noticia.

Como sabemos la noticia se construye a través de interrelaciones que nacen entre los promotores de las noticias (las fuentes), los recolectores de las noticias (los periodistas y propietarios del medio), los consumidores de las noticias (los lectores) y los anunciantes (McQuail, 1992). Entre los periodistas y las fuentes pueden darse tres tipos de relaciones: *independencia*, *cooperación* y *dependencia* (Alsina, 1989). En el primer caso existe una considerable distancia entre el periodista y las fuentes; en el segundo ambos cooperan al tener objetivos comunes y en la tercera instancia el periodista depende de sus informantes y es la fuente la que construye la noticia. En este último caso, la fuente es la interesada en que su voz tenga lugar en una publicación; por su parte, el medio y el periodista asisten a la demanda de la fuente.

El rasgo diferencial del periodismo cultural es su condición analítica, crítica e interpretativa que no depende de la fuente de información, motivo que le permite al autor dejar su marca personal en su trabajo. Esta especialización privilegia los géneros como el ensayo periodístico y la nota cultural. El primero aborda diversas fuentes, sí lo hace para hablar del punto de vista histórico no lo hace desde tradiciones filológicas, sino del comparatismo literario, la crítica textual y los ensayos estilísticos. Estos últimos se los puede encontrar en las revistas *Nosotros*, *Sur*, *Cuadernos*, *Revista de Occidente*, etc.

El concepto de *periodismo especializado* se aplica a la posibilidad del periodismo a ingresar en el universo de la especialización “para hacer de cada especialidad algo comunicable, objeto de información periodística, susceptible de codificación para mensajes universales (Fernández del Moral y Esteve Ramírez, 1996: 11). La especialización periodística nace de la exigencia de un público más sectorizado y consumidor de diferentes temáticas.

Según lo observado, se puede afirmar que el periodismo cultural es una práctica periodística que se ocupa de la divulgación de la cultura. Esta especialización no es uniforme -ni en su forma, ni en su contenido- ya que puede encontrarse en revistas literarias de pequeña circulación, en suplementos culturales de diario de tirada masiva, en colecciones fasciculares y aun en columna cultural de programa de radio o televisión.

Durante los años noventa el periodismo ha sufrido una serie de transformaciones en el campo cultural, aparece un nuevo imaginario que privilegia la información por encima del conocimiento, la publicidad sobre lo artístico, las modas culturales por encima de las relaciones de fuerza que las determinan. El periodismo cultural no escapa a las reglas generales de la ley (Chacón y Fondebrider, 1998:64).

El ejercicio del periodismo cultural implica, básicamente, la adaptación y la construcción del concepto de cultura. Por esta razón, es necesario pensar al periodismo cultural en el marco de una interacción del periodismo y la cultura.

#### **1.4 Concepto de cultura**

El término *cultura* ha cambiado a través del tiempo y ha sido comprendido desde diferentes disciplinas y desde diferentes posturas ideológicas. Se podría pensar en dos enfoques: uno proviene de la ilustración y responde a una visión restringida que considera cultura aquellos que se relaciona con el "saber" y el "buen gusto", que solo detenta una elite, el grupo minoritario de los cultos.

La otra visión se ocupa de la *cultura* desde una perspectiva más abarcativa que proviene de la antropología, de la sociología y de la semiótica. Estas disciplinas vinculan la cultura con el conocimiento de las personas y en los resultados que éste tiene sobre las mismas. Sin embargo, desde una mira antropológica se enuncia la cultura y la civilización como sinónimos. Al respecto, E. B. Taylor (1873) las define como el "todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualquiera de los hábitos y capacidades adquiridas por el hombre en cuanto miembro de una sociedad".

En esta corriente la cultura cuenta con dos componentes: instituciones y grupos. El antropólogo polaco, Bronislaw Malinowski, sostiene que la cultura es un compuesto integral de instituciones, en partes autónomas y en partes coordinadas (1970) y determina que el rasgo principal de la cultura es la organización de los seres humanos en grupos permanentes.

Julián Marías sostiene, contrario a la división de la sociedad en clases sociales, *clases de hombres: selectos y vulgares*. Junto a esta idea se suma José Ortega

y Gasset con su obra: *La rebelión de las masas*, donde considera que fuera de la norma (organización y ley) no hay cultura.

Las ideas del hombre medio –*hombre/masa*- no son auténticamente ideas, ni su posesión es cultura. La idea es un jaque a la verdad. Quien quiera tener ideas necesita antes disponerse a querer la verdad y aceptar las reglas de juego que ella imponga no vale hablar de ideas u opiniones donde no se admita una instancia que las regula, una serie de normas a la que la discusión cabe apelar. Esta norma son los principios de la cultura (Ortega y Gasset citado por Iván Tubau, 1982: 60).

El periodismo cultural a lo largo de su desarrollo histórico se adecuó a las dos concepciones –básicas- de la cultura: una amplia y otra restringida. La primera es comprendida desde una noción antropológica (mencionada antes con E. B. Taylor) que incluye costumbres, identidades, historia, tradiciones, significados, instituciones y hábitos compartidos por una sociedad determinada.

Desde este enfoque amplio de la cultura, Néstor García Canclini (1997) trabaja esta noción como el conjunto de procesos donde se elabora la significación de las estructuras sociales, se la reproduce y se transforma mediante operaciones simbólicas. Esta idea permite ver la cultura como parte del proceso de socialización de las clases y grupos de formación política.

No pensamos que la cultura sea un conjunto de ideas, de imágenes, de representaciones de la producción social, sino que la cultura misma implica un proceso de producción. Ahora bien, ¿producción de qué tipo de fenómenos? Fuimos asimilando cultura con procesos simbólicos y, por lo tanto, hacemos aquí una restricción respecto del otro uso que la antropología ha establecido de la cultura con estructura social o con formación social: la cultura como todo lo hecho por el hombre (1995: 59).

La segunda concepción es entendida por Jorge Rivera como “el recorte escogido- destinado a una minoría de concedores- de las producciones más refinadas del espíritu humano” (1985:15). Estas publicaciones tendían a privilegiar el arte y la literatura en medios específicos y selectos; en cambio la cultura entendida como amplia, se introdujo en las publicaciones generales tanto en suplementos como revistas de divulgación.

La histórica división de la cultura clasificaba a la *cultura alta*, la *cultura popular* y la *cultura de masas*. La separación entre la *cultura culta* y la *cultura de masas*- entre el saber y la ignorancia- ha sido un dispositivo central de las instituciones de control social y político de las comunidades divididas por barreras de clase (Ford, Romano y Rivera, 1985).

En base a los distintos niveles de la cultura, Martín Barbero critica el hecho que la *cultura culta* se establezca siempre como “la cultura” y se tome como la base sobre la que se apoyan los otros dos niveles. Según el autor: “sólo un profundo etnocentrismo de clase, que se niega a nombrar lo popular como cultura, ha podido llevar a ver en la cultura masiva más que un proceso de vulgarización, la decadencia de la cultura culta” (1983: 60).



Barbero sostiene que existen operaciones de mediaciones mediante las cuales lo masivo recupera y se apoya sobre lo popular y mediaciones por intermedio de las cuales lo popular hace uso de lo masivo.

# LA MAGA

NOTICIA

Año I Número 1, Jueves 5 al miércoles 18 de setiembre

## UNIDAD 2

Escribe Vaclav Havel, dramaturgo y presidente de Checoslovaquia

### Europa del Este puede ser víctima del odio después de tanta alegría

LA MAGA

Nace ya casi diez meses, el pasado diciembre, un hombre sencillo, Vaclav Havel, conocido como autor de teatro y luego como presidente de Checoslovaquia —cargo al que accedió empujado por la voluntad ajena más que por la propia— advertía sobre la crisis que sucedería a la alegría. Entonces escribió: "Este estado de frustración general puede hacer desahogar la ira en víctimas sustitutas, las que ocuparán el lugar del ofensor principal actualmente liquidado: el sistema totalitario. La forma impotente busca su propia guía".

Este texto de Havel, con extensa reflexión sobre el odio y la intencionalidad, es quizá el primer rayo de verdaderamente que logra traspasar la coacción de las tinieblas. Pensar sobre el odio supone de inmediato reconsiderar el modo de construir la paz un sistema más justo para convivir. Publicado en *El País* de Madrid y, probablemente, también en otros medios, se reproduce completo en esta primera edición de *La Maga*.

### Piazzolla sigue en la línea de los grandes según la crítica mundial

Desde nace ya un año, para tristeza de quienes aman la música, Astor Piazzolla está al margen de escenarios y salas de grabación. El mundo —que acostumbraba transitar con una vida vitalidad en amplias giras cada año— no cuenta desde hace largo tiempo con sus actuaciones. Sin embargo, y para asombro de los melómanos considerando la ausencia, el compositor argentino aún ocupa el vértice de los sondeos de opinión recogidos periódicamente entre los grandes especialistas. En la última edición de la revista norteamericana *Down Beat*, los críticos de mayor renombre ubican a Piazzolla entre los número uno y explican por qué.

Página 9

### Sale 'La Maga', una revista de información cultural

Desde el jueves 5 de setiembre circula en Buenos Aires el primer número de la revista quincenal *La Maga*, una publicación del Taller Escuela Agencia (TEA). Cuatro mil ejemplares de la tirada, al precio de 25 mil australes cada uno, se distribuyeron en los kioscos de la Capital y otros mil se enviaron a instituciones y personas vinculadas con los sectores a los que está dirigida.

La revista, en la que se pueden publicar avisos breves gratuitos, se propone informar sobre la actividad cultural dentro de una

amplia gama que abarca artes, espectáculos y medios de comunicación. Con cada ejemplar el lector recibirá siempre un afiche al mismo tamaño; en el primer número el elegido para la foto fue Julio Bocca.

El diseño, similar al de un diario europeo, aplicado a una revista en combinación con el tratamiento noticioso de la información, es una resolución inédita. La cooperativa de periodistas convocados alrededor del proyecto destaca el carácter independiente de la publicación.

### Osvaldo Soriano es LOS NOVENTA de su última novela

CARLOS ARÉS

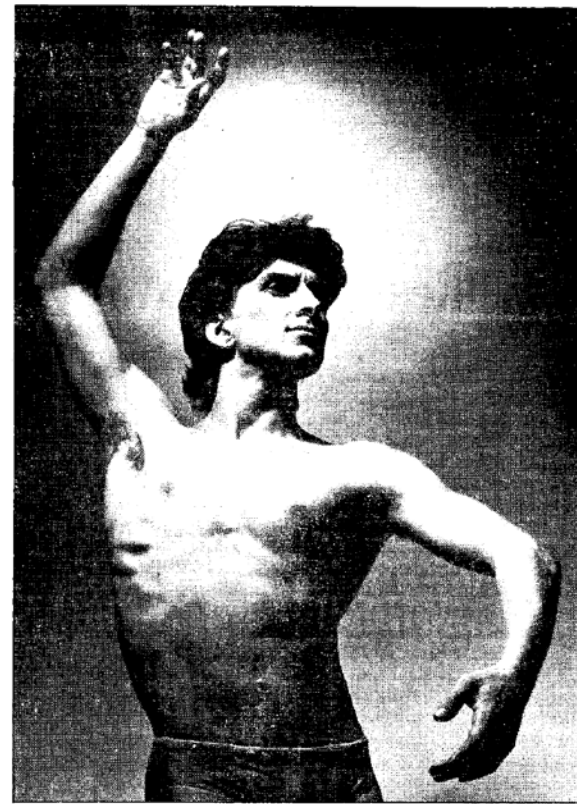
La película basada en la novela *Una sombra va pronto serás*, de Osvaldo Soriano, la más vendida del año en Argentina y uno de los éxitos editoriales de la temporada en Italia y España, comenzará a rodarse probablemente el próximo 15 de enero. El director y productor Héctor Olivera confirmó que en la segunda quincena de setiembre viaja a Europa para firmar los contratos con empresarios italianos y españoles. La inversión estimada hasta ahora, sólo de la parte argentina, es de un millón de dólares.

El proyecto reúne nuevamente a Soriano y Olivera, responsables de *No habrá más penas ni olvido*, la película que ganó el Oso de Plata en el Festival de Berlín de 1984, pero esta vez de un modo más es-

tricta: "Es porque el propio Soriano aceptó su novela", la convirtió en un guion para cine. En el caso de *No habrá más penas...*, Soriano —que entonces estaba en París— y Olivera recorrieron con autor admirado por ambos, Roberto Tito Cosca, para que escribiera el guion.

El rodaje se completará durante estas semanas de setiembre. El título está confirmado del equipo: tres nombres de actores, italianos y españoles, soñados y olvidados, es el director de fotografía, que será el argentino Félix Moán. Para Olivera es "muy probable" que la música la escriba un italiano y que los españoles colaboren el director de arte.

Página 15



JACK MITCHELL

### Bocca ensaya su nuevo ballet

El lunes 9, el bailarín argentino Julio Bocca estará de regreso en Buenos Aires para iniciar los ensayos de *Kuarahy*, el nuevo ballet con guión de Elio Marchi, coreografía de Julio López y música original de Lito Vitale, cuyo estreno mundial ocurrirá el 1° de noviembre en el Luna Park. Se trata de una obra con fundamentos latinoamericanos cuyo personaje central es un joven idealista que se niega a transar con el poder y muere fusilado, luego de transitar un camino onírico hacia las raíces míticas del continente. Renata Schussheim está bocetando el vestuario y el manager de Bocca, Lino Patalano, ultima los detalles de una producción que costará 200.000 dólares.

Página 5

### SUMARIO

- 2 Bartis y Ure ultimán ensayos de los últimos Shakespeare del 91
- 8 El Collegium Musicum se debate al borde del abismo financiero
- 10 El furor minimalista de los lectores llega "tarde" a los anaqueles
- 16 El cine europeo lidera el último tramo de la temporada porteña
- 20 Mignogna terminó su nuevo telefilme pero no sabe en qué canal será presentado
- 21 Una pobre campaña de televisión precedió a las elecciones
- 22 La radio volvió a ganar en la guerra noticiosa durante el golpe en la Unión Soviética

## 2.1 Principales hechos y acontecimientos políticos

Luego de la hiperinflación- asaltos y saques- desatada en el gobierno de Raúl Alfonsín, en los comicios de 1989 ganó la fórmula del partido Justicialista de Carlos Saúl Menem y Eduardo Duhalde. Ésta tuvo un triunfo del “49.18% de los votos. Eduardo Angeloz y Casella o Cristina Guzmán- según las alianzas que se presentaron como alternativas- el 37.05%. La U.C.R el 7.19%; las formaciones de izquierda el 4.22%” (Carlos Alberto Flora y César García Belsunce, 2001: 483).

Estos resultados fueron la antesala de lo que se conocería como la década menemista, integrada por dos períodos presidenciales -1989 a 1995 y 1995 a 1999- mediante la reforma constitucional de 1994 que permitió la reelección.

Gerchunoff y Torre (1996) señalan que el gobierno de Menem debió enfrentar dos desafíos: un problema macroeconómico de crisis fiscal y un problema político de credibilidad.

En los primeros años del gobierno se sancionaron las leyes de *Emergencia Económica* y de *Reforma del Estado*, que le otorgan al Poder Ejecutivo poderes excepcionales para regir el destino de la administración pública. Dentro de esas medidas se vivieron diferentes acontecimientos que tuvieron como consecuencia una transformación de las relaciones sociales, entre las que se destaca la vinculación del Estado con los productos culturales. Por medio de un decreto presidencial de necesidad y urgencia (DNU) la Ley de Radiodifusión N°22.285<sup>4</sup> autorizaba a empresas de medios gráficos acceder al ámbito de la comunicación electrónica. Tal fueron los casos de canal 11 y canal 13, que en diciembre de 1989 el Estado licitó por quince años estos medios, dejando en manos de Televisión Federal (Telefé) propiedad de Editorial Atlántida y de Arte Radio Televisivo Argentino S.A (Clarín) respectivamente.

Además, se dio la segunda hiperinflación (1990) con la implementación del Plan de Convertibilidad- iguala el valor del peso al del dólar, evocado por la sociedad<sup>5</sup> como el uno a uno- a cargo del Ministro de Economía, Domingo Cavallo.

---

<sup>4</sup> El 10 de octubre de 2009, el Poder Ejecutivo promulga la ley – de Servicio de Comunicación Audiovisual- N° 26.522 sancionada ese mismo día por el Congreso Nacional que regula el sistema de medios de comunicación, derogando la ley N° 22.285 de la última dictadura cívico-militar.

Este hecho fue recordado en la presa nacional como un suceso histórico al recoger opiniones de un año de debates en 24 foros que se desarrollaron en distintos puntos del país. Es decir, más de 300 organizaciones sociales, comunitarias, de derechos humanos, sindicales, pequeñas y medianas empresas trabajaron junto al titular del COMFER (Comité Federal de Radiodifusión), Gabriel Mariotto, actual vicegobernador bonaerense.

<sup>5</sup> “A partir de 1991 y hasta 1994, el crédito al consumo se sextuplicó y también creció el crédito hipotecario, lo que benefició a las industrias de electrodomésticos, automóviles y a la construcción” (Marcos Novaro ,2011: 243).

El otro proceso fue el de las privatizaciones<sup>6</sup> - transferir al sector privado las empresas públicas estatales- de los teléfonos (ENTel), Aerolíneas Argentinas, áreas petroleras, ferrocarriles, rutas, obras sanitarias, sectores eléctricos, gas, empresas químicas y petroleras (YPF) y los medios de comunicación. El Ministro de Obras Públicas, Roberto Dromi, lo explicaba diciendo que “hemos ideado un decálogo menemista de la Reforma del Estado (...), el mandamiento uno: **nada de lo que debe ser estatal permanecerá en manos del Estado**”. La necesidad de reformar el Estado nacional a través de la privatización de sus empresas, la habitualidad de la corrupción en la práctica política y la frivolidad de la escena pública fueron temas que el periodismo investigó y presentó con insistencia a la hora de conformar la agenda pública de la década.

Estos hechos no pueden ser separados de la llegada o profundización del **modelo neoliberal**<sup>7</sup> que se desarrolló, durante esos años, sobre los gobiernos de América Latina. Los sectores medios y los estratos altos conformaban una población incluida, con necesidades básicas satisfechas, pero al mismo tiempo con una acumulación de capital económico, social y cultural que les permitía vivir en un marco de cierta estabilidad. Por otro lado, los procesos de ajustes que han perjudicado a la clase media no ha hecho más que aumentar el empobrecimiento significativo de muchos de ellos, incrementar la pobreza y anunciar la aparición de los “nuevos ricos y los nuevos pobres” (Melina Curia, 2012: 6).

Los noventa transforman el quehacer del periodismo frente al creciente descrédito de tradicionales instituciones políticas –partidos, sindicatos, justicia- y lleva a los medios de comunicación a ocupar un espacio de mayor relevancia social. Es decir, estos cambios no interfirieron solamente en el periodismo desde el lado económico y/o político, sino también cultural. La construcción del discurso periodístico en la década del noventa en Argentina atravesó la tematización los aspectos culturales de la sociedad.

La exposición de los políticos en programas cómicos y de entretenimiento fue un fenómeno local que no registraba antecedentes en el país. Por esta razón, elijo realizar un análisis del periodismo cultural de aquel período. Si continúo con la línea establecida por el concepto de *cultura* postulado con anterioridad,

---

<sup>6</sup> El instrumento más conocido de la reforma del Estado fue el de la privatización de las empresas de servicios públicos; “pero significa también la descentralización y tercerización de esos servicios. La reforma implica también la desregularización de actividades económicas como el control de precios, la intervención equilibradora en los mercados y los mecanismos de producción” (Martha Mancebo: 188).

<sup>7</sup> El historiador Jorge Schvarzer indica que el neoliberalismo en Argentina se produjo durante la década del setenta. Por esta razón considera como punto de inflexión “al shock producido en junio de 1975 (conocido como el Rodrigazo). El modelo se desarrolló a partir de las políticas económicas desarrolladas durante el gobierno militar, desde marzo de 1976, y sus resultados comenzaron a sentirse, así como a exhibir su carácter irreversible, hacia fines de aquella década (...) La larga crisis de la década del ochenta mostró dificultades para orientar en sentido diferente una economía que ya funcionaba en régimen de elevada inflación bajo el peso de la deuda externa, y condicionada por las presiones externas y la crisis productiva, generada por los cambios ocurridos en el ínterin” (2001: 9-10).

resulta válido pensar que en ese terreno podemos encontrar una mirada apropiada para revisar varios de los cambios discursivos que surgieron y se instalaron en la época, y que aún hoy mantienen vigencia.

## 2.2 Prensa cultural

Repasemos la fragmentación del periodismo gráfico cultural argentino en los noventa: en primer lugar, el mercado editorial presentaba publicaciones con un fuerte sesgo académico como fueron los casos de *Punto de Vista*, *Confines*, *El Ojo Mocho* y *Artefacto*, donde la cultura era abordada con rigurosidad académica.

Otro grupo estaba integrado por revistas especializadas en diferentes esferas de la producción simbólica. Por ejemplo: *El Amante* (cine), *Los Inrockuptibles* (música) y *Babel* (literatura).

El tercer conjunto lo conformaban los suplementos culturales de los diarios tal como *Cultura y Nación* (Clarín), *Cultura* (La Nación) y *Radar* (Página/12) que deseaban ampliar y jerarquizar su tradicional oferta informativa. Y el cuarto lugar, lo comprendía las revistas de tiradas masivas –vendían por semana 200.000 ejemplares- como *Caras* y *Gente*, donde aparecían las figuras del momento del ámbito nacional e internacional: Mariana Nannis, María Julia Alsogaray, Graciela Alfano, Amalia “Yuyito” González, Daniel Scioli, Karina Rabolini, Sofía Loren, Marcello Matrianni, Claudia Schiffer, Alain Delon, Michael Jackson, Madonna, entre otros. Sylvina Walger, socióloga, periodista y colaboradora de *LA MAGA*, se refería al surgimiento de *Caras*<sup>8</sup> en su artículo titulado “El aquelarre de los ricos y famosos” (*LA MAGA*, 1993 N°43:48) y sostenía que ese medio reflejaba el modo “felliniano” la auténtica realidad de la clase dirigente que los argentinos habían sabido seguir.

*LA MAGA* unió esa fragmentación de la prensa cultural argentina y expandió el universo temático de las revistas culturales al incluir en su interior secciones culturales tales como teatro, danza, música, libros, cine, artes visuales, medios y agenda.

## 2.3 Antecedentes de *LA MAGA*

La revista se ubica en directa relación con la línea histórica del periodismo cultural que nació en la década del setenta- en Argentina- con publicaciones como fueron *Primera Plana* o *Confirmado*, las que propusieron romper con la

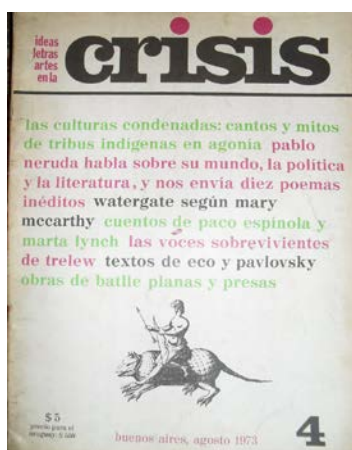
---

<sup>8</sup> El lanzamiento de la revista *Caras* se realizó en el Teatro Colón con la animación de Maximiliano Guerra y Silvia Bazilis. Al terminar el evento Carlos Menem, Teté Coustarot, Elsa Serrano, Elsa Serrano, Katja Alemann, Graciela Alfano, Rodolfo Terragno, Martín Redrado y varias figuras de la época ilustraron la tapa del número siguiente de la revista (Walger, 1994:318).



tradición elitista de la revista *Sur* o *Contorno*. Como explica Rivera, durante los sesenta se visualizó un “crecimiento del sector *ilustrado* de las capas medias, en especial, por la extensión de las oportunidades de la educación secundaria y universitaria” (1998: 143-144).

Los modelos de periodismo cultural que influenciaron la creación de *LA MAGA* fueron las revistas *CRISIS*, *HUMOR*, *EL PERIODISTA* y *EL PORTEÑO*.



TAPA Nº 4 (1973)



TAPA Nº 1 (1978)



TAPA Nº 1 (1984)



AÑO V (1986)

### 2.3.1 CRISIS

Subtitulada “Ideas, letras, artes en la crisis” fue creada por Federico Vogelius en 1973, en un momento histórico cuando el país se sacudía – en permanentes- crisis políticas/sociales. La revista fue un emblema del periodismo cultural, alcanzó los 26.630 ejemplares en abril de 1975 según IVC<sup>9</sup>, Instituto Verificador de Circulación.

<sup>9</sup> La misión de IVC es brindar información auditada de las tiradas –asociadas- del mercado gráfico publicitario en el país y el exterior. La institución fue consultada vía mail sobre la venta de las revistas: *CRISIS*, *EL PORTEÑO*, *EL PORTEÑO* y *LA MAGA*. Sólo se obtuvo el informe de *CRISIS*- único medio

Su estilo se caracteriza por incluir ensayos, caricaturas y críticas de confrontación política. Jorge Rivera identifica una serie de modalidades de *CRISIS* que fueron determinantes en el periodismo cultural (1995:89-90):

- ✓ La convivencia de la *cultura alta* (especializada) con la *cultura baja*. La primera denominación se da dentro de un patrón antropológico que empezaba a difundirse a comienzo de los `70, cuando lo alto (producción intelectual) y lo bajo (producción popular) o los *géneros legítimos* y los *marginados* no habían sido erosionados por la transgeneración de los `80.

Algunos temas presentados en *CRISIS*: letras de tango, radioteatro, novela policial, telenovelas, etc.

- ✓ La apelación sistemática de recursos de la antropología y de las ciencias sociales- la historia de vida- , que funciona como un relato alternativo (o testimonio genuino) que cruza el análisis políticos, económicos o sociales.
- ✓ La marca periodística (título, recuadros) y las estrategias comunicacionales para hacer más eficaz y atractiva el contenido de la publicación.

La revista contó con la presencia de Eduardo Galeano y Vicente Zito Lema (directores editoriales) y Juan Gelman (colaborador), Hermenegildo Sábat (ilustrador en sus principales entregas), Haroldo Conti, Norberto Galasso, Jorge B. Rivera, entre otros.

Una de las diferencias más relevantes que se encuentra entre las revistas *CRISIS* y *LA MAGA* es que en la primera los escritores realizan ensayos sobre la cultura y en la segunda, los periodistas redactan noticias culturales.

### **2.3.2 HUMOR**

La revista de humor gráfico fue fundada el 1º de junio de 1978 por Andrés Cascioli bajo el nombre *HUMOR REGISTRADO*<sup>10</sup>. El medio se caracterizó por

---

afiliado-de los años 1974 y 1975. La edición mensual de menor tirada fue en marzo de 1974 con 17.468 y la mayor en abril de 1975 con 26.630.

<sup>10</sup> Al cumplirse 35 años de la primera publicación de *HUMOR* (2013) el periodista Diego Igal- *CARAS Y CARETAS, PERFIL, TIEMPO ARGENTINO*- ha realizado una investigación sobre esa revista titulándola "HUMOR. Nacimiento, auge y caída de la revista que superó apenas la mediocridad general". Lo interesante de este nuevo material sobre el periodismo cultural en la prensa gráfica Argentina, no es sólo contar cómo se trabajaba durante la última dictadura militar, sino publicar las dificultades que tenía que enfrentar la Editorial de la Urraca bajo el gobierno radical y en particular, con el menemismo que fue objeto de percusión judicial.

la sátira y la ironía durante la censura de la dictadura militar. Tomás Sanz<sup>11</sup>- humorista, periodista y jefe de redacción de la revista- lo definía como costumbrista y a su vez, determina que el lector era quien le ponía el valor político. *HUMOR* sentó un precedente en el análisis político y la crítica de espectáculos. Además, brindó espacio a periodistas que no encontraban lugar en la complicidad de los grandes medios.

Entre los temas tratados se encontraban: el mundial de fútbol (1978), la reforma económica de Martínez de Hoz, la deuda externa<sup>12</sup>, los desaparecidos (primer medio en publicar el rol de Alfredo Astiz en la desaparición de Dagmar Hagelin y las monjas francesas), la carta de Rodolfo Walsh dirigida a la Junta Militar, etc.

Semanalmente vendió 300.000 ejemplares y durante su prohibición -desde la clandestinidad- distribuyó 90.000. Dejó de publicarse en 1999 en su número 566 luego de la quiebra de *Ediciones de La Urraca*.

Los colaboradores de la revista provenían de diferentes disciplinas, eran portavoces del campo progresista de la época. Entre ellos se hallaban: Carlos Abrevaya, Santiago Kovadloff, Osvaldo Soriano, Jorge Sábato, Jorge Guinzburg, Enrique Vázquez, Alejandro Dolina, Roberto Fontanarrosa, Garaycochea, Gloria Guerrero, Rep y Horacio Verbitsky, entre otros.

Fue antecedente de *LA MAGA* al constituir un modelo de periodismo cultural con creación de agenda propia, donde se cubrían temas excluidos por otros medios de comunicación.

### **2.3.3 EL PERIODISTA DE BUENOS AIRES**

En 1984 *HUMOR* anunciaba la salida de la revista política semanal nacida en democracia.

Desde el mes próximo, *HUMOR* y sus lectores estarán menos solos (...), un grupo de periodistas, ensayistas y escritores se han reunido para crear, a partir del espíritu crítico de *HUMOR*, un nuevo medio, capaz de defender la profundización de la democracia en busca de la justicia, la independencia económica y la modernización tecnológica. Los intereses que defenderá son los de la mayoría de los argentinos que necesita una información de primera

---

<sup>11</sup> Tomás Sanz (2006) fue condenado a un mes de prisión en suspenso por la publicación -del año 1991- que decía que Eduardo Menem ( hermano del ex presidente y ex senador de la Nación por la provincia de La Rioja) tenía una cuenta bancaria en Uruguay. Esa causa pasó dos veces por la Corte Suprema, llegó a la Corte Internacional de Derechos Humanos y finalmente prescribió.

<sup>12</sup> Luego de los siete años del plan neoliberal de la última dictadura militar, la deuda externa era de 45.000 millones de dólares; 23.000 millones de dólares era de deuda privada. En los noventa la deuda sube a 54.000 millones de dólares y termina en el gobierno de Carlos Menem con 130.000 millones de dólares, según lo cuenta Fernando "Pino" Solanas en el documental: Memoria del saqueo (2004). <http://www.youtube.com/watch?v=jlmxqCa-jvo>.

agua, una apertura al debate de los grandes temas nacionales y latinoamericanos (*HUMOR*, N°133:1984).

*El Periodista de Buenos Aires* fue creado por Andrés Cascioli, Osvaldo Soriano y Carlos Gabetta. Se publicó entre 1984 y 1989 por *Ediciones de la Urraca*<sup>13</sup> y tenía la pretensión de cubrir el espacio de *Primera Plana*, *Confirmado*, *Cuestionario* y *CRISIS*. La revista vendió entre 80.000 y 100.000 ejemplares cada semana, presentó investigaciones y denuncias que luego contaron con repercusión pública. Algunas de ellas fueron: la actividad de la comunicad homosexual en Argentina o la apropiación de hijos de desaparecidos durante los años de la dictadura militar.

Su staff se conformó con figuras del periodismo de los ochenta como Tomás Eloy Martínez, Luis Majul, Julio Villalonga, Horacio Verbitsky, Carlos Ares (futuro director de *LA MAGA*), Claudia Pasquín, María Ester Gillio, entre otros.

#### 2.3.4 EL PORTEÑO

La revista – de formato grande y similar al *New Yorker* -surgió en 1981 por Gabriel Levinas y Miguel Briante. Desde su origen fue contestataria al régimen militar y luego al gobierno de Carlos Menem. Fue el primer medio en publicar la problemática homosexual en la columna de Jorge Gumier Maier y posicionar en la portada a las Madres de Plaza de Mayo.

*El Porteño* conformó una cooperativa independiente de periodistas con la presencia de Osvaldo Soriano, Jorge Lanata, Carlos Marcucci, Carlos Ulanovsky, Alberto Ferrari, Eduardo Aliverti, Marcelo Zlotogwiazda, Carlos Ares, Martín Caparros, entre otros. Además, en su redacción se gestaron otras publicaciones como *Gaceta Porteña*, *Cerdos & Peces*, *Babel* y lo que más tarde sería: *Página/12*. Al cumplir once años (1993) dejó de publicarse.

Otro de los antecedentes de *LA MAGA* fue el diario europeo: *EL PAÍS*.



<sup>13</sup> *Ediciones de la Urraca* contaba producciones tales como revistas: *HUMOR*, *SexHumor*, *El Periodista*, *Fierro*, *El Péndulo* y libros.

### 2.3.5 *EL PAÍS*

España inició su transición democrática<sup>14</sup> proclamando rey a Juan Carlos I de Borbón el 22 de noviembre de 1975. *EL PAÍS* de Madrid lanzó su primer número el 4 de mayo de 1976.

El formato del periódico es de cinco columnas con un título central por página, en algunos casos se pueden encontrar noticias más pequeñas sobre la misma temática. Las divisiones en las secciones: internacional, opinión, España, sociedad, la cultura, espectáculos, deportes, economía, finanzas y agenda.

Se da una diferencia de abordaje entre los apartados llamados *la cultura* y *espectáculos*. El primero plantea temas ligados a la identidad, territorialidad, literatura, educación. Y el segundo se centra en el manejo de las noticias, entrevistas y críticas de diversas disciplinas como arte, danza, cine, música, teatro.

*EL PAÍS* marcó el estilo de *LA MAGA* porque, por ejemplo, replica su tamaño tabloide, su formato de cinco columnas por página y su diseño de titulación de las noticias.

---

<sup>14</sup> La historia española se completa de cinco años de república, tres de Guerra Civil y treinta y cinco de la dictadura Franquista.



## **Sale `La Maga`, una revista de información cultural**

Desde el jueves 5 de setiembre circula en Buenos Aires el primer número de la revista quincenal La Maga, una publicación del Taller Escuela y Agencia (TEA). Cuatro mil ejemplares de la tirada, al precio de 25 mil australes cada uno, se distribuyeron en los kioscos de la Capital y otros mil se enviaron a instituciones y personas vinculadas con los sectores a los que está dirigida.

La revista, en la que se pueden publicar avisos breves gratuitos, se propone informar sobre la actualidad cultural dentro de una amplia gama que abarca artes, espectáculos y medios de comunicación. Con cada ejemplar el lector

recibirá siempre un afiche al mismo tamaño; en el primer número elegido para la foto fue Julio Bocca.

El diseño, similar al de un diario europeo, aplicado a una revista en combinación con el tratamiento noticioso de la información, es una resolución inédita. La cooperativa de periodistas convocados alrededor del proyecto destaca el carácter independiente de la publicación.

**LA MAGA N°0.**

**Jueves 5 de setiembre de  
1991**

# LA MAGA

## UNIDAD 3

Año I Número 3. Jueve

El filme de Scorsese que sólo se proyecta en circuitos marginales

## Nadie se anima a exhibir 'La última tentación de Cristo'

**La última tentación de Cristo, controvertida película del director Martin Scorsese, se exhibió por primera vez en la Argentina en el Centro Cultural Ricardo Rojas durante seis funciones organizadas por Ya Fue Producciones a las que concurrieron más de 2.000 personas. A pesar de no existir una censura explícita, el filme jamás se comercializó en el país ni en cine ni en video.**

La película, que se proyectó aquí en una pantalla gigante, generó polémicas religiosas y sociales en todos los lugares en donde fue exhibida. Ricardo Manetti —miembro de *Ya Fue*— indicó que el largometraje sólo puede darse en un ámbito universitario (como el del Rojas) que al estar al margen de los espacios comerciales, puede sustituir la autocensura de aquellos que tienen la posibilidad de estrenarla en una sala cinematográfica.

*La última tentación...*, de tres horas de duración, no colmó las expectativas del numeroso públi-

co que asistió a la muestra que se encontró con un filme que lejos de ser provocativo o audaz, respeta la figura de Cristo: "Podés disentir con ella, pero no creo que ofenda a nadie", asegura Manetti.

Los testimonios de los asis-

tentes confirman esa idea: "Esperaba otra cosa, creo que tenía demasiadas expectativas —afirma Esteban de 26 años, confeso cinefílico—. Realmente no entiendo por qué hicieron tanto quilombo".

Las controversias religiosas superaron largamente al impacto cinematográfico en todo el mundo, y los dos ensayos de prestigiosos intelectuales italianos que LA MAGA reproduce confirman hasta qué punto la película trasciende su ámbito específico.

Páginas 21 a 23

## Milongueros y profesores codificaron LA MAGA enseñarlo en la Universidad

**JULIO PETRARCA**  
El Círculo Social y Deportivo *Sin Rumbo*, de Villa Urquiza, fue el escenario de una curiosa asamblea. Más de 120 milongueros de mítica historia, bailarines, profesores y aprendices discutieron en la primera asamblea convocada con el fin de codificar el tango como danza para enseñarlo en la flamante Universidad del Tango.

La reunión inicial hizo sacar chispas a los concurrentes, que discutieron cuántos pasos tiene

—seis u ocho— la base del baile. El coordinador fue Miguel Ángel Zotto, asesor de la universidad y mentor de la codificación, y estuvieron personajes del medio como *Lampazo, Portalea, Tanguito, Pedro, Víctor, Poroto* y otros de quienes se conocen los nombres, los apellidos o los apodos pero jamás todo ello junto.

En la próxima serán debatidas otras cuestiones. Por ejemplo, una denominación común para las figuras.

Página 15

Reclame  
el póster de  
**JUANA  
MOLINA**

### SUMARIO

14 El mercado de arte repunta en la Argentina y cae en el mundo

17 Una revista femenina encabeza las ventas de semanarios en el país.

7 Alfredo Alcón escribe sobre su relación con el espíritu de la obra de Samuel Beckett

5 José Pablo Feinmann explica cómo releer la historia argentina



8 Vittorio Gassman habla tras su regreso de la depresión



Niní Marshall, como 'Catita'.

MUSEO DEL CINE



Juana Molina, como 'Flor de Lee'.

MARIA MARTA CREMONA

De Parravicini a Olmedo, de Niní Marshall a Juana Molina y de Pepe Arias a Fidel Pintos

## El humor siempre se burló de la realidad

**S. R.**  
Los grandes humoristas que hicieron reír a varias generaciones de argentinos son revisados en una extensa investigación que incluye opiniones de Alejandro Dolina y Enrique Pinti.

Desde los monólogos radiales de Florencio Parravicini hasta las memorables improvisaciones de

Alberto Olmedo, el humor radial y televisivo fue evolucionando con el correr de las décadas pero, tal como asegura Enrique Pinti, lo único importante "es que hubo y hay actores que tienen una relación especial con la gente y hacen reír mucho. Desde lo escatológico, la ingenuidad, las imitaciones o lo chabacano, Niní,

Sandrini, Gasalla u Olmedo provocaron la risa de millones de personas".

Juana Molina, para muchos la sucesora natural de Niní Marshall, recupera aquella tradición de los grandes cómicos y desde su innumerable galería de personajes es la actriz de humor preferida por los jóvenes y adolescentes

que utilizan a sus personajes para hacer chistes e imitan su forma de hablar. Aunque la protagonista de *Juana y sus hermanas* prefiere evitar las comparaciones, confiesa que está atravesando el momento más difícil de su corta carrera: "El de más peligro, en el que más tengo que cuidarme".

Páginas 2 a 4 y 24

### 3.1 Origen

La revista nace como un proyecto profesional de los alumnos de la primera promoción (1987) de la tecnicatura en periodismo del Taller Escuela Agencia<sup>15</sup> (TEA). Este hecho lo recuerda Carlos Ares -profesor, director de TEA y creador de *LA MAGA*- al ser entrevistado en junio de 2013 “formé grupos de cinco personas para que cada uno hiciera un trabajo de investigación periodística y les prometí que el mejor trabajo, la escuela lo iba a editar y lo iba a hacer profesional”. El resultado de esa evaluación dio como elegidos a un grupo de alumnos que habían hecho una investigación sobre la vida de Alberto Olmedo titulada: “*Queríamos tanto a Olmedo*”. Luego, Ares convoca para realizar una revista con información cultural financiada por *TEA*.

El primer nombre que se propone para la revista fue *El Polvo*, distinción desaprobada por los graduados al considerar que sería confundida con otro tipo de contenido. Después, se adoptó: *LA MAGA*; sobre el sentido del nombre hay dos versiones: una corresponde a Ares, quien confiesa que no tenía que ver con el personaje- la Maga de Rayuela- de Julio Cortázar<sup>16</sup>, porque había leído la novela. Y la otra pertenece a Julio Petrarca<sup>17</sup>, jefe de redacción de la revista, quien sostiene que en la reunión en la que se decide el nombre del medio el alma de Cortázar estuvo presente.

El jueves 1 de agosto de 1991 se lanza el número 0 -distribuido entre el equipo editorial, colegas, colaboradores y posibles anunciantes- una publicación quincenal de ocho hojas que anticipaba la salida oficial de la revista. “*LA MAGA* (...) se va a especializar en (...) el mundo de la cultura como un fenómeno con características propias que requiere una atención especial”. Además, anuncia que se vendería en quioscos y principales hoteles y centros culturales de la ciudad con una tirada de 4.000 ejemplares.

*LA MAGA* cuenta con una edición de veinticuatro páginas y trece secciones rotativas: música, artes visuales, danza, teatro, melancolía, agenda, avisos breves, cine, video, espacios, medios, libros y pensamiento. Las divisiones iniciales de la revista son las mismas que tiene el diario *EL PAÍS* en su apartado La Cultura donde se presentan: sumario, libros, danza, artes visuales, teatro, video, espacios (sitios para ver espectáculos), agenda (con recomendaciones cinematográficas, musicales, infantiles, artes visuales, conferencias, cursos, seminarios y avisos breves). En relación al último, en actualidad es conocido en los medios gráficos como clasificados, sitio que

---

<sup>15</sup> El Taller Escuela Agencia se fundó en 1987 con la tecnicatura superior en periodismo, estudio de tres años de formación con la concepción del periodismo como un oficio.

<sup>16</sup> Julio Cortázar cumple en el año 2014, 100 años de su nacimiento, 30 de su muerte y 50 de la publicación de Rayuela.

<sup>17</sup> Julio Petrarca fue entrevistado en agosto de 2015. Esta entrevista se encuentra en la unidad 7 de la investigación.

publica servicios a la comunicad ya sea venta de instrumentos, herramientas y/o películas o clases de actuación.

El artículo central de la portada posiciona el orden de las secciones, es decir, que si comenzaba con el título “El caso Sacco y Vanzetti condena a los que apoyan la pena de muerte” (*LA MAGA*, jueves 19 de setiembre: 1), el primer apartado es TEATRO. En algunas oportunidades se agregan divisiones debido a la cobertura de su primera página, por ejemplo el número 3 y el número 7: “El humor se burló siempre de la realidad” y se suma el área HUMOR o “La agonía de Astor Piazzolla” con la sección de PERSONAJE.

Según Carlos Ulanovsky, la publicación de la revista alcanzó una tirada de 20.000 ejemplares y se convirtió en un referente de la información sobre las artes y espectáculos de la década del noventa.

### **3.2 Géneros del periodismo cultural**

Hasta el momento hemos hecho referencia a los ensayos periodísticos y las notas culturales como los géneros -más utilizados- del periodismo cultural. Como dijimos antes la clasificación de Jorge Rivera integra “la crítica, el perfil, la necrológica (homenaje póstumo), las notas y los servicios de aniversarios, la crónica, las columnas noticiosas, la entrevista y la encuesta cultural, los manifiestos y las declaraciones (1995:115-140).

#### **3.2.1 Noticias de cultura**

*LA MAGA*, al definirse como una revista con información cultural, hizo que su contenido se dividiera y presentara con la estructura tradicional de la noticia. Es decir que la información se estructura por las reglas del discurso periodístico gráfico (título, bajada y cuerpo).

- ✓ Los titulares son informativos. La redacción consiste en ocho a quince palabras, por lo general la configuración verbal es en presente o en pasado en la tercera persona del singular. Observemos algunos ejemplos:

- **Serrat inicia en Buenos Aires su gira latinoamericana** (*LA MAGA*, N°1, jueves 19 de setiembre de 1991:1).
- **Stevie Wonder puso música al último filme de Spike Lee** (Ibídem: N°1:19).

- **Aparece una nueva historieta de Astérix** (*LA MAGA*, N°4, jueves 17 de octubre de 1991:19/ARTES VISUALES).
- **El Colón invierte por año entre 9 y 12 millones de dólares y recupera el 34 % por venta de entradas** (*LA MAGA*, N°5, jueves 31 de octubre de 1991:6/TEATRO).

En la revista todas las noticias están firmadas, la mayoría son periodistas anónimos que – contadas excepciones- inician su carrera en las páginas del medio como son los casos de Pablo Marchetti, Ingrid Beck y Diego Batlle.

- ✓ La bajada brinda más información y anticipa las ideas centrales del texto. En las columnas laterales, donde suelen estar las noticias culturales cortas se omite la bajada y se pasa del título al corpus.
- ✓ El cuerpo responde al esquema de las 6 W (qué= what, quién= who, cómo= how, cuándo= when, dónde= where y por qué= why) y de la pirámide invertida estadounidense, donde la información se presenta de lo más a menos importante. La estructura puede variar de tres a cuatro columnas, dependiendo si se utilizan las columnas de noticias cortas o las críticas y/o recomendaciones.

### 3.2.2 Críticas y PENSAMIENTOS

Jorge Rivera le concede a la crítica literaria un lugar principal -en los géneros del periodismo cultural- al considerarla como la interpretación de la obra y el establecimiento de un juicio de valor sobre ella. Este género se manifiesta en dos formatos: el ensayo crítico -un texto explicativo y valorativo- y la reseña bibliográfica -una idea concisa del contenido y de las principales tesis sostenidas que le dan un carácter informativo.

*LA MAGA* emplea la crítica y los ensayos críticos con otras funciones, la primera se ubica en columnas laterales de las secciones libros y música, juega una suerte de boletín de productos culturales, allí se nombra la obra –sea un álbum o un libro- junto con la editorial o la productora, el año de lanzamiento y se hace un breve análisis de la pieza. Los ensayos críticos se encuentran en la sección PENSAMIENTO, su extensión ocupa la totalidad de las páginas 22 y 23, en algunas ocasiones se introduce recuadros referidos al asunto abordado. Aquí se invita a los lectores a reflexionar sobre temas universales como la religión, la ideología, la raza, la libertad, la memoria, etc. Repasemos algunos títulos:



- ✓ **CRISIS DEL SOCIALISMO:** “El derrumbe del régimen soviético no implica el fin de la Historia ni de las ideologías” (*LA MAGA*, N°2, jueves 19 de setiembre de 1991:22-23/PENSAMIENTO).
- ✓ **LA ÚLTIMA TENTANCIÓN DE CRISTO:** “El rostro humano de Dios” (*LA MAGA*, N°3, jueves 3 de octubre de 1991:22-23/PENSAMIENTO).
- ✓ **RACISMO:** “El futuro de la libertad en blanco y negro” (*LA MAGA*, N°4, jueves 17 de octubre de 1991:22-23/PENSAMIENTO).
- ✓ **MEMORIA:** “Desventuras en el País-Jardín-de-Infantes<sup>18</sup>” (*LA MAGA*, N°6, jueves 14 de noviembre de 1991:22-23/PENSAMIENTO).

Estos cuatro ejemplos sirven para pensar el valor que le otorga la revista a la figura del intelectual- cuestión analizada más adelante- ya que el medio busca *la formación* para explicar y reflexionar sobre temas que fueron y seguirán siendo debatidos en las distintas culturas.

### 3.2.3 Encuentros: figuras y MELANCOLÍA

Otro de los recursos que utiliza la revista para informar u homenajear a los artistas es la *entrevista*. La particularidad que comprende este género periodístico es que “está dirigida a públicos de mayor masividad y sus reglas de juego, procedimientos y objetivos son más elásticos” (Rivera, 1995: 126).

La *entrevista cultural* puede ser anunciada en la portada de la revista con fotografías alusivas o se reproducen -a páginas completa en la sección *MELANCOLÍA*- encuentros realizados a figuras de la cultura para conocer aspectos de la esfera privada (su vida) y pública (su obra). La característica de esta división de *LA MAGA* se da en la descripción de estados emocionales de los artistas y en la añoranza de tiempos pasados.

La estructura de las entrevistas se divide en tres partes: una bajada con información del entrevistado (obra, hechos importantes de su vida y sus últimos días) y del entrevistador, nombre de la figura homenajeadada acompañada por una cita directa donde el entrevistado se define y, luego, el tradicional esquema de preguntas y respuestas. Por orden de aparición se destacaron los siguientes nombres:

- ✓ **Aníbal Troilo (1914-1975): “Creo que soy un hombre bueno”**

---

<sup>18</sup> Desventuras en el País-Jardín-de-Infantes fue publicado por primera vez el 16 de agosto de 1979 en el suplemento *Cultura y Nación* del diario *Clarín*. La aparición de estas líneas fue la primera manifestación de los intelectuales contra la dictadura militar. “A veces parecemos olvidarnos un poco que también en estos años de democracia hemos recuperado la calle y la vereda. Ni hablar de la vestimenta, pelo largo y demás” (María Elena Walsh, 1991).

- ✓ **Macedonio Fernández (1874-1952)** según Leopoldo Marechal: “**Un hombre extraordinario**”
- ✓ **Homero Expósito (1918-1987)**: “**Sabía que lo mío era distinto**”
- ✓ **Paloma Efron (1912-1977)**: “**Con amor y con respeto**”
- ✓ **Raúl González Tuñón (1905-1974)**: “**Sigo vivo, es decir, sigo luchando**”
- ✓ **Pepe Biondi (1909-1975)**: “**¡ Qué fenómeno, m´hijo! ”**
- ✓ **Calé (1925-1963)**: “**Buenos Aires en camiseta**”
- ✓ **Enrique Santos Discépolo (1901-1951)**: “**Tengo alma de valija**”

Estas personalidades fueron entrevistadas por otros periodistas de revistas culturales (*Crisis* o *¡Aquí estás!*), en dichos encuentros se hace referencia a la infancia, la juventud, los primeros pasos de las carreras, las giras internacionales, los procesos creativos, los miedos y los deseos de los entrevistados.

### 3.2.4 Perfiles, breves

No existe un género que se denomine BREVES<sup>19</sup>, sino que es el nombre que utiliza *LA MAGA* en los géneros *perfil* y *pequeña columna de noticias*, donde resalta aspectos de los artistas o informa sobre hechos ligados a ellos.

El periodismo cultural, en general, se nutre del *perfil* para presentar, valorizar, esquematizar, informar y ubicar a las figuras frente a un público no especializado. El perfil periodístico exige un tratamiento temporal, metonímico y selecto, hecho que no sucede en la nota biográfica porque requiere muchas veces un trabajo más exhaustivo de investigación y comparación de fuentes (Rivera, 1995: 118-120). En el caso de *LA MAGA*, encontramos noticias vinculadas las estrellas del rock:

#### ✓ **Achtung Baby**

Los rockeros irlandeses de U2 están terminando de mezclar su último álbum. En este texto se repasa la discografía de la banda y aparece la voz del cantante Bono Vox para romper el silencio de los tres años (1988-1991): “estaba cansado de que tomaran por palabras sagrada cualquier huevada que se me ocurre decir” (*LA MAGA*, N°4, jueves 17 de octubre de 1991:6/MÚSICA).

---

<sup>19</sup> La mayoría de estos textos se encuentran reproducidos en la unidad 8.

✓ **Moris en la radio**

El cantante y pionero del rock nacional, Mauricio Birabent fue convocado para conducir un programa de radio con entrevistas a personalidad del arte y música ciudadana (ibídem, N°4:6).

✓ **Elvis y su muerte**

En su último libro, *Las 24 horas de Elvis*, el periodista estadounidense Albert Goldman asegura que Elvis Presley planificó cuidadosamente su muerte -8 de agosto de 1977- al ingerir varios barbitúricos (ibídem, N°4:6).

✓ **Elton John dice ser un muerto emocional**

Aquí se transcribe una declaración del cantante -y compositor inglés- a la emisora de TV Sky televisión donde se reconocía como “un ser emocionalmente muerto”. El texto concluye con la afirmación de Elton que decía que había recurrido a la bebida y a las drogas “para vencer su timidez y sobrellevar el éxito” (*LA MAGA*, N°8, jueves 12 de diciembre de 1991:9/MÚSICA).

Tanto las tres primeras noticias como las declaraciones del cuatro ejemplo muestran el lugar sensible y emocional de los artistas, que se orienta hacia sus sentimientos, sus proyectos y su cotidiano.

### **3.2.5 La excepción: el editorial**

El género de opinión por excelencia es el editorial, los medios de comunicación -sea gráficos, radiales o televisivos- emplean este formato para indicar su posición frente a un fenómeno o noticia que influya, aporte o genere polémica en la opinión pública (Tello, 1998: 111). En este sentido *LA MAGA* no se concentra en editorializar las noticias culturales, ya que no genera o presenta debates que puedan influir sobre sus lectores.

La revista se identifica con un rol estrictamente periodístico y sólo publicó dos editoriales referidos: primero (N°4) a la gestión de Gerardo Sofovich en ATC y segundo para anunciar el fin del lanzamiento del medio gráfico. El editorial del jueves 17 de octubre de 1991, *LA MAGA* decide hacer frente a un tema de resonancia nacional –gestión de Sofovich en ATC- que solicitaba una toma de posición (véase la unidad 5: hegemonía discursiva de *LA MAGA*).

En cuento al segundo editorial, su tratamiento es más extenso que el anterior y hace un balance de los tres meses y las ocho publicaciones de la revista. La razón principal del cierre se debe a la falta de presupuesto:

Así estaba previsto en el proyecto original. El dinero alcanzaba para tres meses y el plazo se cumplió. (...) Seguir sin estar preparados para crecer adecuadamente hubiera significado arriesgar la independencia y, con ella las esperanzas de muchos jóvenes que se iniciaron en el periodismo con esta revista (*LA MAGA*, N°8:1).

La cita evidencia –una vez más- la valorización de la redacción de *LA MAGA*, integrada por nuevos periodistas formados en el oficio en el Taller Escuela Agencia (TEA) y no por las instituciones académicas prestigiosas de la comunicación.

Finalmente, se evidencia que los géneros culturales más utilizados por la revistas son las noticias culturales, las entrevistas, las críticas, los perfiles y, en menor lugar, los editoriales.

### 3.3 Cambios

Durante sus nueve años de existencia (1991-2000) de la revista atravesó diferentes momentos que incluyeron cambios en su grupo editorial, rediseños y modificaciones en sus secciones. Estas etapas fueron abordadas por los licenciados en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires: Fabián Beremblum, Ignacio Buquete y Guillermo Pelligro en su tesina: *Noticias de cultura: análisis de la revista LA MAGA* (2004).

- **Primera época: la edad de la inocencia.** El lapso comprendido corresponde al objeto de estudio abordado en mi investigación. Los primeros ocho ejemplares- tres meses de publicación con tirada quincenal- donde se pueden ver “las secciones que la revista eligió para clasificar y presentar la información: libros, artes visuales, teatro, cine, música, medios, danza, pensamiento, melancolía, video, historia; en un lenguaje que jamás excedía el canon instaurado por el discurso periodístico de agencia de noticias” (2004:22).
- **Segunda época: una revista profesional.** Inicia en marzo del 1992 con cambios en diseño y frecuencia semanal de tirada. Además, se produce un giro hacia la política dejando en segundo lugar al arte y el espectáculo. Esta distinción la describe Carlos Ares (2013) como “un agregado en la publicación que era sólo cultural en el sentido que las secciones -eran libros, música, artes visuales- agregó como parte de la cultura la vida política con entrevistas a periodistas de investigación”. Este hecho se lo puede ver en los siguientes títulos de la revista: “Menem es el jefe de la corrupción” (*LA MAGA*, N°9:1), “Señor presidente: escuche al país real” (*LA MAGA*, N° 82:1), “Cuando la Justicia hizo historia”<sup>20</sup> (*LA MAGA*, N°147:1).

---

<sup>20</sup> “El desarrollo de la nota es una larga transcripción con el dictamen de la Justicia tras el juicio a las Juntas, en reacción a unas declaraciones de Carlos Menem, quien se había referido a la década del setenta en Argentina como el escenario de `una guerra sucia que puso al país al borde de la disolución´ y

- **Tercera época: un cambio radical.** El noviembre de 1997<sup>21</sup> adquiere un nuevo director, Daniel Lalín, reformado la política de la revista. Él mismo, lo comenta su nota editorial del 12 de noviembre de ese año (Nº304: 2): “ya no alcanza con los humildes aprendices de periodistas que van haciendo sus primeras armas (...). Se necesita también el marketing y quizás también algún espejito de color, como CD, videos o algún premio especial por comprar la revista”. Si bien, *LA MAGA* continúa publicando información política y económica, ambos quedan alejados de sus portadas al cubrir las actividades de las fuerzas armadas y de seguridad nacional vinculadas a la problemática de los derechos humanos en el país.
- **Cuarta época: la edad de lo virtual.** En abril del 2000 vuelve, pero sólo publicó cuatro ejemplares. Debó competir con revistas como *Rolling Stone* y *Los Inrockuptibles*. En julio de ese año, la revista suspendió definitivamente su salida.

La historia de *LA MAGA* se completa con una quinta etapa con sólo tres números mensuales lanzados en el 2011. El motivo del cese fue que el director, Carlos Ares, aceptó la tarea de organizar los medios de comunicación de la Ciudad de Buenos Aires.

---

destacó que era `mejor olvidar todo esto´" (Fabián Beremblum, Ignacio Buquete y Guillermo Pelligro, 2004: 92).

<sup>21</sup> *LA MAGA* recibió el Premio Konex 1997: Comunicación- periodismo/ Mención especial.

Se extiende el disgusto por el manejo discrecional del único canal que le queda a la sociedad

## Intelectuales y artistas reaccionan ante la gestión de Sofovich al frente de ATC

### MARCO TEÓRICO

**CARLOS ARES**  
Un grupo diverso y numeroso de intelectuales y artistas que hasta el momento no había tomado posición pública sobre la gestión del interventor en Argentina Televisora Color (ATC), Gerardo Sofovich, se propone redactar y firmar un manifiesto de protesta por

la baja calidad cultural de la mayoría de los programas y la manipulación de la información en el único canal que todavía pertenece a la sociedad argentina en su conjunto. La reacción de los intelectuales se suma a las iniciativas de los periodistas especializados en medios de comunicación que lo denuncia-

ron por una supuesta "negociación incompatible" con sus funciones y la de los diputados de la oposición que pidieron informes al Poder Ejecutivo luego de recibir denuncias hechas ante la Cámara por empleados de ATC, y reclamaron, como consecuencia de sus presunciones la remoción del interventor.

Los intelectuales y artistas consultados por LA MAGA coincidieron en la necesidad de "hacer algo" para que por lo menos "la gestión de Sofovich no quede convalidada por el silencio". En la protesta se involucran trabajadores de la cultura de distintos partidos políticos, incluidos justicialistas como Horacio Salas, el ex Secretario de Cultura de la Municipalidad de Buenos Aires. Para Salas el manejo de ATC "es deplorable". A su juicio "estamos pasando por uno de los peores momentos de la televisión. Aca se considera a los programas culturales sólo para imbéciles. Cuando en el primer mundo, que tanto nos preocupa, abundan". Que periodista militante, el actor Norman Briski, ex candidato a diputado por el Frente Popular en las pasadas elecciones, se expresó también de un modo terminante: "La programación y lo que sucede en ATC no me gusta porque tiene gusto a manzana podrida; yo también creo que deberíamos hacer algo".



Gerardo Sofovich.

REVISTA HUMOR

En la misma línea de pensamiento se encuentra Eduardo Mignogna, director de televisión, video y cine independiente: "No me gusta la programación de ATC ni estoy de acuerdo con el programador. Mucho menos con que ese programador se programe a sí mismo. El manejo del canal del Estado, el de todos, y la mayoría de sus programas dan la pauta de lo que este gobierno está haciendo con la cultura y de cuál es su proyecto cultural". La revelación del malestar en distintos encuentros, reuniones y debates de los que también participó el público que asistió a ellos, alentó en los protagonistas la necesidad de volver a

practicar las "tomas de posición" conjuntas frente a decisiones del poder político que afectan al interés general de los ciudadanos.

Según el videasta Rodolfo Hermida, la presencia de Gerardo Sofovich al frente de ATC es una demostración más de cómo se maneja con criterio comercial "una emisora que solamente es estatal cuando debiera ser pública". Hermida trasladó la responsabilidad también al Congreso. "que debería dictar una ley que ponga a ATC bajo su control; el directorio debería ser elegido democráticamente y tendría que

tener consenso popular". El periodista Carlos Abrevaya vincula la gestión de Sofovich con las anteriores porque "ninguna tuvo en cuenta que ATC es un canal del Estado ni tampoco se preocuparon por saber qué es lo que la gente quiere de su canal. Lo que siempre se intenta es no invertir en cultura, que es lo mismo que no hacerlo en investigación científica. Se desprecia la función que la televisión puede tener".

Una opinión que coincide también con la del arquitecto y escritor Rodolfo Livingston, para quien ATC "debería ser el canal

de vanguardia para un proyecto diferente en televisión".

Todos los trabajadores de distintas disciplinas consultados por LA MAGA creen que una declaración pública firmada por personajes notables de las artes y el espectáculo sería un modo de acompañar la masiva protesta del público, que no mira ATC pero no tiene otra forma de hacer saber su disgusto. El ensayo podría servir también para que en adelante la voz de los intelectuales y artistas se haga sentir con claridad en otros asuntos de interés público.

Páginas 2 y 3

## Intentan vender de Lenin mercados de arte europeos

ERIC GONZÁLEZ

Miembros del casi clandestino Partido Comunista de la Unión Soviética están intentado vender en Europa las estatuas derribadas de Lenin y para ello se han contactado con la empresa de subastas londinense Christie's, aunque los expertos de la prestigiosa firma inglesa no se muestran muy entusiasmados con la idea: "El precio del transporte es un serio obstáculo" han manifestado, pero estudian la oferta.

Christie's tiene fama de mantener absoluta reserva sobre sus clientes y sobre la procedencia de las obras que subasta, y por supuesto guarda en secreto los nombres de los funcionarios soviéticos que han hecho la oferta. En principio se trataría de dos grandes figuras de bronce, cada una de ellas con una altura de 10 metros.

Página 19

Reclame el póster de MIGUEL ÁNGEL SOLÁ

### SUMARIO

17 José Pablo Feinmann escribe sobre el amor en 'Casablanca'

7 Los 'colados' en el Colón constituyen una casta que sobrevive a todas las administraciones

9 Saborido y Quiroga cuentan cómo arman su programa humorístico para la radio

22 La premio Nobel 91 Nadine Gordimer escribe sobre el intelectual frente a la opresión

21 Telefé se negó a pasar avisos de una campaña privada contra el SIDA

18 La historia del arte pop está sintetizada en una gran exposición abierta en Londres

## Editorial

La coincidencia en el tiempo de dos hechos aparentemente desconectados entre sí —la noticia sobre una reacción de intelectuales y artistas contra la gestión del interventor en ATC y la modesta pero estimulante recepción que ha tenido LA MAGA entre los trabajadores de la cultura y el público en general— nos impulsan a utilizar por primera vez el recurso de la opinión editorial.

El grupo de profesionales independientes involucrados en el sello TEA-Periodismo por periodistas que publica LA MAGA,

adhiera y apoya las tomas de posición y la participación activa de los intelectuales en los asuntos de interés público que afectan a la identidad cultural de los argentinos. Por esa razón abrimos las páginas de forma gratuita para la publicación de mensajes, cartas, solicitudes, anuarios, broncas, gritos y susurros que promuevan debates inteligentes.

Si servimos para informar y, además, ayudamos a organizar la resistencia contra el discurso único que pretende arrasar la memoria, la tarea estará cumplida.

## Sorín vuelve a filmar después de tres años

D. B.  
*Fastforward* es el título tentativo de la tercera película del cineasta Carlos Sorín. Luego de *Eterna sonrisa de New Jersey*, Sorín prepara ahora, —en coproducción con la empresa francesa Les Filmes de Triangle— un filme que narra la búsqueda de un grupo de turistas extraviados en la selva del Iguazú. Hasta el momento, el único actor confirmado es Loren-

zo Quinteros, a quien se le sumarán varios intérpretes franceses.

El director prepara en estos días el libro de la obra junto al guionista francés Claude D'Anna, pero los detalles de la trama son aún provisorios.

"A veces me dan ganas de terminar una película y no estrenarla, dedicarme a un nuevo proyecto", sintetiza Sorín.

Página 14



**"Habitus lingüístico + mercado lingüístico =  
expresión lingüística, discurso"  
(Pierre Bourdieu, 2002)**

**"Los discursos sociales construyen el mundo  
social, lo objetivan y, al permitir comunicar  
esas representaciones, determinan esas buenas  
convivencia lingüística que es el factor  
esencial de la cohesión social. Al hacer  
esto, rutinizan y naturalizan los procesos  
sociales"  
(Marc Angenot, 1989)**

#### 4.1 Discurso social

En esta investigación se establece un corte sincrónico para analizar *LA MAGA* y a partir de ella ver qué lugar ocupa dentro de la producción de sentido de la década del noventa en los medios culturales gráficos argentinos.

El análisis discursivo se realiza desde el enfoque del discurso social comprendido por Marc Angenot como lugar de producción social de sentido.

El discurso social no es ese todo empírico, cacofónico y redundante, sino a los sistemas genéricos, los repertorios tópicos, las reglas de encadenamiento de enunciados que, en una sociedad dada, organiza lo decible- lo narrable, lo opinable- y aseguran la división del trabajo discursivo (1989:21).

Las consecuencias de esta perspectiva llevan a pensar en que las formas y los contenidos son indisolubles, por lo cual el lenguaje es comprendido como ideológico (Bajtín citado por **Angenot, 1989: 24**): conocer y representar el mundo requieren apuestas sociales y posición en la economía de los discursos sociales.

Al mismo tiempo hay que pensar en el término *competencia* (Orecchioni, 1997) para referirse a las habilidades de los hablantes para interpretar y producir respecto de lo lingüístico, lo no lingüístico, lo cultural y lo ideológico en el marco de una situación comunicativa. El concepto tiene su origen en los textos chomskianos como *competencia lingüística*, para hacer referencia al conocimiento de los hablantes de una lengua.

La noción de *competencia comunicativa* trasciende la noción chomskiana de competencia lingüística -capacidad del oyente/hablante ideal para reconocer y producir una infinita cantidad de enunciados a partir de un número finito de unidades y reglas en una comunidad lingüística homogénea (Chomsky, 1970/1965)- y supone abordarla como parte de la *competencia cultural*, esto significa: como el dominio y la posesión de los procedimientos, normas y estrategias que hacen posible la emisión de enunciados - con intenciones y situaciones comunicativas- en contextos diversos.

Dos de los enfoques relevantes de los estudios del lenguaje que inician una perspectiva social acerca del discurso son: la etnografía del habla y la escuela sociológica francesa.

Dell Hymes (1971) aborda la *competencia comunicativa* en el seno de la corriente anglosajona de la etnografía del habla. La noción de *competencia lingüística* es insuficiente cuando se trata del hecho comunicativo, ya que es necesario dominar la lengua y conocer su gramática. Es decir, se requiere un conjunto de conocimientos acerca de los roles comunicativos y sociales,

del sistema temporal cultural, de la formalidad de la situación comunicativa, de las temáticas, canales y tipificación de actividades que componen la competencia comunicativa y condicionan el uso del conocimiento lingüístico de los hablantes. Son convenciones que surgen y se validan en el marco de la comunidad que las utiliza.

Hymes desarrolla – en el modelo SPEAKING- una serie de elementos que participan en un evento comunicativo. Es llamado así por formar un acrónimo con las iniciales de estos componentes: Situation, Participants, Ends, Act sequences, Key, Instrumentalities, Norms y Genre (situación, participantes, finalidades, secuencia de actos, clave, instrumentos, normas y género).

Pierre Bourdieu (1977-1980), desde la escuela sociológica francesa, formula otro enfoque y – al igual que Hymes - critica la actitud teórica chomskiana por privilegiar las propiedades formales en detrimento de lo funcional y la adaptación a la situación. En esta propuesta se analiza las nociones de toda situación lingüística hacia un modelo donde el discurso producido por los hablantes es el resultado de las competencias del locutor. Y también, el mercado lingüístico en el cual introduce su discurso, dependiendo del *valor* del mismo en las condiciones de recepción que tenga. Bourdieu (2002: 143) lo representa en la siguiente fórmula:

Habitus lingüístico + mercado lingüístico =  
expresión lingüística, discurso

Los discursos –particulares- no se producen como actos racionalizados sino como exteriorización práctica de un habitus lingüístico. El habitus<sup>22</sup> es productor de prácticas sociales simbólicas e ideológicas que construyen una gramática generadora de prácticas, y producto, a su vez también, de la interiorización de las condiciones objetivas y de las estrategias de adaptación de los actores a un campo.

---

<sup>22</sup> “El *habitus*, como dice la palabra, es algo que se ha adquirido, pero que ha encarnado de manera durable en el cuerpo en forma de disposiciones permanentes. La noción recuerda entonces, de manera constante que se refiere a algo histórico, ligado a la historia individual y que se inscribe en un modo de pensamiento genético, por oposición a los modos de pensamientos esencialistas. (...) Por otro lado la escolástica, llamaba *habitus* a algo así como una propiedad, un *capital*. Y, en realidad, el *habitus* es un capital que, al estar incorporado, tiene el aspecto exterior de algo innato” (Bourdieu, 2002:155).

Las situaciones lingüísticas son comparadas -en sus funcionamientos- con las relaciones del mercado económico: los discursos tienen precio, con leyes de oferta y de demanda, con luchas de poder para imponer una lengua, con monopolios. Los *enunciadores legítimos* son aquellos que dominan la lengua, poseen *capital simbólico* o *lingüístico*, son aceptados por los receptores. Para Bourdieu, aprender una lengua es aprender al mismo tiempo sus condiciones de aceptabilidad.

Los mercados de intercambio no se dan entre valores iguales, son situaciones sociales donde los discursos ejercen, unos sobre otros, dominación y censura. El valor –el precio- de las producciones lingüísticas depende de las leyes de cada mercado formadas mediante la interacción social. Es la estructura social del *mercado lingüístico* lo que da valor a la producción de discursos, codificando de ese modo el capital lingüístico, social y cultural. Por ello, el discurso tiene aceptabilidad a partir de esas leyes particulares conformadas en el campo de interacción de mercado lingüístico, y lleva la marca social, poder y valor, de la situación en la cual ha sido producido. La competencia lingüística de los hablantes no sólo tiene que ver con sus capacidades de producción sino también con sus capacidades de apropiación de los capitales simbólicos que delimitan el campo de la interacción comunicativa.

Bourdieu determina que el *mercado lingüístico* es a la vez : algo concreto porque constituye una situación social - oficial y ritualizada- de un grupo de interlocutores en un nivel elevado más o menos de la escala social; y algo abstracto porque el mercado lingüístico se conforma de leyes variables de la formación de precio de las producciones lingüísticas. Por lo tanto, no es suficiente para el hablante su competencia lingüística dentro del mercado, ya que es necesario tener *capital lingüístico* para ser locutor autorizado, tener las leyes de su lado y el espacio social, para ser escuchado. Tener *capital lingüístico* es tener poder sobre el mecanismo de la formación de precios, para que las leyes funcionen en provecho propio y así tener la plusvalía.

La teoría sirve para pensar en el *capital simbólico* de LA MAGA producido en los noventa, plena década menemista, cuando los discursos mediáticos ayudaron a modelar demandas políticas y consumos culturales que visibilizaron la unificación de las nuevas subjetividades compartidas. Las privatizaciones de empresas estatales, la corrupción –sistematizada- de la política y la frivolidad de la escena pública fueron temas que el periodismo investigó y presentó a la hora de conformar la agenda de la década.

#### **4.2 Hegemonía discursiva**

Para entender la teoría del discurso social – con sus funciones propias- es necesario abordar el concepto de **hegemonía discursiva**. Al respecto,

Angenot explica que la hegemonía es aquello que produce lo social como discurso, es decir, produce discursivamente a la sociedad como una totalidad (1989:37) dentro de un conjunto de repertorios, reglas y la topología de los *estatus* que le otorgan a las entidades discursivas posiciones de influencia y prestigios.

Como se dijo anteriormente, el *discurso social* es entendido como la manera en que una sociedad se objetiva en textos -sean escritos u orales- al imponer dogmas, fetiches, tabúes y estrategias cognitivas. No es propiedad de una clase dominante, pero al instituir legitimidades, intereses y valores, naturalmente favorece a quienes están mejor situados para reconocerse en ella y sacar provecho.

En la hegemonía existen maneras de conocer y de significar lo conocido que son lo *propio* de una sociedad, que regulan y trascienden la división de los discursos sociales (Antonio Gramsci). Desde esta visión la hegemonía-como ideología- completa los sistemas de *dominación* política y *explotación* económica que caracterizan a una formación social.

La *hegemonía discursiva* es comprendida como un elemento de la *hegemonía cultural* más abarcadora, que atribuye la legitimidad y el sentido de los distintos estilos de vida (costumbres, actitudes, mentalidades) que manifiesta. Su base es el Estado-nación que ha llegado a su madurez, el espacio social unificado por la expansión de una “esfera pública” extendida.

El hecho hegemónico se compone de siete elementos indisociables (Angenot, 1989:38-45):

#### **1) La lengua legítima**

Esta lengua es inseparable de los saberes protocolares, expresiones idiomáticas y tropos legitimadores (y sus respectivos usos). También se la conoce como “lengua nacional” o “lengua oficial- literaria”; determina al enunciador *acceptable*, sobre todo “imprimible”. Está hecha por fuerzas que trascienden el plurilingüismo (la heteroglosia) de una sociedad de clases y unifican y centralizan el pensamiento literario-ideológico.

La lengua no es comprendida como un conjunto de categorías gramaticales abstractas, “sino como un lenguaje *ideológicamente* saturado, como una concepción del mundo, incluso como una opinión concreta, lo que garantiza un *maximum* de comprensión mutua en todas las esferas de la vida ideológica” (Bajtín citado por Angenot, 1978:95).

## 2) Tópica<sup>23</sup> y gnoseología

El primer componente produce – lo plausible- lo opinable, está presente en todas las secuencias narrativas y sostiene la dinámica de encadenamiento de los enunciados de cualquier tipo. La *tópica* implica lugares –cuasi universales- transhistóricos que engloban implícitos y presupuestos propios de una época y sociedad determinada. Por lo tanto no existe una ruptura de continuidad entre todas las pre-construcciones argumentativas que forman el repertorio de lo probable, denominado *doxa*.

Angenot define *doxa* como el común denominador social y como repertorio tópico ordinario de un estado de sociedad que puede abordar según los conocimientos y los implícitos propios de una determina porción y composición de capital cultural. Se distingue una *doxa de alta* distinción para los “aristocráticas de espíritu”, una *doxa subalterna* para el periódico sensacionalista y una *doxa baja* para los “pobres de espíritus” como son las confusiones de dichos y proverbios que contiene.

La *gnoseología* es un conjunto de reglas que determinan la función cognitiva de los discursos. Es decir, que modelan los enunciados como operaciones del conocimiento. “Un hecho de discurso indisociable de la tónica, corresponde a lo que se ha llamado a veces ‘estructuras mentales’ de tal clase o de tal época o, de manera más vaga ‘pensamientos’” (Angenot, 1989:41).

## 3) Fetiches y tabúes

El discurso social está marcado – y es producido- por objetos temáticos representados en dos formas: los fetiches y los tabúes. “Estos ‘intocables’ son conocidos como tales: tientan a los transgresores y los iconoclastas, pero los habita un *maná* del que son testimonios todas las vibraciones retóricas que los rodean” (Ibídem, 1989).

Dentro de la sociedad algunos de los ejemplos de estos elementos son: la patria, el ejército, la ciencia (fetiches) y el sexo, la locura, la perversión (tabúes).

## 4) Egocentrismo y etnocentrismo

La hegemonía es un *ego-centrismo* y un *etnocentrismo*. Esto significa que “engendra ese Yo” y “ese Nosotros” que se atribuyen el derecho a la ciudadanía desarrollado *ipso facto* una vasta empresa *xenófoba* (clasista, racista) alrededor de la conformación recurrente de un sujeto-norma que juzga, clasifica y asume sus derechos (Angenot, 1989:42).

---

<sup>23</sup> Aristóteles llamó tónica al conjunto de lugares (*topoi*) o presupuestos colectivos de los discursos argumentativos y narrativos.



Otra manera de abordar la hegemonía es como una *norma pragmática* que define en su centro a un enunciador –y destinatario- legítimo, quien decide de qué hablar en armonía con las temáticas dominantes. Es decir, la hegemonía se presenta como un discurso universal que produce medios de discriminación y de distinción, de legitimidad e ilegitimidad.

#### **5) Temáticas y visión del mundo**

La hegemonía como una temática con objetos que se nombran, valorizan, describen y comentan. Estas temáticas no forman un repertorio de temas obligatorios, sino que organizan paradigmáticamente a pensar de las compartimentaciones, los géneros, se desprende de la multiplicidad de los discursos autorizados una visión del mundo.

#### **6) Dominantes de pathos**

El concepto de *pathos* en la Retórica de Aristóteles aparece como uno de los componente con los que debe contar un discurso para ser persuasivo, junto con el *logos* y el *ethos*. Es decir, un argumento convence cuando sus premisas parecen racionales y convenientes (*logos*), cuando quien lo dice merece confianza (*ethos*) y cuando está asociado con la emoción, apelando a simpatizar con la audiencia y la imaginación (*pathos*). La historia de las ideas lleva a transformar el *pathos* dominante de los discursos de una época en “temperamentos” y “estados de ánimo” al conjunto de pensadores y artistas de una generación (Angenot, 1994: 44).

#### **7) Sistemas topológicos**

La hegemonía se aprehende como un sistema de *división de las tareas discursivas* formada por un conjunto de discursos específicos, géneros, subgéneros, estilos e ideologías. También, se la entiende como convergencia de mecanismos unificadores y al mismo tiempo, como diferenciación regulada, no anárquica.

Según Angenot, el discurso social es toda expresión escrita u oral dada en una sociedad y como un sistema genérico, donde se organiza lo decible, lo narrable, lo opinable. Además, lo considera un sistema regulador de los discursos con reglas de producción y circulación.

El discurso social construye el mundo social, lo *objetiva*, esa determinación se convierte en un factor esencial de la cohesión social (Angenot, 1989:67). Este funcionamiento naturaliza los procesos sociales mediante *doxas*.

La perspectiva de Angenot se basa sobre la acción lingüística del hombre en situación de intercambio social, donde lo narrable y lo decible funciona como mediador en las relaciones entre los hombres. Es decir que, al trabajar con

el discurso social hay que describir un objeto compuesto –integrado por subconjuntos interactivos- donde operan tendencias hegemónicas y leyes tácitas.

El eje central de la investigación será el analizar los componentes de la hegemonía discursiva planteada por Angent en el caso de la revista: *LA MAGA*, para comprender la producción, reproducción y circulación del discurso del medio.

#### **4.3 Discurso de la información**

El discurso de la información es comprendido como un fenómeno humano y social que depende del lenguaje: tanto en lo que se refiere a los sistemas de signos internos de la lengua como en los sistemas de valor de uso de los signos, conocido como *discurso*.

El discurso no es la lengua, describir la lengua es describir las reglas de adecuación del uso de la lengua. El discurso es lo que enlaza las circunstancias en las que se habla o escribe con lo que se dice. Las circunstancias no son sólo el lugar o el momento en el que se habla; también incluye la identidad de quien habla y su interlocutor (Patrick Charaudeau: 1997, 49). A su vez, el discurso es comprendido como una manera de decir cuyo sentido solo debe analizarse considerando las condiciones extradiscursivas y las relaciones intradiscursivas.

La construcción del sentido del discurso cuenta con un doble proceso de semiotización: *transformación* y *transacción*. El primero convierte “un mundo por significar” en un “mundo significado” que se estructura según diferentes categorías que – a su vez- están expresadas en formas. Esto significa que, las categorías que identifican los seres en el mundo (nombrar), otorgan cualidades (calificar), detallan las acciones (narrar) o motivaciones (modalizar). El acto de informar se inscribe en este proceso al describir, contar y explicar los acontecimientos.

Esta concepción de la información se opone a una concepción del acto de la comunicación como modelo simétrico entre un emisor y un receptor en el que alguien codifica un mensaje (emisor) y otro solo decodifica (receptor). Desde este enfoque es necesario comprender la información entre *efectos propuestos* y *efectos producidos*.

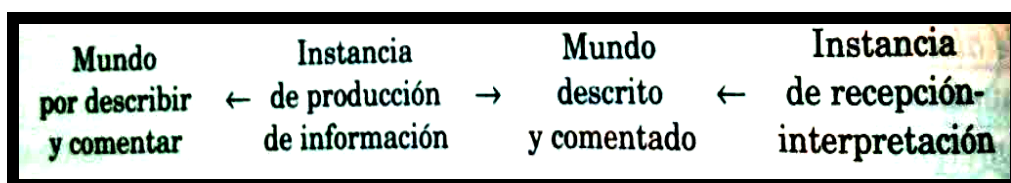
La información es pura enunciación. La información construye saber en forma de discurso y, como todo discurso, depende a la vez del campo de conocimiento que trata, de la situación de enunciación en la que se inserta y del dispositivo por el cual circula (Charaudeau, 1997:44).

El proceso de *transacción* le da significación –psicosocial- al acto que produce el hombre en el acto del lenguaje, para que el acto de comunicación sea válido, los dos interlocutores (locutor e interlocutor) deben estar en condiciones de reconocer el marco de intencionalidad en el que se produce.

La comunicación debe ser comprendida como un acto de intercambio que se apoya en cuatro principios: *alteridad* que determina la existencia de dos *sujetos* del acto de la comunicación (locutor e interlocutor) en una relación de reciprocidad no simétrica; *influencia* que establece un *propósito comunicativo* de quien produce el acto de lenguaje y define la finalidad del acto comunicativo; *pertenencia* que constituye el *universo discursivo* (formado en el proceso de transformación) que crea el objeto de intercambio que los sujetos deben reconocer y compartir ; *regulación* que estabiliza los datos anteriores y distribuye los roles de los participantes del acto (Charaudeau, 1997:51).

El acto de informar es un acto de transacción donde el objeto de intercambio que circula entre los sujetos es un saber, que uno de ellos está encargado de transmitir y que se supone que el otro debe recibir.

Desde este abordaje cabe aclarar que **el proceso de transacción rige el proceso de transformación y no al revés**. Charaudeau lo representa con el siguiente esquema (1997: 52).



Esto significa que al hablar a otra persona y al hablarse uno mismo, el mundo se comenta, se describe y estructura.

El contenido de *LA MAGA* está sujeto a las noticias de cultura, por esa razón se trabaja con el discurso de la información para distinguir y comprender el proceso de transformación y transacción de la revista.

#### 4.3.1 Géneros mediáticos

Se distinguen dos maneras abordar el discurso informativo sea por sus *condiciones situacionales* o *condiciones enunciativas*. Las primeras refieren a un conjunto de características discursivas –recurrentes- dentro de la situación de intercambio en la aparecen, ya que ellas son las que determinan el sentido que ha de tener el discurso. De esta manera, hablar de un

discurso de tipo mediático es pensar en discurso en situación de comunicación mediática.

En tanto las segundas corresponden a las condiciones mínimas de enunciación que debe cumplir una producción lingüística para que tenga alguna finalidad. Aquí se analiza la naturaleza del saber, así como también el efecto de verdad que busca.

En la investigación se trabaja desde la segunda manera del discurso informativo, para poder estudiar el contenido de *LA MAGA* mediante su estructura de las categorías del conocimiento, de creencias y elección de la actividad discursiva.

La naturaleza del conocimiento es el resultado de la construcción del lenguaje que goza del prejuicio favorable de “objetividad” y “realismo”. Charaudeau (1997:55-56) profundiza este tema en tres categorías: existencial comprende la descripción de la existencia de los objetos del mundo en el espacio, tiempo, propiedades que le otorgan a esos objetos facticidad; evenemencial está relacionado con lo que modifica el estado del mundo, sirve que ver o hacer imaginar, focalizar la atención en una declamación o sobre las circunstancias materiales; y explicativas son los motivos o intenciones que han dado origen al acontecimiento y a sus consecuencias.

Los saberes de creencias –propios- de la actividad humana se ocupan de comentar el mundo a través de la mirada subjetiva del hombre, quien evalúa la pertinencia y apreciación de los efectos que ejercen sobre los hombres y sus normas de vida. Es decir, se crean sistemas de interpretación para determinar lo posible y lo probable en determinadas conductas sociales conocido como un enfoque sobre la “representación”.

El efecto de verdad es creer en la verdad, más que sea verdad. Es decir, surge de la subjetividad del hombre en relación al mundo. “Cada tipo de discurso modula sus efectos de verdad de una manera particular” (Charaudeau, 1997:60) en el caso del discurso de información lo hace mediante motivos (modular) de la información.

#### **4.4 Enunciación, enunciado y discurso**

La teoría de la enunciación tiene como objetivo investigar sobre la subjetividad en el lenguaje, es decir, la inscripción del sujeto hablante en el discurso. De este modo, la enunciación es comprendida como el acto por el cual el locutor moviliza la lengua por su propia cuenta con el objeto de

producir enunciados. Benveniste define a la enunciación como el poner a funcionar la lengua<sup>24</sup> por un acto individual de utilización.

Cada enunciación es un acto de apropiación del sistema de la lengua, por el cual cada hablante utilizando parte de ese sistema, se instaure como locutor e instaure al receptor como alocutario; esto se hace mediante un conjunto de signos específicos, los deícticos, y un conjunto de procedimientos sintácticos, morfológicos y semánticos que fueron agrupados posteriormente como modalidades y subjetivemas (1971: 83).

Benveniste usa el término *sujeto* (hablante) para explicar la relación entre el lenguaje y el hombre, al respecto dice que es en y por el lenguaje como el hombre se constituye como sujeto; porque el solo lenguaje funda en realidad, es su modalidad que es la de ser.

La enunciación lleva a pensar en el aparato formal de la lengua y en los indicios específicos –deícticos, subjetivemas y modalidades- que se vale el locutor para producir el enunciado.

Los primeros elementos constitutivos de la enunciación son: el *locutor*, el que enuncia y por otro lado, el *alocutario*, a quien al que se dirige el enunciado. Toda locución es explícita o implícitamente una *alocución*, postula siempre un alocutario.

Ducrot (1980) entiende a la enunciación como un hecho histórico -que se concreta con la aparición de un enunciado- y distingue dos elementos imprescindibles en el análisis del discurso: *la oración* y *el enunciado*. El primero es un elemento de la lengua, entidad abstracta y formal que contiene elementos semánticos necesarios para comprender su *significado*. En tanto al segundo es una entidad concreta; es cada oración cuando se emite en un contexto y contiene elementos semánticos que llevan a comprender su enunciación. Es decir, captar sus efectos de sentido.

Siguiendo con el planteo de Benveniste aparece el concepto de *discurso*, ya que la enunciación supone la conversión individual de la lengua en discurso. Dentro de la forma del discurso, la enunciación plantea dos figuras -igualmente- necesarias el *locutor* y el interlocutor (real, imaginario, individual o colectivo) en una estructura de diálogo. Esto último es definido por el antropólogo social británico Bronislaw Malinowski (citado por Benveniste, 1923:89) como *comuni3n fáctica*<sup>25</sup> en referencia al fenómeno psicosocial del

---

<sup>24</sup> La lengua comprendida de dos maneras diferentes: sistema de signos formales o como instrumento de comunicaci3n viviente, cuya expresi3n es el discurso. Benveniste (1971) ,Problemas de Lingüística General.

<sup>25</sup> *Comunicaci3n fáctica* es un tipo de discurso en el cual los nexos de la uni3n son creados por un simple intercambio de palabras. Desempeñan una funci3n social y en su principal meta, pero no son resultados de una reflexi3n intelectual y no suscita por necesidad una reflexi3n del oyente (Benveniste, 1971:90).

funcionamiento lingüístico, donde el discurso – con la forma de un diálogo- crea una participación entre los individuos.

En el caso de esta investigación se trabaja con la enunciación escrita - y no con la enunciación oral - de *LA MAGA*, donde los periodistas se enuncian al escribir cada artículo y, dentro de sus escrituras, hace que se enuncien individuos.

Al mismo tiempo, el locutor en su enunciación produce una referencia interna y relación con el mundo mediante categorías denominadas: deícticos, subjetivemas y modalidades. Esto quiere decir que en toda lengua existen categorías de referencial – ligadas siempre a la forma de enunciación- porque estos índices nacen en la enunciación, por ese acontecimiento individual.

#### **4.4.1 Subjetividad: deícticos, subjetivemas y modalizadores**

Los deícticos son unidades lingüísticas<sup>26</sup> que organizan el tiempo y el espacio alrededor del centro constituido por el sujeto de la enunciación, cuya funcionamiento (selección en la codificación e interpretación en la decodificación) semántico/referencial implica tomar en consideración algunos elementos constitutivos de la situación de comunicación (Kerbrat Orecchioni, 1980).

Los elementos indiciales o deícticos tienen un *significado referencial variable* (Benveniste, 1971) porque está siempre ligado a la situación de enunciación determinada. Esto significa, que hay una relación entre el término y aquello que denomina referente.

Continuando con la referencia Orecchioni (1980) distingue tres clases: *referencia absoluta* puede ser identificada su referencia sin necesidad de contexto alguno; *referencia cotextual* su referencia se identifica a partir de datos de contexto lingüístico y *referencia deíctica* su referencia se toma de datos de la situación de enunciación.

Las categorías deícticas son: de persona (pronombre personales) , de espacio (pronombres demostrativos y adverbios) y tiempo.

---

<sup>26</sup> *Unidades lingüísticas* son los elementos que pertenecen al código de la lengua, cuyo sentido varía según la enunciación. Por ejemplo: *yo, tú, aquí, ahora.*



## **Subjetivemas**

El término de *subjetivemas* corresponde a unidades léxicas -sustantivos, verbos, adjetivos, adverbios, construcciones y términos lingüísticos- que manifiestan una valorización del hablante. Es decir que, cuando el sujeto de enunciación se ve confrontado con el problema de la verbalización de un objeto referencial, para hacerlo debe elegir determinadas unidades léxicas y sintácticas que le asigna el código entre dos tipos de formulaciones: el *discurso objetivo* donde el enunciador intenta borrar toda huella de un enunciador individual y el *discurso subjetivo* donde el enunciador demuestra explícitamente o se reconoce –implícitamente- como fuente evaluativa de la afirmación.

## **Modalizadores**

Otra de las unidades lingüísticas en la que inscribe la subjetividad es la modalidad. Ella es la expresión verbal o no verbal de la visión del locutor respecto al contenido de sus enunciados.

Charles Bally define la modalidad como “la forma lingüística de un juicio intelectual, de un juicio afectivo o de una voluntad que un sujeto pensante enuncia a propósito de una percepción o de una representación de su espíritu” (Maingueneau, 1989: 116). Romero trabaja con tres tipos de modalidad: de frase y los modos verbales; lógicas (expresan el grado de certidumbre, probabilidad o posibilidad); apreciativas (mediante adjetivos o adverbios) y expresivas.

André Meunier (1974) distingue tres clases de modalidades: *de enunciación*, *de enunciado* y *de mensaje*. La primera es comprendida como la relación interpersonal y social entre los protagonistas de la comunicación. Las modalidades de enunciación puede ser: declarativas, interrogativas, imperativas, exclamativas; y no pueden darse más de una en una frase.

La segunda son las categorías que el hablante sitúa el enunciado sea a través de modalidades lógicas (verdad, falsedad, probabilidad, certidumbre, verosimilitud, etc.) o apreciativas (lo feliz, lo triste, lo útil, etc.)

La tercera existen dos componentes en la oración: *rema* y *tema* (Halliday, 1994). El primero representa al sujeto psicológico, en la mayoría de los casos coincide con el sujeto gramatical, y, el rema, con lo que dice de él.

### **4.4.2 Teoría polifónica de la enunciación**

El término *polifonía* recubre las variadas formas que adopta la interacción de voces dentro de la unicidad del sujeto hablante y, por esta razón, acepta la

existencia de distintas voces en un mismo discurso (Elvira Arnoux, 1989). En este sentido, se opone a la idea de **unicidad** del sujeto hablante.

Calsamiglia y Tusón sostienen que “la enunciación polifónica se refleja en el reconocimiento de la intertextualidad presente en la actividad discursiva, donde el contacto entre discursos es una de las versiones de la característica dialógica del lenguaje” (1988: 133).

Bajtin junto con Voloshinov determinan el carácter dialógico de cualquier enunciado.

La orientación dialógica es, por supuesto, un fenómeno característico de todo discurso. Es el ámbito natural de todo discurso vivo. El discurso encuentra en el discurso del otro en todos los caminos, en todas las orientaciones que llevan a su objetivo, y no puede dejar de entrar en interacción viva e intensa con él (1976: 279).

Dentro de la polifonía, Ducrot (1984) determina que el autor del enunciado no se manifiesta directamente sino que pone en escena -en el mismo enunciado- una cierta cantidad de personajes discursivos. Ellos son comprendidos por tres funciones del sujeto hablante: *sujeto empírico*, el *locutor* y el *enunciador*. El primero es el autor efectivo, el productor del enunciado; mientras que el segundo es el presunto responsable del enunciado, a quien se le atribuye la responsabilidad de la enunciación en el enunciado mismo. En cuanto a los enunciadores se los reconocen en los múltiples puntos de vista que presenta un enunciado, cuyas voces son presentadas en la enunciación sin que se las pueda corresponder a palabras precisas.

Uno de los procedimientos más empleado como recurso polifónico discursivo es el de la cita, es decir “la representación lingüística de un objeto también lingüístico: otro texto” (Graciela Reyes, 1996:9). Esa forma puede estar recortada, modificada, ser fiel parcial o completamente y, será ello lo que resulte de la intención, de la situación, de la finalidad comunicativa del hablante que la incluye en el discurso.

Hay dos formas de incluir un discurso de otro, de presentar un *discurso referido*: la forma directa o la forma indirecta. En el caso del discurso referido directo, se establece una ruptura entre el discurso de base y el discurso citado, por lo tanto, el límite entre uno y otro se presenta nítido. El impacto que produce el discurso referido directo es el de ser una reproducción fiel del original citado, constituir un documento veraz, es decir generar el efecto de sentido de la objetividad. El locutor presenta el discurso del otro sin parafrasearlo ni “contaminarlo” con su interpretación, toma distancia del mismo.

En cuanto al *discurso referido indirecto*, se introduce el discurso de otro pero se inscribe verbalmente como un solo locutor. El discurso citado pierde su autonomía y el discurso citante borra sistemáticamente las huellas de la otra enunciación.

Cualquiera de las dos formas de presentar el discurso referido se construye a partir de retomar enunciados que fueron producidos en determinadas situaciones comunicativas y ubicarlos en otros contextos discursivos, con otras finalidades. Este recorte y esa inserción en otro discurso construyen otras redes semánticas que – inevitablemente - siempre resignifican los discursos citados.

# LA MAGA

## UNIDAD 5

NOTICIAS DE CULTURA

Año I Número 5. Jueves 31 de octubre al miércoles 1

HEGEMONÍA 00 australes.

Encuesta de TEA para LA MAGA

## DISCURSIVA DE LA MAGA

### Siete de cada diez personas no compraron ningún libro este año

JULIO CÉSAR PETRARCA

Apenas el 28 por ciento de la población compró al menos un libro en los pasados doce meses, según revela una encuesta elaborada para LA MAGA por el Departamento de Opinión Pública de Taller Escuela Agencia (TEA), tomando como base 400 entrevistas domiciliarias realizadas en Capital Federal y el Gran Buenos Aires, entre el 8 y el 16 de octubre.

Casi las tres cuartas partes de los entrevistados, entonces, no compraron ningún tipo de literatura. De quienes sí adquirieron, el 64 por ciento no pasó de cinco volúmenes, el 23 por ciento entre 6 y 10 y apenas el uno por ciento dijo haber comprado más de 20 ejemplares.

A los entrevistados se les for-

muló un acotado lote de preguntas: ¿Compró algún libro en los últimos doce meses? ¿Cuántos? ¿Cuánto tiempo le dedica a la lectura de libros? Además, se los interrogó acerca de sus edades y niveles socioeconómicos.

No curiosamente, el porcentaje de la población que nunca lee libros es casi idéntico al de las cifras que el ministerio de Cultura y Educación de la Nación maneja como ciertas cuando se habla de analfabetismo. Los que jamás leen redondean el 32 por ciento, cifra que se acerca al 33 por ciento estimado por la suma de analfabetos funcionales y absolutos. El 31 por ciento de los encuestados respondió que "a veces" lee, quienes lo hacen "habitualmente" son el 22 por ciento y apenas el 13 por ciento afirmó dedicar algún tiempo de cada día.

Las mujeres (78 por ciento), los mayores de 60 años (84 por ciento) y los encuestados de nivel socioeconómico más bajo (90 por ciento) son quienes menos compran. La mayor cantidad de consumidores de libros en la Capital



#### SUMARIO

3 Les Luthiers lanza un nuevo disco en España y la Argentina después de ocho años sin entrar a los estudios de grabación

2 B. B. King actuará en el Luna Park los días 17 y 18 de diciembre

22 Günter Grass y Bayer escriben sobre el primer año de Alemania unida

Susana Giménez: - ¿Esa imagen de seductor que tiene le molesta?

Carlos Menem:- Cómo me va a molestar, me ayuda"

(Carlos Menem en HOLA SUSANA!)

### **5.1: Fiesta menemista (farandulomenemismo)**

La hegemonía discursiva del periodismo de los noventa ostentaba frivolidad, vulgaridad, derroche (ricos y famosos), operaciones estéticas. Tal es así que la Argentina llegó a figurar entre los cinco primeros países del mundo con mayor cantidad de implantes mamarios (Sylvina Walger, 1994:82).

El periodismo de investigación comenzaba a denunciar la corrupción política, pedía justicia independiente e informaba al país el aumento de la pobreza con un 10% de desempleo, las limitaciones del Plan de la Convertibilidad y la disminución del presupuesto nacional para la educación y la salud. Es decir que se mostraba a los lectores aspectos de la vida pública de los dirigentes o funcionarios que ellos preferirían mantener bajo reserva: manejos ilegales de recursos públicos, escándalos privados (Muraro, 1998). Los libros más vendidos en los noventa estaban vinculados a las relaciones de poder y corrupción del gobierno menemista, algunos de los casos más destacados fueron: *Robo para la corona* de Horacio Verbitsky, *Pizza con champagne* de Silvina Walger, *El Jefe* de Gabriela Cerruti y *Venta de armas, hombres del Gobierno* de Daniel Santoro. Otro género elegido por los lectores fue el de autoayuda con ventas notables del argentino Jorge Bucay y el brasilero Paulo Coelho según publicó el diario Clarín en el artículo "Los libros que contaron una época" (2003) de la sección cultura.

El mercado discográfico se consolidaba, los recitales de rock progresivamente se masificaban (Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota<sup>27</sup>, Soda Stereo<sup>28</sup>, La Renga<sup>29</sup>, Divididos, Almafuerce, Viejas Locas, Dos Minutos, Ataque 77), aparecían nuevas figuras tropicales (Pocho "La Pantera", Gladis "La bomba tucumana", Daniel Agostini, Alcides y Riki Maravilla), Charly García anunciaba la vuelta de *Seru Girán*, Luis Alberto Spinetta publicaba su noveno álbum, *Pelusión of Milk*, el Polaco Goyeneche grababa el LP número 102 de su carrera

---

<sup>27</sup> Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota presentó –durante dos noches -el disco "Lobo suelto, cordero atado" en el estadio de Huracán (1994). La banda fundada en La Plata (1976) estaba liderada por el Indio Solari y Skay Beilinson.

<sup>28</sup> Soda Stereo realizó el 14 de diciembre de 1991 un recital gratuito en la 9 de Julio ante 250 mil personas. Este concierto fue televisado en vivo y se encontraba dentro del ciclo organizado por la Municipalidad de Buenos Aires: "Mi Buenos Aires querido II".

<sup>29</sup> La Renga -formada en el barrio de Mataderos en 1988- realizó dos shows en el estadio de Ferro dentro de la presentación del disco "El ojo del huracán".

y Astor Piazzolla entraba en terapia intensiva por décima sexta vez luego de su trombosis cerebral. El panorama musical se completaba con la llegada de artistas internacionales quienes elegían Argentina como destino para sus giras musicales. Algunos de ellos fueron: David Bowie (1990), Nirvana (1992), Guns N` Roses (1993), Madonna (1993), Michael Jackson (1993), Metallica<sup>30</sup> (1993), Paul McCartney (1993), Rolling Stones (1995), Los Ramones (1996), entre otros.

Las propuestas teatrales populares incluían humor (Jorge Corona, MIDACHI, *Salsa Criolla*<sup>31</sup>), revistas con vedettes de la época (Susana Romero, Alejandra Pradón, Marixa Balli, Beatriz Salomón, María Fernanda Callejón, Silvia Süller) y comedia musical (*Drácula*<sup>32</sup> de Pepe Cibrian). En tanto a salas municipales porteñas se mostraban siete versiones clásicas de Williams Shakespeare (*Hamlet* con la dirección de Ricardo Bartis en el Teatro Municipal San Martín y *Noche de reyes* adaptación de Alberto Ure). Los artistas del underground porteño comenzaban a ser reconocidos fuera del circuito independiente como fueron los casos de Batato Barea, Alejandro Urdapilleta y Humberto Tortonese.

La pantalla de televisión fue la vidriera de la fiesta menemista, ahí se podía pasar de ver a los funcionarios debatir en *Polémica en el Bar* (1963-2010) junto a Gerardo Sofovich, Javier Portales, Rolo Puente, Luis Beldi; almorzar con *Mirtha para todos* con la conductora M. Legrand<sup>33</sup> (1968-2015) o ingresar *A la cama con Moría* por canal 9. Los programas de entretenimiento más populares fueron: *Jugate conmigo* conducido por Cris Morena (la venta de discos, cassette y compact-discs del ciclo televisivo llegó a vender a treinta días del lanzamiento-30.000 copias), *Videomatch* (1990-2004) con la animación de Marcelo Tinelli y su equipo de humor (cámaras ocultas, sketch, desfiles de moda, música en vivo), Susana Giménez entrevistaba en el living a estrellas nacionales e internacionales y Flavia Palmiero por Canal 9 conducía *La ola está de fiesta*. Por cable se lanzaban nuevos canales infantiles como *Nickelodeon* y *Magic Kids* (Sailor Moon, Ranma ½). En esta época, llegaba al país *Los Simpson* y las series de animé de Japón: *Dragon Ball*, *Los Caballeros*

---

<sup>30</sup> La banda de Los Ángeles realizó su primera gira mundial "The Black Album" en 1993. En Argentina hizo dos fechas: 7 y 8 de mayo.

<sup>31</sup> Salsa Criolla fue un espectáculo humorístico que estuvo en cartel durante 10 temporadas. En mayo de 2015 se estrenó una nueva versión de la obra con el mismísimo Enrique Pinte en el Teatro Liceo con coreografías de Elizabeth de Chapeaurouge, escenografía de Oria Pupo y un vestuario de más de 100 trajes diseñados por Renata Schussheim.

<sup>32</sup> Drácula, el musical fue una pieza escrita y dirigida por Pepe Cibrián con música y arreglos de Ángel Mahler. Los protagonistas de la obra fueron Cecilia Milone (debutaba en teatro con 22 años) y Juan Rodó, quien luego se convertiría en la figura masculina de las principales piezas (Las Mil y Una Noches, El Jorobado de París, La Bella y la Bestia, Los Miserables) de Cibrián.

<sup>33</sup> Mirtha Legrand continúa a cargo del ciclo que la tiene como anfitriona. Desde el comienzo (1968) su programa ha cambiado de nombre (Conversando con Mirtha, Mirtha para todos, Mirtha de noche, La Noche de Mirtha y Mirtha Legrand) y de ocho emisoras. Entre los invitados se encuentran políticos, artistas, deportistas y figuras del momento.



*del Zodíaco, Supercampeones*. Esta última fue emitida por Telefé, mientras que las otras lo hicieron por ATC.

La industria cinematográfica internacional estrenaba *Titanic* (James Cameron) *El joven manos de tijera* (Tim Burton), *Thelma & Louise* (Ridley Scott), *Toy Story* (John Lasseter), *Jurassic Park* (Steven Spielberg), *El silencio de los corderos* (Jonathan Demme), *Pulp Fiction* (Quentin Tarantino), *La última tentación de Jesucristo* (Martin Scorsese), entre otras películas. El cine nacional producía: *Gatica, el Mono* (Leonardo Favio), *El Viaje* (Fernando "Pino" Solanas), *Un lugar en el mundo* (Eliseo Subiela), *El lado oscuro del corazón* (Adolfo Aristarain), *Tango Feroz* (Marcelo Piñeyro), *Pizza, birra y faso* (Bruno Stagnaro y Adrián Caetano), *Extermineitors I, II y III* con el cuarteto humorístico integrado por Emilio Disi, Guillermo Francella, Patricia Sarán y Héctor Echavarría.

## **5.2 Hegemonía en el discurso cultural**

Desde un enfoque sociológico del discurso se considera lo discursivo como objetivación de una sociedad en textos, producto de una hegemonía discursiva. Esta hegemonía es parte de una hegemonía cultural, en la cual es posible ofrecer una alternativa al modelo hegemónico como ya planteamos anteriormente el discurso hegemónico de los medios se orientaba a la exhibición de la corrupción en la práctica política y la frivolidad de la escena pública, estos temas conformaban la agenda nacional de la década del noventa (Beremblum, Buquete y Pellegrino, 2004).

La hegemonía no es propiedad de una clase, pero establece preeminencias, legitimidades, valores e intereses que naturalmente favorecen a los que se encuentran mejor posicionados para reconocerse en ella y sacar beneficio (Angenot, 1994:37). Además, en un marco de políticas de privatización la cultura responde también a la administración simbólica propuesto por el mercado y el sector privado por lo cual se explica en gran parte una hegemonía discursiva orientada al farandulismo, el entretenimiento y el show del exhibicionismo.

Podemos decir que *LA MAGA* existen diferencias entre la cultura alternativa y la cultura masiva, instancias definidas –respectivamente- por Lorena Ravalli como “aquellas que no se sustentan básicamente en la maximización de las ganancias y por lo tanto no se rige por sus mandatos versus lo que sigue el circuito de producción, circulación y consumo” (2003:27). Además, se apartaba de la tradición del periodismo cultural argentino ya que trabajaba con periodistas que brindan una guía o agenda de consumo de bienes simbólicos

sin problematizar o cuestionar las diferentes esferas del quehacer cultural (Beremblum, Buquete y Pellegrino, 2004).

Esta revista se posicionó en un lugar de tensiones entre *la cultura legítima* y *la cultura masiva*. Es decir que estableció juegos de negociación con la industria cultural, el mercado y sus lectores; las relaciones planteadas entre las llamadas alta cultura-legítima y cultura baja-subalterna; los temas que presentaba y cuáles de ellos privilegiaba y jerarquizaba; y los lazos y vinculaciones entre las producciones culturales locales y las globales. Ese conjunto de tensiones fue examinado en sus trece secciones culturales junto con el capítulo VII ANECDOTARIOS<sup>34</sup>, donde se presenta a las principales figuras de la cultura que fueron distinguidas por este medio en sus publicaciones quincenales o en EDICIONES ESPECIALES.

### **5.3 LA MAGA y la hegemonía discursiva**

En esta instancia planteamos como recorrido para el análisis los componentes que Angenot propone para investigar la hegemonía discursiva.

#### **5.3.1. Temáticas y visión del mundo**

El periodismo cultural cuenta con una variada cantidad temas, afirma Rivera que la determinación se da “según la amplitud o restricción del concepto de cultura que posea cada publicación, más limitado o más expandido será su campo de intereses y, consecuentemente, su gama temática” (1995:28). A partir de este aporte establece tres tipos de publicaciones: aquellas que pertenecen al universo de la *cultura superior* cuyo repertorio es de carácter histórico, filosófico, artístico y que no contemplan la divulgación sino el abordaje monográfico de los temas; las publicaciones que apuntan al universo de la *cultura media* con un contenido heterogéneo que alterna las condiciones del mercado y la ejemplaridad de tomar como modelo la cultura superior; y aquellas que tienen como destinatario el mundo de la *cultura baja* o *brutal* con una oferta temática más limitada como son los casos de las crónicas deportivas, literatura macabra, correo sentimental, etc. (1995:30)

En base a las diferencias que establece Rivera, podemos indicar que gran parte de los contenidos de *LA MAGA* corresponden a características de la

---

<sup>34</sup> En el capítulo VII recopiló sesenta y tres casos de figuras destacadas en el primer año de *LA MAGA* ya sea en entrevistas –a ellos mismos u otras personas que relatan o hablan sobre ellas- o en la sección BREVES. Este último espacio se colocaba detrás de la AGENDA en la página 13 de la revista, solía destacar confesiones jugadas que vestían a los protagonistas del mercado cultura: Blackie, Marlon Brando, Roberto Fontanarrosa, Niní Marshall, Humphrey Bogart, entre otros.

segunda publicación, aquellas destinadas al universo de la *cultura media*, y en menor medida –también– se sujeta a la *cultura superior*. La primera se la encuentra en las divulgaciones culturales –definida por el medio como “NOTICIAS DE CULTURA”– de temas tales como: consumo de bienes culturales, presupuesto (nacional, provincial y municipal porteño), crisis económica/social, farandulización de la política, formación artística de personalidad en ascenso o consagradas (nacional e internacional), surgimiento y cierre de espacios culturales (cines o teatros), argentinos que conquistaron el mercado internacional, entre otros temas. Así, diferentes números de la revista intercalaban títulos como “El nuevo ‘Parakultural’ renace en San Telmo” (*LA MAGA*, N°1, jueves 5 de setiembre de 1991: 18/ESPACIOS), “Dos nuevas placas de Guns’N Roses prometen récords” (*LA MAGA*, N°2, jueves 19 de setiembre de 1991:10/ MÚSICA), “Juana Molina está pasando por el momento más difícil de su carrera artística” (*LA MAGA*, N° 3, jueves 3 de octubre de 1991:4/HUMOR), “Más de 2.000 personas vieron el filme de Scorsese en el Rojas” (*LA MAGA*, N°3 , jueves 3 de octubre:21/CINE) ,“Eduardo Milewich está grabando ‘Desde dentro’ una serie para TV con Solá, Leyraro y Roth” (*LA MAGA*, N°5, jueves 31 de octubre de 1991:19/CINE/VIDEO) y “Más de las tres cuartas partes de la población no va nunca al cine, al teatro , a conciertos o exposiciones” (*LA MAGA*,N°8, jueves 12 de diciembre de 1991:2/INFORME).

En cambio el tratamiento de la *cultura superior* –simplemente– queda acentuada en ensayos publicados en la sección PENSAMIENTO, donde se visibilizan miradas de intelectuales algunos de los casos más destacados fueron: el avance de los medios de comunicación, la caída del Muro de Berlín, la inclusión de la población blanca y negra en Sudáfrica; o cuando se redactaban noticias sobre establecimientos prestigios de la cultura nacional (Teatro Colón, Collegium Musicum, Biblioteca Nacional, Bienal Moet Chandon de Pintura) o internacional (Royal Academy of Arts en Londres, Grand Palais en París ) destinadas a un conjunto reducido de lectores.

### **a) Consumo cultural y estado de la cultura**

Néstor García Canclini señala que el consumo cultural se diferencia del consumo a secas al referirse al uso o la apropiación de aquellos “productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se reconfiguran subordinados a la dimensión simbólica” (1995:14). Propone una mirada multidisciplinar del consumo cultural donde la economía, la sociología, la antropología, la psicología, las ciencias en comunicación se encargan de indagar sobre este tema a través de diversos ámbitos teóricos/metodológico. El consumo se puede pensar como ritual (antropología), una objetivación del deseo (psicología), una producción de

sentimientos comunes (ciencias de la comunicación), constructor de diferencias y espacio de luchas de clases (sociología) y por último, como lugar de reproducción de la fuerza del trabajo y del crecimiento del capital (economía).

El aporte de García Canclini sirve para pensar en el tratamiento y cobertura de *LA MAGA* sobre el consumo cultural argentino. Este medio trabajó con la visión económica y cultural de la circulación los bienes simbólicos, sea a través del posicionamiento de la agenda temática de consumo, descripción de procesos creativos o encuestas sobre la participación ciudadana a determinadas actividades culturales.

La mirada del consumo cultural en *LA MAGA* fue negativa, por lo tanto, la revista tenía como estrategia que los periodistas describieran el malestar cultural de los noventa a través de -las voces- las figuras culturales y así no explicitar una posición de forma directa. Veamos los casos de Miguel Ángel Solá y Alfredo Alcón:

- ✓ **“Solá** no tiene dudas de que el poder político y la cultura está invadido, *‘lleno de mierda y de hijos de puta’* (*LA MAGA*, N°4, jueves 17 de octubre de 1991: 5/TEATRO)
- ✓ **Carlos Ares:** “¿Cómo observa o percibe usted el estado de la cultura actual de la sociedad argentina?”

**Alfredo Alcón:** “Por un lado veo mucha gente con ganas de hacer cosas, pero por otro creo que la síntesis del momento cultural es preguntar cuánto gana un maestro. (...)La gente no llega a mitad de mes con su salario, no va a las carnicerías con las ganas que tiene, tampoco lee un libro y casi ni compra el diario, pero le meten por la televisión ese lavado de cerebro y esa tontería y esos chistes de prostíbulos y esa tómbola continua” (*LA MAGA*, N°7, jueves 28 de noviembre de 1991:17/TEATRO).

Las citas empleadas corresponden a declaraciones que hicieron los artistas en diferentes entrevistas, en ellas se hacía referencia a varios temas (trabajo, formación, vida) hasta que aparece la pregunta sobre la cultura. En el primer ejemplo el entrevistador utiliza el discurso indirecto y seleccionada la cita textual, es decir, usa las palabras del actor para describir la posición negativa de la cultura que expresa con palabras agresivas que comprenden a un registro vulgar. En tanto en el segundo caso, el periodista pregunta directamente sobre el tema y logra una respuesta comprometida socialmente– y explicativa– de Alfredo Alcón, quien vincula los sueldos de los docentes con la crisis económica para luego concluir con la idea del “cambio cultural”.

Otra manera de reflejar el consumo cultural se dio en la utilización de encuestas realizadas por el Departamento de Opinión Pública del Taller

Escuela Agencia (TEA). Los resultados fueron publicados de manera estratégica en las portadas de los números 5 y 8.

✓ “**Siete de cada diez** personas no compraron ningún libro este año” (*LA MAGA*, Nº5, jueves 13 de noviembre de 1991:1).

✓ “El **76%** no va a exposiciones.

El **57%** no compra ninguna revista.

El **57%** mira entre 2 y 3 horas de TV por día.

El **81%** no sigue ningún curso” (*LA MAGA*, Nº8, jueves 12 de diciembre de 1991:1).

En los dos modelos se tomaba como muestra a 400 personas de un total poblacional 2.905.403 en Buenos Aires, según el censo de 1991<sup>35</sup> del INDEC. Esto determina que las cifras que usaban tenían un valor simbólico ya que no alcanzan ni al 0,01% del total habitacional. Sin embargo ese resultado logra un efecto de sentido que apunta a trazar un paralelismo con las cifras que el Ministerio de Cultura y Educación de la Nación manejaba sobre el analfabetismo nacional. Asimismo, sabemos que la utilización de cifras y estadísticas en el discurso argumentativo presenta también el efecto sentido de rigor de exactitud y veracidad informativa sobre el contenido empleado.

En tanto al segundo ejemplo se trataba de la última publicación del proyecto original que comprendía una tirada quincenal de tres meses. En ese modelo *LA MAGA* presentó “EL ESTADO DE LA CULTURA” en mayor cantidad de páginas – pasando de 1 a 5 - dentro de una nueva sección denominada: INFORME, donde ahondaba en los resultados arrojados en la encuesta a través de gráficos de barras y tablas con porcentajes para visibilizar los números informados. Además, jugó un rol preponderante la nota: “El malestar de la cultura en los tiempos del shopping”<sup>36</sup> (*LA MAGA*, Nº8:5) del sociólogo español Vicente Verdú porque con ella se concluía el tema del consumo cultural definido como un espacio en crisis, donde los consumidores estaban en riesgo de perder el valor de los bienes culturales al consumir varios productos como en un supermercado. La lectura de este artículo referido a un ámbito internacional y de una década anterior resulta interesante como presentación de analogías para el momento presente y el caso argentino que la revista deja librada a un receptor competente, sin hacerlo explícito en un texto.

---

<sup>35</sup> El Censo debería haberse realizado en 1990, pero mediante un Decreto Presidencial se prorrogó a 1991.

<sup>36</sup> Este artículo había sido publicado anteriormente por el diario *El País* de Madrid. Esta acción se realizaba con frecuencia en *LA MAGA*, ya que Carlos Ares -creador y director de los primeros dos años de la revista- había sido colaborador cultural del periódico y solía utilizar entrevistas, noticias o ensayos citando la fuente de origen.

Así como existen temáticas legítimas en un mercado lingüístico, también existen voces legitimadas por su capital simbólico que son las que pueden referir a determinados temas.

### **b) Crisis económica: falta de presupuesto y ausencia estatal**

Mientras intelectuales y artistas reaccionaban contra la gestión del interventor de Argentina Televisora Color (ATC), Gerardo Sofovich<sup>37</sup>, el Estado reducía el presupuesto al área de cultura, cerraba galerías de artes y cuarenta y nueve salas de cines en Capital Federal, *LA MAGA* (Nº6, jueves 14 de noviembre de 1991:9) informaba que la Subsecretaría de Cultura estaba estudiando la opción de semiprivatizar museos. Esta política privatista, formaba parte obviamente por lo llevado a cabo por la gestión nacional que ya había privatizado varias empresas nacionales de servicios.

Durante la década del noventa, como ya se explicó en la unidad 2, tuvo lugar un proceso de concentración en torno al *Grupo Clarín y Telefónica*, quienes lograron adquirir más de cuarenta empresas vinculadas a la industria cultural. En este panorama, la producción simbólica de masas quedó en manos del mercado; lo que significó que capitales de distintas ramas se fusionaran en un concepto global y formaran macrogrupos con la guía estratégica de capitales financieros e industriales (Ravalli, 2003:23).

La revista se hizo eco de la crisis económica suscitada en los noventa y desde ahí, amplificó la ausencia de políticas culturales<sup>38</sup> del Estado y el malestar del sector político, empresarial y artístico.

Tal como se observa en las notas de las secciones CINE, MÚSICA, TEATRO, ARTES VISUALES, *LA MAGA* denuncia el avance de las empresas privadas sobre los bienes culturales y los recorte del presupuesto del área. Del lado de los artistas, la revista celebra el crecimiento de sitios culturales independientes y resalta la lucha de los artistas como acción pacífica contra la crisis económica reinante. Esa visión acentuaba la proyección de un nuevo mercado cultural fuera del circuito comercial. Algunos de los títulos más destacados de los números 2, 3 y 6 son:

- ✓ “Una actividad a la que la crisis parece golpear con más dureza que otras: En los últimos siete años fueron cerradas en Buenos Aires 49

---

<sup>37</sup> *LA MAGA* impulsó a firmar un manifiesto por la baja calidad cultural de la mayoría de programas y manipulación de la información en el canal estatal ATC.

<sup>38</sup> Las *políticas culturales* son comprendidas como el conjunto de intervenciones del Estado, instituciones civiles y grupos comunitarios que se organizan para orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o de transformación social (García Canclini, 1987:26).

salas cinematográficas”(LA MAGA, jueves 19 de setiembre de 1991:18/CINE)

- ✓ “Una tarea de difusión e investigación que cuenta con pocos recursos e igual va adelante: El Centro Experimental Ópera y Ballet lucha contra el presupuesto” (LA MAGA, jueves 3 de octubre de 1991:10/ MÚSICA)
- ✓ “Un gran negocio’ basado en la promoción institucional y en las exenciones impositivas: Las fundaciones y empresas ocupan un creciente espacio cultural ante la retirada del Estado (LA MAGA, jueves 14 de noviembre de 1991:9/ARTES VISUALES).

En general estos artículos tratan alguna problemática puntual que afectaban a la totalidad de la industria cultural. En la mayoría de los casos, *LA MAGA* denuncia la falta de eficacia del gobierno menemista para articular las políticas de gestión cultural que necesitaba el área. Es decir, que describe un Estado privatista que optaba por delegar sus funciones en el sector privado. “La revista se posicionaba como un lector nostálgico que añoraba los programas culturales desplegados por el alfonsinismo en los albores de la democracia” (Beremblum, Buquete y Pellegrino, 2004:151).

*LA MAGA* atribuye claramente al Estado el descuido del patrimonio cultural de históricos sitios de la ciudad de Buenos Aires, como así también los cierres de espacios culturales- cines y salas de teatro- cuyo financiamiento no tenía apoyo gubernamental para solventar sus actividades.

Como contrapartida de la crisis, *LA MAGA* destina páginas enteras para describir el surgimiento de salas teatrales alternativas como *Andamio 90* (creado y dirigido por Alejandra Boero), *El Callejón* (Miguel Ángel Solá), *Calibán* (Normar Briski), Club de Teatro 959 (Gerardo Romano<sup>39</sup>), todos espacios gestados y administrados en forma independiente<sup>40</sup>.

“Pasan tiempos peores, pasan tiempos mejores, quedan los artistas” Canción final de Salsa Criolla.

### **c) Voces calificadas: los artistas**

Durante la existencia de *LA MAGA* se destacaron personas y personajes de las artes nacionales e internacionales con el afán de legitimar y reivindicar a

---

<sup>39</sup> Gerardo Romano entrevistado por *LA MAGA* sostiene que “al público le gusta entrar a una casa que puede ser parecida a la suya (...), se ha creado otra necesidad, como si ahora no tuviera gracia actuar a cuarenta metros de la gente” (Nº4, jueves 17 de octubre de 1991: 4/TEATRO)

<sup>40</sup> En la actualidad la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) tiene inscripta – en la Asociación Argentina del Teatro Independiente (ARTEI)- ochenta y cuatro espacios para la formación y realización actoral. Los nombres citados anteriormente, continúan funcionando con regularidad.



quienes consideraban promotores de la cultura. Esto llevó a publicar varias **EDICIONES ESPECIALES DE COLECCIÓN**<sup>41</sup> dedicados a figuras argentinas como Astor Piazzolla, Julio Cortázar, Carlos Gardel, Alberto Olmedo, entre otros.

En las publicaciones regulares de la revista, los artistas se ubican en el centro de las portadas o en las columnas laterales (denominadas SUMARIO) donde se titulan noticias culturales ligados a ellos. Observemos las siguientes imágenes:



LA MAGA posiciona a los artistas como enunciadores calificados para hablar no sólo sobre el área que manejaban (literatura, cine, actuación, música, danza) sino también sobre temas de la actualidad de la política cultural del país, siempre desde una mirada subjetiva de la propia experiencia del entrevistado. A continuación damos un breve resumen de ocho personalidades destacadas en el primer año de la revista:

1. **Juan Carlos Gené** (actor y dramaturgo argentino, 1929- 2012): “La obra de William Shakespeare se encuentra la síntesis de nuestra cultura: expresan la irracionalidad y la racionalidad con un idioma único” (LA MAGA, jueves 5 de setiembre de 1991:2/TEATRO).

<sup>41</sup> Las ediciones especiales (se publicaron del año 1992-1998) fueron veinte homenajes: a la radio, al fútbol, al Teatro Argentino, al Tango, a Cortázar, a Olmedo, a Troilo, a Gardel, a Neruda, a seis Poetas del Tango, a Borges, a Bioy, a Osvaldo Pugliese, a España, a La Risa, a la fotografía Argentina, a Rosario, a Juan Gelman, a Osvaldo Soriano y al erotismo.

2. **Luis Alberto Spinetta** (poeta y músico argentino, 1950-2012): “Con el rock no se va a ningún lado” (*LA MAGA*, jueves 31 de octubre de 1991:2/MÚSICA).
3. **María Elena Walsh** (escritora y cantautora argentina, 1930-2011): “La gente de la cultura son los desaparecidos de la democracia” (*LA MAGA*, jueves 14 de noviembre de 1991:1/LIBROS).
4. **Alfredo Alcón** (actor y director de teatro, 1930-2014): “Desconfío bastante de los consejos. Yo nunca le he hecho caso prácticamente a nadie, en ese aspecto, en vivir vale todo” (*LA MAGA*, jueves 28 de noviembre de 1991:17/TEATRO).
5. **Sergio Renán** (actor, director de cine, teatro y ópera argentino, 1933-2015): “El artista es algo inmodificable y trasciendo el hecho de ser un empleado público, pero es cierto que esto va considerando hábitos perversos” (*LA MAGA*, jueves 12 de diciembre de 1991:13/DANZA).

Estos ejemplos sirven para pensar tanto en la magnitud del contenido como en la especificación de áreas de la cultura que la revista posiciona como figuras relevantes del mercado cultural. Lo que muestra claramente que en la selección de estos artistas no se prioriza el *capital simbólico* del *mercado cultural* cuya hegemonía –como dijimos anteriormente– se focalizaba en referentes de la frivolidad, el entretenimiento pasatista, libros de autoayuda, revista con vedettes de los noventa (Mirtha Legrand, Susana Giménez, Moria Casan, Jorge Corona, MIDACHI, Jorge Bucay, Paulo Coelho).

Es interesante evaluar la estrategia de *LA MAGA* de incluir, con cada ejemplar de la revista, un poster con la figura entrevistada. Este se promocionaba en la portada del número con la leyenda “Reclame el poster de...”. Es decir se emplea un recurso propio de la prensa gráfica para divulgar figuras mediáticas ya reconocidas o estrellas en ascenso en el consumo cultural, para personas de la cultura reconocidas en un ámbito – reducido- alternativo al discurso hegemónico (Juana Molina, María Elena Walsh, Alfredo Alcón).

### **Caso Sofovich: una lucha entre artistas y periodistas**

En el número 0<sup>42</sup> de *LA MAGA* se incluye una nota en relación a Gerardo Sofovich: “ATC le debe a Mirtha Legrand 150.000 dólares y una cifra similar a Sofovich”. En este texto la revista se posiciona como defensora acérrima de los derechos de los argentinos frente a la gestión pública del

---

<sup>42</sup> El número 0 salió al mercado el 1 de agosto de 1991 con el fin de anunciar el lanzamiento de la revista. Este ejemplar contó con 6 páginas de información cultural y 2 de agenda.

artista. Te propongo que analicemos los pormenores de este asunto: ¿qué función pública cumplía en los noventa? ¿Qué relación tenía con el Carlos Menem? ¿Por qué los periodistas y los artistas se manifestaban en contra de su gestión en ATC?

Gerardo Andrés Sofovich en su juventud fue periodista en *Noticias Gráficas*, humorista gráfico en la revista satírico-política *Tía Vicenta* y dirigente universitario de izquierda. Tras la muerte de su padre (Manuel Sofovich) abandonó la carrera de arquitectura y se dedicó a escribir libretos televisivos con su hermano Hugo. Sus programas tuvieron éxito sostenido por décadas, entre los segmentos más recordados se encontraban: *Balamicima* (protagonizado por Carlitos Balá), *Operación Ja Ja*, *No toca botón*, *Polémica en el bar*, *Tiempo límite*, *A la manera de Sofovich* y *La noche del domingo*, donde se desplegaban secuencias de juegos como el corte de la manzana, el Jenga, campeonatos de balero y de pulseadas. Su hermano recordaba que juntos habían hecho “cinco mil horas de televisión, cine, teatro de revistas” (Clarín, 2003). Llevó a la pantalla grande a Alberto Olmedo y Jorge Porcel (*Los caballeros de la cama redonda*), Juan Carlos Calabró (Johny Tolengo, el majestuoso) y Tristán (*Las minas de Salomón Rey*). También incursionó en teatro con revistas con vedettes de la época: *Soltero... ¡y con dos viudas!* (Iliana Calabró, María Eugenia Ritó y Evangelina Anderson), *Una familia poco normal* (Moria Casán) y *El champán las pones mimosas* (Silvina Luna, Nazarena Vélez, Celina Rucci y Belén Francese).

Sus creaciones estaban orientadas en la misma línea del discurso televisivo hegemónico (chiste fácil, vulgar, asqueroso, cosificación de la mujer).

A cinco días de asumir la Presidencia de la Nación Carlos Menem -14 de julio de 1989 – Sofovich fue nombrado como coordinador para la unificación del Zoológico Botánico. Él mismo dijo en el acto de designación: “me eligieron a mí porque después de Sarmiento, Carlos Pellegrini, Holmberg y Clemente Onelli soy el único que tuvo una idea renovadora sobre el zoológico” (Walger, 1994:151).

### **Dupla Sofovich/Menem**

Distintos medios de comunicación se hacían eco de la estrecha relación con el Presidente Menem. La revista *Noticias* anunciaba que el animador y el mandatario veían televisión juntos y que Sofovich le había informado al Presidente que en el programa de Mariano Grondona, Jorge Asís había renunciado como secretario de Cultura. En el libro *Pizza con champán* Silvina Walger cuenta una anécdota muy particular que ilustra el vínculo entre ambos:

“Carlos ponete este spray que te va a poner el pelo más negro”, escucharon que le decía Sofovich al presidente de los argentinos algunos de los técnicos que estaban en Olivos intentando establecer un coaxil con Alain Delon. “¿Por qué Gerardo? ¿Por qué me lo tengo que poner?” preguntó desconcertado el Primer Ministro. “Porque vas a salir mejor” fue la respuesta que acató Menem sumiso (1994:149).

Esta relación también es criticada en *Página/12* por ejemplo Carlos Ulanovsky alude al triángulo: *Olivos, Farándula, Fechoría* y nombra a varios allegados al riojano como Luis Beldi (periodista), Rolo Puente (humorista), Mauro Viale (introducido del ‘reality Show’ en el único canal del Estado) y Gerardo Sofovich. En *La Nación* ese mismo grupo es definido como “minicarpa” por Mariano Obarrio.

## **ATC: EL CANAL DE TODOS LOS ARGENTINOS**

En junio de 1991 el conductor fue designado como interventor en Argentina Televisa Color<sup>43</sup> (ATC), mientras se encontraba a cargo de los programas *La Noche del Domingo* y *Polémica en el Bar*. Al mismo tiempo, este canal adeudaba el pago de la liquidación de publicidades de segmentos televisivos de *Operación Ja Ja*, *Polémica en el Bar*, *La Noche del Domingo* (producido por Sofovich) y *Aplausos* (producido por Daniel Tinayre). *LA MAGA* presentó este tema en su portada y luego lo amplió en la sección MEDIOS: “**Deudas, tironeos políticos y falta de técnicos limitan el futuro de ATC**” (*LA MAGA*, jueves 1 de agosto de 1991:7). En este artículo se informa del incumplimiento del Estado en el mantenimiento de los medios de comunicación y las industrias culturales del país.

En el números 4 y 6 de la revista se muestra claramente la postura del medio frente a la gestión del interventor de ATC.

En la primera publicación hay que señalar dos maneras de hacerlo:

- 1) *LA MAGA* decide utilizar el primer editorial para adherir y apoyar a “intelectuales y artistas” contra el interventor de ATC.

“El grupo de profesionales independientes involucrados en el sello TEA- Periodismo por periodistas que publica *LA MAGA* (...) abre las páginas de forma gratuita para la publicación de mensajes, cartas y solicitudes y susurros que promuevan debates inteligentes.

---

<sup>43</sup> Gerardo Sofovich debió abandonar el cargo en noviembre de 1992 al ser juzgado por negociaciones incompatibles con la función pública, dictándole prisión preventiva al violar la ley 22.140 que regula el régimen de la administración pública. El periodista Eduardo Aliverti sobre este hecho decía: “En el tratamiento noticioso del proceso al animador, y en particular en su desenlace de prisión preventiva primero y renuncia después, la prensa cometió la injusticia del olvido. Vaya ironía, fue un grupo de siete periodistas el que formalizó las denuncias jurídicas contra el zoo-interventor”.

Si servimos para informar y, además, ayudamos a organizar la resistencia contra el discurso único que pretende arrasar la memoria, la tarea estará cumplida” (*LA MAGA*, N° 4:1).

- 2) La revista dedica la nota central de la tapa al productor con una fotografía donde se lo ve apretando entre sus manos un conejo de las indias con una mirada desafiante y agresiva. La noticia se tituló: “Se extiende el disgusto por el manejo discrecional del único canal que le queda a la sociedad: `Intelectuales y artistas reaccionan contra la gestión de Sofovich al frente de ATC” (*LA MAGA*, jueves 17 de octubre de 1991:1). Los motivos del *manifiesto de protesta* se pronuncia contra la baja calidad cultural en la programación del medio, la manipulación de la información y remoción del interventor.

Como dijimos antes las voces calificadas – con autoridad- para desestimar al interventor de ATC Gerardo Sofovich y legitimar la postura de *LA MAGA* está dada por los artistas que contribuían al discurso hegemónico.

Tal como se analizó en el apartado “voces calificadas: los artistas” se vuelve a utilizar la autoridad de ellos para profundizar la postura de *LA MAGA* frente al interventor Sofovich.

- ✓ **Norman Brinski** (actor y director): “la programación y lo que sucede con ATC no me gusta porque tiene gusto a manzana podrida, yo también creo que deberíamos hacer algo” (*LA MAGA*, N°4:1).
- ✓ **Rodolfo Hermida**<sup>44</sup> (director y productor de cine, video y televisión): “la presencia de Sofovich al frente de ATC es una demostración más de cómo se maneja con criterios comerciales, una emisora que solamente es estatal cuando debería ser pública” (Ibídem:1).
- ✓ **Carlos Abrevaya** (periodista): “ninguno tuvo en cuenta que ATC es un canal del Estado ni tampoco se preocuparon en saber qué es lo que la gente quiere de su canal” (Ibídem:1).
- ✓ **“Miguel Ángel Solá**: “Yo puedo decir que lo hace Sofovich en ATC es una mierda y por eso no veo ese canal” (*LA MAGA*, N°4:5).

En cambio la publicación del número 6 presenta en la contratapa del ejemplar los nombres de intelectuales de diversas áreas y artistas que estaban contra la gestión de Sofovich. Entre los 49 figuras se destacan: Ernesto Sabato, Mempo Giardinelli, Osvaldo Soriano, Antonio Dal Masetto , Roberto Cossa

---

<sup>44</sup> Rodolfo Hermida es director y productor de cine, video y televisión. Realizador en cine y video. En la actualidad es el director de la Carrera de Imagen y Sonido de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU) de una Universidad de Buenos Aires (UBA).

(escritores), Joaquín Lavado “Quino”, Roberto Fontanarrosa (dibujantes), Sylvina Walger, Carlos Ares, Julio Petrarca (periodista de LA MAGA), Rodolfo García (músico), Mónica Cabrera (profesora de la Universidad de Buenos Aires) y Dany Yoko (fotógrafo).

Observemos la portada y la contratapa:



A través de la temática y visión del mundo recorrido en el universo de LA MAGA se sintetiza la visión de la cultura como una alternativa posible al discurso hegemónico menemista que invadía los medios de comunicación con la cultura del exhibicionismo (vedetismo), entretenimiento y farandulización de figuras del espectáculo y de la política.

### 5.3.2. Fetiches y tabúes

El discurso social está marcado por la presencia de objetos temáticos representados en dos *formas del saber*, de lo intocable: *los fetiches* y *los tabúes* (Angenot, 1994:41). Esto significa que tanto unos (Angenot ubica el ejército, la patria, la ciencia del lado de los fetiches) como otros (la locura, la perversión, el sexo considerados tabúes) no sólo se presentan en la configuración del discurso social sino que también son producidos en él.

Si consideramos que el discurso de LA MAGA forma parte de una ascendencia discursiva que responde a una cultura progresista, alternativa a la que se establece desde una política cultural del Estado que la abandona a manos del

mercado, es posible pensar en ciertas temáticas como fetiches que se presentan insoslayables en la revista. Los siguientes títulos sirven de ejemplo:

- ✓ María Elena Walsh: “**La gente de la cultura** son los desaparecidos de la democracia” (*LA MAGA*, N°6, jueves 14 de noviembre de 1991:1)
- ✓ El estado de la **Cultura** (*LA MAGA*, N°8, jueves 12 de diciembre de 1991:1)

La representación y la producción de fetiches, en los números 6 y 8 de la revista, se circunscriben a los siguientes temas: artistas, intelectuales, cultura, democracia y desaparecidos.

El primer título corresponde a una declaración de María Elena Walsh quien es entrevistada por -el periodista y director de *LA MAGA*- Carlos Ares. Este encuentro significa- el universo de las noticias de cultura- un análisis del *estado de la cultura* desde la recuperación de la democracia hasta el comienzo de los noventa. En este texto se utiliza el recurso de la repetición para instalar las temáticas de *cultura, democracia y desaparecidos*.

En el comienzo del título se destaca “la gente de la cultura” que a su vez, encierra otros dos fetiches como son *los artistas* y *los intelectuales*. Es decir que las personas –del arte y del saber- que realizan algún aporte a la sociedad son distinguidas del resto de la población para ingresar en la denominada cultura selecta, los intocables culturales. Es interesante recorrer algunos elementos del léxico que pueden dar cuenta de la fetichización de aquellos que se consideran como representantes de la cultura que hay que rescatar: “señor maestro” para hacer referencia al actor y docente de mimo parisino, Marcel Marceau (N°0:4), “ídolo” para hablar del boxeador José María Gatica que iba a ser recreado en la película de Leonardo Favio, *Gatica, el Mono* (N°0:5), “famoso caricaturista” o “el mejor ilustrador argentino” para mencionar a Hermenegildo Sábat (N°2:7), “arquitecto, ingeniero, matemático, músico y pintor del Renacimiento” para referirse a Leonardo Da Vinci (N°2:8).

Respecto a la figura de María Elena Walsh, la revista decide otorgarle un mayor tratamiento al dialogo con la escritora para plasmar en 4 páginas una reflexión sobre la cultura argentina y finalizar con el manifiesto “Desventuras en el País-de-Infantes”. Las declaraciones de la intelectual son una denuncia sobre la cultura –principalmente- apunta a los políticos, los empresarios y los argentinos por consumir discursos hegemónicos mediáticos que expulsan las figuras y las opiniones de “la gente de la cultura”. Esto le valió una disputa con el intendente municipal de Buenos Aires, Carlos Grosso.

- ✓ **Carlos Grosso** “Con profundo estupor y obviamente con dolor, leí el artículo de la revista *LA MAGA* (...) yo no sé si una especie de generalización indiscriminada ha juntado peras con melones ; y



queriendo marcar desaciertos de algún sector, metió a todos juntos en la misma canasta” (*LA MAGA*, N°7, jueves 28 de noviembre de 1991:5/LIBROS).

- ✓ **María Elena Walsh:** “Creo que has incurrido en un lapsus de lectura, cosa que sucede en las grandes familias. Dije claramente *desaparecidos de los medios (prensa y audiovisuales)* y me mantuve de juzgar lo hecho u omitido desde los organismos del Estado” (Ibídem: N°7:5).

En el caso María Elena Walsh/Carlos Grosso, la revista utiliza por primera vez el derecho a réplica (artículo 14.1 del Pacto de San José de Costa Rica<sup>45</sup>) que determina que toda persona afectada por informaciones inexactas o agresivas en un medio de comunicación puede efectuar por el mismo canal de difusión su rectificación o respuesta. En edición 7 de *LA MAGA*, se publican las respuestas del Intendente de la ciudad de Buenos Aires (Carlos Grosso), quien asegura sentirse dolido y perjudicado en su gestión municipal por las declaraciones de la artista y también, aparece –nuevamente- la opinión María Elena Walsh para explicar que en la entrevista realizada –en el número 6 de la revista- hacía referencia a los empresarios y los comunicadores estatales quienes silenciaban y desplazan a los intelectuales de los medios de comunicación. Finalmente, señala que no hablaba precisamente de ni de los funcionarios municipales ni nacionales.

El uso de los términos *democracia* y *desaparecidos* se tiñe de inevitable connotación que politiza indudablemente la temática y la vinculación a la función del Estado. Es decir que *LA MAGA*, toma estos dos conceptos del discurso director de María Elena Walsh para visibilizar – y amplificar la postura de la revista- la ausencia de los intelectuales no tiene lugar dentro de los medios de comunicación y ni en la cultura.

Los tabúes de *LA MAGA* pueden establecerse desde lo no dicho, la alusión o lo sugerido, ya que la revista no expresa –explícitamente- un opinión frontal ni menciona directamente a responsables políticos, por ejemplo el Presidente de la Nación o la valoración manifiesta sobre el discurso frívolo hegemónico de los noventa. Sin embargo, muchas veces aparecen alusiones inconfundibles para el lector del momento: “nosotros (los actores) puteamos y después aparece el dueño del circo y dice `io (imita la pronunciación riojana de “yo” de Menem) lo mantengo porque es un ganador, un exitoso” (*LA MAGA*, N°4, jueves 17 de octubre de 1991:5/TEATRO); “hay una Argentina del exitismo y lo hueco y el vacío que es, por ejemplo, la televisión” (*LA MAGA*, N°7, jueves 28 de noviembre de 1991:17/TEATRO) y “los espectáculos más acertados son los

---

<sup>45</sup> El Pacto de San José de Costa Rica – conocido también como la Convención Americana sobre Derechos Humanos- fue incorporado a la Constitución Nacional la reforma de 1994.

que ven con espíritu al medio, lo parodian<sup>46</sup> (LA MAGA, N°6, jueves 14 de noviembre de 1991:15/TEATRO).

Estos ejemplos corresponden a los actores: Miguel Ángel Solá, Alfredo Alcón y Leonor Manso. Sus acusaciones y reflexiones pueden posicionarse bajo la misma ideología política/cultural, ven el poder presidencial como responsable del gran show –hegemónico- de una sociedad que consume una cultura chata, consumista, exhibicionista y vacía de cuestionamiento. La revista tiene como estrategia frecuente poner en la voz de artistas y representantes destacados de la cultura alternativa la opinión, la problematización y la crítica editorial.

La revista cambia de estrategia a partir del número 9, donde publica con el título principal de la portada el apellido presidencial. A este ejemplar le siguieron varias ediciones más que cuestionan, denuncian y muestran –que incluyen imágenes del mandatario- las irregularidades de la gestión de Carlos Menem. Reparemos en algunos ejemplos: “Horacio Verbitsky: `Menem es el jefe de la corrupción’” (LA MAGA, N°9, miércoles 11 de marzo de 1992:1), “1989-Edición especial-1992: Tres años de Menem” (LA MAGA, N°26, miércoles 8 de julio de 1992:1) y “El gobierno no informó sobre el costo de su campaña: Tres millones de dólares” (LA MAGA, N°29, miércoles 29 de julio de 1992:1).

En esta instancia cabe recordar el reportaje realizado a Daniel Lalín<sup>47</sup>- propietario y último director de LA MAGA- quien sostiene que existió la posibilidad de entrevistar a Carlos Menem en 1997 -cuando continuaba siendo el Presidente de la Nación- y nadie de la redacción quería hacerlo “porque consideraban que tener la voz de él iba a significar que tilden a la revista como menemista”. Al final, el encuentro se efectúa entre el mandatario y el periodista -y ex militante de Montonero- Ernesto Jauretche.

### 5.3.3 Dominantes de Pathos<sup>48</sup>

El concepto de *pathos* en la Retórica de Aristóteles aparece como uno de los componentes con los que debe contar un discurso para ser persuasivo, junto con el *logo* y el *ethos*. Es decir, un argumento convence cuando sus premisas parecen racionales y convenientes (*logos*), cuando quien lo dice merece

---

<sup>46</sup> **Antonio Gasalla** interpretó innumerables personajes junto al dúo Urdapilleta/ Tortonese. Uno de sus transformaciones era Edith, una periodista que se dedica a buscar la real realidad y que detesta a su colega Fanny Mandelbaum. En estos sketches se parodiaba programas de televisión, entregas de los premios Martín Fierro, las instituciones y sociedades de fomento.

<sup>47</sup> **Daniel Lalín** fue entrevistado en su oficina en Capital Federal en marzo del 2014. Este encuentro está publicado en la unidad 7 de la tesis.

<sup>48</sup> *Pathos* en griego significa "sufrimiento" o "experiencia". Se refiere al impacto emocional e imaginativo que un mensaje causa en una audiencia.

confianza (ethos) y cuando está asociado con la emoción, apelando a simpatizar con la audiencia y la imaginación (pathos). La historia de las ideas lleva a transformar el pathos dominante de los discursos de una época en “temperamentos” y “estados de ánimo” al conjunto de pensadores y artistas de una generación (Angenot, 1994: 44).

El discurso hegemónico de los medios de comunicación está atravesado por el festejo –desmedido- de los integrantes de la familia presidencial (joyas, alta costura), el consumismo (aparición de los locales comerciales de “todo por dos pesos”, viajes al exterior), la frivolidad, la tilinguería y el farandulomenemismo. “Incapaces de distinguir entre la discoteca y la función pública, el Primer Mandatario y su círculo áulico de parientes, amigos y funcionarios se visten como si fueran personajes de la farándula” (Walger, 1994:291). Esto significa el cruce entre la esfera política y la del espectáculo, no existen los límites de la privacidad porque los políticos –progresivamente- comienzan a farandulizarse.

La década del noventa se caracteriza por la polarización de las clases sociales, por un lado se presentan las fiestas del poder con repercusión en las páginas sociales de la prensa (señoras con tapados de pieles, enjoyadas y “rehechas”) y, por otro lado, el malestar social debido al aumento de la pobreza y el desempleo (superaba el umbral del 10 %), limitaciones del plan de la convertibilidad (estimulación y posibilidad de créditos) y disminución del presupuesto nacional a las áreas de educación y salud.

Fuera del ámbito festivo hegemónico, *LA MAGA* se posiciona como un contradiscurso para modelar demandas culturales y producir una nueva alternativa cultural porteña. Esta postura se presenta como una pieza fundamental para la conformación de la identidad del medio.

#### **5.3.4 Lengua legítima**

Este componente de la hegemonía discursiva está hecho de fuerzas que trascienden el plurilingüismo de una sociedad de clases, que unifican y centralizan el pensamiento literario-ideológico. La *lengua legítima* determina al enunciador aceptable, es decir el imprimible (Angenot, 1994:38). Por esa razón, no se trata de un sistema –abstracto- de categorías gramaticales, sino de un lenguaje ideológico (Bajtín citado por Angenot, 1978:95).

*LA MAGA* modifica su manera de hablar según sus divisiones internas, en la portada recurre a la presentación de noticias con un lenguaje llano y directo: “Bocca ensaya su nuevo ballet” (Nº1:1), “Serrat inicia en Buenos Aires su gira latinoamericana” (Nº2:1), “García Márquez publica en marzo sus nuevos cuentos” (Nº5:1). En las trece secciones continúa informado sobre hechos

culturales pero –como dijimos anteriormente- PENSAMIENTO es la excepción del análisis porque publica ensayos culturales, filosóficos, políticos e intelectuales ajenos a la redacción de la revista. Ellos emplean un lenguaje especializado, técnico y selectivo que requiere un lector – alfabetizado como antes – culto que pueda asociar los temas de la actualidad con reflexión de la sección: “Hitler no cayó de las nubes” (Nº5:23/PENSAMIENTO), “Cuba no va a perder su dignidad” (Nº7:23/PENSAMIENTO), “El futuro de la libertad en blanco y negro” (Nº4:23/PENSAMIENTO), “Lenin, un gran espíritu trágico” (Nº2:23/PENSAMIENTO). Y en la contratapa aparecen columnas de opinión (periodistas consagrados, intelectuales) y textos literarios que solicitan la atención del lector letrado para que pueda asociar fácilmente el lenguaje sofisticado, literario y terminología específica: “El hombre de Corrientes y Esmeralda” (Nº1:24), “La Maga de Rayuela existe” (Nº2:24) y “Adalid del sacro imperio” (Nº4:24).

El cambio lingüístico de *LA MAGA* se debe a las diferentes autores de sus publicaciones, en la mayoría de textos (noticias culturales) son realizadas por periodistas (principiantes o formados) con una lengua con registro coloquial aunque cuidada, que se vale de un léxico general cuyas competencias lectoras necesarias responden a las de un lector medio alfabetizado que desea informarse sobre las actividades y los hechos de la cultura. En tanto la sección PENSAMIENTO presenta ensayos efectuados por intelectuales – a otros medios, con otros modos de hablar y vincularse con sus receptores- con un manejo del lenguaje específico cuya recepción requiere competencias culturales, enciclopédicas e ideológicas del lector experimentado y preparado en ciertas temáticas. Es decir que los lectores ideales de la revista cuentan con saberes de actualidad de aspectos políticos, históricos, literarios, filosóficos, etc.

### **5.3.5 Egocentrismo/etnocentrismo**

Otra forma de abordar la hegemonía es mediante – una norma pragmática- la definición del enunciador y del destinatario legítimo. Esto significa que la hegemonía se presenta como un discurso universal que engendra un yo (egocentrismo) y un nosotros (etno-centrismo) que asume el “derecho de ciudadanía” desarrollado por empresas xenófobas (clasistas, sexistas, racistas) alrededor de la conformación de un sujeto-norma que asume y juzga sus derechos (Angenot, 1994:42).

*LA MAGA* produce en su discurso a un enunciador periodístico que maneja un lenguaje informativo llano, directo, cargado de datos, declaraciones y cifras. Se presenta un discurso didáctico con utilización de información cultural

contextualizada en retratos o caricaturas que ubica fácilmente los temas abordados.

En cuanto al “nosotros” de la revista, corresponde a los ciudadanos alfabetizados de la ciudad de Buenos Aires. Es decir, se realiza una selección de la cobertura temática, que se configura a partir de actividades y noticias que suceden -fundamentalmente- en la ciudad porteña.

Repasemos algunos títulos: “Buenos Aires recibe la primicia mundial del año dedicado a Rembrandt” (Nº0:1/ARTES VISUALES), “El colegio de música de Berklee de Boston inicia en Buenos Aires una clínica sobre sintetizadores” (Ibídem, 6/MÚSICA) “Marceau transmitió su arte a un grupo de estudiantes porteños” (Nº1:4/TEATRO), “Pavarotti en Buenos Aires” (Nº5:1) y “ El 72% de la población no compró libros en el último año” (Nº5:10/LIBROS). Estos ejemplos sirven para entender el etnocentrismo del discurso de la revista, ya que se apela a la construcción del ser porteño como símbolo de distinción, de clase y de cultura.

### 5.3.6 Tópica y gnoseología

La tónica produce lo opinable, implica lugares transhistóricos, casi universales y sostiene la dinámica de encadenamiento de los enunciados de todo tipo (Angenot, 1994:39). Desde este aporte se trabaja la *doxa* como todos los presupuestos colectivos de los discursos argumentativos y narrativos. Es decir, como un denominador (común) social que genera un repertorio tónico de los estados de la sociedad. Existen una *doxa de alta distinción* (aristócratas de espíritu), una *doxa subalterna* (periódicos sensacionalistas) y más abajo todavía, una *doxa a los presupuestos de los discursos exotéricos* (opinión pública, periodismo). No se trata de seleccionar un tipo de doxa, sino de descubrir –simultáneamente- las diferencias y los denominadores comunes (Ibídem: 40).

La *gnoseología* se presenta como un hecho discursivo inseparable de la tónica, es decir, que para comprender los tónicos hay que establecer un “manual de uso” con las reglas que establecen la función cognitiva del discurso. Esto significa, determinar las maneras en que el mundo puede ser esquematizado en el lenguaje (Angenot, 1994:41).

La Argentina menemista se concentra en presupuestos colectivos que brindan culto a ricos y famosos<sup>49</sup> producto del capitalismo global que da la posibilidad –

---

<sup>49</sup> Ricos y famosos (1997/8) telenovela de Canal 9 dirigida por Alejandro Moser y protagoniza por Diego Ramos, Natalia Oreiro, Oscar Ferreiro, Antonio Grimau y Carina Zampini. Las críticas de Clarín (1997)

y la ilusión- de hacerse ricos en poco tiempo. Algunos de los lugares comunes de los noventa son el homenaje narcisista de la imagen, el despilfarro económico de las fiestas del poder y la farandulización de la vida pública. Repasemos algunas declaraciones de funcionarios y mediáticos:

- ✓ **María Julia Alsogaray** (Interventora de ENTel) sobre su imagen: “últimamente se han puesto de moda mis piernas” y “no estoy arrepentida de la foto (tapa de la revista Noticias<sup>50</sup>), todos merecemos una cuota de frivolidad de cuando en cuando”.
- ✓ **Luis Barrionuevo** (sindicalista): “tenemos que dejar de robar por lo menos dos años en este país”.
- ✓ **Mirtha Legrand** (actriz y animadora) señala una silicona de un kit: “Me parece que esta tamaña baño, tipo Moria Casan”.

Estos ejemplos muestran la frivolidad de los funcionarios (María Julia Alsogaray exhibiendo sus piernas en todos los canales de televisión, hablando del tapado de piel y de los recuerdos que tomaba de cada hotel donde se hospedaba), el deseo de figurar en los medios de comunicación y el tratamiento de la cirugía estética como tendencia social. En el año 1994 Amira Yoma lleva gastado 25 mil dólares en cirugías y Zulema 50 mil en siete operaciones (Walger, 1994:83).

A Luis Barrionuevo, sus declaraciones le valieron una inmediata aparición mediática para explicar sus palabras. Meses después, se lo vio en el programa de Tato Bores haciendo un sketch junto a Roberto Carnaghi, donde el humorista lo llamaba “maestro” y el funcionario respondía con su frase histórica.

Esto significa que la opinión pública asiste al exhibicionismo mediático de infidelidades conyugales, transformaciones corporales y vulgaridad del farandulomenemismo. Sin embargo, *LA MAGA* constituye un discurso mediático alternativo, fuera de la opinión común empleada por los medios de comunicación de la época. Esto significa que la revista se rehúsa a utilizar una doxología sustentada y construida por el discurso hegemónico de los noventa para establecer –por medio de las noticias de cultura- culto a la tradición, la formación, la distinción (sea un reconocimiento o una premiación) artística y de los intelectuales. Observemos los siguientes títulos:

- ✓ Marceau transmitió su arte a un grupo de estudiantes porteños (*LA MAGA*, N°1: 4)

---

decían que era “una novela con poco amor y donde nadie es feliz. Los besos apasionados son reemplazados por gritos, malos tratos, situaciones perversas”.

<sup>50</sup> María Julia Alsogaray realizó la tapa de la revista Noticias en julio de 1990. Allí se la ve posar semidesnuda con un tapado de piel. La fotografía fue tomada en un lujoso hotel en Las Leñas, en esa producción también se encontraban Susana Giménez y Graciela Borges.

- ✓ Milongueros y profesores codifican el tango para enseñarlo en la Universidad (*LA MAGA*, N°3:1)
- ✓ Una escuela en San Telmo procura rescatar la tradición del circo (*LA MAGA*,N°6:7)
- ✓ La acústica del Colón sigue entre las mejores del mundo (*LA MAGA*,N°7:11/MÚSICA)

Como podemos ver, en todos los títulos seleccionados se busca instalar el papel del arte en la sociedad, para eso se mencionan espacios que pertenecen a los escenarios porteños, sean lugares reconocidos mundialmente (Teatro Colón), sean de formación alternativa (salas teatrales) o sean instituciones públicas (universidad). La tradición de estos sitios engendra la formación tanto del lugar físico como de las personas que deciden formarse allí. También esos sitios representan distinción y cultura a la que la revista hace tratamiento noticiable.

Los términos destacados (tradición, formación, distinción y cultura) se explican en conjunto, es decir, que constituyen –estructuras profundas- el entramado argumentativo y narrativo de *LA MAGA*.



# LA MAGA

## Anuncia y agradece

El jueves 12 de diciembre, con la edición de un número especial, LA MAGA cierra su breve ciclo de 1991. Ese ejemplar, doble en cantidad de páginas y servicios, es un modo de agradecer a todos los que consideraron interesante y valioso la propuesta. Quienes hacemos la revista hemos recibido en estos pocos meses una sincera demostración de afecto por ella.

El número de despedida será, creemos, tan abundante en información, textos y melodías que su lectura nos mantendrá unidos durante los meses de verano hasta el deseado y emocionante reencuentro previsto para los primeros días de marzo.

Las personas o empresas que publiquen sus anuncios publicitarios en esa edición excepcional que será distribuida a todo el país y el Uruguay pueden tener la seguridad de que contribuyen, además, a la consolidación de un medio absolutamente independiente.

Para reservar de espacio es necesario llamar al 362-9297 0 362-9207 antes del 3 de diciembre.

LA MAGA, jueves 28 de noviembre  
de 1991:10/MÚSICA.

# LA MAGA

NOTICIAS DE CULTURA

Año I Número 7. Jueves 28 de noviembre al miércoles 11 de diciembre de 1991. Precio del ejemplar, 25.000 australes.



## La agonía de Astor Piazzolla

Charles Reilly

Astor Piazzolla está nuevamente internado en terapia intensiva desde el pasado 18 de noviembre. Es la decimosexta vez que esto ocurre en idéntica cantidad de meses. En tres de ellas cayó en estado de coma, y los médicos estiman que el proceso es irreversible. Durante las mañanas está con él su mujer, Laura Escalada, y por las tardes sus dos hijos, Daniel y Diana. Conserva sólo un movimiento sostenido y permanente: marca el ritmo con su mano y pierna izquierdas

cuando le ponen música de Bach, Vivaldi, Wagner, buen jazz y la FM Tango, pero lo irritan y deprimen sus composiciones. Con 3.000 obras —más de la mitad de ellas estrenadas y unas 500 grabadas—, este creador argentino que llevó su música por todo el mundo parece olvidado y no son muchos los que se acercan a acompañar tan duros momentos, omisión de algunos por exceso de dolor y de otros por indiferencia.

Páginas 2-3

## UNIDAD & CONCLUSIONES de discutir sobre la revolución

JULIO CÉSAR PETRARCA

La relación entre los intelectuales cubanos y la revolución está pasando por su momento más crítico, tras un amor tormentoso y contradictorio que lleva ya más de 30 años. El llamado grupo de los 10 rompió lanzas con una carta que el gobierno de Fidel Castro respondió en forma contundente desde el periódico *Granma*. El idilio de otrora parece ahora al borde de la ruptura.

El poeta, académico y ex diplomático Manuel Díaz Martínez fue expulsado de la Unión de Escritores a poco de ser publicada la *Carta de los 10*, como ocurriera en 1971 con el poeta y novelista Heberto Padilla. Ya por aquel entonces Ernesto Che Guevara definía la viscosa relación entre revolución e intelectuales: "El pecado original de los intelectuales cubanos es que eran intelectuales pero no revolucionarios".

Lo curioso es que buena parte de los 10 niega haber estampado su firma auténtica bajo el documento de mayo pasado, en el que se reclamaba tímidamente una apertura democrática. Reynaldo González, director de la Cinemateca cubana, novelista, se negó a hacerlo como en el 71 rechazó apoyar al gobierno en el *Caso Padilla*. Pablo Armando Fernández, novelista (*El vientre del pez*) y directivo de la revista *Unión*, explicó que le pusieron la firma después de una vaga petición telefónica. Lisandro Otero, novelista, ex alto funcionario de cultura y ex diplomático, explicó que "la revolución fue un estallido de alegría, un momento en el que todo el mundo satisfizo sus esperanzas", aunque esto ocurrió durante los primeros diez años y finalmente se desembocó en un modelo convencional de socialismo soviético que "es tan ineficaz en Cuba como en los países del Este, y requiere cambios y transformación". González afirma que "la revolución es loable en todo tiempo", aunque critica que los cubanos han sido poco originales en las formas. Fernández considera que el socialismo "sigue siendo fascinante", se niega a renunciar a lo conquistado, reclama "canales de expresión" y aclara que el sistema "no es más que un hombre".

y poeta Silvio Rodríguez lanza una frase dramática: "Cuba no va a perder su dignidad". Es una historia de amor con final abierto. Lo que viene es un enorme interrogante, por ahora.

Páginas 22-23

## SUMARIO



17 Alfredo Alcón: "La síntesis del momento cultural es preguntar cuánto gana un maestro o un jubilado"  
—Reclame el póster—

24 Manuel Vicent escribe sobre su infancia y recuerda el origen de su estética

19 Adolfo Aristarain confía en el éxito de su nueva película 'Un lugar en el mundo'

5 Una biografía de Lola Mora modifica la imagen que se tenía hasta ahora de ella

Desde otra punta, el cantautor

*LA MAGA* frente a la crisis económica de los noventa estuvo pendiente de la ausencia de políticas culturales del Estado y el malestar del sector político, empresarial y artístico. Y reparó en aquellas voces que daban cuenta de esas faltas y ese descontento. Los artículos tratan las problemáticas de la totalidad de las disciplinas de la cultura (teatro, cine, libros, artes visuales, espacios, medios, danza) y, en la mayoría de los casos, denuncian la falta de eficacia del gobierno menemista para articular las políticas de gestión cultural que necesitaba el área.

La revista concede un lugar de privilegio y distinción a los artistas, ya que los posiciona como enunciadores calificados para hablar no sólo sobre el área que manejan (actuación, literatura, música, danza) sino también sobre temas de la actualidad de la política cultural del país, siempre desde una mirada subjetiva de la propia experiencia del entrevistado. Esto evidencia que en la selección de los artistas alternativos (Alfredo Alcón, Agustín Alezzo, Astor Piazzolla, Atahualpa Yupanqui, Juana Molina, Enrique Cadícamo, Luis Alberto Spinetta, Fernando Peña, Umberto Urdapilleta, Hermenegildo Sabat, María Elena Walsh, Renata Schussheim, Roberto Fontanarrosa, Eleonora Cassano, Alberto Ure, Miguel Ángel Solá, Julio Bocca, Osvaldo Soriano, Pompeyo Audivert, Ricardo Bartís...son algunos/as de los/as que tienen voz en los números analizados) no se prioriza el capital simbólico del discurso dominante, es decir de ese mercado cultural cuya hegemonía se focaliza en referentes y temáticas de la frivolidad, el entretenimiento pasatista, libros de autoayuda, revista con vedettes de los noventa (Mirtha Legrand, Susana Giménez, Moria Casán, Jorge Corona, Midachi, Jorge Bucay, Paulo Coelho... por nombrar algunos) sino en otros discursos en los que lo hegemónico se problematiza y también se politiza desde los cuestionamientos por una entrega de lo cultural a manos del mercado.

En esta época se visibiliza ostensiblemente la polarización de las clases sociales, por un lado las fiestas del poder con repercusión en las páginas sociales de la presa (tapados de pieles, jodas, cirugías estéticas) y, por otro lado, el malestar social debido al aumento de la pobreza y el desempleo (que superaba el umbral del 10%), limitaciones del plan de la convertibilidad (estimulación y posibilidad de créditos) y disminución del presupuesto nacional a las áreas de educación y salud.

La Argentina menemista se concentraba en presupuestos colectivos que brindaba culto a ricos y famosos producto del capitalismo global que daba la posibilidad –y la ilusión- de hacerse ricos en poco tiempo. Algunos de los lugares comunes de los noventa fueron el homenaje narcisista de la imagen, el despilfarro económico de las fiestas del poder y la farandulización de la vida pública. Fuera del ámbito festivo hegemónico, *LA MAGA* se ubica como un

contradiscurso para modelar demandas culturales y producir una nueva alternativa -discursiva mediática- cultural porteña.

Como ya dijimos, el periodismo cultural -considerado desde una noción de cultura abarcadora que excede la producción artística, intelectual y/o literaria- constituye el lugar de producción y reproducción de los aspectos culturales que exhiben, necesariamente, una imagen de la cultura.

Nuestro análisis -si bien es sólo un muestreo de uno de los momentos importantes para considerar el inicio de una iniciativa singular en la prensa cultural- nos acerca a evidenciar aquellos rasgos del discurso dominante en los medios, de lo hegemónico, a través de la tendencia discursiva iniciada por *LA MAGA*, cuyos componentes se revelan distantes -y casi críticos y en resistencia- de los componentes de esa hegemonía discursiva.



Periodista, fundador y primer director de *LA MAGA*

# “*LA MAGA* resumía de alguna manera la imagen que tengo de la cultura, una especie de maga que tener efectos mágicos sobre la vida de la gente”

### El nombre: *LA MAGA*

Daba clases de periodismo en el Taller Escuela y Agencia (TEA) en tercer año. Y como trabajo final en 1990 formé grupo de cinco personas para que cada uno hiciera un trabajo de investigación periodística y les prometí que el mejor trabajo, la escuela lo iba a editar y los iba a hacer profesionales. Entonces un grupo de esos alumnos hizo una investigación sobre la vida de Alberto Olmedo y tal como les había prometido editamos y publicamos el libro “Queríamos tanto a Olmedo”.

Cuando egresaron de TEA - segunda promoción- los volví a convocar como profesionales porque era un grupo que merecía seguir trabajando junto porque tenían condiciones. Ahí les propuse hacer una revista juntos y les conté que la escuela ponía los fondos para financiarla. Los envié a que miraran las secciones de los diarios para que descubrieran qué sección faltaba y no se daban cuenta que la respuesta era el área cultural. Sabía

lo que quería hacer, pero quería que sea un hallazgo de ellos. Entonces los desafié a hacer una revista de cultura – pero no como se hacían de ensayos- con información de cultura. Le contaba que había un montón de creadores, de artistas que no tenían difusión en los medios porque no había sección cultural. Sólo se le daba importancia cuando publicaban un libro de éxito. No se hablaba de ellos cuando estaban produciendo las obras.

El primer nombre que se me ocurrió para la revista fue *EL POLVO* y ellos se asustaron y afirmaban que podía ser confundida con otro tipo de revista. A la semana siguiente les dije *LA MAGA*, ese nombre también lo había elegido para un programa televisivo que nunca salió.

### ***LA MAGA* es cultura**

*LA MAGA* resumía de alguna manera la imagen que tengo de la cultura, que es una especie de maga que puede lograr cambiar, tener efectos mágicos sobre la vida de la gente. Porque cuando ellos se acercan al arte, cuando desarrolla

su propia cultura encuentran un sentido mágico.

El nombre de la revista no tenía que ver con el personaje de Rayuela de Julio Cortázar, porque no había leído esa novela pero sí sabía que la protagonista se llamaba Maga. Me resultó curioso la asociación y que la gente imaginara que era por ella. En las primeras páginas de la novela hay una frase que dice “encontraría a La Maga”, también era una forma misteriosa o mágica de creer que el público encontraría una revista llamada *LA MAGA*, sabiendo que era un medio casi desconocido en ese momento y además iba a ser desconocido porque no iba a tener promoción.

**No había recursos para promocionar ni publicarla.**

Necesariamente iba a tener que ser una revista que el público la tendría que encontrar y afortunadamente creo que fue eso lo que pasó.

### **Los primeros saltos de *LA MAGA***

Desde el comienzo del proyecto, se pensó en la revista como un medio profesional. Eso sí, con pocos recursos. El concepto era: “hagámoslas como se debe hacer”. La distribuíamos como si fuera una revista, fuimos a un distribuidor de diarios y revistas y le preguntamos si la podía distribuir, nos preguntaron cuántos ejemplares necesitábamos.

Lo que pasó que – contra lo que esperábamos- la gente desde el primer momento la recibió muy bien.

El mérito es esto tenía que ver con el tratamiento, la calidad de la información, con los temas que trataba y también con el formato. Nosotros hicimos de la necesidad una virtud, necesidad era un formato original.

### ***El País*, su formato**

Como no teníamos plata para pagarle a un diseñador, decidimos copiar un formato. Particularmente me gustaba un diario para el que trabajaba, en ese entonces era corresponsal de *El País*. Además, me iban a permitir utilizar el formato, porque **yo iba a hacer del formato de un diario una revista**. Eso me parecía muy original y efectivamente lo fue.

Por otra parte, al tener un diseño de diario nos evitábamos tener que imprimir en color y así disminuíamos el costo de edición. Hicimos una síntesis de recursos y creatividad.

### **Financiamiento**

El presupuesto consistía en \$2.000 por mes, después la idea era que gestionara con sus propios recursos- ingresos- ya que con lo que recaudábamos de la venta podía seguir saliendo.

En la calle Chile, alquilábamos dos oficinas con el presupuesto donde se redactaba la revista. En un comienzo, se pensó que con esos \$2.000 se lanzarían unos siete u ochos números y sí la revista funcionaba con lo que recaudaba seguimos. Pero en diciembre, aun



cuando no perdíamos plata, no habíamos ganado. Por lo tanto, estábamos en 0 a 0, había que volver a pedir financiamiento. Por lo cual, decidimos cerrar y esperar. Fue otro de las sorpresas, **por lo general las revistas no cierran y vuelven a salir**, hicimos lo que podíamos.

### **Distribuidor de la revista**

Él nos criticaba al decir “si la revista va bien, ¿por qué cierran?”. Le explicaba que no teníamos plata y eso hizo que el distribuidor nos diga “¿cuánta plata necesitan para volver a salir?”. Seguimos hablando de números con él y en marzo, nos adelantó el dinero, *LA MAGA* ya no fue financiada por la TEA sino por el distribuidor de la revista.

### **La vuelta**

En marzo de 1992, *LA MAGA* volvió a la salir al mercado con una expectativa que hizo que la revista se duplicara su venta entre diciembre y marzo. Además, se agrandaban las secciones – libros, pensamientos, música, artes, agenda, cine, danza, teatro- con la incorporación de la política. Se empezó a hablar con periodistas de investigación como Horario Verbitsky. Esa entrevista la hago yo y tuvo mucha repercusión, pasó de vender en un determinado círculo, ampliándolo y eso permitió financiarla.

### **TEA**

Cuando convoco a periodistas para fundar la escuela, ellos tenían el temor de no ser – justamente- docentes universitarios y nada, eran periodistas. Y les decía “**somos periodistas, transmitimos un oficio y no una ciencia**”. Por lo tanto, podemos contar lo que hacemos, podemos exigir desde lo que sabemos y eso es lo que tenemos que hacer.

Por suerte, fue entendido de ese modo. Cuando fundamos TEA, otra de las reglas que me puse fue “apliquemos reglas periodísticas”. Hagamos de la escuela una redacción con manual de estilo, ciertas normas de conductas, ciertas éticas y aplicamos todo eso a la formación. Todavía sigue siendo una redacción y no un laboratorio de ciencia, de investigación de la teoría de la comunicación. **Es una fábrica de periodismo que enseña un oficio.** Ahora bien, cada uno de los que aprenden el oficio si quieren entender cómo funciona la teoría compáralo con cualquier oficio. En todas las profesiones siempre hay una parte teórica. Agarra un abogado que sale de la facultad, lo llevas a un tribunal y no sabe dónde queda la puerta. **No tiene esa práctica.**

### **Productor cultural**

No queríamos remitirnos a una elite de la gente que supuestamente disfruta de la cultura superior, sí queríamos informar sobre la gente

que trabaja en lo que se llama los ámbitos culturales.

**A veces para valorar un producto cultural necesitas hablar con la persona que lo realizan y a su vez, hablar con un especialista.**

Contratarlo para que explique cómo se sitúa ese bien cultural en la historia de la cultura. Vos podés hacer un trabajo periodístico hoy sobre Borges -o cualquiera lo podría hacerlo- podrías decir que escribió tal cuento, en tal año y hablaba de tal cosa. Ahí estás informando sobre su vida, pero a la vez se necesita a un especialista para que nos diga qué valor tiene esa obra.

### **Década del noventa**

*LA MAGA* irrumpió- fue parte de su resonancia, éxito- porque hablaba desde un lugar de trabajo, producción, seriedad, **en un momento en que la sociedad**

**estaba prendida en una cultura de lo que se llamaba la pizza y el champán.** Nosotros no le damos atención a eso, lo criticábamos y a la vez le dábamos oportunidades y difusión a gente que era muy seria y muy trabajadora. No eran frívolos como lo que se imponía como cultura de la época. **El menemismo no sólo fue una política sino también una cultura.**

### **Fin de una revista de cultura**

*LA MAGA* no tenía publicad. Nos permitía hacer lo que queríamos. Y

a la largo no la podía bancar. Se terminó con muchas deudas siendo que la revista iba bien. Pero ninguna revista se puede bancar con la venta.

**Junio de 2013**

*Jefe redactor de la revista LA MAGA*

# “La salida de *LA MAGA* generó un fuerte impacto sobre la forma de hacer periodismo cultural en la prensa gráfica”

## Su rol en el medio

El primer tramo de mi gestión como jefe de redacción fue el más rico y gratificante: armar la redacción, organizarla, atribuir áreas, editar los textos, corregirlos y discutirlos con los autores, aconsejarlos, planificar los sumarios para ediciones sucesivas, diagramar las páginas (recién en el segundo año se incorporó Mariano Lucano como diagramador) siguiendo puntillosamente el modelo del diario El País de Madrid.

También me ocupaba del aspecto industrial (compra de papel, contratación con imprentas, trato con quienes se ocupaban del tipo y pelculado, presencia en los cierres, negociación con distribuidores). Más tarde, fui desplazado al área comercial y la organicé.

## Lanzamiento del medio

La salida de *LA MAGA* generó un fuerte impacto sobre la forma de hacer periodismo cultural en la prensa gráfica que hasta entonces -salvo excepciones como *CRISIS*- entendía el tratamiento de la cultura como divulgación de textos ensayísticos o críticos.

La idea de abarcar la cultura desde un ángulo estrictamente informativo fue un impacto gratificante para un público que parecía estar esperando algo así. De hecho, los medios de mayor circulación comenzaron a ver *LA MAGA* como un par y en muchos casos como un competidor. Además, el concretar el proyecto con una redacción joven, sanguínea, permitió también renovar estilos y formas de abordaje.

## Nombre de la revista

No coincidí con Carlos Ares<sup>51</sup> (fundador y director de *LA MAGA*), recuerdo claramente la reunión en la que decidimos el nombre de la revista (Ares quería llamarla "El polvo semanal", verdadero exabrupto). El alma de Cortázar estuvo presente en esa reunión.

## Público de *LA MAGA*

No se buscó un público específico. Su alta circulación tras un primer año difícil abarcó jóvenes y adultos, clase media, alta y baja.

---

<sup>51</sup> En la entrevista realizada a Carlos Ares (creador y director de *LA MAGA*), él recordaba que el nombre pensado para el medio gráfico no tenía que ver con el persona de Rayuela de Julio Cortázar.

Predominaban los lectores de más de 25 años, de clase media, universitarios en su mayoría.

### **Un recuerdo de *LA MAGA***

Como el mejor proyecto periodístico que me tocó concretar. Con el paso del tiempo -dos años después- dejó de interesarme porque comenzó a cambiar para mal. Hubo arreglos económicos

con el menemismo (Cultura de la Nación, Municipalidad porteña) poco claros. Más tarde, cuando se negoció con Daniel Lalín, la revista desbarrancó políticamente y también su contenido. Entonces dejé de participar y finalmente me fui.

**Julio de 2015**

*Empresario y último director de LA MAGA,*

## “La cultura no vende en la Argentina”

### La creación de la revista

LA MAGA fue un gran invento de tres personas (Carlos Ares, Carlos Ferreira y Juan José Panno), ellos ya habían empezado con TEA y resolvieron hacer esta revista cultural por el año 1991. Este medio gráfico tuvo un buen desarrollo periodístico, porque económicamente fue una revista que siempre dio pérdida. Generó una gran masa de consulta -que de lectores- fundamentalmente las EDICIONES DE COLECCIÓN de distintos personales de la vida argentina.

### La gestión de Lalín

La gente del medio me pide ayuda, necesitaban dinero, luego no me la pudieron devolver, entonces me pidieron si me podía incorporar a LA MAGA como socio. Ahí me hice cargo de los sueldos, ya la situación estaba complicada y después terminé quedándome con el medio tratando de hacer un cambio cultural junto a Vicente Zito Lema, Ernesto Jauretche.

La cultura ni la discusión sobre ella vende en la Argentina. Además en 1997 cuando me vinculó con la revista, se había radicalizado bastante, tenía la visión de un solo

lado y para la cultura era algo problemático porque es general.

### La cocina de la revista

Cuando me encuentro solo con LA MAGA, me doy cuenta que la redacción estaba integrada por gente con muy poca experiencia, que ponían mucha resistencia para hacer determinadas notas- prende su habano mientras recuerda- como sucedió con la entrevista con el mismísimo Carlos Menem. Nadie la quería hacer, él era el Presidente de la Nación, la terminó realizando Enrique Jauretche.

LA MAGA era muy amateur, eran zurditos. Por eso era necesario sumar a la revista como Vicente Zito Lema, un zurdo de verdad con alto contenido cultural y también Ernesto Jauretche, un ex miembro de Montoneros, con una trayectoria no sólo de pluma, de apellido, sino de militancia.

### LA MAGA, UN NEGOCIO

Antes de mi gestión nunca se pensó en LA MAGA como un negocio, sino que se la había pensado como una salida laboral de estudiantes de la Escuela, Taller, Agencia (TEA). De golpe tuvo un crecimiento interesante y fue bien vista por una parte de la sociedad que los seguía,

pero no por la cantidad sino la importancia de las personas.

A la revista había que financiarla, ponerle dinero y como no se lo recuperaba, había que tratar de perder la menor cantidad posible. Esto fue desde el origen, no hay nada distinto después.

La idea mía era que sea un lugar donde se discutiera, no política solamente sino también la cultura. *LA MAGA* marcó tendencias como por ejemplo el cambio de los suplementos culturales del país – se toma un instante para medir las palabras- la primera *Revista Ñ* de *Clarín* fue una copia de *LA MAGA* y la principal diferencia es que esta se lanzaba con financiación de un gran medio.

### **Final de LA MAGA**

Pero la revista no se pudo sostener porque la cultura no vende, sino tenes un subsidio o una personas con mucho dinero que no le importe mantenerla cueste lo que cueste. Yo la quise mantener – se confiesa- no soy periodista, era un valor cultural.

Nunca logramos revertir la caída de las ventas, *LA MAGA* tenía una redacción demasiado grande para lo que producía y las ventas eran pocas –recuerda que en 1997 vendía 140.000- y cuando cerró lo hizo con un promedio de ventas 170.000 ejemplares, con esa cifra ni se podía pagar el papel de las ediciones.

Hacer una revista semanal de cultura le tenes que poner políticas culturales y un gancho para que te la compren, porque no había plata para hacer publicidad. Entonces tenes que tener la buena predisposición de los kiosqueros para que te la muestren, en ese sentido estábamos bien. Los kiosqueros le tenían afecto, la colocaban visible, pero no se vendía.

Tomé la decisión de cerrarla porque no daba para más.

**Marzo de 2014**

### EL ANECDOTARIO CULTURAL

# El estado de la cultura

■ El 75% no va nunca al cine

■ El 76% no va a exposiciones

■ El 57% no compra ninguna revista

■ El 57% mira entre 2 y 3 horas de TV por día

■ El 81% no va nunca al teatro

■ El 85% no sigue ningún curso

■ El 81% no va nunca a recitales o conciertos

■ Las tendencias negativas aumentan entre los mayores de 50 años

CARLOS ARES  
La encuesta encargada especialmente por LA MAGA al Departamento de Opinión Pública del Taller, Escuela, Agencia (TEA) confirma con un método científico lo que hasta ahora sólo eran intuiciones y presunciones en medios intelectuales y artísticos: los bienes culturales circulan como

máximo entre el 25% de la población económicamente activa. Los datos son contundentes y pueden cruzarse en diversos sentidos. Comprobar, por ejemplo, la cantidad de horas que la mayoría de la población queda indefensa y sometida al discurso unívoco de la televisión es uno de ellos. La investigación aporta además otros

índices demoledores. Las tendencias negativas crecen ostensiblemente entre las personas mayores de 50 años, que disponen de más tiempo libre pero tienen aún menos recursos que los más jóvenes. Entre ellos se revela también la elección de la radio casi como exclusivo medio de comunicación. La sociedad ar-

gentina parece estar pagando también con la imposibilidad de acceder al conocimiento, la inteligencia, el pensamiento o la diversión, el tremendo ajuste económico que soporta. La encuesta, realizada en Capital Federal y el Gran Buenos Aires no cierra el debate. lo inaugura. Frente a síntomas tan graves, los responsables

de la administración cultural en ámbitos oficiales y privados deberían abandonar cierta euforia triunfalista, aquella que aparece cuando se valora la gestión por la cantidad de gente que asiste a los megarecitales gratuitos, para atender a las urgentes necesidades y demandas de la Argentina profunda.

Páginas 2, 3 y 4

## Editorial

Esta edición de LA MAGA cierra el breve ciclo de 1991. Los buenos amigos decían, al comienzo, que era una locura informar sobre la actividad cultural con el ritmo y la forma de un diario cada quince días. Tres meses y ocho números más tarde, la pequeña multitud de buenos amigos nuevos insiste en que es una locura interrumpir la publicación ahora que está en constante crecimiento.

En medio de ese agitado mar de pasiones navega el bote colmado con las ilusiones de todos los que cotidianamente trabajan por una revista más libre y de mejor calidad en los servicios que ofrece y la información que provee. Todos ellos padecieron, antes y ahora, las mismas incertidumbres y angustias de los buenos amigos. Para nadie fue sencillo. Se pusieron demasiados sueños en juego y el esfuerzo ha sido grande: era necesario parar.

Por otra parte, así estaba previsto en el proyecto original. El dinero alcanzaba para tres meses y el plazo se ha cumplido. En tan poco tiempo había que presentar un título nuevo, una idea nueva y, también, demostrar que el oficio de periodista tal como se transmite y se aprende en el Taller, Escuela, Agencia (TEA), podía

ejercerse dignamente. Los medios de comunicación no paran cuando les va bien, pero LA MAGA ha decidido no especular con el modesto éxito de ventas y de difusión que tuvo en tan poco tiempo. Seguir sin estar preparados para crecer adecuadamente hubiera significado arriesgar la independencia y, con ella, las esperanzas de muchos jóvenes que se iniciaron en el periodismo con esta revista. Esas son las razones, no hay otras.

Pero debe decirse también que detenerse no significa abandonar. Los deseos y la fuerza transmitidos en cartas, por teléfono o personalmente han servido ya para abreviar en parte el plazo de interrupción temporaria que se había fijado. La redacción acaba de reunir, tras una paciente y laboriosa tarea, un valioso conjunto de textos que, probablemente, serán publicados en el mes de enero como parte de otra Edición Especial.

Después, ya en febrero, estaremos nuevamente en condiciones de anunciar cuándo, cómo y en qué condiciones vuelve LA MAGA. No falta quien dice que todo esto ha sido una locura. Son las cosas de la vida, son las cosas del querer.

## SUMARIO

### La Bial

Vida, milagros, historias y personajes de la Nueva Bial de Arte Joven, en un suplemento especial de ocho páginas



Los premiados de la Bial

MARIA MARTA CREMONA

22 **Emile Cioran** habla sobre amor y muerte en un diálogo con Savater

26 **Enrique Medina** critica la versión cinematográfica de su libro 'Las tumbas'

18 **1991** es uno de los peores años en la historia del cine argentino

20 **Billy Wilder** repasa en un extenso reportaje sus cincuenta años en Hollywood y revela muchos de sus secretos

Reclame el póster de **LITO VITALE**

14 **'Sacco y Vanzetti'** y 'Angelito' abren el debate sobre el teatro político

12 **Gutiérrez Zaldívar** dice que el arte latinoamericano es un invento comercial

15 **Augusto Fernandes** es entrevistado por Alberto Segado y dialoga sobre teatro y vida



////////////////////////////////////  
////////////////////////////////////

# A

## ADOLFO BIOY CASARES (escritor argentino, 1914-1999)

“En estos tiempos, el inevitable destino de los hombres valientes es recordar hazañas pretéritas” del libro *El sueño de los héroes* (LA MAGA, jueves 19 de setiembre de 1991:13/BREVES).

////////////////////////////////////

## ALBERTO BRECCIA (artista plástico e historietista uruguayo, 1919-1993)

“A los dieciocho años yo quería ser periodista. Tenía una imagen de mí donde me veía vestido de periodista. Con una tricota de cuello bien alto, blanca. Y acá, en el pecho, una `te´ roja, una `te´ de Tito. Un sombrero inclinado y bien ancho. Una vuaturé, en la que yo andaba raudó. Era el sueño del pibe. Yo llegué a la historieta por instinto de conservación. Porque yo no leía historietas. Inclusive, sigue sin gustándome. Y sigo sin leerlas. Pero a la hora de definir creo que el mejor dibujo de historietas que hubo que Milton Caniff (dibujante estadounidense)” del Libro de la Historieta Argentina (LA MAGA, jueves 19 de setiembre de 1991:13/BREVES).

////////////////////////////////////

## ALBERTO OLMEDO (humorista y actor argentino, 1933-1988)

“Algunas personas- reflexiona Enrique Pinti- dicen que no ven televisión porque es grosera, pero lo que en realidad ocurre es que no es graciosa. Repiten la estructura de la mina que entra, curva el trasero y el tipo le dice todo tipo de barbaridades mientras la mira de arriba abajo. Pero de golpe aparece una mujer que mueve el culo con talento y un Negro Olmedo que pone caras inimitables y mira como ninguno un culo. De esta forma revitaliza la situación” (LA MAGA, jueves 3 de octubre de 1991: 3/HUMOR:).

////////////////////////////////////

## ALEJANDRO `CALÉ` DEL PRADO (dibujante y humorista argentino, 1925-1963)

“La pieza de trabajo de Calé era un laboratorio marcado por gigantescas pilas de papeles de tan altura que una persona sentada a la mesa de trabajo prácticamente no era visible desde la puerta de entrada. Muchas veces su día de trabajo era el domingo, porque la entrega se hacía el lunes, y una semana de fantasmas le impedían llegar con el trabajo adelantado y tranquilo a la fecha de cierre. Un colega y amigo solía aconsejarle: `hace los dibujos más rápidos, y más grandes. Con cuatro dibujos por página estás hecho. Vos le metés demasiados chistes por el mismo precio´. (...) Él se autocalificaba, palabra más o menos, así `esto está tomando demasiada trascendencia, esto que yo hago no es para tanto, yo siempre dibujé mal, ayer hicieron un comentario por la radio sobre mi página, tengo que dibujar mejor`, escrito por su hijo el periodista, Horario del Prado (*LA MAGA*, jueves 28 de noviembre de 1991:13/MELANCOLÍA).

---

**ALFREDO ALCÓN (actor y director de teatro, 1930-2014)**

“En cuando al respeto del público eso tiene su peligro (...) porque entonces debería pensar que ya le llegado a mi límite y entonces no podría equivocarme más, no podría decir una tontería más. Eso tiene el peligro de que te puede convertir en una especie de estatua, cosa que siempre es incómodo, entre otras cosas, porque te cagan las palomas” (*LA MAGA*, jueves 28 de noviembre de 1991:17/TEATRO).

---

**AGUSTÍN ALEZZO (docente y director de teatro, 1935)**

“No veo por qué tendría que ser famoso. No asisto a cócteles, ni a grandes festejos, yo solo dirijo unas 6 horas diarias, y doy clases unas 10 o 12. No me queda tiempo para una vida social agitada” (*LA MAGA*, jueves 14 de noviembre de 1991:14/TEATRO).

---

**ANÍBAL “PICHUCO” TROILO (bandoneonista, compositor y director de orquesta de tango, 1914-1975)**

“El primer bandoneón me lo regaló un tío. Se lo compró a un ruso. Costaba cincuenta mangos. Le pagamos diez y no apareció nunca más. El de ahora tiene muchos años. Varias veces me lo robaron. Se llaman descuidistas. Siempre me lo devuelven. Aparece un tipo, en la casa de un amigo, con el bandoneón: `mire, don, le sacaron el bandoneón a Pichuco” (*LA MAGA*, jueves 5 de setiembre de 1991:13/MELANCOLIA).

////////////////////////////////////

**ASTOR PIAZZOLLA (bandoneonista y compositor argentino, 1921-1992)**

“La hija de Piazzolla (...), tuvo hace algunos años un raro privilegio. Vivía exiliada en México y una revista de allá le solicitó una entrevista con su padre. La pregunta final del extenso interviú que le hizo ella era: ¿Qué harías si te dijeran que tu vida termina mañana? Piazzolla respondió: `Preguntaría la hora exacta de mi muerte para saber con precisión con cuánto tiempo cuento; averiguaría si alguien tiene la fórmula de la resurrección y luego, lo que te digo siempre: tocaría, tocaría, tocaría´. ¿Sabés una cosa? Hasta mi pulso late al ritmo del tango. Sí, me lo dijeron los médicos, no es una fantasía. Por eso, el día que me muera me llevo al tango conmigo” (LA MAGA, jueves 28 de noviembre de 1991:3/PERSONAJES).

////////////////////////////////////

**ATAHUALPA YUPANQUI (cantautor, guitarrista, poeta y escritor argentino, 1908-1992)**

“Yo empecé a cantar por nostalgia, me gustaba muchos desde niño la pampa que vivió mi padre y me llegaban noticias de cómo era la que vivió mi abuelo; más me gustaba. Vale decir que me gustaba la pampa sin alambrado. Eso fue creando en mí un infinito horizonte de libertad, donde no hay valle que detenga al viento... Por eso admiro una frase que me hubiera gustado que fuera nacida de este lado, pero nació enfrente, en el Uruguay; algo que alguna vez dijo Artigas y está en su estatua: `con libertad no ofendo ni temo´. Yo pensaba `ésta no es una frase política, eso lo dice el gaucho...eso lo ha inspirado un paisano´. Después empecé a leer a Gervasio Artigas; era un paisano que metió en el terreno político, pero todos sus discursos son de un paisano, por eso no me extraña esa hermosa frase. Esa serenidad y profundidad se fue deslizando en mis versos sin que tuviera el propósito de hacer un verso de tipo social o político, me salía así porque eso es lo que veía” (LA MAGA, jueves 28 de noviembre de 1991:13/MELANCOLÍA).

////////////////////////////////////

////////////////////////////////////

**B**

////////////////////////////////////

////////////////////////////////////



## **CARLOS SANTANA (guitarrista mexicano, 1966)**

“El mexicano estuvo en enero de 1991 en el megafestival *Rock in Río II*, pero no formó parte de la troupe que, luego de Brasil, pasó por Argentina. El mes pasado fue condenado por el estado de Texas a ofrecer un concierto antidrogas, tras haber sido descubierto el 27 de junio en el aeropuerto de Houston con cinco gramos de marihuana. Santana deberá ratificar periódicamente su buena conducta ante la policía local, pero se le permitirá salir de los Estados Unidos si lo desea” (*LA MAGA*, jueves 19 de setiembre de 1991:10/MÚSICA).



## **CARLOS LOISEAU -CALOI- (dibujante y humorista gráfico, 1948-2012)**

“La idea de *Caloi en su tinta* surgió en 1979, en el festival de Lucca, en Italia. Yo estaba allá y un día entré a un cine para ver qué daban. Presentaban *El señor Pascal*, una película de la inglesa Alice Onnever, que pasamos en el programa. Me pareció excelente y me hizo descubrir un género que hasta el momento era inédito para mí: el dibujo de animación para adultos. Pensé que era algo para que la gente viera en la Argentina” (*LA MAGA*, jueves 28 de noviembre de 1991: 21/MEDIOS).



## **CARLOS WARNES “CÉSAR BRUTO” (escritor, humorista y periodista argentino, 1905-1984)**

“De los primeros días de mi vida tengo una idea más bien confusa y mentiría redondamente si diría de que me acuerdo nada de nada. Asegún dicen los familiares fidedinos la cigüenia me trajo a casa endemientras mi viejo estaba en la cantina como siempre y mi vieja fue a la feria franca, o sea que parece que me resibió a falta de otra persona mi tía federación o muertE, es así entonces cómo sesplica me tuve y de ahí nase a mí la idea de que soy hijo de mi tía, sin que al desir estoyo me quiera dar ninguna clase de corte ni me dea la chifladura de haserme un árbol jenealójico como hacen otros con menos méritos que los míos” de la revista *La Cuerda floja*: ‘Lo que pasó con mi nasimiento’ (*LA MAGA*, jueves 3 de octubre de 1991:13/BREVES).



**CÉSAR VALLEJO (poeta y escritor peruano, 1892-1938)**

“El literato de puertas cerradas no sabe nada de la vida. Producto típico de la sociedad burguesa, su existencia es la afloración histórica de intereses e injusticias sucesivas y heredadas, hacía una célula estéril y neutra de museo. Es una momia que pesa, pero no sostiene. Ese infecto plumífero de gabinete es, en particular, hijo directo del error económico de la burguesía. (...) Frente a esa literatura de pijama, que como el aire confinado de las piezas cerradas, tiende actualmente hacia arriba, pero para evaporarse, también como ese aire, muy pronto se agolpa ante los pulmones naturales del hombre, la libre inmensidad de la vida” (LA MAGA, jueves 31 de octubre de 1991:13/BREVES).

////////////////////////////////////  
**CHARLES “CHARLIE” SPENCER CHAPLIN (actor, humorista, compositor, productor, director y escritor británico, 1889-1977)**

- ¿Qué hace con sus zapatos cuando están viejos?
  - Los tiro.
  - ¿Y con sus bigotes?
    - Los tiro.
  - *Mister Chaplin* ¿Es usted bolchevique?
    - No.
    - ¿Le interesa Rusia?
- Me interesa la vida. El bolcheviquismo es una nueva fase de la vida. Debe, por lo tanto, interesarme el bolcheviquismo.
  - ¿Quisiera usted interpretar a Hamlet?
- No sé. Realmente, no se me ha ocurrido nunca pensar en ello; pero si usted cree que hay razones que lo aconsejen...
  - ¿Cómo hace usted reír?
  - Observo a los hombres.
  - ¿Piensa usted volver a casarse?
    - Si
    - ¿Con quién?
    - No sé.

(LA MAGA, jueves 5 de setiembre de 1991:13/BREVES).

////////////////////////////////////  
////////////////////////////////////

# D



# E

## **EDUARDO MIGNOGNA (director de cine y televisión, novelista y guionista argentino, 1940-2006)**

“Yo ya abandoné la idea del ‘gran cine’, me conformo con ir juntando recursos para volver cada tanto a filmar en un contexto de ‘cine pobre’, sin créditos de este Instituto- mientras dependa de los que están ahora- y sin ayudas externas, que están acabando. Por eso el video, sin ser barato, me parece accesible como proyecto” (LA MAGA, jueves 5 de setiembre de 1991: 20/MEDIOS).



## **ELTON JOHN (cantante, compositor y pianista británico, 1947)**

“‘Soy un ser emocionalmente muerto’, declaró el cantante y compositor británico Elton John, de 46 años, y atribuyó su estado a los años de adicción a la bebida y a las drogas, a las que recurrió para vencer la timidez y sobrellevar el éxito. En una entrevista para la emisora Sky Televisión, John señaló, además, que entre 1976 y 1990 se convirtió en una persona con la que era imposible convivir” (LA MAGA, jueves 12 de diciembre de 1991:9/ MÚSICA).



## **ENRIQUE CADÍCAMO (poeta y escritor argentino, 1900-1999)**

- “¿Se da cuenta que esas letras lo pueden hacer inmortal, que el pueblo tal vez las recoja dentro de cincuenta o cien años sin sabes, acaso, que usted fue el autor?
- Es posible, pero alguna vez dije, con legítima satisfacción, que mi oficio en esta vida fue hacer cantar al pueblo. Esa es la herencia que les dejo.

Lo que hice ya no es mío: es de la gente. Que la gente haga de ella lo que quiera” (LA MAGA, jueves 28 de noviembre de 1991:12/MÚSICA).

////////////////////////////////////

**ERNESTO SÁBATO (escritor, ensayista, físico y pintor argentino, 1911-2011)**

“A veces la fama se debe a una frase histórica. De todas las cosas apócrifas la más enérgicamente apócrifa son, quizás, las frases históricas. Dada la naturaleza de la historia humana, casi siempre han sido pronunciadas durante una batalla, o en la cámara de torturas, o al morir en la guillotina. En tales momentos, nadie que no sea un incurable literato pronuncia frases que puedan hacerse célebres por su estilo literario; y las frases históricas son, precisamente, frases pulidas y trabajadas. No hay duda que las inventa laboriosamente la posteridad como muchas cosas históricas” de *Uno y otros* (LA MAGA, jueves 5 de setiembre de 1991:13/BREVES)

////////////////////////////////////

**ERNESTO SANTO DISCÉPOLO (compositor, músico, dramaturgo y cineasta argentino, 1901-1951)**

“Las oficinas meteorológicas anunciaban a cada rato un ciclón. Que viene, que no viene. Hasta que llegó y cumplió. Duró once horas. Once horas de espanto. Terremotos, maremotos, aeromoto... el mar, la tierra, el viento trenzados en una lucha de titanes. Las casas en las calles y las calles en las casas. Pero apenas pasó el susto, nos quedamos todos tranquilos. Nos habíamos liberado de la guerra de nervios, que acaso sea peor que los ciclones y los bombardeos. Porque esperar y prolongar un peligro es mucho peor que afrontarlo. Con ciclones o sin ellos, La Habana produce siempre la sensación de una ciudad donde acaba de haber un temblor de tierra y la gente se ha echado a la calle a medio vestir. La población parece vivir en la calle. No hay muchos transeuntes. Se detienen en grupos, como si siempre fuera víspera de fiesta. Es una ciudad con perfume a sábado... Esta es mi primera excursión por América. Soy un viajero incansable. Tengo alma de valija: donde veo una etiqueta me la pego” publicado en la revista *¡Aquí Está!* (LA MAGA, jueves 12 de diciembre de 1991:17/MELANCOLÍA).

////////////////////////////////////

**EUGENIO GENO DÍAZ (escritor y dibujante argentino, 1926-1986)**

“Yo acabé en la Escuela Primaria con Mención Especial y Medalla de Oro. Mis hijos lloraban de emoción” (*LA MAGA*, jueves 3 de octubre de 1991:13/BREVES).



## F

### **FERNANDO PEÑA (actor, conductor y humorista, 1963-2009)**

“En noviembre de 1990 apareció por primera vez en la pantalla de ATC *Caloi en su tinta*, conducido por el dibujante y humorista Carlos Loiseau, Caloi (...). El equipo está conformado por María Verónica Ramírez, Victor Ithurralde como colaborador especial; Fernando Peña, un coleccionista de cine que, con sólo 23 años de edad tiene 500 películas y 5.000 videos y Paraná Sendrós, hombre del Museo del Cine” (*LA MAGA*, jueves 28 de noviembre de 1991: 21/MEDIOS). Tal como lo cuenta en esa nota Sendrós en el grupo de trabajo se aportaban ideas sobre el armado del programa y se conseguían algunas películas, “pero el que más se ocupaba de eso es el chico Peña” (Ibídem: 21).



### **FRANCIS FORD COPPOLA (guionista, productor y director de cine estadounidense, 1939)**

“¿Y qué importa que otra vez me corten el teléfono de la casa? ¿O que me corten la electricidad? ¿O que me cancelen las tarjetas de créditos? Si uno no apuesta, no tiene chance alguna de ganar. Es una tontería, en la vida, no perseguir lo más alto que uno pueda imaginar, incluso si corre el riesgo de perderlo todo, porque si uno no lo persigue, lo perderá de cualquier manera. No se puede ser un artista y vivir seguro” de la revista *The New Yorker* (*LA MAGA*, jueves 19 de setiembre de 1991:13/BREVES).



## G



**“GROUCHO” JULIUS HENRY MARX (actor,  
escritor y humorista estadounidense, 1890-  
1977)**

“Años atrás cuando un comediante salía a escena, podía apostarse cualquier cosa a que comenzaría con una frase tradicional: ‘Cuando venía al teatro me ha ocurrido algo muy gracioso’. Esa fue antaño una manera adecuada de iniciar un monólogo, pero en realidad dudo de que pudiese ocurrirle algo gracioso a un comediante en su camino hacia el teatro. En su camino de regreso al hotel... Bueno, eso ya es otra cosa (LA MAGA, jueves 14 de noviembre de 1991:13/BREVES).

////////////////////////////////////  
////////////////////////////////////

# H

**HEINRICH KARLR “CHARLES” BUKOWSKI (escritor  
y poeta estadounidense, 1929-1994)**

“Todo lo que un borracho quiere es tener una excusa para emborracharse. Así que si la celebridad es una excusa para emborracharse, te emborrachas y chau. Yo cuando escribo estoy borracho. Me sacas la máquina de escribir y soy un borracho sin máquina de escribir. Puede que quede alguna bondad, algún encanto o simplemente mierda. Está todo revuelto” (LA MAGA, jueves 12 de octubre de 1991:13/BREVES).

////////////////////////////////////

**HELVIO “POROTO” BOTANA (humorista e hijo  
del fundador del diario Crítica, 1915-1990)**

“Con lo que más me divierte es con los retratos, porque con los retratos les chupo las medias a mis amigos, los lleno de armaduras, de espadas, de capas... nunca les pongo ropa. Un día César Bruto (escritor Carlos Warnes que solía firmar con el seudónimo Napoleón Verdadero, Uno cualquiera) estaba con una crisis religiosa. Le ofrecí hacerle un retrato, lo pinté de obispo y quedó encantado. Al gordo Chierico (escultor argentino) lo pinté chiquitito, desnudo, rodeado de sirenas, vino y ninfas fornicando. El gordo analizaba el cuadro y me preguntó que iba a hacer con él. ‘Lo voy a exponer’, le contesté. ‘Buenos- agregó- si lo vas a exponer, ¿me quieres hacer un pequeño retoque?’ ‘Cómo no, ¿qué quieres?’ (LA MAGA, jueves 14 de noviembre de 1991:13/BREVES).

////////////////////////////////////

**HERMENEGILDO SÁBAT (dibujante uruguayo-  
nacionalizado argentino ,1933)**

“Yo no me tiré a hacer caricaturas políticas- explica Alfredo Sábat- en parte porque mi papá está en eso (...). La mayoría de las caras que dibujo él no las conoce, me dice `muy bien dibujo, pero no sé quién es´. Un día tuve que hacer a Miles Davis, el trompetista de jazz, y cuando se lo mostré me dijo `no se parece´. Primero le discutí, después lo archivé en las pila de papeles y al mes agarré la misma foto y lo volví a dibujar. Cuando comparé los dos trabajos no tenían nada que ver. Ahí sí, le gustó” (LA MAGA, 19 de setiembre de 1991:7/ARTES VISUALES).

////////////////////////////////////

**HOMERO EXPÓSITO (poeta y letrista argentino  
de tango, 1918-1987)**

“Con la muerte somos amigos, pero nunca me inspiró en ningún poema. Ella no es la protagonista de mi vida, que es a la que hoy a cantarle. Yo tomo a la muerte como un paso dialéctico más, algo sin mayor trascendencia en el natural devenir de las cosas. Hablar mucho de la muerte es puro guapo. La actitud justa es esperarla parada, pero sin hacerse demasiado el guapo” publicado en la revista *Crisis* (LA MAGA, jueves 3 de octubre de 1991:13/MELANCOLÍA).

////////////////////////////////////

**HUGO PRATT (historietista italiano, 1927-  
1995)**

“Corto Maltés llegó en el momento que estaba preparando para hacer un personaje que era la suma de varios elementos, fruto de la experiencia. Da la casualidad de que Corto nació un año antes de la gran contestación juvenil, y coincidió con la muerte de Che Guevara, todo un mito entre la comunidad juvenil de la época. Algunos piensan que esos mismos jóvenes se identificaron con Corto al ser éste también un libertario. (...) Corto sugiere, pero jamás moraliza. Es un hombre con alma libre y noble. Y creo que eso es lo que le gusta a la gente” (LA MAGA, jueves 19 de setiembre de 1991: 6/ARTES VISUALES).

////////////////////////////////////

**HUMPHREY DEFOREST BOGART (actor de cine y  
teatro estadounidense, 1899-1957)**

“¿Qué opino de deporte? La otra noche pateábamos una naranja por la calle con John Huston (véase la letra J). Eran las dos de la mañana y estábamos



todo debe ser puesto a su servicio. El resto es caligrafía pura, o juego ante un espejo" (LA MAGA, jueves 17 de octubre de 1991:13/BREVES).

////////////////////////////////////

**JOHN LENNON (cantante y músico británico, 1940-80)**

"Es un disparate pensar que yo estoy bajo el hechizo o el control de Yoko Ono. Nadie me controla. Ella no me necesita. No necesita tener a un Beatle. Además ¿quién necesita tener un Beatle?" (LA MAGA, jueves 28 de noviembre de 1991:19/MELANCOLÍA).

////////////////////////////////////

**JORGE LUIS BORGES (escritor argentino, 1899- 1986)**

"Tal vez la misión del tango sea ésa: dar a los argentinos la certidumbre de haber sido valientes, de haber cumplido ya con las exigencias del valor y el honor" (LA MAGA, jueves 5 de setiembre de 1991:13/BREVES).

////////////////////////////////////

**JUAN CARLOS CALABRÓ (locutor y humorista argentino 1934-2013)**

"A Calabró se le ocurrió el personaje de *Renato, El Contra*, porque un día lo confundieron con Alfredo Alcón. Otro tipo me dijo que siempre me iba a ver al Luna Park- agrega-; pensó que era Eduardo Lausse, el boxeador. En los primeros años de mi carrera la gente se me acercaba y me preguntaban si era uruguayo, porque creía que estaba en *Telecataplum* y no en *Telecómicos*". En ese programa nació el personaje del Contra, en 1966, aunque se llamaba *El Admirador* y no tenía interlocutor" (LA MAGA, EDICIÓN COLECCIÓN-ESPECIAL DE LA TELEVISIÓN, enero de 1995:39).

////////////////////////////////////

**JUAN CARLOS ONETTI (escritor argentino, 1909-1994)**

"Mis personajes no tienen ningún significado simbólico. Yo detesto los personajes simbólicos. Es muy especial la relación que un escritor tiene con sus personajes. Mis personajes, todos, conviven conmigo. Todos, hasta los más abyectos, los más hijos de puta. Pero es que en todos hay una veta muy pequeña que puede despertar cariño. Si no fuera así, a ese personaje habría que abandonarlo, dejarlo caer. Porque no serviría" (LA MAGA, jueves 31 de octubre de 1991:13/MELANCOLÍA).

////////////////////////////////////

**JUANA MOLINA (actriz y cantante argentina, 1961)**

“Soy una persona muy influenciable. Viene alguien y me dice que soy parecida a Niní (Marshall) y yo me lo creo. Después viene otro que opina lo contrario y también me parece cierto. Hace poco (Enrique Pinti) me felicitó por lo que hacía y ni me nombró a Nini” (LA MAGA, jueves 3 de noviembre de 1991: 4/HUMOR).

////////////////////////////////////

**JULIO BOCCA (bailarín y director de danza argentino, 1967)**

“Luego de un tiempo en que trabajas en lo que te gusta pero en el que das un montón de cosas al Teatro, te llega la jubilación, algo seguro. Pero no es bueno- reconoce- porque si tenes un puesto estable es muy difícil que quieras trabajar, entonces te achanchas. Lo peor que le puede pasar a un bailarín y a un compañía es cumplir horarios” (LA MAGA, jueves 12 de diciembre de 1991:13/DANZA).

////////////////////////////////////

**JULIO CORTÁZAR<sup>52</sup> (escritor argentino, 1914-1984)**

“El dramaturgo y crítico teatral Patricio Esteve conoció personalmente a la mujer que inspiró a Julio Cortázar para crear a la Maga, la protagonista femenina de Rayuela, primera novela del escritor publicada en 1963. Edith Aron, tal su nombre, (...) conoció a Cortázar en uno de los primeros viajes a Europa, en aquellos épicos cruceros por mar, en tercera clase, con el afán de descubrir si la lluvia de octubre seguía o no mojando los castaños en el boulevard” (LA MAGA, jueves 19 de setiembre de 1991:24).

////////////////////////////////////

////////////////////////////////////

---

<sup>52</sup> Julio Cortázar nació en Bruselas (Bélgica), recibió la nacionalidad argentina. Encontró en París su lugar de residencia, donde escribió parte de sus obras y –en 1991-tres años antes de su muerte adoptó la nacionalidad francesa. Sus restos descansan junto a su última mujer-la escritora canadiense- Carol Dunlop en el cementerio de Montparnasse. “Encontrar a Julio Cortázar es una verdadera aventura, según el dibujo que ofrece el mapa oficial elaborado por la administración del cementerio, desde la entrada principal hay que caminar doscientos metros y doblar a la derecha sobre la calle Allée Lenoir, tomar una pequeña diagonal y listo. Pero no es tan sencillo. Hay que dar varias vueltas alrededor de la 3ª división, dispuesta en forma circular, para hallar las tumbas de Julio Cortázar y Carol Dunlop” (PERFIL, 12/02/09, “La tumba de Cortázar es una gran atracción turística”).

# K



# L

## **LUCHINO VISCONTI DI MODRONE (aristócrata, director de ópera y de cine italiano)**

“El neorrealismo fue una posición moral que tomamos frente al poder, frente a la situación italiana, a fin de esclarecer ciertos problemas o, por lo menos, denunciarlos. Por cierto, también se volvió una corriente estética” (*LA MAGA*, jueves 14 de noviembre de 1991:13/BREVES).



## **LUIS ALBERTO SPINETTA (músico y poeta, 1950-2012)**

“(En la pizzería donde se realiza la nota suena una música de Astor Piazzolla. Spinetta interrumpe lo que estaba diciendo y se queda en silencio, con los ojos entrecerrados. Después sigue).

- ¿Dónde está Piazzolla? Eso es tremendo, una de las cosas más terribles que han pasado en este país y no nos damos cuenta. Piazzolla, está en un letargo...Perdón, tal vez esto no le guste a sus familiares, que aún esperan que suceda algo (el bandoneonista está en estado crítico después de una trombosis cerebral sufrida en agosto de 1990), pero Piazzolla en ese mundo, sometido a esa carencia de mundo, es una especie de bomba atómica debajo de la tierra. Es un genio muy importante y a nadie le parece importar tres carajos lo que le pasa. Nadie se acuerda de que Piazzolla está... Se me pone la piel de gallina; pensar que ahora estaría tocando y creando... ¡Por favor, hablemos de algo menos triste!” (*LA MAGA*, jueves 5 de setiembre de 1991: 2/TEATRO).





vista, la vida es un shock" (*LA MAGA*, jueves 28 de noviembre de 1991:13/MELANCOLÍA).

////////////////////////////////////

**MILES DAVIS (trompetista y compositor estadounidense, 1926-1991)**

"Los blancos esperan determinadas cosas de un músico negro; lo mismo que le ponen etiquetas a toda la raza negra. Eso se remonta a los días de la esclavitud. Todos los niños negros crecieron con la convicción de que llevarse bien con los blancos significaba sonreír y actuar como payasos. Aplique esto a los músicos: ellos quieren que uno no sólo toque un instrumento sino que también los entretenga sonriendo y bailoteando. Mis problemas empezaron cuando aprendí a tocar la trompeta sin ocuparme antes de aprender a bailar" (*LA MAGA*, jueves 31 de octubre 1991: 13/BREVES).

////////////////////////////////////

////////////////////////////////////

**N**

**NORMAN MAILER (escritor estadounidense, 1923-2007)**

"Yo: la máxima palabra del siglo veinte. Si existe una sola palabra que nuestro siglo haya sumado a la potencia del lenguaje, esa palabra es yo. Todo cuanto hemos hecho en este siglo, desde proezas monumentales hasta pesadillas de destrucción humana, fue siempre en función de ese extraordinario estado de la mente que nos autoriza a declararnos seguros de nosotros mismos cuando no lo estamos" publicado en la revista *Life* (*LA MAGA*, jueves 19 de setiembre de 1991:13/BREVES).

////////////////////////////////////

**NINÍ MARSHALL (guionista y actriz argentina, 1903-1966)**

"Me inicié en el año '37, pero no como actriz. Yo trabajaba en la revista *Sintonía*, una revista del mundo del espectáculo y la radio, era ilustradora. Me salió una oportunidad para cantar, con el pomposo título de `cantante melódica' (...). Pero mientras esperaba, en los camarines, hacía chistes y jobobaba con mis compañeros. Como yo hablo varios idiomas (bah, ladro en varios idiomas porque nunca me gustaron), así imitaciones y cosas así. Ya tenía adentro a la cómica. Y así salió. Un día me escucharon hacer bromas



entre mis compañeros y me propusieron largarme a hacer sketches cómicos”  
(LA MAGA, jueves 3 de octubre de 1991:4/HUMOR).

////////////////////////////////////  
////////////////////////////////////



**OLGA ZUBARRY (actriz argentina, 1929- 2012)**

“El cine nacional le debe a – Carlos Hugo- Christensen los primeros desnudos. La pionera fue Olga Zubarry en *El ángel desnudo*, donde se la vio de espaldas sin ninguna ropa. `Lo que el público no sabía- comenta el director- es que tenía la parte de adelante cubierta con papel y cinta scotch”  
(LA MAGA, jueves 14 de noviembre de 1991:6/CINE).

////////////////////////////////////

**OLIVERIO GIRONDO (poeta argentino, 1891- 1967)**

“Ningún prejuicio más ridículo que el prejuicio de lo sublime” (LA MAGA, jueves 19 de setiembre de 1991:13/BREVES).

////////////////////////////////////

**OTTO LUDWIG PREMINGER (director de cine estadounidense de origen judeo-austríaco, 1905-1986)**

“Cuando filmo pienso en una sola cosa: contar. Como decía Pierre Renoir (pintor francés, 1841-1919): `El cine es narrar historias`. ¿Y cómo narro? Lo hago olvidando que soy un director de cine y que tengo una cámara en las manos. Detesto a quienes piensan primero en la cámara y después en las historias que deben representar. ¿Qué le importa al público cómo se mueve la cámara? Y además ¿cuántos son los espectadores que saben que las imágenes de la pantalla surgen de ese armatoste nacido como una especie de cámara fotográfica y convertido ahora casi en un monumento? El público se fija en los personajes, en lo que dicen, en lo que quieren. No sabe nada de luces, de panorámicas, de travellings, y no verifica ni siquiera su existencia. Pero yo no he hecho cine para ellos. Y nunca lo haré” entrevista de Gian Luigi Rondi, 1978 (LA MAGA, jueves 3 de octubre de 1991:13/BREVES).

////////////////////////////////////  
////////////////////////////////////

# P

## **PALOMA EFROM "Blackie" (cantante, actriz, periodista, productora de radio y televisión, 1912-1977)**

"Cuando comencé a cantar jazz – enseguida lo hice en la radio y en el teatro me quise ir a los Estados Unidos, tenía 22 años. Papá fue explícito: `Haga lo que quiera, pero todavía no está madura para irse. Yo no estoy de acuerdo con el viaje´. Más tarde – yo cantaba jazz en el Maipo- volvió hablar conmigo: `Usted no puede cantarle a un pueblo que no conoce. Váyase a los Estados Unidos´. (LA MAGA, N°4, jueves 17 de octubre de 1991: 13/MELANCOLÍA).

---

## **PAUL KLEE (pintor alemán, 1879-1940)**

"El arte no es una ciencia que haga avanzar paso a paso el impersonal esfuerzo de los investigadores. Por el contrario, el arte atañe al mundo de las diferencias: cada personalidad, una vez dueña de sus medios de expresión, tiene voz y voto en este asunto; y los únicos que deben hacerse a un lado son los débiles que buscan sus propios bien en realizaciones ya hechas, en lugar de extraerlo de ellos mismos" del libro Teoría del arte moderno, 1911 (LA MAGA, jueves 12 de octubre de 1991:13/BREVES).

---

## **PEDRO ALMODÓVAR (director de cine, guionista y productor español, 1949)**

"- A mí me encanta llorar en el cine. Odio llorar en la vida, pero en el cine es otra cosa, en el cine es un placer.

- ¿Tú lloras mucho?
- Hubo una época en que no sabía llorar, no me salía; pero después aprendí. Como a todo, a llorar también se aprende.
  - ¿Quién te enseñó?
- Carmen Maura. Muchas veces cuando estaba nerviosa o tensa, Carme me decía `voy a llorar un poquito´. Lloraba y después se sentía tonificada, como si acabara de darse una ducha", autoentrevista de Pedro Almodóvar (LA MAGA, jueves 14 de noviembre de 1991: 17/CINE).

**PEPE BIONDI (actor cómico de cine, circo, televisión y teatro, 1909-1975)**

“Vivíamos en Lomas de Zamora. Éramos ocho hermanos y en casa había poca plata. Un día pasó un circo. Yo tenía siete años, y un payaso, el negro *Chocolate*, le propuso a mi madre llevarme con él. ‘Le voy a enseñar un oficio, señora’, le dijo. Era un circo miserable, pobrísimo. Pero mi madre me dejó ir: iba a ser una boca menos para comer. Esos años fueron horribles. Nunca los quiero recordar. Comprobar que un tipo que no es nada de uno nos pegue porque no podemos hacer una prueba o un salto, es muy triste. Así era *Chocolate* conmigo. (...) Si no me salía, me agarraba a trompadas. Así anduve con él siete años, hasta los 14” (*LA MAGA*, jueves 14 de noviembre de 1991: 13/MELANCOLIA).



**Q**



**R**

**RAFAEL ALBERTI (escritor español, 1902-1999)**

“Una de aquellas noches, de las más solitaria, en mi estudio de la radio parisina, poseído de no sé qué extraño impulso, comencé a escribir una canción, cuyo comienzo era: ‘Se equivocó la paloma / se equivocaba/ por ir al norte fue al sur/ creyó que el trigo era agua/ se equivocaba/’. Cuando llegué al final me quedé sorprendido: ‘Ella se durmió en la orilla/ tú en la cumbre de una rama/’. No comprendía yo como en aquel sumergido estado de angustia en el que me hallaba me había podido salir una canción como aquélla. La leí, la releí, no hablándole ni el más remoto rastro del estado que me invadía. Era un misterio su aparición” (*LA MAGA*, jueves 19 de setiembre de 1991: 11/MÚSICA).



**RAÚL "COPI" DAMONTE BOTANA (escritor,  
historietista y dramaturgo argentino, 1939-  
1987)**

"Mon cher Marquis: Je vous d'abord las orquídeas que me envió: mamá adora las orquídeas. La pobre está tan vieja, no puede masticar otra cosa. Usted pensará que somos una familia de excéntricos, y en parte es cierto, pero lo principal- ¡usted estará de acuerdo conmigo!- es estar fuera de moda: ¡ahora todo el mundo está de moda! Mamá misma, sin ir más lejos, se está poniendo tan comunista. Me pide de rodillas que les compre una de esas nuevas pelucas gonflées. Dice que se tiene que pasar el día cubriéndose la calva con las manos para que se le hiele; y de esa manera no le queda ninguna mano libre para pedir limosna. Pero yo, mon cher, como usted comprenderá me mantengo inflexible con respecto a ese punto. Como una gran concesión, le permitiría tener una mano nueva, pero una peluca ¡jamás! La peluca, en los tiempos que vivimos, ha dejado de ser un atributo de la nobleza ¡se dice hasta que los diputados socialistas la usa! ¡Quelle horreur!" (LA MAGA, jueves 17 de octubre de 1991:13/BREVES).

////////////////////////////////////  
**RAÚL GONZÁLEZ TUÑÓN (periodista y escritor  
argentino, 1905-1974) N°5:13**

"Creo que me hubiera gustado volver a escribir los poemas que en mi juventud quedaron por ahí, en ciertas pensiones, en ciertos fondines de los puertos. (...) No me siento viejo. Digo: sigo vivo, es decir, sigo luchando y escribiendo. Sigo caminando por la ciudad y saliendo al interior del país a dar charlas y a escuchar a los más jóvenes. A mi carnet de viaje agregué primero Uzbekistán, después Cuba. En estos días volveré a Salta y a nuestro Chaco" (LA MAGA, jueves 31 de octubre de 1991:13/MELANCOLÍA).

////////////////////////////////////  
**RAYMOND CHANDLER (escritor estadounidense  
de novela negra, 1888-1959)**

" Es fácil odiar a Hollywood, fácil mofarse, fácil difamarlo. Parte de la difamación más selecta corrió por cuenta de la gente que jamás ha transpuesto las puertas de un estudio, y buena parte de la moda provino de egocéntricos, genios que se retiraron malhumorados- sin olvidarse de recoger el último cheque de pago-, no dejando nada tras de sí, salvo el exquisito aroma de su personalidad una chapucería de trabajo que cansados peones habrían de limpiar" (LA MAGA, jueves 14 de noviembre de 1991:13/BREVES).

////////////////////////////////////

**RENATA SCHUSSHEIM (artista plástica  
argentina, 1946)**

“Personas que me interesaba, persona que me abalanzaba para conocerla. Y así conocí a Cortázar, fui muy amiga de Vinicius. Tomaba la iniciativa, escribía cartas, era muy audaz. No me quería perder a esa gente porque sentía que tenían muchas cosas para darme. Y me lo dieron. Así lo conocí a Charly García. Yo escuchaba su música y me dije `a este tipo tengo que conocerlo`. Después se me dio una afinidad y la posibilidad de trabajar juntos. Eso es maravilloso. Así como es terrible trabajar con alguien a quien no respetas como artista” (LA MAGA, jueves 12 de diciembre de 1991: 10/ARTES VISUALES).

//

**ROBERTO ARLT (novelista, cuentista,  
dramaturgo, periodista e inventor de  
argentino, 1900-1942)**

“Se dice de mí que escribo mal. Es posible. De cualquier modo no tendría dificultad en citar a numerosa gente que escribe bien y a quienes únicamente leen correctos miembros de su familia” del prólogo del libro: *Lanzallamas*, 1931 (LA MAGA, jueves 19 de setiembre de 1991:13/BREVES).

//

**ROBERTO “EL NEGRO” FONTANARROSA (humorista  
gráfico y escritor argentino, 1944-2007)**

“Una vez, y ya había escrito *Área 18*, intenté hacer una novela `más en serio´ ambientada en Rosario y la abandoné porque no me divertía. Partía de una idea que surgió hablando con Crist (dibujante e historietista argentino, 1946) y que tiene que ver con el destino de *Corto Maltés* (historieta italiana de Hugo Pratt) que cada uno lleva adentro. Era un tipo que descubrí a los cuarenta años, que había cosas que, si no las había hecho hasta entonces, ya no las haría más. El, que se había alimentado de fantasías, de aventuras de Pratt, se encontraba sin haber navegado por los mares del Sur, casado y gordo. Y el título que había pensado era ése: *La muerte del Corto Maltés*. Empecé. Tengo setenta páginas hechas y el comienzo, independizado, es el cuento *El mundo ha vivido equivocado* (LA MAGA, jueves 5 de setiembre: 13/BREVES).

//

**RUTH BENZACAR (coleccionista de arte y  
galerista argentina, 1932- 2000)**

“La gente con la que me he movido, que son los capos internacionales de arte contemporáneo, no buscan bandera, nombre o ideología: buscan obra de

arte. Los buscadores de símbolos obvio son otra historia; hay mercados y mercaditos de todos los cambalaches posibles, que a veces llegan a ser de un volumen económico y financiero impresionante, pero que no tienen que ver con el arte" (LA MAGA, jueves 28 de noviembre de 1991: 8/ARTES VISUALES).

////////////////////////////////////  
////////////////////////////////////

S

**SALVADOR DALÍ (escultor y pintor español, 1904-1989)**

"Dalí es una personalidad eminentemente apolítica, soy de los únicos artistas contemporáneos que se ha negado rotundamente a pertenecer a ningún partido político y he sido solicitado desde los comunistas a los falangistas. Mi independencia me ha permitido ilustrar los épicos poemas de Mao Tse- Tung, pintar repetidas efigies de Lenin sobre el lirismo de un piano y el retrato de mi rey, porque por el mismo precio Dalí apolítico es católico apostólico romano y monárquico porque la monarquía es una metafísica, y creo en Dios y la bioquímica moderna con su ineluctable código genérico" (LA MAGA, jueves 28 de noviembre de 1991:13/MELANCOLÍA).

////////////////////////////////////

**SAMUEL BECKETT (dramaturgo, novelista, crítico y poeta irlandés, 1906-1989)**

"En 1937 le ocurre algo que lo marcará de por vida. Un mendigo que pedía limosna lo apuñala en plena calle y a punto está de matarlo. Al salir del hospital, Beckett visita a su agresor en la cárcel y le pregunta el porqué de lo que pasó. 'No lo sé', obtendrá por toda respuesta. Esta toma de conciencia brusca y en carne propia de la gratuidad de los actos aparecerá luego en casi todas las obras" (LA MAGA, N°3, jueves 3 de octubre de 1991:7/LIBROS).

////////////////////////////////////

**STEVIE WONDER (cantante y compositor estadounidense, 1950)**

"El director cinematográfico, Spike Lee, contó para su última realización Jungle Fever con los servicios de otro (Branford Marsalis, Más y mejores blues) excelente músico negro: Steven Wonder (...). Pero lo más llamativo es que el pianista y compositor es ciego, aunque el problema no le impide a

Wonder hacer chistes de los más ácidos al respecto. `Fui capaz de ver la película lo suficientemente bien, pese a que Spike Lee me enseñó una copia en blanco y negro`, afirmó con su enorme sonrisa” (LA MAGA, jueves 19 de setiembre de 1991:10/CINE).



# T

**TENNESSEE WILLIAMS (dramaturgo, poeta y novelista estadounidense 1911-1983)**

“Creo que lo mejor que se puede hacer con los críticos es callar. Al final una tiene la última palabra y ellos lo saben. Pueden mandar la obra al traste, pero si tiene vitalidad se representa de nuevo” (LA MAGA, jueves 28 de noviembre de 1991: 13/MELANCOLÍA).



**TRUMAN “CAPOTE” STRECKFUS PERSONS (periodista y escritor estadounidense 1924-1984)**

“Tengo una teoría a cerca de los escritores norteamericanos como animales de carrera altamente especializados y adiestrados. A mi empezaron a entretenerme, a los 17 años, *The News Yorker* y un asesor de Random House. Esto fue antes de la guerra, así que digamos que al principio había unos trescientos cincuenta escritores jóvenes en esa segunda generación. Digamos que una generación que terminó con Fitzgerald y Faulkner, y allí comienza esa obra: Norman Mailer (véase la letra N), Salinger, yo, Gore Vidal, William Styron... Había tantos chicos con talento. De esos trescientos cincuenta la mayoría, por una u otra razón, quedaron en el camino. No pudieron llegar” (LA MAGA, jueves 17 de octubre de 1991:13/BREVES).



# U

**UMBERTO ECO (escritor y filósofo italiano 1932)**





W

WYNTON MARSALIS (trompetista  
estadounidense, 1961)

“Una noche de gala se encontraba en el renombrado Carnegie Hall, en la cual interpretaría obras clásicas y contemporáneas para los virtuosos de su instrumento, incluyendo las difíciles *Fantasías Brillantes* de Arban y *El Concierto* de Hulmes. En un pasaje, humano es al fin, tuvo una pequeña estocada y se lo vio agacharse y dirigirse en voz baja a un invitado muy preferencial en la primera fila. `Perdón, maestro´ le susurró a un oído a Dizzy Gillespie” (*LA MAGA*, jueves 3 de octubre de 1991:11/MÚSICA).

//  
//

X

//  
//

Y

//  
//

Z

//  
//

# BIBLIOGRAFÍA

- ✓ ANGENOT, MARC (2010) **El discurso social, los límites históricos de lo pensable y lo decible**. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- ✓ ALSINA, MIQUEL RODRIGO (1989) **La construcción de la noticia**. Madrid: Paidós.
- ✓ BARBERO, MARTIN (1998) **De los medios a las mediaciones**, Barcelona: Editorial G. Gili.
- ✓ BENVENISTE, ÉMILE (1971) “El aparato formal de la enunciación”. En: BENVENISTE ÉMILE (1971), *Problemas de Lingüística General*. Tomo I, México: Siglo XXI.
- ✓ BEREMBLUM FABIÁN, BUQUETE IGNACIO, PELLEGRINO GUILLERMO (2004) Tesis de graduación en la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires de la Facultad de Ciencias Sociales: **Noticias de cultura: un análisis de la revista La Maga**. Tutora: María Gabriel Rodríguez. Buenos Aires.
- ✓ BOURDIEU, PIERRE (2002) **El mercado lingüístico**. En sociología y cultura. México: Grijalbo.
- ✓ CASTELLI, EUGENIO (1993) **Manual de periodismo**. Buenos Aires: Editorial Plus Ultra.
- ✓ CERRUTI, GABRIELA (1993) **El Jefe**. Buenos Aires: Editorial Planeta.
- ✓ CHACÓN, PABLO E. Y FONDEBRIDER, JORGE (1998) **La paja en el ojo ajeno. EL PERIODISMO CULTURAL ARGENTINO (1983-1998)**. Buenos Aires: COLIHUE COLECCIÓN DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN.
- ✓ CHARAUDEAU, PATRICK (1997) **El discurso de la información. La construcción del espejo social**. España: Gedisa S.A.
- ✓ CHOMSKY, N (1970) **Aspectos de la teoría de la sintaxis**. Madrid: Aguilar.
- ✓ CURIA, MELINA (2012) **Pequeños consumidores. Algunas reflexiones sobre la oferta cultural**
- ✓ DUCROT, OSWALD (1984) **El decir y lo dicho**. Buenos Aires: Paidós.

- ✓ FERNANDEZ DEL MORAL, JAVIER y ESTEVE RAMÍREZ FRANCISCO (1996) **Fundamentos de la información periodística especializada**. España: Editorial Síntesis S.A.
- ✓ FLORIA CARLOS ALBERTO y GARCÍA BELSUNCE CÉSAR A. (2001) **Historia de los argentinos**. Tomo II. Buenos Aires: Larousse.
- ✓ FORD ANIBAL, ROMANO EDUARDO y RIVERA JORGE (1985) **Medios de comunicación y cultura popular**. Buenos Aires: Legasa.
- ✓ GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR (1995) **Ideología, cultura y poder**. Buenos Aires: Secretaría de Extensión Universitaria Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.

**Consumidores y ciudadanos,  
conflictos multiculturales de la globalización**. México: Grijalbo.

(1997) **Cultura y comunicación: entre  
lo global y lo local**. Buenos Aires: Paidós.

- ✓ IGAL, DIEGO (2013) **Humor Registrado .Nacimiento, auge y caída de la revista que superó la mediocridad general**. Buenos Aires: Marea.
- ✓ KERBRAT, ORECCHIONI (1997) **La problemática de la enunciación. La Enunciación. De la subjetividad en el lenguaje**. París: Hachette.
- ✓ MURARO, HERIBERTO (1998) **Políticos, periodistas y ciudadano. De la videopolítica al periodismo de investigación**. Buenos Aires:Fondo de Cultura Económica.
- ✓ MCQUAIL, DENIS (1992) **La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público**. Buenos Aires: Buenos Aires.
- ✓ ORTEGA JOSÉ y GASSET (1980) **La rebelión de las masas**. Madrid: Espasa-Calpe.
- ✓ RAVALLI, LORENA (2003) **Industrias culturales**. Buenos Aires: Revista de la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- ✓ RIVERA, JORGE B (1995) **El periodismo cultural**. Buenos Aires: Paidós Estudios de Comunicación.
- ✓ REYES, GRACIELA (1996) **Los procedimientos de cita: citas encubiertas y ecos**. Madrid: Arco/Libros.
- ✓ SANTORO, DANIEL (1998) **Venta de Armas Hombres del Gobierno**. Buenos Aires: Editorial Planeta.

- ✓ SCHVARZER, JORGE (2010) **Implantación de un modelo económico: la experiencia argentina entre 1975 y el 2000**. Buenos Aires: A-Z.
- ✓ STEFANICH, MELINA (2007) Tesis de graduación en la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires de la Facultad de Ciencias Sociales: **La construcción del concepto de cultura en el periodismo cultural: el pasaje del suplemento *Cultura y Nación* a la Revista *Ñ***. Buenos Aires.
- ✓ TELLO, NERIO (1998) **Periodismo actual. Guía para la acción**. Buenos Aires: Ediciones Colihue.
- ✓ THOMAS STEARN ELIOT - T.S.ELIOT- (1945) **Ensayo “Notas para la definición de la cultura”**. Buenos Aires: Emecé
- ✓ TYLOR, E. B (1873). **La Ciencia de la Cultura**. Buenos Aires: CEAL.
- ✓ TUBAU, IVÁN (1982) **Teoría y práctica del periodismo cultural**. Barcelona: Editorial ATE Textos de Periodismo.
- ✓ VERBITSKY, HORACIO (1992) **Robo para la corona**. Buenos Aires: Editorial Planeta.
- ✓ WALGER, SYLVINA (1994) **Pizza con champan. Crónica de la fiesta menemista**. Buenos Aires: Espesa Calpe.

## SITIOS WEBS

- ✓ **African History**. Artists and Writers, A short biography of the South African writer and feminist Olive Schreiner  
  
<http://translate.google.com.ar/translate?hl=es-419&sl=en&u=http://africanhistory.about.com/od/artistsandwriters/a/OliveSchreiner.htm&prev=search> [Consulta: 20-07-2015]
- ✓ **Anuario de Investigaciones. Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata**. Jorge Luis Bernetti (2011) La gestión de Gerardo Sofovich en ATC. Los pesares de la televisión estatal  
<http://www.anuariodeinvestigaciones.com/2011/06/la-gestion-de-gerardo-sofovich-en-atc.html> [Consulta: 02-07-2015]
- ✓ **Cecilia Milone** (sitio oficial) <http://www.ceciliamilone.com.ar/> [Consulta: 10-07-2015]

- ✓ **Década del noventa en la televisión nacional:** Historia del animé en Argentina [https://es.wikipedia.org/wiki/Historia\\_del\\_anime\\_en\\_Argentina](https://es.wikipedia.org/wiki/Historia_del_anime_en_Argentina) [Consulta: 09-07-2015]
- ✓ **Diario Clarín.** Artículo cultural: “Los libros que contaron una época”. Miércoles 10 de diciembre de 2003. [http://www.clarin.com/educacion/Libros-imperdibles-llegan-Feria-Infantil\\_0\\_949105428.html](http://www.clarin.com/educacion/Libros-imperdibles-llegan-Feria-Infantil_0_949105428.html) [Consulta: 07-07-2015]
- ✓ **Diario Clarín.**

Muerte de Hugo Sofovich <http://edant.clarin.com/diario/2003/01/13/s-02601.htm> [Consulta: 28-07-2015]

Ricos y famosos <http://edant.clarin.com/diario/1997/07/12/c-00801d.htm> [Consulta: 22-08-2015]
- ✓ **Enciclopedia Británica.** DJ Opperman <http://translate.google.com.ar/translate?hl=es-419&sl=en&u=http://www.britannica.com/biography/D-J-Opperman&prev=search> [Consulta: 20-07-2015]
- ✓ **Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales SEDE ARGENTINA.** Rodolfo Hermida <http://flacso.org.ar/docentes/hermida-rodolfo/> [Consulta: 28-07-2015]
- ✓ **Fundación Konex** <http://www.fundacionkonex.org/b2225-revista-la-maga-ediciones-especiales> [Consulta: 19-06-2015]
- ✓ **Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC),** República Argentina [http://www.indec.mecon.ar/nivel4\\_default.asp?id\\_tema\\_1=1&id\\_tema\\_2=16&id\\_tema\\_3=81](http://www.indec.mecon.ar/nivel4_default.asp?id_tema_1=1&id_tema_2=16&id_tema_3=81) [Consulta: 15-06-2015]
- ✓ **Juan Rodó** (sitio oficial) <http://www.juanrodo.com.ar/> [Consulta: 10-07-2015]
- ✓ **Poetry International.** Adam Small. <http://translate.google.com.ar/translate?hl=es-419&sl=en&u=http://www.poetryinternationalweb.net/pi/site/poet/item/18033/10/Adam-Small&prev=search> [Consulta: 20-07-2015]
- ✓ **Publicable. El diario de TEA.** Democracia • 30 años. 30 recitales históricos <http://www.diariopublicable.com/democracia/1731-30-recitales-historicos.html> [Consulta: 27-07-2015]

- ✓ **Revista Latina de Comunicación Social**. Nº35, noviembre de 2000.  
María J. Villa (2000) **Una aproximación teórica al Periodismo Cultural**  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/argentina2000/09villa.htm>  
[Consulta: 26-06-2015]

# LA MAGA

✓ **TEA:** 1991- 2011.

✓ **FRECUENTA: SEMANAL** -ÉPOCA: MARZO 1992-  
SEPTIEMBRE 1998.

**QUINCENAL:** PRIMERA ÉPOCA  
(SEPTIEMBRE 1991-DICIEMBRE 1991).

**MENSUAL:** SEGUNDA ÉPOCA- ABRIL 2000.

TERCERA ÉPOCA: DICIEMBRE 2011.

✓ **DIRECTOR: AÑO 1:** CARLOS ARES, durante la segunda época es el director periodístico.

**AÑO 3:** CARLOS ULANOVSKY.

**AÑO 6:** DANIEL LALÍN, en la segunda época pasa a ser el editor responsable.

**DIRECTORES:** CARLOS ARES, CARLOS FERREIRA Y JUAN JOSÉ PANNO.

**A partir de mayo de 1998 y hasta el final de esta primera época, lleva el subtítulo “de fin de siglo”, pasando a tener un perfil más político que cultural<sup>53</sup>.**

---

<sup>53</sup> Cuadro realizado por la Biblioteca Nacional. Este material fue encontrado el 27/09/13 en el sistema informativo de la institución.

Julia del Pecho Espinosa

[delpechoespinosajulia@gmail.com](mailto:delpechoespinosajulia@gmail.com)

2215456362