

CÉSAR BRUTO: LAS INCORRECCIONES DEL *HOMO TYPOGRAPHICUS*

Laura Cilento

Instituto de Artes del Espectáculo, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, 25 de mayo, 217, CP 1002, CABA, República Argentina
Departamento de Humanidades y Arte, Universidad Pedagógica Nacional, Paraguay 1255, CP 1002, CABA, República Argentina
laura.cilento@unipe.edu.ar / iaehistoriartes@gmail.com

CÉSAR BRUTO: INCORRECTNESS FROM A *HOMO TYPOGRAPHICUS*

Abstract: César Bruto is a heteronym for Carlos Warnes, an Argentine writer and humorist who developed his career between 1935 and 1980. By 1942 his Cesar Bruto section in *Cascabel* magazine had become a massive attraction; this paper aims to understand its peculiar humoristic formula. In spite of the notorious incompetence of Bruto as a writer, in this paper the claim is made that this is only one of the dimensions of his humoristic success; the rest of them are based on the material conditions brought by the journalistic media as a device that intertwines with the literary text and propels the fictional contract that is assumed with the reader. The research is founded on the material conditions of the design of the magazine and on the analysis of the influence of the aesthetic programme. Openly staking a claim to experimentalism, *Cascabel* joined innovative ideas that impressed with their communication of humour and surprise. The main procedures found in the first two years of the magazine's life show an interest on *trompe l'oeil* and self-reference, so the magazine preserves a central place as a main enunciative focus and by this logic succeeded in introducing its main authors, as the case of Cesar Bruto shows with more consistency. In this peculiar mood, *Cascabel* is the indispensable launching base for Cesar Bruto's formula of literary humour grounded in massive support.

Keywords: humour; César Bruto; fictional contract; media; *Cascabel* magazine

Resumen: César Bruto es el heterónimo de Carlos Warnes, un escritor y humorista argentino que desarrolló su carrera entre 1935 y 1980. Hacia 1942, la sección de César Bruto en la revista *Cascabel* fue un atractivo de masas; este artículo intenta entender su peculiar fórmula humorística. A pesar de la notoria incompetencia de Bruto como escritor, afirmamos que esta es solo una de las dimensiones de su impacto humorístico; el resto de ella está basado en condiciones materiales provistas por el medio periodístico como dispositivo

que entrelaza con el texto literario e impulsa el contrato ficcional asumido con el lector. La investigación se fundó en condiciones materiales de diseño de la revista y en el análisis de la influencia de su programa estético. Abiertamente afirmando su carácter experimental, *Cascabel* reunió ideas innovadoras que impresionaron en la comunicación del humor y la sorpresa. Los procedimientos principales encontrados en los dos primeros años de la vida de la revista muestran un interés en el *trompe l'oeil* y la autorreferencia, de manera que la revista se reserva un lugar central como principal foco de enunciación y mediante esta lógica introduce exitosamente sus autores principales, como el caso de César Bruto muestra con más consistencia. En este modo particular, *Cascabel* es la base de lanzamiento indispensable para la fórmula de César Bruto de humor literario fundado en un soporte masivo.

Palabras clave: humor; César Bruto; contrato ficcional; revista *Cascabel*; medio

1. Introducción

El escritor argentino Carlos Warnes (1905-1980), de vasta trayectoria entre las décadas de 1930 y 1980 en los medios de comunicación gráficos humorísticos, en el medio radiofónico y en el televisivo como guionista, hizo un hallazgo artístico que cambió su relación con la escritura profesional de manera definitiva. En un número del semanario humorístico *Cascabel* inició, como apresurado experimento, una columna firmada por «César Bruto», donde este autor contaba «la biografía de su vida». Plagado de múltiples errores que el firmante exhibía con beneplácito (y con exclusividad, ya que Warnes omitió su nombre de autor en cada aparición), el texto de César Bruto producía una hilarante curiosidad ante el descubrimiento de su éxito como narrador, así como por la simpatía y la perspectiva picaresca que atraían la atención del lector a pesar de (y a expensas de, al mismo tiempo) una gran falta de competencias gramaticales y comunicativas.

Leemos en su debut en *Cascabel*: «Esetuando a los analfabeto, todo los leptore sabrán enterado quel diretoR me nonbró colaborador permanente a la revista, lo cual abla en favor de sus actitudes para la industriA, el comersiO y la bancA...» (n. 34, 8 de julio de 1942). Y contrastamos con nuestra imagen mental del texto bien redactado: «Exceptuando a los analfabetos, todos los lectores se habrán enterado de que el Director me nombró colaborador permanente de la revista, lo cual habla en favor de sus aptitudes para la Industria, el Comercio y la Banca...».

Otra prueba a la que el lector puede someter el texto es la de la lectura en voz alta: no todas las aberraciones que detectamos inicialmente sobresalen en el efecto auditivo que produce ese discurso *deficiente*. Porque, a diferencia de otros personajes populares que aparecen reproducidos en la literatura y el teatro o el cine, César Bruto no habla mal, sino que escribe mal, incluso espectacularmente mal, y obliga a mirar su producción, a evaluar la magnitud de los cambios por una sorpresa que deriva de la alteración física casi masiva de las palabras desde la ortografía y la morfología, así como también desde el uso caprichoso de la mayúscula en posición final.

Esta «exhibición desaforada del acto escriturario» (Ferro 1997: 243) es percibida inmediatamente por la crítica actual como transgresión estética; Roberto Ferro habla de juegos tipográficos, que pueden ser emparentados con el tratamiento que hacen

las vanguardias de la letra como materialidad significante» (1997: 243) y Pablo de Santis señala la maestría de Warnes para encarar desde ese heterónimo géneros como la autobiografía, la columna periodística y los consejos para gobernantes, desde «una perspectiva grotesca» como por su «grafía extravagante que desafía y complace al mismo tiempo la mirada» (2000: 495).

El éxito de las revistas humorísticas respaldaba las trayectorias profesionales de quienes se dedicaban exclusivamente a la colaboración literaria en medios periodísticos, como fue el caso de Carlos Warnes¹. Casi como una muestra de esa productividad «a escala industrial», el autor desplegó múltiples firmas. Con César Bruto, sin embargo, desarrolló una autonomía creciente, superadora del seudónimo y compartida con el diseñador de la identidad gráfica de Bruto, el dibujante Oscar Conti, que firmaba Oski.² Fue, precisamente, esa escritura deficiente normativamente hablando, pero entretenida estéticamente para los lectores, la que ratificó la identidad escritural del heterónimo como un otro absoluto de Warnes, quien –por otra parte y simultáneamente– seguía publicando cuentos con su nombre auténtico, en los que se destacaba por su hipercorrección formal y por el hierático registro del humor inglés, del que sería uno de sus representantes en castellano.³

De la deficiencia al error, del error a la errata, el caso de César Bruto es esclarecedor de los caminos estéticos de experimentación que, con el humor, funda en el universo periodístico popular unos pactos de ficción particulares y,

¹ Al respecto, el especialista en cultura popular argentina Jorge B. Rivera, señala que el período comprendido entre los años 1930-1955 constituye en la Argentina el «auge de la industria cultural», en parte favorecido por la crisis de la industria editorial española y, en general, por las dificultades derivadas del gran conflicto bélico europeo. Lo que Rivera denomina «el sistema de la información, la recreación y la educación a través del periodismo» (Rivera 1998: 102) registra unas elocuentes cifras de crecimiento. Baste comparar los datos que ofrece en su libro: el año en el que nace César Bruto como «autor exclusivo de *Cascabel*», se registran 1.333 publicaciones periódicas en todo el país; solo dos años después, en 1944, la cifra asciende a 2.720 y, con un leve descenso, continuarán en ese nivel durante el período peronista (1946-1955) (*op. cit.*: 118).

² Este trabajo es un desprendimiento lateral del trabajo en prensa que realizamos con Judith Gociol acerca de la trayectoria de Carlos Warnes y Oscar Conti (Oski), donde el despliegue del trabajo en colaboración de estos dos autores se desarrolla en detalle.

³ Como se observará a lo largo del trabajo, el efecto de «analfabeto que escribe», propio del heterónimo creado por Warnes, exacerba algunas discusiones en torno de la legitimidad de ciertos autores contemporáneos, marcados por su insuficiente capital cultural. Probablemente, Roberto Arlt sea uno de los más señalados en su época como blanco de impugnaciones. De hecho, Warnes y Arlt compartieron una sección del diario *El Mundo* titulada «El cuento de hoy». El primero debutó allí con «Cosas inútiles» (1 de agosto de 1934), al tiempo que el autor de *El juguete rabioso* ofrecía su aguafuerte «El tipo que no se ríe nunca» y otras notas y ficciones breves. Sin embargo, cabe señalar en este punto algunas diferencias cruciales entre las posiciones de ambos autores. Mientras Warnes desarrollaba en exclusiva su carrera de autor de ficciones humorísticas en el medio periodístico, Arlt desarrollaba una doble política de pertenencia: por una parte, a la prensa que lo reconocía con una muy buena retribución económica y, por otra, a la literatura institucionalizada a la que aspiraba desafiar con su falta de legitimación formativa y sus supuestas «faltas» de corrección gramatical. Por este motivo se tendió a superar la concepción de un Arlt víctima de injurias académicas por la imagen de un Arlt que tiene capacidad de agencia para construir un mito provocativo acerca de su origen y, por lo tanto, de producir «operaciones» de visibilidad controvertida, aunque efectiva. Warnes es ajeno a estas estrategias a favor del «ascenso» en el campo intelectual.

puntualmente, anti-autonómicos. Literatura fuera del libro, fuera de los géneros y de las instituciones literarias, en ella rige la «libertad creativa bajo presión económica» propia de la revista de actualidad. La necesidad de espectacularizar los contenidos y de renovar permanentemente la oferta de lecturas propia de este tipo de publicaciones fueron criterios dinamizadores y estimulantes de la curiosidad de los lectores por absorber novedades formales. Con una ruptura de límites entre géneros literarios y diseño visual, el periodismo gráfico explotó al máximo sus modos de ofrecer y radicar una enunciación humorística develando, al mismo tiempo, el complejo entramado de redes de la cultura impresa.

Es bajo la órbita de esta inserción en el medio gráfico periodístico que abordaremos la constitución de César Bruto, un «analfabeto que escribe» y que si puede emparentarse con la literatura tipográfica de la poesía concreta, es –como afirma de Santis (2000: 497)– por un efecto posterior de lectura. Un autor popular como Warnes no escribía para el gusto estético modelado en las artes legítimas, por lo que el tono de su experimentalismo, más que encontrarlo en la dinámica del sistema literario vanguardista (con el que coincide en el tiempo), reside en una combinación de proyecto creador y auspicios de los mecanismos de experimentación propios del medio en el que se desempeñó.

2. El *Homo typographicus* contra la ley

Presumiblemente es imposible cometer un error gramatical en una sociedad analfabeta, porque nadie oyó jamás ninguno. La diferencia entre el orden oral y el visual hace surgir las confusiones entre lo que es gramatical y lo que no lo es.

Marshall McLuhan (1985: 283)

Tildado de analfabeto, César Bruto navegaba sus apariciones transformadas en una sección fija, con peripecias muy variadas, siempre regidas por su humilde y marginal origen: en alguna ocasión se vuelve rico y el tío lo educa; a veces pierde dinero; otras veces quiere casarse o busca trabajo, pero en todos los casos se alegra por poder contarle en su columna semanal; es decir: sus primeras secciones («Del cuaderno de César Bruto» y «Lo que me gustaría ser a mí si no fuera lo que soy», específicamente en la revista *Cascabel*) serán una autobiografía picaresca del escritor novel. En las siguientes líneas nos centraremos no tanto en la incorrección gramatical *per se* (una incesante galería de barbarismos) como en el uso estético-humorístico de la errata que afecta la tipografía y que vincula a César Bruto con los roles del mundo impreso en la era masiva; lo que interesa en este caso es registrar las variaciones que exceden ese uso incorrecto y que llevan a delimitar cómo funciona el pacto de la ficción humorística interpretando tanto los factores intrínsecos al texto de Warnes/Bruto como los inherentes al medio periodístico. Es decir, concibiendo la creación de la literatura de César Bruto como la explotación compleja de los componentes del dispositivo periodístico que la auspició, la contiene y la ofrece al público lector.

De este modo, quedarán expuestas tres facetas de la incorrección que vinculan las dimensiones del dispositivo.⁴

2.1. Incorrecciones sociales de César Bruto (el interior de la ficción humorística)

A partir de la feliz recepción, por parte de los lectores, de la colaboración iniciada en julio de 1942, quedó consolidada la sección «Del cuaderno de César Bruto», donde las peripecias de César y su familia evocan paródicamente los principios romanescos del folletín, ya que pasan de la miseria suburbana al bienestar económico por un golpe de suerte, y luego desbaratan esa fortuna para volver a un barrio que les resulta siempre insuficiente para sus fantasías de progreso y disfrute de la vida moderna. Una de esas anécdotas muestra a César Bruto, desafiadamente, en una aproximación a la lectura. Se trata de «Haora soy favorito de los libro», que parte de la siguiente situación:

Me acordé de lo de la fería del librO porque a mí tamién me se dio la nostalgia de ir a visitarla antes que se cerrara y tanto porque después a uno le preguntan si fue a verla y si uno dise que no son capaz de refregarle por la cara que uno no tiene cultura y que para más de cuatro hacer una fería del librO es como tirarles margaritaS a los lechones. La cosa es que yo fui a ver la cuestión esa de los libro y tanto para no salir con las mano vacías y también para mostrar que no me llamo un peso, me compré un libro que se llama 'loS tres mosqueterO', que dicen lo escribió alejandrO dumA, y con ese ya son cuatro libro los que tengo en casa, aunque a mi viejo le dea por desir que yo voy por mal camino y que siguiendo a los que les da por la chifladura de tanto ler voy a terminar si más no viene en la miseria como tantos poetas que andan por ahí [...](*Cascabel*, n. 77, 5 de mayo de 1943).

Quebrando ciertos protocolos tradicionales de participación en la «esfera pública», César Bruto no se priva de colocar sus detalles íntimos y cotidianos en primer plano, y es así que las primeras incorrecciones remiten a sus hábitos y a su visión de mundo, comenzando por la admisión de que la lectura no es una actividad deseada como desafío estético o intelectual, sino como cumplimiento de una apariencia de interés cultural. Bruto representa, de este modo, un gesto de clase que oscila entre la figuración social y un mandato familiar muy alejado de intereses de mejoramiento que no provengan de ingresos económicos.

A pesar de estas y otras condiciones adversas (lee en un dormitorio compartido por todos los miembros de la familia, a la luz de una vela), Bruto cuenta que se entusiasmó mucho con la novela de Dumas: «[...] porque adentro del libro había de las cosa de los antiguo del tiempo de antes, o sea los conde, los marqués, los duques y los rey, y las luchas de los caballeros» (*ibidem*). Bruto, sin embargo, se muestra finalmente accediendo con gusto a los bienes culturales y termina recomendando el libro a los lectores de su columna:

⁴ En términos de Oscar Traversa, el dispositivo puede definirse como la articulación posible entre un texto verbal, las técnicas (manejos de materialidad) y las mediaciones sociales; entre fenómenos técnicos y experiencias de producción y reconocimiento, «[...] Mostrando que, en cada caso, las relaciones entre las “técnicas constructivas” (las productivas de los textos) y las “técnicas sociales” (las que conciernen a la circulación) dan lugar a diferencias que inciden en la producción de sentido» (2014: 72).

La contra que tiene el libro «loS treS mosqueterO» es que sigue en otro libro las aventuras, o sea que el vivo del señOR duma quiso haserse la méricA a costa de los leptore y el que quiere saber cómo sigue que compre el otro tomo. Yo lo voy a comprar porque siempre es bueno saber las cosas que se escriben al mundo, y no es cosa de que a uno mañana o pasado vengan y le digan: «Usté, don, ¿qué libros leyó en su vida?», y uno tenga que agarrar y contestarle: «Como yo sé ler muy poco, sólamente me dedico a ler los libro que tienen muchas figuras». ¡El que nunca haiga leído «loS treS mosqueterO» es un muerto que camina! (*ibidem*).

En la ambivalencia de sus observaciones asoma en Bruto el personaje marginal que tiene aspiraciones de elevación social conviviendo con los prejuicios más retrógrados (coincidiendo con los de su padre, Bruto cree que los escritores quieren esquilmar los bolsillos de los lectores para hacerse ricos). Esta axiología del «hombre común», que produce anclajes en la amplia tradición costumbrista de las revistas humorísticas y en otros géneros del espectáculo como el teatral y el radial (y sus desarrollos caricaturescos de la idiosincrasia oral de los inmigrantes e iletrados criollos), recibe una inflexión agregada: Bruto exhibe su experiencia personal como modélica; se ofrece como un ejemplo de acercamiento a la lectura y como un lector que supera al nivel de escasa formación de quienes solo pueden acceder a materiales con poco texto y mucha imagen (¿la misma revista *Cascabel*?) porque lee textos literarios extensos.

Este particular autor no deja sin rebote irónico sus incorrecciones. Por un lado, rubrica –¡hablando acerca de la lectura y la cultura!– el escándalo de ser un «analfabeto que escribe», y por otro lo desmiente, ya que tiene competencias lectoras de textos ficcionales (accede con fruición a sumergirse en los mundos narrativos). En este sentido, refuta la fácil etiqueta del analfabetismo, incluso la que le correspondería por tratarse de un «analfabeto funcional», esto es, alguien que tiene las competencias básicas de lectura (suele definirse como un nivel formativo que habilita para leer textos simples, como los del periódico), pero no puede adecuarse a situaciones de uso más sofisticado o específico de la lengua (Braslavsky 2003: 7).

Su actitud cómica ante el mundo justifica su falta de esmero, de responsabilidad para auspiciar instituciones que no lo han albergado eficazmente, como la escuela y, de este modo, nos deposita en una vertiente costumbrista del humor. Pero, dado que esa actitud cómica es subversiva desde el momento en el que es un enunciador y no simplemente un personaje, se transforma en lo que podríamos denominar un simpático «bandido popular de la lengua», satisfaciendo implícitamente la aprobación del público de literatura popular por quienes combaten el sistema.

Esta ambivalencia entre lo risible inmediato (la brutalidad cotidiana) y la necesidad de suspender las evidencias⁵ que nos hacen preguntar cómo un personaje que no puede redactar como periodista ejerce el oficio, hacen al primer nivel de observación del lector. Pero también puede recuperar otros datos que la vista le ofrece, como notaremos en la sección 2.2.

⁵ Inspirado en Louis Cazamian, para quien la «forma permanente del humor» se constituye en la detención voluntaria de nuestros juicios implícitos y reacciones acerca de la realidad, Robert Escarpit (1962) propone una dialéctica del humor en la que la inflexión clave se produce cuando, suspendidos esos juicios o evidencias, se sucede una situación absurda o transreal que deriva de esa omisión.

2.2. Incorrecciones del dispositivo mayor: la revista humorística (primerísimo plano)

Con la divisa de un *gadget* sonoro que no solo connota alegría, sino que sirve para llamar la atención, el publicista Jorge M. Piacentini reunió los fondos para fundar *Cascabel*, cuyo número 1 salió a la venta el 19 de noviembre de 1941. El historiador del humor gráfico Oscar Vázquez Lucio (quien firmaba Siulnas como dibujante) destaca dos intereses que convivían en la propuesta de esta revista humorística: en su veta vinculada al tratamiento de la realidad política, una posición aliadófila en lo internacional y paulatinamente antiperonista en lo nacional, sumada a otra veta vinculada al universo costumbrista del humor, para la que sobrevuelan múltiples alusiones cómplices al lector masculino: «una pretendida orientación hacia los “solteros y los casados indómitos”» (Vázquez Lucio 1985: 35) que exhibe ilustraciones de hermosas mujeres en páginas multicolor y consejos para evitar las furias de las esposas.

No obstante estas líneas que marcaron orientaciones generales de los contenidos, la revista contó con objetivos estéticos intrínsecos al proyecto humorístico, que no son ajenos a cierta presencia autoral proveniente de otros campos de producción. José Luis Lanuza y Conrado Nalé Roxlo, específicamente, ambos colaboradores hijos de *Cascabel*, habían formado parte de la redacción de la revista cultural de vanguardia *Martín Fierro* (1924-1927), en el caso del segundo, y de revistas y periódicos masivos el primero. Ambos representaron las expansiones de unas facetas profesionalizantes de escritor que acompañaban sus apuestas mayores en los medios cultos. Para esta faceta lucrativa adoptaron otras identidades mediante el seudónimo: Lanuza, autor de ensayos sobre literatura y mitología bajo su nombre real, se transformó en El soldado desconocido y Nalé Roxlo utilizó su sobrenombre más conocido: Chamico, actitud que comprueba la necesidad de desdoblarse su proyecto creador –incluso de no contaminarlo–, pero también permite observarlo desde otra perspectiva. Colaboradores como Lanuza y Nalé Roxlo contribuyeron a impulsar buena parte de las innovaciones que *Cascabel* ensayó para dotar de una estética característica su dispositivo periodístico.

Dado que resultaba conveniente frente a los grandes públicos lectores mantener una oferta miscelánea de contenidos (política, notas sobre deportes y espectáculos, entretenimientos, viñetas humorísticas, textos literarios normalizados como el cuento), la apuesta a la experimentación se aprecia fundamentalmente en el tratamiento humorístico de la diagramación, que *Cascabel* desplegó tratando de hacer visibles los aspectos más lúdicos del dispositivo y que llevan permanentemente la marca de la incorrección como explícita política editorial.

Por una parte, las posibilidades de intensificar el modo visual y táctil de acceder a la lectura genera un uso cómplice del procedimiento del *trompe l'oeil*. En el número 1, el interior de la portada dispone visualmente unos papeles que parecen estar dispersos desordenadamente, como en el escritorio de una redacción. Allí se les permite enterarse a los lectores de que estamos ante el número 520 de la revista y que esta comenzará a aparecer en orden decreciente hasta llegar al número 1. Así como

este anuncio, si se comienza recorriendo por la nota superior, crea un *shock* en quien suponía estar leyendo el número inaugural, al mismo tiempo desnuda unas rencillas internas y la cadena de decisiones internas del *staff*. Se nos deja sospechar, de acuerdo con las notas del extremo inferior, que el regente del taller habría decidido unilateralmente la edición y la impresión de esa misma página objetada por el director, con el título sorprendente de «Nuestro número 520», y que no puede ser otra cosa que una broma interna publicada sin autorización, un gesto lúdico del taller de impresores. Y debe decirse que de hecho la broma implicó ficcionalizar las condiciones materiales de edición de la revista para incluir al mismo tiempo un espejismo visual (que el lector esté presente en la mesa de la redacción), un salto temporal y, finalmente, una autorreferencia que promocionó llamativamente el debut, incluyendo otra torsión humorística, la de la falsa desmentida: no estamos ante el número 520, aclara la nota del director, ¡sino ante el 521! Al pie, en correcta impresión, aparecen los datos legales de la revista en los que a su vez se filtra una acotación en letra manuscrita: donde se anuncian los derechos exclusivos para la Argentina de las revistas *Gags* y *Judge*, se lee «Ojo! colegas» (ver figura 1).

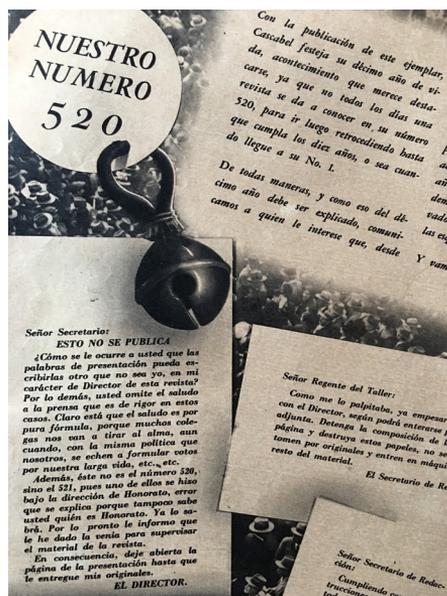


Figura 1. Página interior del número 1 de Cascabel (19/11/1941)

El efecto consiste, en definitiva, en la imposibilidad de reconocer las realidades involucradas (la ficcional y la real), que aparecen superpuestas en la superficie del diseño y que continúan, dispersas, en otros «engaños al ojo» que involucran más abruptamente al lector, como las huellas para los dedos que en el número dos (26 de noviembre de 1941) aparecen en dos laterales de las páginas centrales: son para que el lector apoye sus pulgares, como una indicación de manipulación de una revista

orgullosa de su formato *tabloid*, bastante más generoso que el de algunas antecesoras revistas ilustradas y de historietas. Como supone hábitos de lectura frutiva y de ocio, en el número 6 (24 de diciembre de 1941), ofrece un «lugar para apoyar el codo izquierdo» y un «lugar para la copa», invitando así al lector a que se demore en la experiencia de la lectura (ver figura 2).



Figura 2. Página interior del número 6 de Cascabel (24/12/1941)

Cascabel se afianza así como enunciadora explícita y globalmente responsable del registro estético humorístico de toda la publicación, más allá de la propuesta intrínseca de las colaboraciones. Duplica su apuesta de visibilidad por el experimentalismo en el dispositivo y en la exhibición de la «cocina editorial», transformando al mismo tiempo el mundo impreso y profesional en tema y –eventualmente– en objeto de irrisión. Para reforzar temáticamente esta intención, ofrece una sección fija, «Cascabeleos», «para que el lector pueda curiosear la vida interior de la revista y aprenda a querernos a fuerza de encontrarnos en manga de camisa» (n. 3, 3 de diciembre de 1941). Exterioriza los engranajes profesionales y resulta capaz de mostrar méritos e incorrecciones. Entre los primeros se encuentra el objetivo de situarse frente a los lectores como una revista de experimentación, tal como lo anuncian en un suelto dentro del número 1, que funciona como declaración informal de principios; bajo el título «Sea indulgente» y compartiendo espacio con las viñetas humorísticas, la redacción se excusa y advierte: «Esta revista tiene los errores propios de toda innovación. Pedimos a usted, lector, que los disculpe: ya verá cómo los iremos corrigiendo». Revela, de este modo, intención de lucirse como innovadora y con conciencia estética del carácter arriesgado y de ensayo que trae consigo toda tentativa de cambio formal. También serán méritos

asimilables a estas intenciones ofrecer dos colaboradores paradigmáticos en sus primeros números: Saúl Steinberg como dibujante humorista y Ramón Gómez de la Serna como autor del género humorístico breve de las «greguerías», que reformula hacia el absurdo las perspectivas poéticas y paremiológicas del saber tradicional.



Figura 3. Página interior del número 34 de Cascabel (8/7/1942)

Entre las incorrecciones, a su vez, se destaca el operativo de presentación de César Bruto como nuevo colaborador y «redactor exclusivo» de *Cascabel*. Como cuenta Carlos Warnes en una entrevista que le realizó muchos años después Juan Sasturain, Bruto aparece como la más casual de las ocurrencias, y precisamente a partir de la sección de la «cocina de la revista»:

Un día tenía que escribir el Cascabeleos semanal, el tema era el problema del papel y no se me ocurría nada. Entonces inventé que el redactor habitual de la sección había faltado y había mandado a su hijo a explicar por qué no había venido, ante lo cual le sugerimos que escribiera él mismo lo que tendría que haber hecho su padre Y, a continuación, citaba textualmente lo que había escrito el tipo (Warnes 1993: 17).

Así es presentado por el aparato paratextual de la revista, cuando propone hiperbólicamente como estrategia sensacionalista: «Mire [,] enfrente y ¡pásmese! Hemos adquirido los derechos exclusivos para publicar toda la producción de César Bruto (hijo), tal como el muy bestia lo escribió y dibujó» (*Cascabel* n. 34, 8 de julio de 1942). El retrato con la identidad gráfica del nuevo autor tiene el gesto de los delincuentes de los edictos policiales y resulta contrastivo respecto de una euforia que no puede leerse más que como irónica (v. figuras 3 y 4). La distancia que marca la inverosimilitud del pacto humorístico comienza en los paratextos, es decir, que la ficción forma parte integrante del dispositivo.



Figura 4. Página interior del número 34 de Cascabel (8/7/1942)

2.3. Incorrecciones aceptadas por contrato (el fondo de la ficción humorística fundido en el primer plano del dispositivo)

It is a metapicture in a strict or formal sense, a picture about itself, a picture that refers to its own making, yet one that dissolves the boundary between inside and outside, first- and second-order representation, on which the metapictorial structure depends.

W. J. T. Mitchell (1994: 42)

En una mirada donde confluyen las incorrecciones internas a la ficción cómica de Bruto y las superpuestas desde la dimensión contenedora del dispositivo global de la revista, cada colaboración de Bruto aparece como un producto intensamente codificado como humorístico. Las marcas gráficas son, en este sentido, un importante punto de articulación.

Si el error en la escritura de Bruto es identidad de autor, y le da la originalidad por la diferencia extrema como heterónimo frente a la producción formal y estilísticamente muy pulcra de los textos firmados por Carlos Warnes, la errata intensifica la incorrección formal. Esto implica detenerse en esa intervención del «texto natural» que habría llegado a la redacción de la revista «como el muy bestia lo escribió», dado que la introducción de mayúsculas inadecuadas es error proveniente de la operación técnica de impresores (y de supervisión de editores) y, por lo tanto, depende de alguien que no es el autor y que compone el texto a partir de gestos involuntarios y deficiencias que se desnudan en su existencia como impreso periodístico. Es decir: leyendo las ficciones humorísticas de César Bruto debemos los lectores acordarnos (hacer consciente) el entorno editorial.

Arnaldo Saraiva, en su indagación acerca de las literaturas marginal(izadas), descubre en la errata una suerte de género por derecho propio, fruto de lo que él denomina una extraña alianza entre la creatividad y la técnica, que ya no deriva de la convención estética del autor omnipresente, sino que depende de lo ajeno e imprevisto, y esta suerte de usurpación del dominio intelectual sobre lo escrito crece en expresividad y en efectos cómicos.⁶ En César Bruto constituye un baldón negativo más, aunque esta intensificación de la deficiencia, paradójicamente, en algún punto deja de leerse como error mecánico y abre una significación visual donde la palabra como soporte de significados lingüísticos vuelve en forma de imagen tipográfica y significa por sus cualidades puramente visuales de textura, composición, movimiento y sorpresa. La ignorancia originaria culmina obteniendo una sublimación y un efecto estéticos en unas letras que parecen cobrar vida propia gracias al primer plano que el dispositivo presta a las formas y, especialmente, porque la comunicación tipográfica es multimodal (Van Leeuwen 2005: 141).

No llegamos a entrar en contacto con César Bruto si no lo leemos; si lo leemos, debemos mirarlo, y en ese logro (al que se suman las ilustraciones de Oski, quien también accedió en sus comienzos a cederle la autoría a Bruto y luego prefirió usar su firma artística) Bruto revolucionó la inclusión de los personajes populares que ya no serían objeto directo del habla pintoresca y reproductiva de una idiosincrasia, sino un *Homo typographicus*, un producto de la cultura de masas.

3. La literatura y el efecto de metaimagen

La intensidad de la agitación en torno a las cuestiones ortográficas es un útil indicio de la novedad de la imprenta y de sus efectos centralizantes y homogeneizadores.

Marshall McLuhan (1985: 282)

Dadas estas condiciones de autoconciencia del dispositivo *Cascabel* como revista humorística, cabe observar los dos planos en cuyo espesor de «metaimagen» para utilizar los términos de Mitchell (1994), César Bruto encuentra su lugar natural y se realiza plenamente: tanto en la incorrección del heterónimo, que pone en cuestión la legitimidad del escritor popular, como en la incorrección de la tipografía, sobreimpresa en el mismo texto como «aporte técnico» de unos miembros del *staff* que recuerdan su rol central como realizadores materiales de la publicación que tienen los lectores ante sus ojos.

Si bien el éxito de César Bruto en *Cascabel*, y en otras revistas y periódicos en los que fue alojado, auspició que su producción ascendiera hacia el Olimpo de la edición en libro,⁷ el sistema impreso de este último soporte respetó las convenciones del

⁶ Dice, textualmente: «Pelo exposto se conclui que, se na gralha cabem todos os matizes da expressividade, são os do cómico que melhor a servem, ou que melhor ela serve. Porque inesperado e 'inocente', o cómico da gralha é até, como regra, superior a qualquer outro. Aliás, quase todos os humoristas se valem de recursos característicos do mecanismo das gralhas [...]» (Saraiva 1975: 148).

⁷ La recopilación de artículos firmados como César Bruto dio lugar a los siguientes volúmenes: *El pensamiento vivo de César Bruto* (1946); *Lo que me gustaría ser a mí si no fuera lo que yo soy* (1947), *Los grandes*

dispositivo revista, confirmando una vez más la creación de una ficción humorística que se expande desde los contenidos hasta la materialidad palpable. La redacción como enunciador ficcionalizado se reemplazó, en esas oportunidades, por una enunciación editorial igualmente ficcionalizada, que publicaba en contratapa y solapas la biografía de Bruto, las opiniones de la crítica e incluso alabanzas y prólogos de los amigos.⁸ Es decir, las leyes de la construcción extendida del contrato de ficción humorística formaron parte de la «obra literaria» de César Bruto y se consagran –aun con el libro como objeto legitimado– como un logro de la literatura no autónoma que migra desde los medios masivos y que no rinde tributo a los protocolos serios de la alta literatura.

Warnes se afirmaba, de este modo e irreductiblemente, como el humorista que prefiere ser albacea de su propia invención, y así como se funde (casi cinematográficamente hablando) en el fondo de su creación, lo hace también hacia el exterior, como parte de un proyecto editorial netamente periodístico y masivo, con el que se trabaja a destajo y se construyen identidades profesionales colectivas. Aun en esa modalidad, la experimentación literaria encuentra propias y peculiares formas de renovar la producción de humor. Y, como parte de ese mismo cuadro en el que afuera y adentro pierden su prioridad y su nitidez, quedan incluidos los lectores, que ríen y acceden a sofisticadas formas de perplejidad.

Referencias bibliográficas

- BRASLAVSKY, Berta (2003), «¿Qué se entiende por alfabetización?», *Lectura y vida. Revista latinoamericana de lectura* 24/2, 2-17.
- DE SANTIS, Pablo (2000), «Risas argentinas: la narración del humor» en JITRIK, N. (dir.), *Historia crítica de la literatura argentina*, Buenos Aires: Emecé, 493-511.
- ESCARPIT, Robert (1962), *El humor*, Buenos Aires: EUDEBA.
- FERRO, Roberto (1997), «Carlos Warnes (César Bruto): la letra del humor. ¿Quién nos rescatará de la seriedad?» en JITRIK, N. (comp.), *Atípicos en la literatura latinoamericana*, Buenos Aires: UBA/Instituto de Literatura Hispanoamericana, 235-244.
- MCLUHAN, Marshall (1985), *La galaxia Gutenberg. Génesis del «Homo typographicus»*, Barcelona: Planeta-Agostini.
- MITCHELL, W.J.T. (1994), *Picture Theory. Essays on Verbal and Visual Representation*, Chicago: University of Chicago Press.
- RIVERA, Jorge B. (1998), *El escritor y la industria cultural*, Buenos Aires: Atuel.
- SARAIVA, Arnaldo (1975), «Quem tem medo da gralha?», en *Literatura marginal/izada*, Porto: Arvore, 145-151.

inbentos desde mundO (1952), *El secretario epistolárico* (1955), *Brutas biografías de bolsillo* (1972) y *Brutos consejos para gobernantes* (1973), con escasas ediciones limitadas a dos de los títulos: *Lo que me gustaría ser...* y *Brutos consejos*.

⁸ Véase la contratapa de *Los grandes invento deste mundo*, donde se cita, como reza la fórmula de promoción editorial de la época, «Algo, de lo mucho que se ha dicho de César Bruto»: siete comentarios provenientes de periodistas y medios muy reconocidos, entre los cuales destaca el del ensayista Héctor P. Agosti: «César Bruto nos destila sus reflexiones de muchacho con ojos grandotes, ojos ingenuos abiertos sobre el mundo, en el fondo de los cuales fácil es percibir la candorosa admiración por la Cultura, que parece más importante cuando se la escribe con abuso de mayúscula». En la solapa de *El secretario epistolárico*, es el mismo autor declarado, o sea César Bruto, quien invita informalmente: «¡Adelante, pasen nomás! Adentro deste libro encontrarán el modelO para escribir sientos de cartaS...».

- TRAVERSA, Oscar (2014), *Inflexiones del discurso*, Buenos Aires: Santiago Arcos.
- VAN LEEUWEN, Theo (2005), «Typographic meaning», *Visual Communication* 4, 137-143.
- VÁZQUEZ LUCIO, Oscar (1985), *Historia del humor gráfico y escrito en la Argentina*, tomo 2, Buenos Aires: Eudeba.
- WARNES, Carlos (1993), «El nacimiento de César Bruto» (entrevista de Juan Sasturain), *La Maga*, 23 de marzo, 17.