

*¡Por fin llegaste, Patoruzú!  
Un exitoso icono de la historieta argentina*

**Flavio Fiorani**

UNIVERSITÀ DI MODENA E REGGIO EMILIA

---

**ABSTRACT**

---

With his curious argot, the South American Indian tehuelche Patoruzú is still today the most famous comic character of Argentina. Born at the beginning of 1930s by Dante Raúl Quinterno, "the pampas' superhero" with his incredible strength and open-heartedness has become a cultural icon. Its success is due to the ability of its illustrator to create a series whose protagonists lack an accurate definition because they embody the complexity of an eterogeneous society. A stylised trait of great visual impact and expressivity, Quinterno's comic spread a moral message that met the public approval (of both children and adults) ready to identify with the conservative and patriotic values of Patoruzú.

**Keywords:** Argentine Comic, Patoruzú, Moral Message, Eterogeneous Society, Cultural Icon.

Con su curioso argot el indio tehuelche Patoruzú es hoy en día el más famoso personaje de la historieta argentina. Creado a comienzos de los treinta por Dante Raúl Quinterno, el "superhéroe de la pampa", cuya tremenda fuerza es igualada por su desinteresada generosidad, se ha transformado en un icono cultural. Su éxito se debe a la capacidad de su creador de realizar una historia serial cuyos personajes escapan a una definición precisa porque reflejan los rasgos de una sociedad heterogénea y compleja. Con historias ejemplares cuyo éxito se debió a un público de lectores (niños y adultos) que se identificaba con los valores conservadores y patrióticos personificados por Patoruzú.

**Palabras claves:** historieta argentina, Patoruzú, sociedad heterogénea, icono cultural.

---

## Nace un ídolo popular

El 17 de octubre de 1928 el diario porteño “Crítica” anuncia el debut de un nuevo personaje (el indio Curugua-Curiguagüigua) en una tira cómica nacida el año anterior y cuyo título es “Aventuras de don Gil Contento”. Su autor es Dante Raúl Quintero (1909-2003) que ya era conocido en el mundo de las historietas argentinas<sup>1</sup>. Don Gil Contento iba a adoptar un pintoresco indio tehuelche que asomándose desde la puerta de un tren de carga al bajar gritó: “¡Guaagua Piragua! ¿Vos sos meu tutor, chei? Curugua-Curiguagüigua te saluda”. La respuesta de Contento fue: “¡Por fin llegaste Patoruzú! Te bautizo con ese nombre porque el tuyo me descoyunta las mandíbulas”. “Patoruzú”: el apodo del “indio ingenuo y millonario” venía de una pasta negra de oruzú en venta en las farmacias y que los chicos comían como caramelo. El matutino publicó sólo dos días la historieta con el indio que, según la trama, es el último tehuelche gigante de la Patagonia que llega a Buenos Aires acompañado de su ñandú Carmela para vivir en lo de Don Gil Contento, cuyo difunto tío había sido tutor del cacique. Los tres personajes protagonizan una página completa. El indio grandote, ignorante y llorón irrumpe en la tira cómica que cuenta las peripecias del porteño Gilito:

“Aprendé! La electricidad la descubrió Cristóbal Colón. ¿Ves? Apretando este botón con el dedo, se produce la luz en esa lámpara: “Caray, che! ¿Y eso no es cosa e brujos?!” [...] “¡Gaaaaguaaaa! ¡Vamo a casa! ¡Yo quiero hacer luz con el dedo! ¡Buuuuú! ¡Uuuuuú!” (Quintero, 2004, pp. 25-26).

---

<sup>1</sup> En 1925 Quintero crea para la revista *El Suplemento*, «Panitruco» y al año siguiente, para *La Novela Semanal*, «Andanzas y desventuras» de Manolo Quaranta, que cuenta las peripecias de un hombre maduro. Luego dibuja «Don Fermín» (futuro «Don Fierro») para *Mundo Argentino*. En 1927 publica en el diario *Crítica* la tira «Un porteño optimista», que más tarde adopta el nombre de «Las aventuras de don Gil Contento».

**Don Gil Contento Adoptará al Indio "Curugua - Curiguagüigua"**

Dante Quintero Ofrecerá a los Lectores de CRITICA las Aventuras de Don Gil Contento con un Indio Tehuelche de la Patagonia

**ALGO SOBRE "CURUGUA - CURIGUAGÜIGUA"**

Curugua-Curiguagüigua, un joven indio, último vástago de los "tehuélicos gigantes", que habitaban la Patagonia, queda solo, y desamparado en el mundo, por la muerte de su tutor y patrón. Este, que resurta ser un tío de don Gil Contento, radicado en el Chubut, le pide a nuestro viejo y conocido "Gillito", en una postrer y conmovedora carta, que se haga cargo de su pupilo Curugua-Curiguagüigua, a quien ha criado y educado como si fuera un hijo.

"No quisiera morir — le dice — dejando a este indio ingenuo a merced de las maldades humanas, y confío en que sabrás agradecer tan precioso legado, tratando a Curugua-Curiguagüigua como a un primo o a un hermano".

Así es como don Gil Contento, por un sentimiento humanitario y por respeto al postrer deseo de su difunto tío, se ve en el trance de traer de Chubut al indio patagónico Curugua-Curiguagüigua, convirtiéndose en su tutor y protector.

Muy en breve debutará en las regocijantes aventuras del simpático Gillito, este original personaje, arrancado de su vida casi nómada en la Patagonia, para entrarlo en un centro de civilización tan avanzada como lo es nuestra gran urbe porteña.






Figura 1. El anuncio de la llegada de Curugua-Curiguagüigua a los lectores de "Crítica" (1928).

Serán necesarios dos intentos para que el indio tehuelche pegara en el público como nunca antes ningún personaje lo había hecho. El estrepitoso éxito de la tira cambiará para siempre formas de estructurar y comercializar la historieta en la Argentina y conquistará a todas las capas sociales. Dos años después – el 27 de septiembre de 1930 – se produce el segundo nacimiento de Patoruzú: el vespertino "La Razón" anuncia que el último vástago de la tribu de

los tehuelches e hijo de un cacique de la Patagonia está por llegar a Buenos Aires lleno de oro. En “Crítica” y “La Razón” aparece la misma imagen gráfica: Patoruzú bajando de un vagón de carga con una bolsa llena de pepitas de oro. El desarrollo de la primera aventura en el vespertino es la continuación de la esbozada dos años antes en “Crítica”. Esta vez, acompañado por su avestruz Lorenzo, Patoruzú es un hombre inmensamente rico. En una carta que le ha enviado a Julián, el tío Rudecindo le explicaba que le había dejado como herencia a Patoruzú, “un indio güenazo, hijo de un difunto cacique tehuelche amigo mío, pa’ que lo sigas apadrinando...” (*ivi*, p. 15). A los pocos días el avestruz termina asado en la cocina del hotel...

Vale la pena precisar los rasgos de la tira de “La Razón”: el protagonista es el dandy Julián de Montepío, que se dedica a embaucar a todo el que se le cruza en el camino y que apadrina a nuestro héroe para convencerle que las pepitas están embrujadas para cambiárselas por unas monedas de níquel con las que conseguir alimentos en un bar automático. La inesperada aparición de uno de los peones del tío Rudecindo, que al morir había dejado a Patoruzú su herencia en oro, salvará al ingenuo huérfano tehuelche de las maquinaciones de su padrino. El indio deposita las pepitas en un banco y, tras mudarse a un hotel de lujo, aparece como un hombre de ciudad, pero sin abandonar su vincha ni sus boleadoras, y va de juergas con Julián y se lo ve bebiendo en bares y cabarets.

En diciembre de 1935 Patoruzú pasa al diario “El Mundo” que publica las aventuras del gran héroe gráfico que marcará la historia del cómic con el nombre pegadizo y bien criollo de la oscura golosina, debido a las desavenencias con “La Razón” de Quinterno, que mientras tanto había adquirido el pleno dominio intelectual y económico sobre sus personajes y fundado el primer sindicato argentino de historietas. Es el tercer nacimiento de Patoruzú. Al “superhéroe de las pampas” cuya fuerza física es igualada por la generosidad de su corazón, siguen acompañándolo Julián de Montepío que pasa a llamarse Isidoro Cañones y una galería de personajes secundarios. Isidoro Cañones – el típico chanta porteño cuyas andanzas habían protagonizado la tira humorística de “El Mundo” – es por un tiempo gerente de un circo, hombre aprovechador pero de buen carácter, que apadrina al indio. Patoruzú se publica además en un periódico del interior y en colores en la revista “Mundo argentino” (Lipszic, 1983, 2, p. 393).

En noviembre de 1936 sale el primer número de la revista *Patoruzú* (formato apaisado 18 x 28 cm) que al año siguiente se vuelve quincenal y luego semanal. Aparecen una y otra vez el capataz Ñancul, que ratifica el estatus de terrateniente de Patoruzú y Upa, el hermano menor del indio que vive encerrado en una cueva por haber nacido sietemesino y deforme y no haber gritado “¡Huija!” al nacer. Los lectores se enteran del origen egipcio de la familia

Patoruzek, cuyos ancestros son el faraón Patoruzek I y la princesa Napata, llegados a la Patagonia después de una batalla a orillas del Nilo. En 1938 llegan otros personajes: el caballo Pampero y la Chacha Mama, ama de leche del tehuelche, famosa por sus pocas pulgas, sus empanadas y su pipa al estilo Popeye. A medida que transcurre el tiempo, la figura del indio, cuya fuerza física es comparable con su corazón generoso, va creciendo. Patoruzú vende juguetes, pulseras, jabones y otros productos. Radio El Mundo emite el programa “Bajo el poncho de Patoruzú”. De las historietas se hacen cargo las grandes firmas del humor gráfico: Guillermo Divito, Raúl Roux, José Luis Salinas, Eduardo Ferro, Adolfo Mazzone, Roberto Battaglia. En 1942 Quintero produce un dibujo animado para el cine, en 1945 aparece el personaje de Patoruzito, su alter ego infantil, y en 1946 *Adventures of Patoruzú* es el título de la fracasada edición al inglés por Green Publishing Co. que no logró beneficiarse de una poderosa campaña propagandística a favor del cómic argentino más famoso en aquellos años<sup>2</sup>.

### El icono del cómic argentino

Patoruzú va adelante con su aventura seriada: las andanzas del cacique se apoyan en una simple expresividad gestual, un excelente diseño y un buen ritmo narrativo son los rasgos principales de la historieta de Quintero. Dispuesto a hacer el bien y cargado de oro, en noviembre de 1936 el huérfano Patoruzú se muda para siempre a la revista que lleva su nombre. El primer número se agota en el día. Las “Patoruzadas” (chistes de un solo cuadro) y un editorial titulado “Hemos visto chei...” en el que el indio comenta hechos de la actualidad captan la atención del público, operan como estrategias de interpelación y son formatos y géneros que la prensa popular aprovecha para conquistar el mercado de lectores de historietas altamente competitivo. A fines de 1937 Quintero lanza el *Libro de Oro de Patoruzú* (164 páginas con ilustraciones, chistes, historietas y notas humorísticas) que será un clásico por más de medio siglo.

---

<sup>2</sup> El intento de llevar a la pantalla a Patoruzú derivó en un corto de 12 minutos de duración producido y dirigido por el Sindicato Dante Quintero. *Upa en apuros*, que sufrió una complicada producción y resultó perjudicado por costos muy altos, fue el primer dibujo animado argentino en Technicolor. En el dibujo animado Patoruzú vence al gitano Juaniyo que había secuestrado a Upa. Se estrenó en el cine porteño “Ambassador” en noviembre de 1942. En 1988 Canal 2 emitió un corto animado protagonizado por Patoruzito, Isidorito y Pamperito.



Figura 2. El Libro de Oro de Patoruzú (1938).

El indio tehuelche personifica valores muy sencillos: un vigor físico algo excesivo (pero que no lo sitúa en la dudosa categoría de superhéroe al no disfrutar de superpoderes) asociado a optimismo, valor y espíritu de justicia que lo llevan a combatir el crimen y hacer el bien. Para guionistas y dibujantes que realizan las historietas de Patoruzú, Quintero – que reivindica la propiedad intelectual de su personaje – redacta un decálogo que contiene un minucioso perfil del Patoruzú y precisas instrucciones. El indio noble traspasa las fronteras de lo humano, pero se aparta de la figura del superhéroe porque es arquetipo del bien y su condición de imbatible no es más que un símbolo<sup>3</sup>. Patoruzú no disfruta

<sup>3</sup> “Paturuzú es el hombre perfecto, dentro de la imperfección humana, o sea que configura el ser ideal que todos quisiéramos ser. La bondad de este indio noble puede alcanzar límites insospechados, pero no confundamos su credulidad y su ingenuidad con la necedad del lelo. Generoso hasta el asombro, su inmensa fortuna es, antes que suya, de todo aquel que la necesite. Paturuzú sale invariablemente en defensa del débil y por una causa noble se juega íntegro, sin retaceos. Impulsivo y arrollador, no mide los riesgos que pueda correr su integridad física, como tampoco repara en las trampas que puedan tenderle la serie de truhanes que le salen al paso. Paturuzú es un hombre puro, simple y sencillo; sobrio, estoico, buen creyente y, aunque seguro de sí mismo, sumamente modesto. Es extrovertido y de una aguda sensibilidad, dentro de su marcado carácter masculino. Sin necesidad de caer en lo “sexy”, Paturuzú no debe permanecer marginado de la relación normal hombre-mujer. Cuando lo requiera la exigencia argumental, Paturuzú se revelará ante el lector como permeable al atractivo femenino y, si su impulso es conducirse de acuerdo a su sexo, su complejo de fealdad física y su pudor ante el sexo opuesto le

de superpoderes, no vuela, no tiene rayos destructores, no personifica al superhéroe porque no es una figura de la mediación: no es un puente entre lo humano y lo divino, no tiene que salvar al mundo de la destrucción con sus superpoderes y librarse a sí mismo de la ausencia de sentido que lo angustia (Arnaudo, 2010, pp. IX-X). Aprovecha especialmente su fortaleza física y su inquebrantable optimismo.

---

impondrán cierto freno a sus exteriorizaciones amorosas lo que, bien manejado, puede dar lugar a incidencias humorísticas. Estas situaciones deberán ser tratadas por el guionista con tacto y buen gusto. A propósito del poder sobrehumano del indio Paturuzú, este emana de una misteriosa fuente de energía que proviene de lo más recóndito de sus orígenes. Es como si toda la enigmática fuerza de su raza, de sus antepasados, acudiera en su auxilio cuando necesita de esa arrolladora energía para hacer triunfar el bien sobre el mal. En el fondo, su condición de imbatible no es más que un símbolo, si se quiere, esotérico y mítico. Paturuzú traspone las fronteras de lo humano para transformarse en un símbolo del bien. Sin embargo se recomienda al guionista no abusar de los recursos inverosímiles, esto podría con el tiempo, ir alejando al lector del clima de realismo que en lo posible debe vivir cuando lee nuestras historietas. En consecuencia, fuera de esta facultad de poder sobrenatural, la que será manejada discrecionalmente, Paturuzú debe ser considerado como un ser absolutamente normal".  
(<http://www.argentina.ar/temas/historia-y-efemerides/32956-dante-quinterno-el-creador-de-paturuz>, visitado el 10 de febrero de 2015)

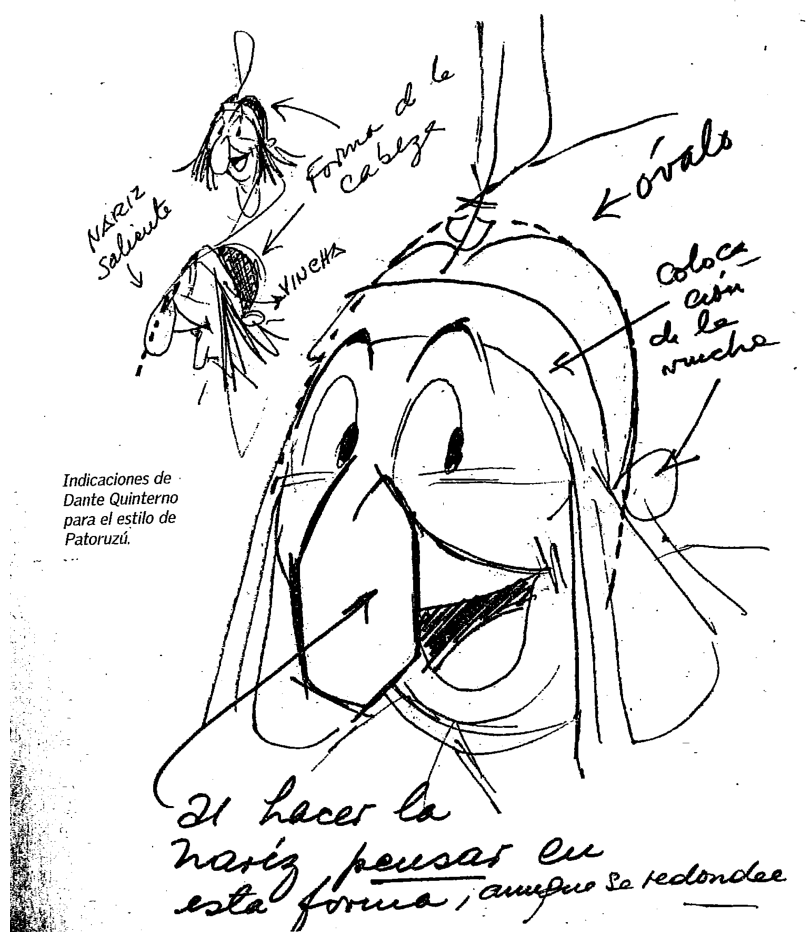


Figura 3. Instrucciones de Quintero para el dibujo del personaje.

La historieta y su héroe simple y sencillo, bondadoso y crédulo aunque sin llegar a ser necio, que se juega entero por una noble causa, sobrio, estoico, buen creyente, que sale en defensa del débil y manifiesta pudor frente al sexo femenino son los valores que diarios y revistas populares ofrecen a los recién llegados al mundo de la cultura letrada, a los lectores de la ciudad moderna, a los recién alfabetizados, para quienes “los cambios urbanos, la modernización edilicia, el aumento de la población, exigían nuevas destrezas para moverse en un espacio que se había modificado velozmente” (Saítta, 2009, p. 247).

Cuando en abril de 1945 “El Mundo” deja de publicar la tira, sale a los quioscos la revista semanal “Patoruzú” que confirma el espectacular éxito del personaje. En 1946 se estrena la revista “Patoruzito” – dibujada por Quintero y con guión de Mirco Repetto – cuya historia principal cuenta las aventuras del cacique en su niñez y su encuentro con el niño porteño Isidorito, vago y haragán. Gran jinete, el pequeño cacique no derrota a sus enemigos con la fuerza sino con el manejo de lazo y boleadoras y monta a Pamperito. En 1956 *Las grandes*



*andanzas del indio* Patoruzú (100 páginas y formato apaisado 22,5 x 14) recopilan los materiales ya publicados. En 1960 la revista semanal cambia su habitual formato y con 44 páginas adopta el vertical (21,5 x 27 cm).

En 1943 la Editorial Abril ha comenzado la publicación de las andanzas del Pato Donald. El público masivo que disfruta de las historietas es resultado de las transformaciones significativas en las condiciones de vida de los argentinos. Los efectos de la educación pública son notables: en Buenos Aires los analfabetos pasan de ser un 35% en 1914 al 12,6% en 1938. La evolución del mercado de trabajo (aumento de empleados públicos y privados) determina una especial avidez por capacitarse y la lectura (diarios, revistas, folletines, historietas, libros) se convierte en uno de los factores más poderosos de la “argentinización” de los sectores populares y de la aventura del ascenso social.

El éxito masivo del gran personaje de la historieta nacional coincide con (y se extiende más allá de) la época dorada del periodismo popular argentino, que ofrece al lector formas amenas y atrevidas de comunicación, a menudo tributarias del modelo de la “yellow press” estadounidense, y en cuyas páginas destaca un lenguaje de gran impacto que guiña el ojo a la veta sensacionalista del periodismo, con predilección por las noticias policiales. El imperio creado por Quintero (un multimedium basado en la Editorial Universo acompañado por un exitoso merchandising en el que el empresario reúne las facetas del artista con las del editor) funcionará a lo largo de cinco generaciones. En los años Cuarenta la revista vende 300.000 ejemplares semanales. La popularidad de Patoruzú y de los personajes que lo rodean trasciende la Argentina: se difunde especialmente en América latina y en España. Un héroe clásico anda por lugares remotos del mundo e irradia elementos de la cultura argentina. En 1970 *Patoruzú* tira un millón de ejemplares por mes (Masotta, 1970, p. 161).

El multimedium creado por Quintero se inserta en un terreno ya bien trillado por el exitoso formato periodístico implementado por las revistas ilustradas rioplatenses a comienzos del siglo. Si por un lado el fenómeno se debe al hecho de que periodistas y lectores comparten un mismo universo cultural, por el otro las publicaciones periódicas ilustradas incluían entre sus rasgos más salientes una lograda combinación entre lo icónico y lo verbal que gana el interés del gran público a través del entretenimiento (Romano, 2004, p. 169). Las publicaciones satírico-burlescas acercan a la prensa periódica nuevos lectores que encuentran en el procesamiento figurativo y verbal de la actualidad los tipos urbanos emergentes en una ciudad multiforme. Formatos, caricaturas, ilustraciones, comentarios breves, tiras cómicas, grandes titulares, noticias de corte policial, diagramación ágil, viñetas costumbristas y fotografías de las revistas ilustradas activan procesos comunicativos y materiales que un soporte atractivo, dinámico, transportable pone al alcance los lectores. Con un alto nivel de heterogeneidad discursiva tanto verbal como icónica, productos fáciles de

manejar y una fuerte hibridez icónico-verbal determinan por consiguiente un nuevo régimen de lectura y cautivan especialmente a lectores jóvenes o menos duchos. Estos buscan entretenerse leyendo revistas que mezclan lo curioso con lo tremendo, lo popular con lo culto, lo cómico con lo serio. La aparición de la primera revista ilustrada popular *Caras y Caretas* en 1898 (cuya vida terminó en 1941) es la muestra más eficaz del modo en que el nuevo periodismo refleja y determina los grandes cambios en la convivencia social, política y cultural en Buenos Aires y revela la función modernizadora de este fenómeno masivo.

La prensa masiva moderniza el espacio de sus avisos publicitarios, capta el entramado social entre el centro y la periferia y rompe con los moldes de un periodismo vinculado con las instituciones y los partidos políticos: en el marco de la industria cultural la prensa popular adquiere un rol crucial en la integración de diferentes sectores sociales, detecta e irradia modificaciones en la lengua y el habla popular, inaugura nuevas formas de leer y escribir. Entre los nuevos modos de expresión cultural de los sectores populares, y gracias al apoyo de la prensa y de la radiodifusión, ídolos populares (futbolistas y aun boxeadores como Miguel Angel Firpo, el “toro de las pampas”) se convierten en arquetipos adorados por los sectores juveniles. (González Leandri, 2001, pp. 231-233).

El gran auge de Patoruzú coincide con la llamada *década infame* y al respecto cabe señalar la duda planteada por Roberto Fontanarrosa: “No sé si Patoruzú fue políticamente correcto” (Fontanarrosa, 2004, p. 9). Por cierto los valores de la revista realizada por Quinterno muchas veces coinciden con el paquete ideológico del régimen autoritario que gobierna el país. El 12 de octubre de 1930 la tira de Julián de Montepío que publica “La Razón” festeja el golpe de estado del general Uriburu del mes anterior. El dandy declara: “Todo argentino que lleve sangre de patriotismo en las venas no debe faltar a la magna cita; hoy, todo argentino debe concurrir a presenciar el desfile de los ínclitos milicos que nos salvaron de la tiranía oficialista”. El desprecio para con los civiles es compartido por Patoruzú que envía cartas al cacique Panza ‘e Agua: “Si se habrán creído estos civeliazos que ansina somos como ellos!” (Matamoro, 1980, p. 156). Los aconteceres de la política se reflejan en la sección de la revista titulada “Quirosóficas”, en la que Patoruzú lee la planta de los pies a los candidatos y hombres de gobierno. En 1931, como aliados de la Policía, Julián de Montepío y Patoruzú persiguen a los dirigentes anarquistas Tamayo Gavilán y Severino di Giovanni (*ivi*, p. 157). Los editoriales de la revista apoyan la candidatura del conservador Manuel Fresco para gobernador de la provincia de Buenos Aires. Las “Quirosóficas” pueden también manifestar simpatía para con el dirigente socialista Mario Bravo como atacar a Agustín P. Justo elegido presidente con el apoyo de las fuerzas armadas, los sectores políticos conservadores y la ultraderecha nacionalista.

Sin embargo la crítica de Patoruzú al oficialismo, y a un régimen surgido de elecciones en las que había operado la poderosa maquinaria del fraude electoral, tendrá muy corta duración. Los comentarios tienen más el tono de reproche moral que el de abierta oposición. Escéptico frente a la labor de diputados y senadores Patoruzú ofrece empanadas: “Ya que no trabajas, mastica, chei!”. En la década peronista la tira mantendrá una actitud de neutralidad, una prescindencia que, dadas las condiciones de la censura imperante, disimula un ánimo opositor. Lo que sí se confirma inalterable es la faceta poco hablada del indio teheuelche, a saber su cariz nacionalista: el héroe es un patriota convicto y confieso. Más que una específica afición política derechista, Patoruzú encarna un nacionalismo sin fisuras: lo argentino es lo mejor del mundo, ser argentino es sinónimo de virtudes, su patriotismo fanático se pone de manifiesto en formas de racismo para con sus principales enemigos: gitanos y judíos. Además de los chinos y los gitanos, traidores y malos, el sastre Popoff, estereotipada figura de judío avaro y malévolo, eterno acreedor del insolvente Isidoro Cañones, es uno de los blancos favoritos del héroe caritativo y sencillo que se presenta como antítesis del egoísmo.



Figura 4. Mascota del Mundial de fútbol en 1978.

Utilizada como emblema del Cuerpo de Morteros de la Primera División Motorizada del Ejército, la silueta de Patoruzú fue adoptada como mascota por la dictadura militar en el Mundial de Fútbol de 1978, cuando el cacique aparece en calcomanías y afiches como símbolo de la hombría autóctona domando a un potro con la forma de la República Argentina antes de ser reemplazado por el personaje de *Clemente* de Caloi. Entrados los años Ochenta del siglo pasado, la historieta vive en un limbo, aunque permanece en los quioscos. Se reciclan las viejas historias, se retocan los viejos dibujos, se reemplazan frases en desuso: un

maquillaje que confirma la atemporalidad del mensaje moralizante originario. En 1992 Patoruzú es la mascota oficial argentina del Quinto Centenario del descubrimiento de América y en la pantalla guiña un ojo cómplice al telespectador. Revive posteriormente de la mano de otros historietistas que rescataron al cacique del olvido y revitalizan a los compañeros de Patoruzú (Rep en la serie “El Recepcionista de arriba”, el suplemento *Oxido* de la revista “Fierro”, Landrú con una propuesta para relanzar a Isidoro). Desde 2012 con el estreno de la “Galería de los Idolos Populares” (ubicada junto a la Sala de Prensa y que sigue la obra de recuperación de los espacios de la Casa Rosada inaugurada con el Salón de los Patriotas Latinoamericanos), Patoruzú está acompañado por Mafalda, El Eternauta, Clemente y por decenas de figuras destacadas de la cultura y el deporte argentinos.

### El formato exitoso del humor

Mas allá de su trascendencia y de la novedad introducida en el momento de su aparición, el icono del cómic nacional que fue la “mascota” del trágico “Proceso de Reorganización Nacional” es una figura abierta: su trascendencia reside tanto en el entorno en el que se encuentra sumergido como en su propia fuerza telúrica o en su habla coloquial. Si bien –como opina Fontanarrosa– “en nuestro país, las peluquerías han fomentado más la lectura que las bibliotecas” (Fontanarrosa, 2004, p. 11), Patoruzú es un personaje que, aun manteniendo siempre ciertos rasgos iniciales, desarrolla un carácter huidizo cuya incierta definición abre distintas posibilidades de interpretación. Patoruzú es una figura que marca el género del cómic y se ha vuelto un clásico de la historieta argentina también porque muestra las huellas profundas del mundo que lo rodea. El cacique y los personajes que lo acompañan se resisten a una clasificación uniforme porque son una muestra exacta de una sociedad compleja y heterogénea.

Por lo pronto para un niño rosarino en los Cincuenta (como era Fontanarrosa) entre los mayores atractivos del personaje había algo que escapaba a la lógica infantil. En las peluquerías se encontraba también a *Patoruzito*, revista con historietas de aventuras serias (el gran detective *Vito Nervio* de Alberto Breccia) al lado de humorísticas como *Mangucho y Meneca* de Roberto Battaglia y el marinero *Langostino* de Eduardo Ferro. *Patoruzú* y *Patoruzito*: las dos vidas del cacique aparecen simultáneamente en los quioscos y desconciertan al pibe Fontanarrosa porque el argumento de la serie altera en cierta medida la historia del cacique tehuelche. Cabe señalar que la revista incluye además tiras extranjeras como *Flash Gordon* y *Rip Kirby* (ambas por Alex Raymond), *Captain Marvel* (Mac Raboy), *Tug Tramson* (Alfred Sindall) junto con historietas de

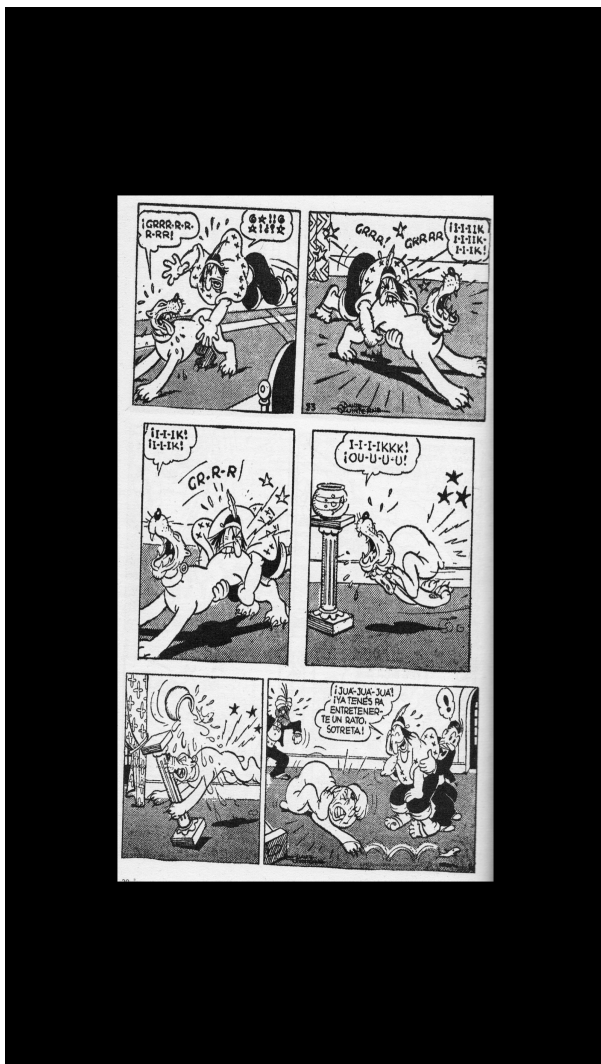
producción argentina. La simultaneidad temporal suena como un reflejo de las transposiciones cronológicas realizadas por el cine de ciencia-ficción y por el manejo de “pasajes” temporales en el cuento fantástico argentino. Hoy las banderas de algunas hinchadas futbolísticas con el semblante de Patoruzú confirman que el icono y su popularidad masiva perduran en el tiempo, más allá del momento en que la revista cautivó a un amplio espectro de lectores.

### *Formas narrativas y visuales*

Como toda historieta *Patoruzú* es un lenguaje, un medio en el que se producen discursos cuyos efectos de sentido surgen de la imbricación de palabra e imagen. *Patoruzú* pone en escena historias ejemplares con frases y figuras redondas, y su acertada conjunción entre dibujo y texto está en directa relación con los procesos comunicativos del cartel publicitario, el cine, las revistas ilustradas (Barbieri, 2001, p. 98). La tira cómica supone una lectura rápida por parte de su público: adultos y niños. Exige una comprensión instantánea: el dibujo de los personajes y de las situaciones tiene que expresar su fuerza visual y narrativa con la mayor rapidez posible. El lector no tiene en ningún momento que perder el ritmo. Un dibujo estilizado emplea líneas redondas y hay una presencia constante de globos con texto: en las tiras de Quinterno es casi inconcebible un cuadro mudo. Líneas blandas están acompañadas por la matización del contraste entre blanco y negro con el frecuente uso del gris, sin que un elemento expresivo prevalezca sobre los demás. La empresa de la diversión quinterniana adopta el arte de la concisión, su credo estético está basado en la elección de formas redondas. Las características visuales privilegian lo apaisado con respecto a las líneas longilíneas.

En el primer número de la revista la tapa y el color (por lo general combinación de azul, negro y rojo) presentan el dibujo ampliado de algún cuadro de la historieta o un retrato de Patoruzú con su sonrisa alegre y contagiosa: una gran nariz de indio del Sur, una boca enorme, el pelo largo, la vincha, la pluma de aborigen símbolo de su jerarquía tribal, y sus grandes ojos, un poncho adornado con unas crucecitas sobre el torso desnudo, un par de ojotas, un protopantalón vaquero arremangado. En la tapa del *Libro de oro* de 1938 Patoruzú, con una paleta de colores en la mano, pinta el nuevo año en la barriga de Upa. Un dibujo expresivo, alegre, coloreado anuncia el fin de año, la Navidad, las vacaciones, el pan dulce, las cañitas voladoras... (Figura 2).





Figuras 5-6. *El águila de oro*, “El Mundo” (1936).

Una muestra de la técnica y la estética de Quinterno y su equipo se encuentra en *El Águila de Oro* (“El Mundo”, 1936). Dominan las líneas blandas y redondas (la pauta dominante en los cómics del tiempo), hay escasas medias tonalidades, el dibujo es esencial y sin adornos superfluos, la línea-textura tiene que expresar el movimiento y las emociones de los personajes retratados, la retícula gris (que en la realización del dibujo se añade antes de imprimir) define la superficie en la que actúan los personajes. En los cuadros en los que no hay globos, líneas de movimiento y líneas expresivas destacan los efectos dinámicos del mordisco de Patoruzú al perro, la huida del sabueso lastimado y gimiendo, y el uso de la perspectiva da cuenta de la disposición de las figuras. Los contornos gráficos definen la secuencia de los acontecimientos, expresan su gran dinamismo. Las figuras siempre están en primer plano, hay muy poca profundidad, cada cuadro retrata pocos personajes, la fruición de la historieta es inmediata. El relato es simple, instantáneo, la mirada del lector es atrapada por

los signos que delatan los distintos sentimientos de los personajes en el cuadro final de la tira. La escena reúne al resignado sabueso Maharajá, a un Patoruzú muy contento, a Isidoro asustado, al pez escapándose del cuadro y al enfadado hindú que le ha robado a nuestro héroe la valiosa estatuita de oro. Con su fuerza descomunal Patoruzú ha puesto al perro fuera de combate y se dispone en la tira siguiente (se publica una tira por día) a rescatar la estatuita que da el título a la historieta.

El lenguaje gráfico marcado por las líneas blandas se complementa con un léxico y una jerga que aluden al refrán, al habla del campo. ¡Huija! (¡Qué bien!), ¡Canejo! (Diablos!), ¡Albricias! (muy bien!), ¡Chei!, sotreta (atorrante), maula (malvado), ¡Lo viá achurar, canejo! (¡Lo voy a reventar, diablos!), ¡Me sentía peor que potro maniao! (Me sentía peor que un potro maniatado), ¡Yo te viá hacer picadiyo, trompeta! (Te haré picadillo, desgraciado!) expresan una sabiduría práctica y sencilla que apela al sentido común. El curioso argot capta la atención del lector y opera como marco de referencia de las cualidades del cacique. Arroja luz sobre la fuerza icónica del habla de Patoruzú y constituye un valores fonosimbólico de gran eficacia comunicativa. A lo largo del tiempo el humor gráfico es el elemento perdurante de las historietas de Patoruzú. Su eficacia radica en que es directo e icónico, lo que permite no solamente su inmediata decodificación sino también su capacidad de aludir al contexto político. Por ejemplo en la revista *Patoruzú* la historieta es solamente una parte del contenido del periódico. El humor de la tira está acompañado por un declarado mensaje satírico y de abierta condena de los sobornos actuados por funcionarios públicos de la Compañía eléctrica porteña en los Treinta en artículos no ilustrados de humor y en dibujos humorísticos (Masotta, 1970, p. 143).

### *Un mentor generoso, un relato moral*

La eficacia polémica de las historietas depende también de las relaciones que cuadros y lenguaje de las tiras establecen (directa o indirectamente) con valores y creencias del tiempo. Destaca, por sobre otras cualidades, la generosidad del cacique. El rasgo que más distingue a Patoruzú de los otros personajes es su nobleza, su inclinación a cubrir de dinero a todo el que requiere auxilio. Sin dejarse engañar por las ambiciones de trompetas y maulas que quieran aprovecharse de su noble generosidad, Patoruzú arroja billetes con infinita alegría. “Económicamente atípico” (Fontanarrosa, 2004, p. 9), el cacique es dueño de media Patagonia y puede regalar dinero sin riesgo de volverse pobre. Su largueza está desvinculada de toda circunstancia objetiva y la cantidad de dinero de que hace gala resulta tan irreal como su condición de cacique terrateniente millonario.



El Patoruzú de Quinterno lo podemos comparar al Mickey Mouse dibujado por Floyd Gottfredson en 1930 en su lucha por erradicar a la injusticia de la sociedad (Giorello-Cozzaglio, 2013, p. 15) o a Spaguetti (Popeye) por las demostraciones de vigor con que derrota a enemigos y atorrantes con una fuerza sobrenatural. Los poderes telúricos que Patoruzú heredó de sus ancestros radican en su distancia ejemplar del Sur. Su generosidad sin límites opera como una brecha moral que lo separa de los demás personajes de la historieta. Isidoro es el personaje más verosímil, más creíble. Terrenal, cuyos defectos lo contraponen a Patoruzú, es un hedonista, con un gusto por el champagne y las mujeres, un *botarate* (apodo que en la época definía a una persona manirrota) cuya propensión para el derroche lo hace un envidiado referente de los argentinos: “No sé si ser Isidoro Cañones no es, en definitiva, más apetecible que ser el cacique Patoruzú, para muchos de nosotros” (Matamoro, 1980, p. 158). Isidoro es un hidalgo pobre, un venido a menos, acostumbrado al ocio, con modales de su clase de origen, que le pide dinero a Patoruzú para pagar el alquiler o cancelar deudas de juego. Frente a él, nuestro héroe es una suerte de mentor, de consejero moral cuya función es dirigir una secuencia de moralejas a la clase dominante. El relato moral que encuadra las andanzas del cacique es anunciado en la llegada del indio teheuelche en 1928: “Muy en breve debutará en las regocijantes aventuras del simpático Gilito, este original personaje, arrancado de su vida casi nómada en la Patagonia, para entrarlo en un centro de civilización tan avanzada como la nuestra gran urbe porteña” (Quiroga Micheo, 1993, p. 38). En la carta a Don Gil Contento el tío le escribe que “no quisiera morir dejando a este indio ingenuo a merced de las maldades humanas” (*ibidem*): Quinterno presenta a los lectores de “Crítica” el primer gran héroe gráfico argentino colocando la expectativa de su popularidad en la consagrada oposición entre los valores del campo y la ausencia de principios morales en la ciudad, que en los mismo años el ratón Mickey se compromete en salvar de ladrones, estafadores, asesinos...



Figura 7. Inodoro Pereyra y Patoruzú por Fontanarrosa.

Los poderes telúricos, tanto herencia genética como resultado de una dieta saludable y de un régimen de baños termales, Patoruzú los implementa ante la injusticia y sus varios enemigos. Capaz de corajeadas quijotescas y dueño de media Patagonia, Patoruzú administra su fortuna con la sola asistencia de su nodriza Chacha y del capataz Ñancul. Su fuerza sobrenatural está al servicio de quien requiera auxilio. Aunque permanentemente "se le sale el indio", Patoruzú es en efecto un indio ficticio. Sus historias ejemplares producen un efecto de sentido destinado a un público masivo, pero en realidad contienen una secuencia de moralejas dirigidas a la clase dominante. Aun manteniendo siempre ciertos rasgos, su figura tiene un carácter huidizo que depende del contexto social, del sistema de valores y del imaginario nacional. Al igual que el gaucho, también el cacique tehuelche exhibe su cuota de ambivalencia con la que confirma/desmiente ciertos estereotipos culturales y el perfil de muchas figuras que han conformado la heterogénea sociedad argentina. El éxito de Patoruzú radica en la desmaterialización del indio como figura social, lo que permite – como ocurre con el Inodoro Pereyra de Fontanarrosa– activar el recurso paródico para desmitificar (reivindicándolos) sus valores en relación con los valores socialmente hegemónicos (Campra, 2013, p. 145).

Dale tu mano al indio

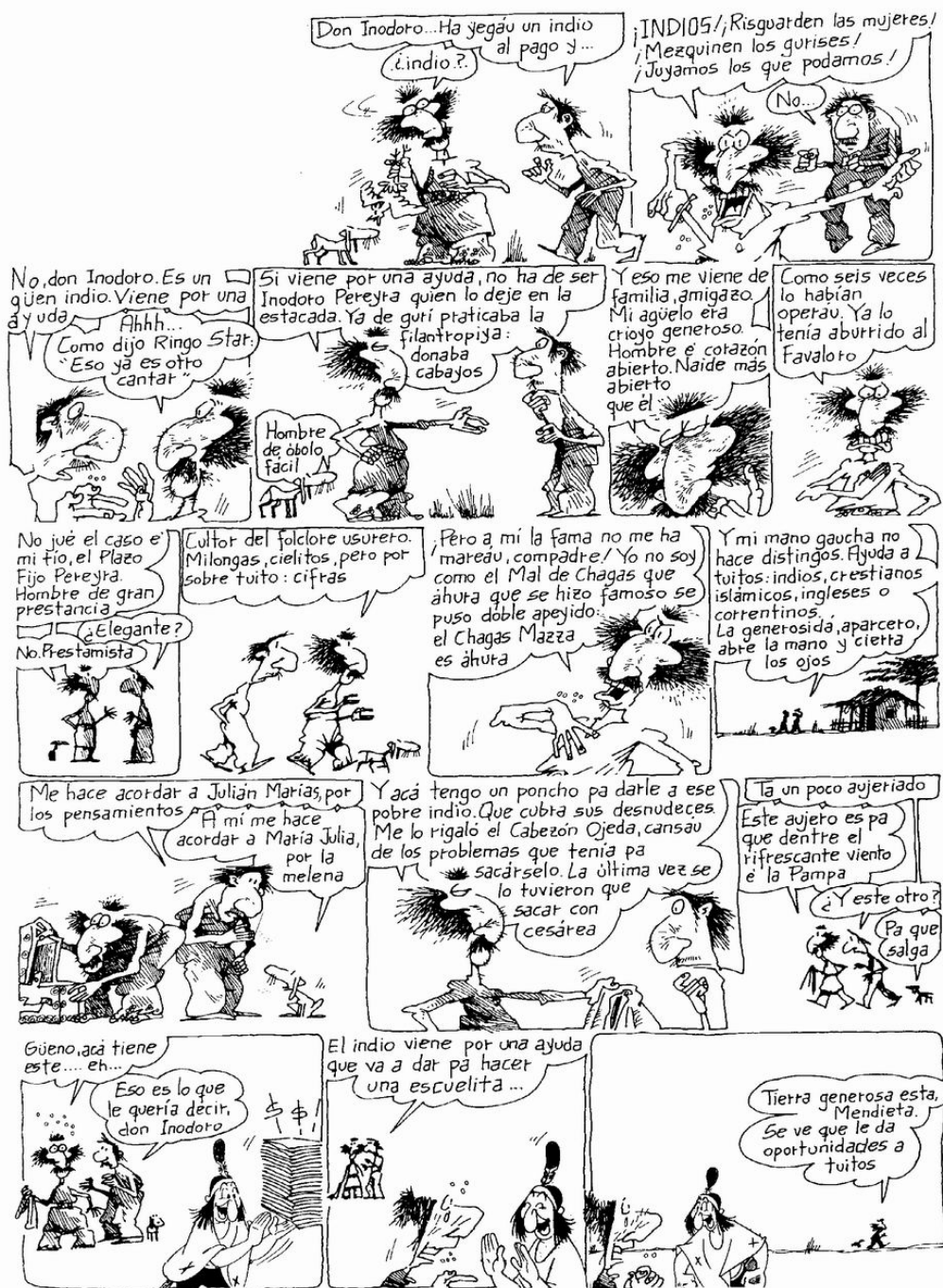


Figura 8. Inodoro Pereyra, Dale tu mano al indio (1976).

Al focalizar la mirada hacia otros productos de la industrial cultural argentina del tiempo se nos ocurre pensar de qué manera las novelas de Roberto Arlt (especialmente *El juguete rabioso* y *Los siete locos*) trabajan de manera diferente la ambivalencia del dinero y cómo éste genera delito, falsificación, mentira. En forma muy evidente circulan por la historieta de Quinterno el tema de la transgresión (de los modales, de las reglas sociales, de cómo ganarse la vida con honestidad) y el repudio moral de lo ilegal, de quien roba, estafa, falsifica o se enriquece ilegalmente. Aventuramos que Arlt y Quinterno comparten la representación del enriquecimiento como un disvalor que amalgama a una sociedad heterogénea. Al igual que Astier y Erdosain se ilusionan con un dinero mágico, ganado milagrosamente, con la fantasía de la omnipotencia del dinero, también Patoruzú hace gala de un dominio del dinero (éste es sin lugar a dudas su verdadero superpoder) que satisface las demandas del deseo y al mismo tiempo rechaza una relación desviada con la riqueza. En una sociedad que se amalgama con la idea que hay que conseguir el enriquecimiento a toda costa, la lucha por el dinero no es la pugna de los pobres contra los ricos sino un conflicto entre valores morales. Mediador del deseo, el dinero activa la ilusión del lector en una historieta que desrealiza el mundo al colocar la honestidad como la razón última de la vida en común.

Al mismo tiempo, el poderoso efecto de realidad del personaje de la historieta, su valor icónico, radica en la diferencia infranqueable que existe entre el indio ficticio y el público de sus lectores. Dicha diferencia es ante todo la muestra del dominio de Patoruzú sobre la sociedad y sus componentes y es también el lugar desde el cual el lector se dice a sí mismo que Patoruzú está adonde todos quisiéramos estar. El personaje del indio desmaterializado como figura social puede actuar como forma de un universal abstracto para el hombre ordinario, en cuanto está situado fuera de esa zona de angustia adonde viven encerrados los humillados personajes de Arlt, sin capacidad de acción, condenados a contemplar una vida siempre igual y cuya única posibilidad de cambio es el salto al vacío, el crimen, la transgresión del orden vigente. “En tiempos de Arlt”, expresión que recurre a menudo en los trabajos de Oscar Masotta en la que el uso del nombre propio actúa de marcador temporal (Masotta, 2008) o sea en una época de masificación de conductas del hombre envuelto por el tedio, el crimen es la única posibilidad que permite sortear ese vacío y fundar una utopía del mal, una contra-sociedad imaginaria, una comunidad regida por “una fría y dura racionalidad, de una racionalidad geométrica – como diría Arlt – que es esta ética negra del mal” (*ivi*, p. 51). En cambio Patoruzú escapa de la estrecha dependencia que liga a las gentes honestas con el mal, y su distancia ejemplar del Sur como de la sociedad urbana es el lugar propio del cacique, su marca diferencial con respecto al dinero en

cuanto disvalor socialmente hegemónico. Patoruzú tiene la capacidad de desprenderse del sitio en el que viven sus lectores y manifestar la inaceptabilidad del orden social a través de su superpoder: que no es otra cosa que su capacidad de escamotear las dificultades de la vida de un modo ilusorio y brindar la fantasía de un mundo regido por la economía de la dádiva, escapando de esta forma a la equivalencia generalizada impuesta por el predominio del dinero en una sociedad de individuos abstractos. El indio, con su *potlach*, marca la ilusoria transgresión dentro la economía de la ganancia y su desperdicio vale como un exceso (aceptable y compartido), como bonachona impugnación del orden vigente.

### Bibliografía

- ARNAUDO, Marco. *Il fumetto supereroico. Mito, etica e strategie narrative*, Latina, Tunué, 2010.
- BARBIERI Daniele. *I linguaggi del fumetto*, Milano, Bompiani, 2009.
- BARBIERI, Daniele. *Guardare e leggere. La comunicazione visiva dalla pittura alla tipografia*, Roma, Carocci, 2011.
- CAMPRA, Rosalba. *Travesías de la literatura gauchesca. De Concolorcorvo a Fontanarrosa*, Buenos Aires, Corregidor, 2013.
- FONTANARROSA, Roberto. "¡Huija, chei!", en QUINTERNO, Dante Raúl. *Patoruzú*, Buenos Aires, Biblioteca Clarín de la Historieta, 2004.
- GIORELLO Giulio - Ilaria, COZZAGLIO. *La filosofia di Topolino*, Milano, Guanda, 2013.
- GONZÁLEZ LEANDRI. Alejandro. "La nueva identidad de los sectores populares", en CATTARUZZA, Alejandro (coord.), *Nueva Historia Argentina. Crisis económica, avance del estado e incertidumbre política (1930-1943)*, tomo VII, Buenos Aires, Editorial Sudamericana, 2001. (pp. 201-238).
- LIPZIC, David. "Argentina. Cómic hasta los años 40. Patoruzú, un superhéroe de las pampas" en COMA, Javier (dir.), *Historia de los cómics*, Barcelona, Toutian Editor, vol. 2, 1983. (pp. 381-396).
- MASOTTA, Oscar. *La historieta en el mundo moderno*, Buenos Aires, Paidós, 1970 (segunda edición 1982).
- MASOTTA, Oscar. *Sexo y traición en Roberto Arlt*, Buenos Aires, Eterna Cadencia Editora, 2008.
- MATAMORO, Blas. *Saber y literatura. Por una epistemología de la crítica literaria*. Buenos Aires, Ediciones de la Torre, 1980.
- OSTUNI, Hernán - Fernando GARCÍA - Andrés FERREIRO - Mario FORMOSA - Norberto RODRÍGUEZ VAN ROUSSELT. *Patoruzú. Vera historia no oficial del*

*grande y famoso cacique tehuelche*, Buenos Aires, Ediciones La Bañadera del Cómico, 2001.

QUINTERNO, Dante. *Patoruzú*, Buenos Aires, Biblioteca Clarín de la Historieta, 2004.

QUIROGA MICHEO, Ernesto. "Patoruzú, la historieta que ya es historia", *Todo es Historia*, n. 323, 1993. (pp. 34-42).

ROMANO, Eduardo. *Revolución en la lectura. El discurso periodístico-literario de las primeras revistas ilustradas rioplatenses*, Buenos Aires, Catálogos/El Calafate, 2004.

SAÍTTA, Sylvia. "Nuevo periodismo y literatura argentina", en JITRIK, Noé (coord.), *Historia crítica de la literatura argentina. Rupturas* (ed. MANZONI, Celina), vol. VII. Buenos Aires, Emecé Editores, 2009. (pp. 239-264).

STEIMBERG Oscar. *Leyendo historietas. Textos sobre relatos visuales y humor gráfico*, Buenos Aires, Eterna Cadencia, 2013.

VÁZQUEZ, Lucio Oscar. *Historia del humor gráfico y escrito en la Argentina*, Buenos Aires, EUDEBA, 1987.

#### Sitios web

<http://www.argentina.ar/temas/historia-y-efemerides/18866-dante-quinterno-el-creador-de-patoruzu>

<http://www.patoruzu.com>

<http://miscomicsymas.blogspot.it/2012/11/la-coleccion-atomium.html>

<http://www.tebeosfera.com/1/Documento/Entrevista/Zenter/Jorge.html>

<http://sonrisasargentinas.blogspot.it/2014/01/patoruzu-en-el-circo.html>

<http://www-pagina12.com.ar/diario/elpais/1-189221-2012-03-09.html>

[http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec\\_id=50483](http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec_id=50483)

[http://www.tebeosfera.com/documentos/documentos/vera\\_historia\\_del\\_indio\\_patoruzu.html](http://www.tebeosfera.com/documentos/documentos/vera_historia_del_indio_patoruzu.html)

**Flavio Fiorani** es Profesor de Lengua y Literaturas hispanoamericanas en el Departamento de Estudios lingüísticos y culturales de la Università di Modena e Reggio Emilia. Es autor de *Patagonia. Invenzione e conquista di una terra alla fine del mondo* (Roma, Donzelli, 2009). Ha realizado la traducción italiana de la *Brevísima relación de la destrucción de las Indias* (Venezia, Marsilio, 2012) y dedica sus investigaciones a múltiples aspectos de las literaturas y culturas hispanoamericanas contemporáneas.

**Contacto:** [flavioangelo.fiorani@unimore.it](mailto:flavioangelo.fiorani@unimore.it)

**Recibido:** 13/02/2015

**Aceptado:** 07/04/2015